
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Mbeach Kalianda Lampung Selatan

✉ Fitri Lidia¹, Umar Sanusi²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Kalianda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *hair et all* dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis ini digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan, dengan nilai $t_{hitung} 7.057 > t_{tabel} 1,654$ dan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$, 2) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan, dengan nilai $t_{hitung} 4.189 > t_{tabel} 1,654$ dan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$, 3) Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan, dengan nilai $t_{hitung} 3.014 > t_{tabel} 1,654$ dan tingkat signifikansi yaitu $0,003 < 0,05$. Hasil uji F simultan menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di pantai mbeach kalianda kabupaten lampung sealatan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Fasilitas, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung

Abstract

This research aims to analyze: the influence of service quality, facilities and destination image on the decision to visit Mbeach Kalianda beach, South Lampung Regency. The sampling technique was carried out using hair et all with a sample size of 160 respondents. The data collection technique uses a questionnaire whose validity and reliability have been tested. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, this analysis is used to test the relationship between the independent variable and the dependent variable. The results of this research show that 1) Service quality has a positive and significant influence on the decision to visit Mbeach Kalianda beach, South Lampung Regency, with a tcount value of $7,057 > ttable 1.654$ and a significance level of $0.000 < 0.05$, 2) Facilities have a positive and significant influence on the decision to visit Mbeach Kalianda beach, South Lampung Regency, with a tcount value of $4,189 > ttable 1.654$ and a significance level of namely $0.000 < 0.05$, 3) Destination image has a positive and significant effect on the decision to visit Mbeach Kalianda beach, South Lampung Regency, with a t value of $3,014 > t table 1.654$ and a significance level of $0.003 < 0.05$. The results of the simultaneous F test show that all independent variables together have a positive and significant effect on the decision to visit Mbeach Kalianda Beach, South Lampung Regency.

Keywords: Service quality, facilities, destination image, decision to visit

Copyright (c) 2025 Fitri Lidia

✉ Corresponding author :

Email Address : b100210281@student.ums.ac.id

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar karena keberagaman dan keindahan alamnya. Pada zaman sekarang ini berwisata sudah menjadi bagian dari gaya hidup untuk mengurangi kejenuhan dan menyegarkan pikiran dari rutinitas setiap hari. Keberadaan sektor wisata diharapkan mampu untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Dari sisi ekonomi, wisata juga dapat menjadi sumber investasi dan sumber pendapatan bagi masyarakat, dengan berkembangnya wisata dapat juga mengangkat perekonomian masyarakat, membangun ekonomi masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang serta tujuan lainnya (Koen, 2009).

Salah satu destinasi wisata yang sedang ramai diperbincangkan saat ini adalah Pantai Mbeach. Pantai eksotis ini merupakan pantai yang memiliki daya tarik tersendiri, kita bisa melihat dengan jelas Gunung Rajabasa yang juga menjadi destinasi wisata di kawasan Kalianda Lampung Selatan. Pantai Mbeach merupakan satu dari sekian banyak pantai di Lampung yang populer dikalangan wisatawan. Lokasi wisata yang sudah terkenal sejak tahun 1990-an ini memiliki kejernihan air dan ombak tenang. Tepatnya di kawasan Desa Merak Belantung, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan disekitaran Jalan Trans Sumatera KM 45. Dari pusat Kota Bandar Lampung, hanya memerlukan waktu tempuh sekitar 1 sampai 1,5 jam. Pantai Mbeach memiliki luas lahan berkisaran 11.465 M². Destinasi ini juga dilengkapi dengan penginapan yang nyaman yaitu *Glamping*, fasilitas lainnya seperti *Playground*, Spot Foto dan *Ounthbond*, Gazebo, Musholla, Toilet dan Kamar bilas, serta keunggulan pantai yang nyaman, pasir pantai yang bersih dan tidak ada trumbu karang sehingga aman untuk pengunjung bermandian (Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan, 2016).

