

Pengaruh *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Destinasi Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung

Sephia Lintang*, Widji Astuti, Rulli Krisnanda

Program Diploma Kepariwisata Universitas Merdeka Malang
Jalan Bandung No 1, 65113, Indonesia

Widji.astuti@unmer.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima:
Disetujui:

Kata Kunci

Attraction;
Accessibility;
Amenity;
Ancillary;
Minat Berkunjung
Wisatawan;

Corresponding Author

Widji.astuti@unmer.ac.id

ABSTRAK

Jawa Timur memiliki banyak tempat tujuan wisata yang memiliki potensi besar salah satunya wisata pantai. Salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan di Kabupten Tulungagung ialah Wisata Pantai Gemah. Penelitian ini menguji pengaruh *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Destinasi Wisata Pantai Gemah terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. Populasi penelitian adalah wisatawan yang telah berkunjung ke Wisata Pantai Gemah Tulungagung dengan sampel sejumlah 100 responden. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *attraction* dan *ancillary* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan, sedangkan *accessibility* dan *amenity* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan. Keempat variabel bebas memiliki pengaruh simultan terhadap minat berkunjung wisatawan, dan pada pengujian hipotesis diketahui bahwa *attraction* merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke wisata pantai gemah Tulungagung. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ketika wisatawan berminat untuk mengunjungi wisata gemah Tulungagung yang paling diinginkan adalah melihat dan menikmati atraksi wisata yang ada di wisata pantai tersebut.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata semakin besar pengaruh dan perkembangannya terhadap perekonomian global saat ini. *United Nation of World Tourism Organization* (UNWTO) menetapkan industri pariwisata sebagai industri terbesar keempat (setelah *fuels, chemicals, dan automotive products*). Banyak negara-negara di dunia yang fokus pada pengembangan pariwisata sejak beberapa tahun terakhir ini, termasuk Indonesia. Indonesia mempunyai kekayaan alam dan budaya yang merupakan komponen penting dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Salah satu dampak positif dari pengembangan pariwisata di Indonesia adalah meningkatkan pendapatan devisa.

Kabupaten Tulungagung memiliki banyak destinasi wisata, mulai dari objek wisata religi, objek wisata alam, dan objek wisata budaya. Upaya pengembangan pariwisata dilakukan pemerintah kabupaten Tulungagung sebagai suatu tindakan yang didasarkan atas hak dan wewenang daerah sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang telah ditetapkan. Dilihat dari sisi produk wisata di Kabupaten Tulungagung memiliki banyak potensi, diantaranya terdiri dari potensi religi, alam dan budaya. Sebagai suatu daerah tujuan wisata yang sedang dalam perkembangan, keindahan alam dan wisata pantai kabupaten Tulungagung seharusnya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai objek pariwisata yang dapat menarik wisatawan untuk membelanjakan uang mereka pada objek pariwisata

yang dikunjungi. Wisata Pantai Gemah berlokasi di Desa Keboireng Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. Wisata Pantai Gemah yang berada di wilayah pesisir selatan Tulungagung, menjadikan suasana di Wisata Pantai Gemah ramai ketika hari libur. Destinasi wisata menjadi suatu objek wisata memerlukan atraksi, kemudahan, fasilitas, dan sarana (Cooper 2005) berbagai kajian pengaruh destinasi wisata terhadap minat berkunjung kembali telah dilakukan. Utari (2022) Nurbaeti (2021) yang menunjukkan bahwa atraksi dan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali baik secara parsial maupun simultan. Sedangkan pada kajian Iklima (2022) yang mengkaji destinasi wisata Religi Gus Dur di Kabupaten Jombang memberikan hasil atraksi, kemudahan, fasilitas dan sarana secara simultan berpengaruh terhadap secara parsial kemudahan dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Hasil menjadi ruang untuk mengkaji kemudahan pengaruh atraksi, kemudahan fasilitas dan sarana terhadap minat berkunjung kembali.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata merupakan seluruh kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan yang dilengkapi dengan fasilitas dan infrastruktur pendukung yang disediakan oleh *stakeholders* pariwisata (Anibal MJ N'dami et al., 2021). Namun unsur yang paling utama dalam suatu pengembangan kepariwisataan adalah unsur daya tarik wisata. Destinasi Wisata dijelaskan dari oleh sebagai suatu bentuk dan fasilitas yang saling berhubungan dan menjadi alasan/sebab wisatawan mengunjungi suatu daerah atau tempat tertentu, saat ini destinasi wisata dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu: destinasi wisata berbasis alam atau lingkungan (ekowisata), destinasi wisata berbasis social budaya dan destinasi wisata minat khusus (*Special Interest*) (Saway et al., 2021).

