

# **JAMB**

## **(Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis)**

Available online <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/IAMB>

---

### **Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang**

**Alfitriani<sup>1)</sup>, Welly Andrika Putri<sup>2)</sup>\*, Ummasyroh<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup> Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Administrasi Bisnis,  
Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

\*Corresponding Email: [welly.andrikaputri74@gmail.com](mailto:welly.andrikaputri74@gmail.com)

---

**Received** : Januari 2021

**Revised** : Februari 2021

**Accepted** : Maret 2021

---

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komponen 4A Kepariwisataannya yakni atraksi wisata, aksesibilitas, amenitas dan layanan tambahan pada destinasi wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif. Analisis data menggunakan analisis data deskriptif dan regresi linier berganda. Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *sampling incidental*. Sampel dalam penelitian ini yaitu pengunjung Bayt Al-Qur'an Al-Akbar sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) bahwa atraksi wisata dan amenitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, sedangkan aksesibilitas dan layanan tambahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Semakin baik daya tarik wisata maka semakin besar minat kunjung ulang wisatawan ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.

**Kata kunci** : Komponen 4A Kepariwisataannya, Minat Kunjung Ulang, Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.

#### **Abstract**

*The purpose of the research is to identify the effect of the tourism 4A components is tourist attraction, accessibilities, amenities and ancillary service at the Bayt Al-Qur'an Al-Akbar tourist destination in the city of Palembang. This research used a quantitative descriptive approach. This research used descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The sampling technique used in this research is non probability sampling with incidental sampling approach. The sample in this research were the visitors of Bayt Al-Qur'an Al-Akbar tourist destination in Palembang city with 100 respondents. Based on the T test results, it has known that tourist attractions and amenities have positive and significant effect towards interest to revisit in Bayt Al-Qur'an Al-Akbar, while accessibilities and ancillary service have no significant effect on the tourists' revisiting interest. Based on research result that tourist attraction has the most dominant influence on the interest in revisiting tourist. The better a tourist attraction have, the bigger tourists' revisiting interest will be at Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.*

**Keywords**: 4A components of tourism, Revisiting Interest, Bayt Al-Qur'an Al-Akbar

## **PENDAHULUAN**

Undang-Undang No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa Pariwisata ialah bermacam-macam kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas-fasilitas serta layanan yang diberikan dari masyarakat, pengusaha, Pemerintah, serta Pemerintah Daerah. Lain daripada itu, pariwisata juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan rekreasi atau hiburan yang bersifat sementara dan tidak untuk bekerja di tempat wisata yang dikunjungi.

Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di sebelah selatan pulau Sumatera, Sumatera Selatan beribu kota di Palembang. Sumatera Selatan mempunyai destinasi wisata yang menarik dan mempunyai daya kunjung seperti Kampung Arab Al-Munawar, Jembatan Ampera, Kampung Kapitan, Danau Ranau, Gunung Dempo dan lain-lain. Kota Palembang sejak dahulu telah menjadi pusat perdagangan, secara tidak langsung ikut mempengaruhi kebudayaan masyarakatnya. Kota Palembang memiliki beragam makanan khas, diantaranya adalah pempek, model, tekwan, pindang patin, pindang tulang, sambal jekjek, berengkes dan tempoyak. Daya tarik destinasi wisata, sejarahnya

dan kulinernya membuat Sumatera Selatan menjadi salah satu Provinsi yang berperan dalam kegiatan pariwisata dan menjadi destinasi yang menarik minat kunjung wisatawan.

