

**Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang**

***Analysis of the Influence of Tourist Attractions, and Ancillary Service on Revisiting Interest in Bukit Siguntang Tourism Objects***

**Suci Anggraini Ramadhani <sup>(1)</sup>, Heri Setiawan <sup>(2)</sup>, Rini <sup>(3)</sup>**

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

e-mail: [suciianggraini11@gmail.com](mailto:suciianggraini11@gmail.com)

---

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke objek wisata Bukit Siguntang yang berlokasi di Kota Palembang. Daya tarik wisata yang dikaji terdiri dari komponen atraksi, amenities, dan aksesibilitas wisata, serta ancillary service. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan sample sebanyak 99 responden yang merupakan pengunjung objek wisata tersebut. teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan metode sampling incidental. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi wisata dan ancillary service berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang, sedangkan amenities dan aksesibilitas wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Minat Kunjung Ulang

**Abstract**

*This study aims to determine and analyze the effect of tourist attraction on the interest of returning tourists to the Siguntang Hill tourist attraction located in Palembang City. The tourist attractions studied consist of components of attractions, amenities and tourist accessibility, as well as ancillary services. Data were collected using a questionnaire with a sample of 99 respondents who are visitors to the tourist attraction. The sampling technique used is nonprobability sampling with incidental sampling method. The results of this study indicate that tourist attractions and ancillary services have a significant effect on the interest in revisiting, while the amenities and accessibility of tourism have no effect.*

Keywords: Tourist Attraction, Revisiting Interest

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan.

Salah satu kota di Indonesia yang memiliki keanekaragaman daya tarik wisata yaitu kota Palembang. Kota Palembang merupakan ibu kota provinsi Sumatera Selatan yang terdiri dari 17 kabupaten. Palembang pernah menjadi tuan rumah dalam penyelenggaraan *event* baik berskala nasional maupun internasional. Palembang memiliki berbagai macam destinasi daya tarik wisata seperti daya tarik wisata alam, budaya, sejarah dan kuliner. Daya tarik wisata di kota Palembang dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1 Jenis Objek dan Daya Tarik Wisata Kota Palembang**

Jenis Objek Wisata	Objek Wisata
Wisata Alam	Sungai Musi, Taman Wisata Alam Pundi Kayu, Pulau Kemaro dan Bukit Siguntang
Wisata Budaya	Tenun Songket, Tari Gending Sriwijaya, Tari Tenun Songket, Tari Rodat Cempako, Tari Mejeng Besuko, Tari Madik (Nindai), Seni Dul Muluk dan Seni Bangsawan dan Wayang Kulit
Wisata Sejarah	Masjid Agung Palembang, Benteng Kuto Besak, Jembatan Ampera, Monumen Penderitaan Rakyat (Monpera), Museum Sultan Mahmud Badaruddin II dan Museum Balaputra Dewa
Wisata Kuliner	Kampung Pempek 26 Ilir, Pasar Kuto, Benteng Kuto Besak, dll.

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Palembang, 2020

Berdasarkan Tabel 1, bahwa kota Palembang memiliki objek dan daya tarik wisata yang sangat beranekaragam. Salah satu daya tarik wisata alam yang terkenal di kota Palembang yaitu Bukit Siguntang. Bukit Siguntang merupakan salah satu situs peninggalan kerajaan Sriwijaya dari abad 7-13. Objek wisata yang menyimpan cerita dan kisah dari kerajaan Sriwijaya, tempat yang dianggap suci dan penuh charisma sejak abad 14-17. Bukit Siguntang dikenal sebagai tempat beribadah umat Buddha dan juga tempat yang terdapat makam-makam para raja melayu-Sriwijaya yaitu Radja Sigentar Alam, Putri Kembang Dadar, Putri Rambut Selako, Pangeran Radja Batu Api, Panglima Bagus Kuning, Panglima Bagus Karang dan Panglima Tuan Djundjungan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Khairul selaku Kasi Bukit Siguntang pada tanggal 15 Maret 2020 bahwa Bukit Siguntang telah dilakukan renovasi selama lebih kurang 2 tahun, pada tahun 2016-2018. Jumlah kunjungan wisatawan ke Bukit Siguntang dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Bukit Siguntang Pada Tahun 2015-2019**

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan	Total
2015	14.120	14.120
2016	Renovasi	-
2017	Renovasi	-
2018	Renovasi	-
<b>2019</b>	<b>8.280</b>	<b>8.280</b>

Sumber: Bukit Siguntang, 2020

Berdasarkan Tabel 2, bahwa jumlah

kunjungan wisatawan ke Bukit Siguntang pada tahun 2015 sebesar 14,120 orang, pada tahun 2016-2018 dilakukan renovasi, dan pada tahun 2019 jumlah wisatawan ke Bukit Siguntang sebesar 8,280 orang.