Pengelolaan terhadap Pantai Mbeach belum dilakukan secara optimal seperti masih banyaknya sampah yang dapat mengotori pantai dan belum dilakukannya perhitungan akan evaluasi ekonomi dengan *travel cost method* untuk menghitung besarnya nilai permintaan wisata serta memoneterisasi sumber daya alam dan lingkungan. Hal tersebut membuktikan bahwasanya pengelolaan terhadap tempat wisata dalam pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan sering dianggap sebagai jasa lingkungan yang tidak bernilai. Moneterisasi (mengonversikan sebagai uang) sumber daya alam dan lingkungan penting dilakukan agar dapat mendorong kesadaran pengelola serta masyarakat terhadap lingkungan.

Pengelola wisata Pantai MBeach belum sepenuhnya tepat dan efektif dalam melakukan inovasi dan pengembangan tempat wisata. Persepsi wisatawan dapat digunakan pengelola dalam mengadaptasi strategi untuk menghindari kesalahan sasaran dan keputusan yang tidak tepat serta dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, mengubah atau menyesuaikan kualitas pelayanan, fasilitas dan citra destinasi yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dari wisatawan (Purba & Simarmata, 2018).

Tinjauan Pustaka dan Hipotesis

Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keakuratan pelanggan. Kualitas layanan adalah tingkat presentasi yang sangat baik atau buruk yang ditawarkan oleh bisnis jasa yang berusaha untuk memuaskan klien dengan menawarkan atau memberikan barang dan jasa yang dapat melampaui harapan mereka. Kualitas pelayanan merupakan hasil yang terjadi dari evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan ketika membandingkan ekspektasi dengan kenyataan atas jasa yang mereka terima dan rasakan (Permatasari, 2022).

Istilah "fasilitas" digunakan untuk menggambarkan segala sesuatu yang sengaja diberikan oleh penyedia layanan untuk kepentingan konsumennya (Iskandarsyah dan Utami, 2017). (Hartini Sri, 2017) fasilitas adalah sumber bahan baku aktual yang telah dihaluskan

sebelum didistribusikan ke pelanggan. Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang diciptakan sedemikian rupa sehingga bentuk barang-barang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa menjadi lebih menarik. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Kusuma Surojia & Supaya, 2018).

Sulistyadi dkk, (2021) citra destinasi merupakan suatu nama, simbol, logo, merek dagang, atau Gambar lain yang menetapkan identitas destinasi tersebut. dapat diartikan pula dengan bagaimana sebuah wisata memperkenalkan berbagai keunikan dan penaran jasa terhadap wisatawan yang ingin berkunjung.

Citra Destinasi merupakan gambaran yang muncul dari emosi yang dirasakan oleh para pengunjung (Tasci dan Kozak, 2006).

Keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu (Aprilia dkk, 2015). Kunjungan wisata adalah istilah yang sering digunakan untuk orang yang berkunjung ke tempat wisata.

Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung

Kualitas Pelayanan adalah perpaduan antara sifat dan ciri khas yang menentukan seberapa baik suatu jasa dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan sehingga diharapkan wisatawan dapat berkunjung kembali di masa yang akan datang (Tjiptono, 2012). Hasil yang sama diperoleh dari penelitian sebelumnya yang menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan yang Positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Hidayat et al., 2021; Mandey & Roring, 2022). Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan

Hubungan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Fasilitas adalah hal yang dapat memudahkan atau membantu melancarkan suatu usaha. Fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang mempunyai peran cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada wisatawan memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaianya. Fasilitas harus dipertimbangkan khususnya yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan wisatawan secara langsung. Persepsi yang didapat dari interaksi wisatawan dengan fasilitas jasa sangat berpengaruh pada kualitas jasa tersebut dimata wisatawan. Berdasarkan penelitian (Sulistyorini, 2021) tentang pengaruh lokasi, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung, variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