Kota Palembang memiliki objek dan daya tarik wisata yang sangat beranekaragam. Salah satu daya tarik wisata alam yang terkenal di kota Palembang yaitu Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. Bayt Al-Qur'an Al-Akbar merupakan salah satu wisata religi yang ada di Palembang, terdapat 30 juz ayat suci Al-Quran yang telah dipahat/diukir diatas kayu tembesu dan menggunakan lebih dari 40 meter kubik kayu tembesu, yang mana masing-masing lembar mempunyai ukuran perhalamannya 177x140x2,5 cm dan tebal keseluruhannya termasuk sampul mencapai 9 meter. upaya-upaya pengembangan dilakukan baik itu pengembangan fasilitas hingga atrasi wisata, salah satu contoh atraksi wisata terbaru yang ada di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar adalah adanya mini bioskop yang berkapasitas 100 orang, penambahan fasilitas atraksi wisata berupa mini bioskop ini ditujukan agar wisatawan dapat melihat, mempelajari dan mengenang kembali sejarah-sejarah islam melalui film pendek.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Syarkoni selaku *Tour Guide* pada tanggal 15 Maret 2020 bahwa Bayt Al-Qur'an Al-Akbar terus melakukan renovasi, untuk jumlah kunjungan wisatawan ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Pada Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Kunjungan			Jumlah
	Lokal	Domestik	Manca-negara	
2015	10.950	2.154	28	13.132
2016	13.750	4.658	108	18.516
2017	17.145	4.856	134	22.135
2018	19.898	3.975	109	23.982
2019	20.560	3.099	99	23.659
<b>Total</b>	<b>82.303</b>	<b>18.742</b>	<b>478</b>	<b>101.424</b>

Sumber: Bayt Al-Qur'an Al-Akbar (2020)

Berdasarkan Tabel 2, bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar pada tahun 2015 sebesar 13.132 orang, pada tahun 2016 sebesar 18.516 orang, pada tahun 2017 sebesar 22.135 orang, 2018 sebesar 23.982 orang, namun terjadi penurunan sebesar 323 pengunjung dengan jumlah kunjungan sebesar 23.659 orang.

Menurut Cooper dkk dalam Prasiasa (2013) menyatakan bahwa destinasi wisata harus mempunyai beberapa komponen diantaranya daya tarik wisata (*attraction*), mudah dicapai karena ada transportasi lokal dan terminal (*accessibility*), tersedianya berbagai fasilitas seperti akomodasi, restoran, tempat

hiburan, tempat pembelanjaan dan pelayanan lainnya (*amenities*), dan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan (*ancillary service*).

Basiya dan Rozak (2012) menyatakan bahwa minat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Minat kunjung ulang dapat timbul bila ada penilaian positif pada suatu destinasi wisata, penilaian positif ini terkait salah satunya mengenai komponen 4A destinasi wisata, yakni atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas pendukung (*Amenity*) dan fasilitas tambahan (*Ancillary Service*).

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara kepada salah satu pengunjung Bayt Al-Qur'an Al-Akbar pada tanggal 15 Maret 2020, ternyata masih ditemukan beberapa masalah mengenai kurangnya daya tarik wisata yang ada di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar yakni kurang baiknya akses jalan menuju objek wisata. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui

seberapa besar daya tarik wisata mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan ke Bayt A-Qur'an Al-Akbar, dengan judul "Pengaruh Komponen 4A Kepariwisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang".

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pariwisata**

Menurut UU No. 10 tahun 2009 pasal 1 ayat 3 menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan pariwisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

### **Wisatawan**

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga serta menuntut ilmu dan mengunjungi destinasi yang indah di negara tertentu. Organisasi Wisata Dunia (WTO), menyatakan wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan singkat. Berdasarkan pernyataan ini bahwa orang yang melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah atau negara asing dan menginap minimal 24 jam atau maksimal

enam bulan di tempat tersebut (Wisnawa,2019).

### **Komponen 4A Kepariwisata**

Berikut komponen-komponen 4A kepariwisataan berdasarkan teori dari Cooper dkk dalam Setyanto dan Pangestuti (2019):

#### a. Atraksi (*Attraction*)

Atraksi merupakan elemen produk yang paling penting karena merupakan alasan inti dari pengunjung mengapa mereka rela berkorban untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Nurdin (2019).