Menurut Suwena (2017) mengatakan bahwa daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: (1) *Attraction* (atraksi) seperti makam-makam para raja, pemandangan yang indah dan galeri Bukit Siguntang. (2) *Amenities* (amenitas) seperti toilet, mushola umum, fasilitas makan dan minum, gazebo, tempat sampah dan papan informasi. (3) *Accessibility* (aksesibilitas) seperti transportasi darat, laut dan udara. (4) *Ancillary service*, seperti pemandu wisata, pusat informasi, listrik, dll.

Menurut penelitian Ma'rifatun (2018) menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Semakin baik daya tarik wisata yang diberikan, maka semakin tinggi minat untuk mengunjungi ulang ke tempat tersebut. Minat berkunjung ulang merupakan keinginan yang kuat untuk membeli Kembali.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara kepada salah satu pengunjung Bukit Siguntang pada tanggal 15 Maret 2020, ternyata masih ditemukan beberapa masalah mengenai kurangnya daya tarik wisata yang ada di Bukit Siguntang, kurangnya took cindaramata, tempat makan dan minum yang memadai, gazebo yang kurang memadai, kurangnya petunjuk jalan, keterangan sejarah dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat kunjung

ulang wisatawan ke Bukit Siguntang.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar daya tarik wisata mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan ke Bukit Siguntang, dengan judul "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bukit Siguntang".

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pariwisata**

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas layanan yang disediakan baik oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

### **Daya Tarik Wisata**

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan dan nilai yang berupa keanekaragaman, kekayaan alam, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut Swena (2017) komponen daya tarik wisata ada empat, yaitu:

1. Atraksi wisata
2. Amenitas wisata, merupakan fasilitas sarana dan prasarana yang diperlukan wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata, seperti penginapan, rumah makan, toilet, *souvenir shop*, tempat parkir, dll.
3. Aksesibilitas, merupakan hal yang mampu memberikan kemudahan kepada wisatawan

untuk bergerak dari tempat satu ke tempat yang lain, seperti *airport*, pelabuhan dan segala macam jasa transportasi lainnya.

4. *Ancillary service*, merupakan suatu pelayanan untuk melengkapi amenities dan aksesibilitas yang harus disediakan untuk wisatawan maupun pelaku pariwisata, seperti pemandu wisata, jalan raya, dll

### **Minat Kunjung Ulang**

Menurut Suryani (2017) menyatakan bahwa minat kunjung ulang adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke objek wisata yang pernah dikunjungi.

Menurut Mingfang dan Hanyu (2014) indikator dari minat kunjung ulang ada 3, yaitu:

1. Reputasi baik dimata pengunjung
2. Citra (image)
3. Minat berkunjung kembali

### **Destinasi Pariwisata**

Menurut Sayangbatti dan Baiquni (2013) menyatakan destinasi pariwisata adalah suatu tempat yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang didalamnya terdapat unsur daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas serta masyarakat yang seling terkait untuk mewujudkan kegiatan kepariwisataan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif.

Menurut Sugiyono (2017:147) menyatakan bahwa analisis deskriptif merupakan analisis yang dilakukan dengan mendeskripsikan atau memaparkan data. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan informasi yang dapat digali dari data secara *komprehensif* dengan cara mendeskripsikan data.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di objek wisata Bukit Siguntang yang berlokasi di Jalan Sri Jaya Negara, Kelurahan Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang.

### **Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis dan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diolah sendiri dan dikumpulkan langsung dari objeknya seperti wawancara dan kuesioner. 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 Bukit Siguntang. (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
Daya Tarik Wisata (X) Suwena (2017)	Atraksi Wisata	1. Keindahan dan keunikan alam bukit siguntang
		2. Peninggalan bangunan bersejarah
		3. Atraksi buatan (galeri bukit siguntang)
	Amenitas (fasilitas wisata)	4. Fasilitas makan dan minuman
		5. Fasilitas Mushola
		6. Fasilitas papan informasi
		7. Fasilitas toilet yang bersih
		8. Fasilitas parkir
		9. Fasilitas gazebo
		10. Fasilitas tempat sampah
	Aksesibilitas wisata	11. Tersedianya sarana transportasi umum
		12. Kemudahan untuk menjangkau destinasi
		13. Kondisi jalan
		14. Tersedianya papan informasi di kawasan wisata
		15. Informasi menuju lokasi
Ancillary service	16. Tersedianya pos keamanan	
	17. Tersedianya pemandu wisata	
	18. Tersedianya pusat informasi	
	19. Petugas yang ramah	
	20. Tersedianya ATM	
Minat Berkunjung Ulang (Y) Zhu Mingfang dan Zhong Hanvu (2014)		21. Reputasi baik di mata pengunjung.
		22. Citra ( <i>image</i> ) Kesan kualitas
		23. Minat berkunjung kembali

Sumber: Studi Kepustakaan, 2020

## Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung dari Bukit Siguntang Palembang. Jumlah pengunjung ke Bukit Siguntang pada tahun 2019 sebesar 8280 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. Slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi.