Daya Tarik Wisata Menurut Cooper (2005) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu : attraction, accessibility, amenity dan ancilliary.

Attraction (Atraksi)

Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Atraksi wisata adalah modal atau sumber kepariwisataan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga, yaitu a) *Natural Resources* (alami), b) Atraksi wisata budaya, dan c) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Modal kepariwisataan itu dapat dikembangkan menjadi atraksi ditempat dimana modal tersebut ditemukan. Ada modal kepariwisataan yang dapat dikembangkan sehingga dapat menahan wisatawan selama berhari-hari dan dapat berkali-kali dinikmati, atau bahkan pada kesempatan lain wisatawan bisa berkunjung ketempat yang sama.

Indikator atraksi wisata menurut Maryani, 2017 ada beberapa indikator atraksi wisata yaitu:

- a. Daya tarik yang dapat disaksikan (what to see) Hal ini mengisyaratkan bahwa daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata.
- b. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (what to do) Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat wisata dapat menyaksikan sesuatu yang menarik.
- c. Sesuatu yang dapat dibeli (what to buy) Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata meskipun menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja.

Accessibility (Aksesibilitas)

Merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Di sisi lain akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi. Saat ini aksesibilitas tidak hanya transportasi tetapi juga jaringan internet di era informasi.

Indikator amenitas menurut Cooper dkk (1995) dalam Setyanto dan Pangestuti (2019) :

- d. Tersedia lahan parkir Adanya lahan parkir yang dapat menampung kendaraan wisatawan yang berkunjung.
- e. Tersedia tempat sampah Adanya tempat sampah yang layak, bersih untuk digunakan di area wisata.
- f. Tersedia tempat makan dan minum Tersedia tempat makan dan minum untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata.
- g. Tersedia Musholla Tersedia Musholla di kawasan wisata yang dapat digunakan wisatawan untuk beribadah.
- h. Tersedia Toilet. Adanya toilet yang bersih, baik, layak dan dapat digunakan wisatawan saat berada di kawasan wisata.

Amenities (Fasilitas)

Amenities atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasana yang diperlakukan oleh wisatawan selama berada didaerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti : penginapan,rumah makan,transportasi dan agen perjalanan. Adapun saatnya prasarana dibangun bersama-sama dalam rangka pembangunan sarana wisata. Suatu tempat atau daerah dapat berkembang sebagai daerah tujuan wisata apabila aksesibilitasnya baik. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana. Prasarana merupakan syarat untuk sarana, dan sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan prasarana.

Indikator amenitas menurut Cooper (1995) dalam Setyanto dan Pangestuti (2019)

- i. Tersedia lahan parkir Adanya lahan parkir yang dapat menampung kendaraan wisatawan yang berkunjung.
- j. Tersedia tempat sampah Adanya tempat sampah yang layak, bersih untuk digunakan di area wisata.
- k. Tersedia tempat makan dan minum Tersedia tempat makan dan minum untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata.
- l. Tersedia Musholla Tersedia Musholla di kawasan wisata yang dapat digunakan wisatawan untuk beribadah.
- m. Tersedia Toilet. Adanya toilet yang bersih, baik, layak dan dapat digunakan wisatawan saat berada di kawasan wisata.

Ancillary Service (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya,rel kereta,air minum,listrik ,telepon,dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan segala perundang-undangan baik dijalan raya maupun diobjek wisata *Ancilliary* juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan,*Tourist Information, travel agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

Indikator Anselarimenurut Setyanto dan Pangestuti (2019) meliputi:

- n. Tersedia pusat informasi Pusat informasi yang disediakan untuk wisatawan guna mempermudah wisatawan mendapatkan informasi.
- o. Adanya pos keamanan Pos keamanan yang disediakan oleh pengelola untuk menjamin keamanan wisatawan yang berkunjung.
- p. Keramahan petugas yang diberikan kepada wisatan yang berkunjung.