#### b. Amenitas (*Amenity*)

Amenitas adalah segala sesuatu yang dapat memfasilitasi dan melayani pengunjung destinasi dalam melakukan kegiatan wisatanya. Dalam Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional 2010-2025 secara implisit memperhatikan bahwa amenitas produk destinasi terdiri dari tiga kategori yaitu prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata. Nurdin (2019).

#### c. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas tidak hanya pada moda transportasi yang dapat digunakan saja, melainkan juga seperti kemudahan pencapaian menuju destinasi contohnya

dapat diakses melalui kendaraan umum maupun pribadi, akses jalan yang baik, tidak ada kemacetan yang berarti, tersedianya jasa SPBU, tambal ban, makan minum diperjlanan, dll.

d. *Ancillary Servis* (pelayanan tambahan)

Pelayanan tambahan yang dimaksud adalah pelayanan yang harus diberikan oleh pemerintah daerah, baik bagi wisatawan dan pelaku wisata. Pelayanan tambahan tersebut seperti pemasaran (tourism information service, pamflet, biografi wisata, buku, poster, peta, pemandu wisata), pembangunan fisik (patung-patung, lampu kota, public space) dan peraturan perundang-undangan.

### **Minat Kunjung Ulang**

Menurut Menurut Zhu Mingfang dan Zhang Hanyu dalam Sofyan (2015) indikatornya meliputi:

- a. Minat untuk berkunjung ulang.
- b. Citra destinasi.
- c. Reputasi baik dimata pengunjung.

## **METODE**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif, metode ini bertujuan untuk menjelaskan suatu peristiwa, keadaan, objek apakah orang, atau segala sesuatu

yang terkait dengan variabel-variabel yang dapat dijelaskan baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian kali ini dilakukan di destinasi wisata Al-Qur'an Al-Akbar yang beralamat di Jalan Moh. Amin, Gandus, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan.

### **Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis dan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuisisioner dan wawancara dan untuk sumber data sekunder merupakan data yang diolah oleh pihak lain seperti data kunjungan yang diambil dari Dinas Pariwisata Kota Palembang serta literatur lainnya.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan 5 metode. (1) Observasi atau pengamatan (2) Kuesioner melalui *google form*. (3) Wawancara dengan pihak pengelola objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. (4) Dokumentasi

berupa gambar, rekaman suara dan data resmi yang diperoleh dari dinas terkait. (5) Literatur berupa jurnal-jurnal dan internet.

**Kriteria dan Indikator**

Tabel 3. Kriteria dan Indikator

Variabel	Dimensi	Indikator
Komponen Pariwisata 4A (X) Cooper dkk (1993) dalam Setyanto dan Pangestuti (2019:159)	<i>Attraction</i> (Atraksi)	1. Keindahan Ukiran Ayat-Ayat Al-Qur'an. 2. Atraksi buatan (miniatur pelaminan khas Palembang) 3. Atraksi buatan (menonton film 3D)
	<i>Amenities</i> (amenitas)	4. Toko souvenir 5. Tersedianya lahan parkir 6. Tempat sampah 7. Tersedianya tempat makan dan minum 8. Tersedia mushola 9. Toilet 10. Tarif parkir
	<i>Accessibility</i> (aksesibilitas)	1. Transportasi umum ke Destinasi Wisata 2. Kondisi jalan ke DTW 3. Tiket masuk 4. Lokasi mudah dijangkau 5. Kemudahan akses jaringan internet 11. Listrik/penerangan
	<i>Ancillary Service</i> (Layanan Tambahan)	6. Pusat informasi 12. Pemandu lokal
Minat Berkunjung Ulang (Y) Zhu Mingfang dan Zhang Hanyu, (2014)	Reputasi baik dimata pengunjung	13. Penilaian yang baik atas produk wisata yang ada di kawasan wisata tersebut
	Citra ( <i>image</i> )	14. Kesan kualitas
	Minat Berkunjung Kembali	15. Pelanggan berkeinginan untuk melakukan kunjungan ulang

Sumber: Studi Kepustakaan (2020).

**Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung dari Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. Jumlah pengunjung ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar pada tahun 2019 sebesar 23.659 wisatawan.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampel dalam penelitian ini yaitu *non probability*

*sampling* dengan metode *insidental sampling*.

Penentuan jumlah sampel di dalam penelitian ini menggunakan ketentuan Slovin. Pada *Slovin* ini dimasukkannya beberapa unsur untuk kelonggaran atas ketidaktelitian dari kesalahan pengambilan sampel yang dikatakan dapat ditoleransi. Nilai toleransi dinyatakan dalam presentase sebesar 10%, sampelnya yang didapatkan sebesar 99,82% dibulatkan menjadi 100 responden.

**Analisis Data**

Teknik analisis data penelitian ini ada 3, yaitu: (1) Uji Instrumen Penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas; (2) Uji Hipotesis, yaitu uji t, uji F dan uji koefisien determinasi; (3) Analisis Regresi Linier Berganda.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden atas taraf signifikan sebesar 5%. Apabila nilai r hitung > dari nilai r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Diperoleh nilai r table 0,195 dan item pernyataan dari keempat variabel memiliki koefisien korelasi lebih besar dari nilai r table, maka seluruh item pernyataan yang di uji dalam penelitian ini dinyatakan valid.

## Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Daya Tarik	0,642	Reliabel, Kuat
Wisata	0,825	Reliabel, Sangat Kuat
(X)	0,884	Reliabel, Sangat Kuat
Minat Kunjung Ulang	0,682	Reliabel, Kuat
Wisatawan (Y)	0,668	Reliabel, Kuat

Sumber: Data primer diolah (2020)

Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,600. Hasil uji menjelaskan bahwa nilai koefisien alpha pada variabel daya tarik wisata dengan dimensi atraksi wisata, amenitas wisata, aksesibilitas wisata, *ancillary service* dan minat berkunjung ulang lebih besar dari 0,600 sehingga penelitian ini dapat menjadi sebagai alat ukur penelitian.

## Uji Hipotesis

Tabel 5. Uji Hipotesis

Variabel Independen	Koefisien Regresi ( $\beta$ )	t- hitung	Signifikansi
Konstanta	-1,343	-1,256	0,212
Atraksi	0,756	7,461	0,000
Amenitas	0,141	3,071	0,003
Aksesibilitas	-0,016	-0,458	0,648
Layanan Tambahan	0,083	0,763	0,447

Sumber: Data Olahan (2020)

## Uji Parsial (t)

Uji t membandingkan nilai t hitung dengan nilai t table. Pengujian ini menggunakan *level of significant* ( $\alpha$ )

sebesar 5% atau  $0,05/2 = 0,025$ , dengan df 95 yaitu 1,985. Berdasarkan hasil olahan data diperoleh:

1. Atraksi wisata diperoleh hasil  $t_{hitung}$  7.461 >  $t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  dan amenitas diperoleh hasil  $t_{hitung}$  3,071 >  $t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,003 < 0,05$ , artinya atraksi wisata dan amenitas signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
2. Aksesibilitas diperoleh hasil  $t_{hitung}$  0,458 <  $t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,648 > 0,05$  dan *Ancillary Service/Layanan Tambahan* diperoleh hasil  $t_{hitung}$  0,763 <  $t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,447 > 0,05$ , artinya aksesibilitas dan *Ancillary Service/Layanan Tambahan* tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

## Uji Simultan (F)

Tabel 6. Uji Simultan

ANNOVA					
Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	221.210	4	55,303	47.748	.000
Residual	110.030	95	1.158		
Total	331.240	99			

- a. Dependent Variable: Minat Kunjung Ulang
  - b. Predictors: (Constant), Layanan tambahan, Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas
- Sumber: Data Olahan (2020)

Uji F membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ . Pengujian ini

menggunakan tingkat signifikan 5% pada  $df(1) = 4$  dan  $df(2) = 94$  yaitu 2,47. Berdasarkan Tabel Anova diperoleh hasil  $F_{hitung} 47,748 > F_{tabel} 2,47$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa berpengaruh signifikan antara atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary service* secara simultan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan.