Nilai toleransi dinyatakan dalam presentase sebesar 10%, jumlah sampel yang diperoleh sebesar 98,9 responden dibulatkan menjadi 99 responden.

## Analisis Data

Teknik analisis data dalam 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

### Pengujian Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 99 responden dengan taraf signifikan sebesar 5%. Apabila nilai r hitung lebih besar 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 Wisata (X)	0,771	Reliabel, Kuat
	0,849	Reliabel, Sangat Kuat
	0,823	Reliabel, Sangat Kuat
Minat Berkunjung Ulang (Y)	0,892	Reliabel, Sangat Kuat
	0,885	Reliabel, Sangat Kuat

Sumber: Data primer diolah, 2020

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,600. Hasil uji reliabilitas 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 digunakan sebagai alat ukur penelitian.

### Uji Hipotesis

Tabel 5 Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.892	.970		-1.950	.054
	Atraksi Wisata	.369	.102	.294	3.616	.000
	Amenitas Wisata	.061	.071	.103	.862	.391
	Aksesibilitas Wisata	.077	.064	.097	1.205	.231
	Ancillary Service	.300	.064	.458	4.702	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Sumber: Data Olahan, 2020

### Uji Parsial (t)

Uji t dilakukan dengan 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  $t_{hitung} 3,616 > t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  dan *ancillary service* diperoleh hasil  $t_{hitung} 4,702 > t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , artinya atraksi wisata dan *ancillary service*

berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

2. Amenitas diperoleh hasil  $t_{hitung} 0,862 < t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,391 > 0,05$  dan aksesibilitas diperoleh hasil  $t_{hitung} 1,205 < t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,231 > 0,05$ , artinya amenitas dan aksesibilitas tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

### Uji Simultan (F)

Tabel 6 Uji Simultan ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	618.534	4	154.633	55.056	.000 <sup>b</sup>
Residual	264.012	94	2.809		
Total	882.545	98			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

b. Predictors: (Constant), Ancillary Service, Atraksi Wisata, Aksesibilitas Wisata, Amenitas Wisata

Sumber: Data Olahan, 2020

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ . Pengujian ini menggunakan taraf signifikan 5% dengan  $df(1) = 4$  dan  $df(2) = 94$  yaitu 2,47. Berdasarkan Tabel Anova diperoleh hasil  $F_{hitung} 55,056 > F_{tabel} 2,47$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang 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	.837 <sup>a</sup>	.701	.688	1.676

a. Predictors: (Constant), Ancillary Service, Atraksi Wisata, Aksesibilitas Wisata, Amenitas Wisata

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai R square yang menunjukkan pengaruh langsung X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y sebesar 0,701 sedangkan 29,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain selain variabel yang diteliti.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bukit Siguntang

Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t untuk atraksi wisata terhadap minat kunjung ulang diperoleh hasil  $t_{hitung} 3,616 > t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Menurut Suwena (2017) menyatakan bahwa atraksi wisata merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Ada 3 modal atraksi untuk menarik wisatawan yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik minat khusus.

Atraksi wisata mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan, untuk meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan, atraksi wisata harus diperhatikan lagi mengenai kondisi peninggalan bangunan bersejarah untuk selalu dijaga kebersihannya, perlu ditambahkan atraksi wisata dengan konsep *instagrammable*, seperti ayunan bertingkat yang terbuat dari kain agar dapat digunakan sebagai spot foto, menambahkan *landmark* yang populer seperti monas, patung liberty, menara eiffel, menara pisa dan lain sebagainya, karena semakin baik suatu daya tarik wisata maka semakin tinggi minat kunjung ulang wisatawan.

### Pengaruh Amenitas Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bukit Siguntang

Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t untuk amenities wisata terhadap minat kunjung ulang diperoleh hasil  $t_{hitung} 0,862 < t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansinya sebesar  $0,391 > 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa amenities wisata tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Setyanto & Pangestuti (2019) menyatakan bahwa amenities merupakan segala fasilitas yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata disuatu objek wisata, seperti fasilitas makan dan minum, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan lain sebagainya.

Fasilitas wisata memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan sehingga dapat memberikan dampak kepada minat kunjung ulang wisatawan.

Amenitas wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan, hal ini dikarenakan fasilitas di Bukit Siguntang seperti musholla masih belum terjaga kebersihannya dan tidak ada nya fasilitas toko souvenir di kawasan objek wisata Bukit Siguntang. Untuk meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan perlu ditingkatkan lagi kebersihan musholla serta ditambahkan toko souvenir dikawasan objek wisata Bukit Siguntang, karena semakin suatu daya tarik wisata maka semakin tinggi minat kunjung ulang wisatawan.