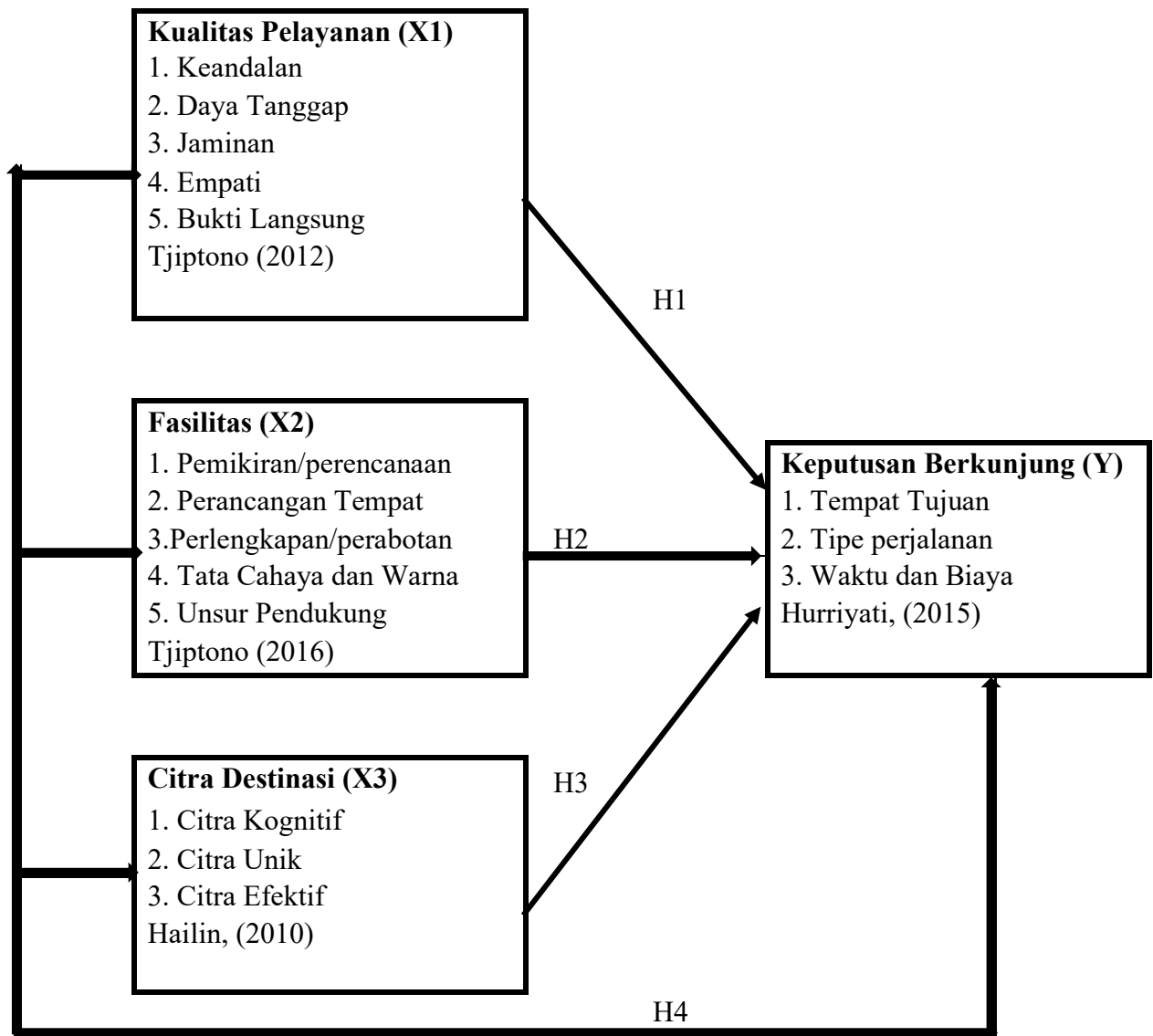
H2 : Fasilitas berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan

Hubungan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung

Citra destinasi merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap objek wisata dan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung (Pitana & Gayatri, 2005). Penelitian terdahulu dari (Ayu, 2021) menjelaskan mengenai citra destinasi yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian tersebut senada dengan penelitian (Triansya dan Budisetyorini, 2018). Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengembangkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Fasilitas berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan

H4 : Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data secara kuantitatif atau numerik. Dalam pengumpulan sampel, peneliti menerapkan metode *non-probability purposive sampling* dengan cara *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono 2019), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan data dengan cara pengambilan sampel data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu.. Ada kriteria yang digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu: yang pernah berkunjung di Pantai Mbeach Kalianda Lampung Selatan. Kuesioner akan dibagikan melalui Google Form pada skala 1-5. . Penetapan jumlah sampel pada penelitian ini merujuk pada hair *et all* yaitu jumlah item pertanyaan x 10 sehingga didapat jumlah minimal responden Hair *et All* (2010). Penentu jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengacu pada pernyataan, bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pernyataan, bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pernyataan yang digunakan dengan asumsi $n \times 5$ sampai $n \times 10$ *observed* variabel (indikator)

peneliti ini item adalah banyaknya responden pernyataan dikali 5 sampai 10. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah: pertanyaan berjumlah $16 \times 10 = 160$, jadi jumlah minimal responden penelitian ini adalah 160 responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sampel 160 responden.

Berikut tabel pengukuran penelitian:

Tabel 1. Pengukuran Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Pelayanan	- Keandalan (<i>reliability</i>)	(Tjiptono, 2012)
	- Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	
	- Jaminan (<i>assurance</i>)	
	- Empati (<i>Empath</i>)	
	- Bukti langsung (<i>tangible</i>)	
Fasilitas	- Pemikiran/Perencanaan	(Tjiptono, 2016)
	- Perencanaan tempat	
	- Perlengkapan/Perabotan	
	- Tata cahaya dan Warna	
	- Unsur pendukung	
Citra Destinasi	- Citra kognitif	(Hailin, 2010)
	- Citra unik	
	- Citra fektif	
Keputusan Berkunjung	- Tempat tujuan	(Hurriyati, 2015)
	- Tipe perjalanan	
	- Waktu dan Biaya	

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Setiap item dalam penelitian dikatakan memenuhi kriteria atau disebut valid ketika nilai r hitung $>$ r table. Sebaliknya jika nilai r hitung $<$ r table maka pernyataan di nyatakan tidak valid.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	K1	0.848	0.155	Valid
	K2	0.788		
	K3	0.775		
	K4	0.853		
	K5	0.872		
Fasilitas (X2)	F1	0.624	0.155	Valid
	F2	0.790		
	F3	0.787		
	F4	0.777		
	F5	0.761		
Citra Destinasi (X3)	C1	0.879	0.155	Valid
	C2	0.910		
	C3	0.842		
Keputusan Berkunjung (Y)	KB1	0.891	0.155	Valid
	KB2	0.911		

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r table yang artinya bahwa setiap indikator dalam penelitian dinyatakan layak dan valid. Hal ini menunjukkan bahwa nilai validitas semua variabel dalam kondisi baik.

b. Interpretasi Koefisien Kolerasi (r)

Tabel 3. Interpretasi Koefisien Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2009)

c. Uji Reabilitas

Tabel 4. Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Syarat <i>Reliability</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan X1	0,885	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Fasilitas X2	0,806	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Citra Destinasi X3	0,849	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Keputusan Berkunjung Y	0,854	$\alpha > 0,60$	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2024

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan keandalan serangkaian instrumen dalam kerangka penelitian. Setiap item dalam penelitian ini dianggap dapat reliabel ketika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

B. Analisis Kuantitatif

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variabel bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel terikatnya dengan kat a lain koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

Tabel 5. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.424	.413	2.217

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data olahan SPSS 2024

Dari tabel 5. diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 0,413 hal ini berarti 41,3% Keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan citra destinasi. Sedangkan sisanya 58,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variable kualitas pelayanan (X1), variable fasilitas (X2), dan variabel citra destinasi (X3) sebagai variable bebas terhadap Keputusan berkunjung (Y) sebagai variable terikat. Nilai estimasi regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 27 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6.Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.688	1.551		-1.733	.085
	Kualitas Pelayanan	.348	.049	.491	7.057	.000
	Fasilitas	.239	.057	.255	4.189	.000
	Citra Destinasi	.218	.072	.209	3.014	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Data di olah oleh SPSS 27