### Koefisien Determinasi

Tabel 7 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.668	.654	1.076

a. Predictors: (Constant), Layanan tambahan, Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas  
 Sumber: Data Olahan (2020)

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh nilai Adjusted R square yang menunjukkan pengaruh langsung X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y sebesar 0,654 sedangkan 34,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya selain variabel yang diteliti.

### PEMBAHASAN

#### Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar

Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t untuk atraksi wisata terhadap minat kunjung ulang diperoleh hasil

$t_{hitung} 7,461 > t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Menurut Karyono dalam Setyanto (2019) atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan konsep *what to see* dan *what to do*. Atraksi wisata dapat mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan, untuk meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan, atraksi wisata perlu ditambahkan atraksi wisata seperti diadakan perlombaan islami dengan mengundang siswa-siswa tingkat SD, SMP, SMA, perlombaan dapat berupa lomba melukis kaligrafi, lomba mengaji dan lainnya, atau dapat ditambahkan kegiatan-kegiatan seperti spot untuk melukis kaligrafi di area Bayt Al-Qur'an Al-Akbar sehingga bila lebih kreatif lagi dalam menarik minat kunjung wisatawan maka tidak akan dipungkiri jumlah wisatawan akan meningkat dan sekaligus membantu dalam kegiatan promosi objek wisata kepada wisatawan tersebut.

#### Pengaruh Amenitas Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar

Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t untuk amenitas wisata

terhadap minat kunjung ulang diperoleh hasil  $t_{hitung} 3,071 < t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansinya sebesar  $0,003 > 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa amenitas wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Setyanto & Pangestuti (2019) menyatakan bahwa amenitas merupakan segala fasilitas yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata disuatu objek wisata, seperti fasilitas makan dan minum, hiburan, pusat perbelanjaan dan lain sebagainya. Fasilitas wisata memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan sehingga dapat memberikan dampak kepada minat kunjung ulang wisatawan.

Fasilitas yang cukup memadai akan menarik dan memotivasi seseorang yang akan berkunjung ke suatu objek wisata. Adapun fasilitas yang tersedia di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar adalah toilet, kantin/tempat makan, *shovenir shop*, areal parkir yang luas, tempat sampah yang terdapat di setiap sudut, mushola dan alat sholat, dan tempat duduk bagi pengunjung. Secara umum objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar telah memberikan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan harapan para pengunjung.

### **Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar**

Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t untuk aksesibilitas wisata terhadap minat kunjung ulang diperoleh hasil  $t_{hitung} -0,458 < t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansinya sebesar  $0,648 > 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa aksesibilitas tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Prasiasa (2013) aksesibilitas merupakan satu komponen penting untuk mempermudah perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Perpindahan dibutuhkan alat transportasi dan akses jalanan yang memadai.

Aksesibilitas wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan, hal tersebut dikarenakan aksesibilitas wisata seperti kondisi akses jalan menuju ke objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar terbilang cukup baik, namun ada beberapa kondisi jalan yang rusak dan bergelombang, dikarenakan jalanan tidak hanya dilalui oleh kendaraan umum saja, melainkan juga kendaraan besar seperti *truck* yang keluar masuk pabrik karet. Hal tersebutlah yang perlu diperhatikan mengingat jalan

merupakan akses utama yang sangat penting sebagai penghubung wisatawan menuju objek wisata, dan memberikan kenyamanan kepada wisatawan saat akan berkunjung, serta sebaiknya disediakan transportasi wisata khusus menuju objek wisata untuk mempermudah wisatawan saat akan berkunjung ke Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.