### **Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bukit Siguntang**

Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t untuk aksesibilitas wisata terhadap minat kunjung ulang diperoleh hasil  $t_{hitung} 1,205 < t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansinya sebesar  $0,231 > 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa aksesibilitas tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Menurut Rossadi & Widayati (2018) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah suatu alat yang digunakan untuk memberikan kemudahan kepada para wisatawan yang akan

melakukan perjalanan wisata, didukung dengan berbagai kemajuan teknologi, berbagai macam alat transportasi yang sudah tersedia berbagai macam jenisnya dan menjadi salah satu pendukung dan pendorong kemajuan pariwisata.

Aksesibilitas wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan, hal tersebut dikarenakan aksesibilitas wisata seperti rambu-rambu lalu lintas untuk menuju ke Bukit Siguntang masih kurang jelas sehingga dapat memperlambat waktu tiba wisatawan menuju ke Bukit Siguntang. Untuk meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan perlu ditingkatkan lagi mengenai papan petunjuk jalan menuju Bukit Siguntang agar tidak membuat para wisatawan tersesat dan memperlambat waktu tiba wisatawan. Semakin baik daya tarik wisata yang diberikan maka semakin tinggi minat kunjung ulang wisatawan ke Bukit Siguntang

### **Pengaruh Ancillary Service Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bukit Siguntang**

Berdasarkan hasil perhitungan melalui uji t untuk *ancillary service* terhadap minat kunjung ulang diperoleh hasil  $t_{hitung} 4,702 > t_{tabel} 1,985$  dan tingkat signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa *ancillary service* berpengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan.

Setyanto & Pangestuti (2019) menyatakan bahwa *ancillary service* merupakan fasilitas umum yang digunakan sebagai fasilitas wisata seperti bank, rumah sakit, telekomunikasi dan

lain sebagainya, *ancillary service* melengkapi amenities dan aksesibilitas.

*Ancillary service* mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan, untuk meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan perlu ditingkatkan lagi *ancillary service* di Bukit Siguntang seperti ATM di sekitar kawasan objek wisata sehingga dapat memberikan kemudahan kepada para wisatawan untuk mengambil uang di kawasan objek wisata. Semakin baik daya tarik wisata yang diberikan maka semakin tinggi juga minat kunjung ulang wisatawan.

### **Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, Aksesibilitas dan *Ancillary Service* Terhadap Minat Kunjung Ulang ke Bukit Siguntang**

Berdasarkan uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  55,056 >  $F_{tabel}$  2,47 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara atraksi wisata, amenities wisata, aksesibilitas wisata dan *ancillary service* secara simultan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh dari nilai R sebesar 0,837 yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara atraksi wisata, amenities wisata, aksesibilitas wisata dan *ancillary service* terhadap minat berkunjung ulang wisatawan.

Menurut Suwena (2017) menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan komponen wisata yang signifikan dalam menarik wisatawan. Ada 3 modal atraksi untuk menarik wisatawan yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik minat khusus.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yamco (2019) yang menyatakan bahwa *attraction, amenities, accessibilities, ancillary service* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan ke Goa Hawang. Hal ini juga dibuktikan bahwa atraksi wisata, amenities wisata, aksesibilitas wisata dan *ancillary service* yang sudah tersedia dalam keadaan baik sehingga membuat wisatawan ingin berkunjung kembali ke Bukit Siguntang. Namun, perlu disediakan lagi fasilitas yang belum ada di Bukit Siguntang dan kualitas fasilitas yang telah tersedia lebih ditingkatkan lagi agar dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ulang ke Bukit Siguntang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

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

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

### **Saran**

Saran yang diberikan guna mendukung peningkatan daya tarik wisata pada Kawasan objek wisata Bukit Siguntang adalah kepada pihak pengelola kawasan Bukit Siguntang diharapkan untuk selalu menjaga kebersihan dan perawatan peninggalan bangunan bersejarah, menjaga kebersihan musholla, menambah fasilitas petunjuk jalan menuju Bukit Siguntang dan toko *souvenir* di kawasan objek wisata Bukit Siguntang. 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**

- Irawan, A. (2017). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Ma'rifatun, S. (2018). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*

*Pemasaran*, 11-9.

- Rossadi, L. N., & E. W. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Yogyakarta. *Journal Of Tourism and Economic*, Volume 1 No 2, 109-116.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat
- Sayangabatti, D. P., & M. B. (2013). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, Volume 5 Nomor 2, 126-136.
- Setyanto, I., & E. P. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 71 No 1, 157-167.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, D. D. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Pulau Pahawang Lampung. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Suwena, I., & Widyatmaja, I. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Utama, I. B. (2016). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Yamco, M. M. (2019). Pengaruh Komponen Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Maluku Tenggara. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