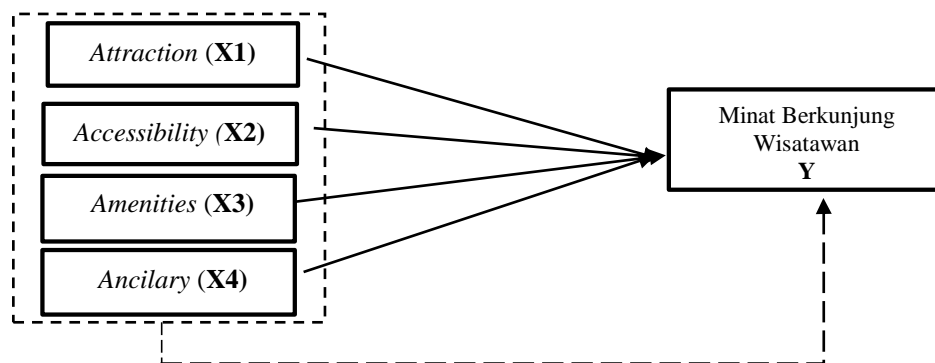
Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung (Kotler dan Keller ,2013) adalah tindakan wisatawan dalam memilih berkunjung pada suatu tempat. Sedangkan minat berkunjung ulang adalah tindakan wisatawan dalam memilih dan memutuskan berkunjung ke suatu tempat berdasarkan pada pengalaman kunjungan sebelumnya.

Indikator minat kunjung ulang menurut Zhu Mingfang dan Zhung Hanyu (2014) yaitu:

- q. Reputasi baik di mata pengunjung Pencitraan baik wisatawan terhadap sebuah destinasi wisata yang telah mereka kunjungi dengan berbagai faktoryang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali
- r. Citra (image) kesan kualitas Kesan seseorang terhadap suatu destinasi yang mengandung keyakinan, kesan, dan presepsi.
- s. Minat berkunjung ulang Pengunjung ingin melakukan kunjungan ulang pada suatu pada destinasi wisata setelah pernah merasakan pengalaman destinasi tersebut.

Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1: Kerangka konseptual Penelitian
Sumber: Berbagai artikel, diolah (2021)

Hipotesis

1. Diduga *attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Pantai Gemah
2. Diduga *accessibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Pantai Gemah
3. Diduga *amenity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Pantai Gemah
4. Diduga *ancillary* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Pantai Gemah
5. Diduga *attraction, accessibility, amenity, ancillary* berpengaruh simultan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Pantai Gemah

Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 1: Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti, Judul, Tahun | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|
| 1. | Dita dan Zaini, Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Gemah Tulungagung, (2022). | Variabel Aksesibilitas secara Minat Terhadap Minat Kunjungan Kunjungan Ulang parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Variabel Amenitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. Variabel Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Gemah Tulungagung. |
| 2. | Ramadhani et al, Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan <i>Ancillary Service</i> terhadap Minat Kunjungan Ulang pada Objek Wisata Pantai Gemah Tulungagung, (2021) | Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (t) dapat dijelaskan bahwa atraksi wisata dan ancillary service berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, sedangkan amenitas 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 <i>ancillary service</i> secara simultan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. |
| 3. | Alfitriani, Pengaruh Komponen 4A terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Destinasi Wisata Pantai Gemah Tulungagung, (2021) | Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (t) dapat dijelaskan bahwa atraksi wisata dan <i>ancillary service</i> berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, sedangkan amenitas 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 <i>ancillary service</i> secara simultan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. |
| 4. | Ningtyas et al, Analisis Pengaruh <i>Attraction</i> , <i>Accessibility</i> , <i>Amenity</i> , <i>Ancillary</i> terhadap Minat Berkunjung | Accessibility, Ancillary tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung melalui Loyalitas Wisatawan. Dengan kesimpulan bahwa <i>Attractionion</i> , <i>Amenity</i> , <i>Acsesibility</i> , dan <i>Ancillary</i> tidak sepenuhnya memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata |

Sumber: Berbagai Artikel, diolah 2024

METODE

Penelitian ini berfokus pada kajian tentang manajemen kepariwisataan khususnya yang berhubungan dengan *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*, dan minat berkunjung wisatawan. Penelitian ini merupakan *explanatory research*, dengan lokasi penelitian dilakukan di destinasi Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang atau masyarakat yang akan berkunjung ke destinasi Wisata Pantai Geman Tulungagung. Adapun sampel penelitian, karena populasi tidak diketahui maka peneliti menggunakan teori Cochran. (Cochran, 2010) mengatakan bahwa apabila populasi tidak diketahui maka, jumlah sampel sama dengan nilai standart yang diperoleh dari table distribusi dengan simpangan nilai 5% dengan nilai 1.96 dengan nilai proporsi tidak diketahui maka perkiraan proporsi sebesar 50% (0,5) dan tingkat kesalahan sampel 10% (0.1) dari tingkat kepercayaan 90% dari perhitungan. Pada penelitian $n = (1.962 \times 0.5 \times (1 - 0.5)) : 0.1^2$, maka sampel penelitian berjumlah 96 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Tabel Definisi Operasional Variabel

Tabel 2: Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Sumber |
|--------------------|---|---|------------------------------|
| Atraksi (X1) | Atraksi merupakan faktor penting yang menarik wisatawan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik yang dapat disaksikan (<i>something to see</i>) 2. Aktivitas Wisata yang dapat dilakukan (<i>something to do</i>) 3. Sesuatu yang dapat dibeli (<i>somethingt to Buy</i>) | Maryani Ningsih, (2020) |
| Amenitas (X2) | Amenitas adalah segala jenis lembaga penunjang yang dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan dengan memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas. 2. Kondisi dan fungsi fasilitas. 3. Kemudahan menggunakan fasilitas. | Sunaryo dalam Windi (2022) |
| Aksesibilitas (X3) | aksesibilitas adalah kemudahan akses, sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi seperti jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu petunjuk jalan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan Mencapai 2. Kenyamanan 3. Keamanan 4. Kelancaran | Sunaryo dalam Ningsih (2020) |
| Anselari (X4) | anselari adalah segala bentuk fasilitas umum yang dapat digunakan sebagai fasilitas wisata sehingga dapat membeikan kemudahan dan kenyamanan bagi wisawatan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran 2. Pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, listrik, telepon, dan lain-lain) 3. Serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan segala macam peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata. 4. Lembaga pengelolaan 5. Tourist information 6. Travel agent dan stakeholder yang berperan dalam kepariwisataan | Setiawan (2015) |

Sumber : Data Primer 2024, diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 100 responden, mengisi kuesioner penelitian ini secara online melalui *google form*. Hasil dari analisis Regresi Linier Berganda dan hipotesis yang diperoleh menggunakan software SPSS adalah sebagai berikut:

Hasil

Tabel 3: Karakteristik Responden

| No | Usia | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|---------------|-----------|----------------|
| 1 | 17 – 22 Tahun | 48 | 48,0 |
| 2 | 23 – 28 Tahun | 23 | 23,0 |
| 3 | 29 – 34 Tahun | 14 | 14,0 |
| 4 | 35 – 40 Tahun | 10 | 10,0 |
| 5 | > 40 Tahun | 5 | 5,0 |
| Total | | 100 | 100,0 |

| No | Kota Asal | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|-----------------|-----------|----------------|
| 1 | Jawa Timur | 54 | 54,0 |
| 2 | Luar Jawa Timur | 46 | 46,0 |
| Total | | 100 | 100,0 |

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel | B |
|--------------------|-------|
| A | 1.874 |
| Atraksi (X1) | 0,197 |
| Amenitas (X2) | 0,561 |
| Aksesibilitas (X3) | 0,163 |
| Anselari (X4) | 0,241 |

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Adapun persamaan regresi linier dirumuskan dengan:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + e$$
$$Y = 1,874 + 0,197X_1 + 0,561X_2 + 0,163X_3 + 0,241X_4 + e$$

Berikut interpretasi dari persamaan regresi linear berganda:

Nilai konstanta sebesar 1,874, menyatakan bahwa jika variabel bebas yaitu Atraksi (X1), Amenitas (X2), Aksesibilitas (X3), dan Anselari (X4) dalam kondisi konstan atau tetap, maka variabel Minat Kunjung Ulang Wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 1,874. Koefisien regresi variabel Atraksi (X1) sebesar 0,197 bernilai positif

menyatakan pengaruh yang positif dari variabel atraksi terhadap minat kunjung ulang wisatawan, maka jika atraksi semakin ditingkatkan maka wisatawan akan memutuskan berkunjung ulang ke Pantai Gemah Tulungagung. Koefisien regresi variabel Amenitas (X2) sebesar 0,561 bernilai positif menyatakan pengaruh yang positif dari variabel amenitas terhadap minat kunjung ulang wisatawan, maka jika amenitas semakin di tingkatkan maka wisatawan akan memutuskan berkunjung ulang ke Pantai Gemah Tulungagung. Koefisien regresi variabel Aksesibilitas (X3) sebesar 0,163 bernilai positif menyatakan pengaruh yang positif dari variabel aksesibilitas terhadap minat kunjung ulang wisatawan, maka jika aksesibilitas semakin di tingkatkan maka wisatawan akan memutuskan berkunjung ulang ke Pantai Gemah Tulungagung. Koefisien regresi variabel Anselari (X4) sebesar 0,241 bernilai positif menyatakan pengaruh yang positif dari variabel Anselari terhadap minat kunjung ulang wisatawan, maka jika Anselari semakin ditingkatkan maka wisatawan akan memutuskan berkunjung ulang ke Pantai Gemah Tulungagung.

Pembahasan

1. Pengaruh Atraksi terhadap Minat Kunjung Ulang wisatawan Pantai Gemah Tulungagung.

Hasil uji t menyatakan bahwa Thitung sebesar 2,047 dan nilai signifikan $<$ batas signifikan ($0,043 < 0,05$) menunjukkan bahwa variabel Atraksi (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan (Y). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ramadhani et al (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Pantai Gemah Tulungagung”. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya atraksi yang ada di Pantai Gemah Tulungagung maka akan semakin tinggi minat kunjung ulang wisatawan.

Minat wisatawan yang dimaksud antara lain dicirikan oleh: para wisatawan dapat melihat panorama khas pantai yang luas dengan pasir yang coklat, melihat panorama pegunungan karena jalan sekitar pantai dikelilingi oleh pegunungan hijau, dan dapat menikmati panorama JLS (Jalur Lintas Selatan) sebelum akhirnya sampai ke Pantai Gemah Tulungagung. adanya atraksi pendukung yang berhubungan langsung dengan alam (Bumi Perkemahan, motor ATV, Trail Pantai, Perahu wisata, Banana Boat, *Flying Fox*), adanya toko cendera mata, masih terdapat event-event budaya yang masih dilaksanakan seperti pada tanggal 1 Suro masyarakat masih melakukan ritual larung sesajen dilaut lepas, digunakan acara bersih desa, dan ketika upacara pernikahan masyarakat masih menggunakan adat istiadat pernikahan jawa yang dapat mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan.

2. Pengaruh Amenitas terhadap Minat Kunjung Ulang wisatawan Pantai Gemah Tulungagung.

Hasil uji t (uji parsial) menyatakan bahwa Thitung sebesar 3,922 dan nilai signifikan $<$ batas signifikan ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa variabel Amenitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan (Y). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dita dan Zaini (2022) dengan judul “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Gemah Tulungagung”. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin baik amenitas yang ada di Pantai Gemah Tulungagung maka akan semakin tinggi minat kunjung ulang wisatawan. Amenitas

yang dimaksud antara lain: tersedianya lahan parkir, untuk kondisi area parkir sudah cukup memadai dan luas sehingga dapat menampung segala jenis kendaraan.

Tersedianya tempat sampah, tersedianya warung makan dan minum, tersedianya musholla, dan tersedianya toilet, penginapan di sekitar Pantai Gemah Tulungagung.

3. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Kunjung Ulang wisatawan Pantai Gemah Tulungagung.