### **Pengaruh *Ancillary Service* Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bayt AL-Qur'an Al-Akbar**

Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t untuk *ancillary service* terhadap minat kunjung ulang diperoleh hasil  $t_{hitung} 0,763 < t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansinya sebesar  $0,447 > 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa *ancillary service* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Setyanto dan Pangestuti (2019) *ancillary service*/layanan tambahan adalah pelayanan tambahan disebut juga sebagai pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah pada suatu destinasi wisata, misalnya tersedianya jasa pemandu.

*Ancillary service* mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan, untuk menambah minat kunjung ulang

wisatawan perlu ditingkatkan lagi *ancillary service* di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar seperti pemandu wisata membirikan pelayanan yang lebih optimal kepada seluruh pengunjung dan dapat disediakan speaker di area/dalam objek wisata untuk menjelaskan mengenai objek agar semua wisatawan dapat menerima semua informasi mengenai objek wisata. Semakin baik daya tarik wisata yang diberikan maka semakin tinggi juga minat kunjung ulang wisatawan.

### **Pengaruh Yang Paling Dominan Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang.**

Atraksi merupakan variabel dominan dalam memberikan kontribusi terhadap minat kunjung ulang wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil nilai *beta* pada Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8 Hasil nilai *Beta*

Variabel Dependen	Nilai Beta	Signifikansi
Atraksi wisata	0,602	0,000
Amenitas	0,277	0,003
Aksesibilitas	-0,041	0,648
Ancillary Service/Layanan Tambahan	0,063	0,447

Sumber: Data olahan (2020)

Berdasarkan Tabel 4.18 diatas bahwa variabel atraksi wisata mempunyai nilai *beta* sebesar 0,602 lebih besar jika

dibandingkan dengan nilai *beta* variabel amenities, aksesibilitas dan *ancillary service*/layanan tambahan dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini berarti variabel atraksi wisata memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat kunjung wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.

Atraksi pada objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar tergolong sangat baik, yaitu menawarkan keindahan ukiran-ukiran ayat suci al-qur'an, beberapa spot foto menarik seperti salah satunya yaitu berfoto di pelaminan khas Sumatera Selatan dan juga mini bioskop yang menampilkan kisah-kisah nabi dan rasul kepada pengunjung, hal tersebutlah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung ke destinasi wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (t) dapat dijelaskan bahwa atraksi wisata dan amenities berpengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan, sedangkan amenities wisata dan *ancillary service* tidak berpengaruh. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (F) dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara atraksi wisata, amenities, aksesibilitas dan *ancillary service* secara

simultan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, serta atraksi wisata memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

## Saran

Saran yang diberikan guna mendukung peningkatan daya tarik wisata pada Kawasan objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar adalah kepada pihak pengelola kawasan Bayt Al-Qur'an Al-Akbar diharapkan untuk memberikan pelayanan yang optimal baik dari segi fasilitas, aksesibilitas hingga pelayanan secara langsung kepada wisatawan di kawasan objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meneliti variabel-variabel lain selain variabel yang diteliti, guna untuk mengetahui variabel lain apa saja yang mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basiya, R & R. H. A. (2012). Kualitas Daya tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. . *Jurnal Dinamika Kepariwisata*, Volume XI Nomor 2, p. 1-12. Universitas Stikubank. Semarang.
- Prasiasa, D. P. (2013). *Destinasi Pariwisata*. Jakarta. Salemba Humanika
- Riyanto, Sofyan. BSEE.,MBA. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta. Republika
- Setyanto, I., & E. P. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 72 No 1, 157-167.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Utama, I. B. (2016). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- Wikipedia. (2020). Online. *Sumatera Selatan*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatera\\_Selatan](https://id.wikipedia.org/wiki/Sumatera_Selatan) (Diakses Tanggal 01 Maret 2020).
- Wisnawa, I.B. Prayogi, P.A & Sutapa, I.K. (2019). *Menejemen Pemasaran Pariwisata : Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Dikawasan Pedesaan*. Yogyakarta : Budi Utama.