Hasil uji t (uji parsial) menyatakan bahwa T_{hitung} sebesar 2,411 dan nilai signifikan $>$ batas signifikan ($0,018 > 0,05$) menunjukkan bahwa variabel

Aksesibilitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan (Y). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dita dan Zaini (2022) dengan judul “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Gemah Tulungagung”. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya aksesibilitas yang ada di Pantai Gemah Tulungagung semakin meningkatnya minat kunjung ulang wisatawan. Aksesibilitas yang dimaksud antara lain dicirikan oleh: Pantai Gemah berjarak kurang lebih 35 Km dari pusat pemerintahan Kabupaten Tulungagung, kondisi jalan menuju objek wisata Pantai Gemah Tulungagung sudah beraspal dengan kondisi baik dan dapat dilalui semua jenis kendaraan, hal tersebut dikarenakan jalan menuju Pantai Gemah Tulungagung merupakan JLS (Jalur Lintas Selatan) sehingga secara tidak langsung semua jenis kendaraan dapat digunakan untuk menuju Pantai Gemah Tulungagung, tersedianya papan informasi di kawasan wisata seperti jika wisatawan ingin mengunjungi wisata lainnya ada petunjuk arah berapa km menuju Pantai lainnya seperti Pantai Bayem, Pantai Klatak, Pantai Midodaren, Pantai Popoh, dan informasi menuju lokasi. Hal tersebut menjadikan minat kunjung ulang wisatawan ke Pantai Gemah Tulungagung semakin meningkat.

4. Pengaruh Anselari terhadap Minat Kunjung Ulang wisatawan Pantai Gemah Tulungagung.

Hasil uji t (uji parsial) menyatakan bahwa T_{hitung} sebesar 2,015 dan nilai signifikan $>$ batas signifikan ($0,047 > 0,05$) menunjukkan bahwa variabel Anselari (X_4) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan (Y). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ramadhani et al (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjungan Ulang pada Objek Wisata Pantai Gemah Tulungagung”. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin baik anselari yang ada di Pantai Gemah Tulungagung maka akan semakin tinggi minat kunjung ulang wisatawan. Anselari yang dimaksud antara lain dicirikan oleh: Kantor tourist information system atau kantor informasi untuk wisatawan sudah tersedia, pos keamanan juga sudah terbagi menjadi 3 wilayah di sekitar Pantai Gemah Tulungagung, dimana menjelang liburan posko keamanan diisi dengan petugas-petugas yang bersertifikat. Di Pantai Gemah Tulungagung belum ada klinik atau pos kesehatan hanya tersedia kotak P3K di pos informasi.

5. Pengaruh Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas dan Anselari terhadap Minat Kunjung Ulang wisatawan Pantai Gemah Tulungagung.

Hasil olah data penelitian menunjukkan variabel Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, dan Anselari dari hasil F_{hitung} sebesar 33,331 dan nilai signifikan $<$ batas signifikan ($0,000 < 0,05$). Sehingga dari hasil uji F penelitian ini dapat diartikan Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, dan Anselari berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alfitriani, Pengaruh Komponen 4A terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Destinasi Wisata Pantai Gemah Tulungagung, (2021), dimana hasil penelitiannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas dan anselari secara simultan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin menarik dan beragamnya atraksi, semakin baik amenitas,

semakin baik aksesibilitas dan semakin baik anselari yang ada di Pantai Gemah Tulungagung maka akan semakin tinggi minat kunjung ulang wisatawan.

Pada Pantai Gemah menyajikan daya tarik yang memiliki ciri khas yaitu batu karang yang indah, pasir pantai yang eksotis, dan hutan cemara yang lebat sehingga panorama yang memukau bagi wisatawannya, terdapat beberapa wahana seperti *Flying Fox*, *Banana Boat*, Motor ATV, Trail Pantai, Perahu wisata. Selain itu Pantai Gemah Tulungagung juga menyediakan Bumi Perkemahan bagi wisatawan yang ketika berkunjung ke Pantai Gemah Tulungagung ingin *camping*. Di Pantai Gemah dilengkapi dengan lahan parkir yang luas dan cukup memadai, toilet dan musholla yang memadai, dimana kebersihannya cukup terjaga. Tersedia toko cendera mata, warung yang menyediakan berbagai kuliner serta terdapat penginapan yang keberadaannya tidak jauh dari Pantai Gemah Tulungagung. Untuk rute menuju lokasi sangatlah mudah dijangkau dan disediakan papan informasi agar kita mudah sampai ke lokasi, terdapat pos informasi dan pos keamanan. Hal tersebut dapat meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan ke Pantai Gemah Tulungagung.

SIMPULAN

Penelitian ini memiliki empat variabel yaitu *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity* dan *Ancillary*. Bersumber dari hasil analisa data yang sudah diuji pada kesemua data yang didapatkan, maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel *Attraction* dan *Ancillary* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Wisata Alam Pantai Gemah . Berdasarkan hasil uji t pada variabel *Attraction* dan *Ancillary* dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya *Attraction* dan semakin baik serta adanya *Ancillary* yang ada di Wisata Alam Pantai Gemah maka akan semakin tinggi keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali.

Bersumber dari hasil analisa data yang sudah diuji pada kesemua data yang didapatkan, maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel *Accessibility* dan *Amenities* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Wisata Pantai Gemah. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya *Accessibility* yang ada di Wisata Alam Pantai Gemah tidak menjadi jaminan meningkatnya minat berkunjung kembali wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Attraction* dan *Ancillary* memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat variabel minat berkunjung kembali wisatawan di Pantai Gemah. Hal ini berarti variabel *Attraction* dan *Ancillary* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. Semakin baik serta beragam *Attraction* yang ada maka semakin besar minat berkunjung ulang wisatawan, dan semakin baik serta adanya *Ancillary* yang tersedia maka semakin besar minat berkunjung wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitriani; Putri, W. A. U. (2021). *Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang*. 1(2).
- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). *Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang*. December.
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020a). Pengaruh Attraction, Accessibillity, Amenity, Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i1.41>
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020b). *Pengaruh Attraction , Accessibillity , Amenity , Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata*. 4, 53–59. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.41>
- Anibal MJ N'dami, C. ;, Syarif, H. ;, Stella, A. ;, Muhammad Danang, S. ;, & Rulli, K. (2021). *Prespective of Tourism Development in Bijagos Island (Guinea-Bissau) As Well As Community Economic Growth*. 9(1), 3766–3773.
- Annisa, R., & ;Alvianna, S. (2017). Peran Biro Perjalanan Wisata Sunrise Holiday Tour & Travel Dalam Meningkatkan Minat Wisata Ke Gunung Bromo. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i2.1450>
- Asmoro, A. Y., Bachri, T. B., & Detmuliati, A. (2020). Analisis Potensi Wisata Desa Dengan Kerangka 6A Studi Kasus Desa Ngajum, Malang. *Media Wisata*, 18(2), 231–250. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Aso, Maria Trisana; Hidayatullah, Syarif; Alvianna, S. (2021). Destinasi Wisata Dan Harga Pengaruhnya Pada Minat Berkunjung. *Seminar Nasional Kepariwisata*, 2(1), 152–161.
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice Hall. In *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0_3
- Hidayatullah, S., Khouroh, U., & Windhyastiti, I. (2018). Development of Tourist Village Model Through “Pokdarwis” Empowerment and Information Technology Utilization. *European Journal of Business and Management*, 10(January), 22–28. <https://doi.org/10.7176/ejbm-10-23-12>
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., Waris, A., Malang, U., & Malang, P. (2019). Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group. *Senasif*.
- Ningtiyas, E. A. et al. (2021). ANALISIS PENGARUH ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITY, ANCILLARY TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN MELALUI LOYALITAS WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Media Wisata*, 19(1), 83–96. <https://amptajurnal.ac.id/index.php/MWS/article/view/379>

- Priambudi, R. R., Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2021). *Dampak Atraksi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik Yang Berkunjung Di Batu Love Garden Kota Batu Jawa Timur*. 1(1), 26–35.
- Saway, W. V., Alvianna, S., Estikowati, Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 6(1), 1–8.
- Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Syarif Hidayatullah, Setiyorini, Irary Windhyastiti, I. K. R. (2020). Peran Aksesibilitas , Konektifitas , Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pengguna Angkutan Umum Melalui Kepuasan Penumpang Sebagai Variabel Mediator. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF-4)*.
- Wanda, I. B. K., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Wibowo, R., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Astuti, W., & Setioko, D. (2021). *Analysis of the Influence of Tourist Destinations and Service Quality on Tourist Satisfaction Visiting the Jawa Timur Park in the New Normal Era*. 6(1), 295–300.