Dari tabel 6. diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 0,413 hal ini berarti 41,3% Keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan citra destinasi. Sedangkan sisanya 58,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Uji t dan Uji F

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari dari pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} . Apabila nilai t_{hitung} Lebih besar dari nilai t_{tabel} atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen. Hasil tersebut diperoleh melalui yaitu sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	Unstandardized	Standardized	t	Sig.
	Coefficients	Coefficients		

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.688	1.551		-1.733	.085
Kualitas Pelayanan	.348	.049	.491	7.057	.000
Fasilitas	.239	.057	.255	4.189	.000
Citra Destinasi	.218	.072	.209	3.014	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Data di olah 2024

Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan Tingkat signifikansi 0,05 dan $n = 160$ dan $K = 4$ serta $df = 160 - 4 = 156$ maka nilai t_{tabel} sebesar = 1.654 Berdasarkan tabel 7. tersebut, hasil uji t dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $7.057 > t_{tabel} 1.654$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung
2. Hasil uji t untuk variabel Fasilitas (X2) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $4.189 > t_{tabel} 1.654$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 > 0,05$ maka H_0 ditolak H_2 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung.
3. Hasil uji t untuk variabel citra destinasi (X3) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $3.014 > t_{tabel} 1.654$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,003 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_3 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung.

Uji F ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh simultan atau serentak dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini F_{tabel} diperoleh dari distribusi nilai F_{tabel} dengan perhitungan sebagai berikut :

Nilai kritis uji F dilakukan dengan cara membandingkan anantara F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 dan $n = 160$, dan $k = 4$ $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = n - k = 160 - 4 = 156$ maka nilai kritis uji F (nilai F_{tabel}) adalah sebesar 2,66. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh dari masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara simultan. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_4 ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh dari masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara simultan.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ artinya variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 7. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	564.943	3	188.314	38.311	.000 ^b
	Residual	766.801	156	4.915		
	Total	1331.744	159			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 38.311 > F_{tabel} 2,66$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan, fasilitas

dan citra destinasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung adalah benar.

d. Pembahasan

H1 (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap Keputusan Berjunjung (Y) sebesar $7.057 > t_{\text{tabel}} 1.654$ dengan Tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas Pelayanan (X1) secara parsial terhadap variabel Keputusan berkunjung (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizka Aprilian, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan positif dapat memberikan beberapa manfaat seperti meningkatkan reputasi tempat wisata dan meningkatkan keputusan berkunjung.

H2 (Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Berjunjung (Y) sebesar $4.189 > t_{\text{tabel}} 1.654$ dengan Tingkat signifikan sebesar $0,000 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan fasilitas (X2) secara parsial terhadap variabel Keputusan berkunjung (Y).

Hasil ini memberikan gambaran bahwa keputusan berkunjung dapat diperoleh dengan selalu meningkatkan dimensi fasilitas. Pengelola Wisata Pantai Mbeach telah memberikan fasilitas dari aspek pemikiran atau perencanaan, perencanaan tempat, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya dan warna, hingga unsur pendukung sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bahar dkk, (2020) menyebutkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

H3 (Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh citra destinasi (X3) terhadap Keputusan Berjunjung (Y) sebesar $3.014 > t_{\text{tabel}} 1.654$ dengan Tingkat signifikan sebesar $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan citra destinasi (X3) secara parsial terhadap variabel Keputusan berkunjung (Y).

Jadi semakin baik citra destinasi yang dimiliki oleh Wisata Pantai Mbeach, maka juga akan memiliki pengaruh yang sangat tinggi terhadap ketertarikan pengunjung yang ingin berwisata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman dan Nita anggraini (2017) yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Yang artinya objek wisata yang memiliki citra destinasi baik akan memuaskan pengunjung dan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung.

H4 (Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengunjung serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pengunjung, Tjiptono, (2007). Pendapat Prayogi & Burda, (2020), bahwa fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan secara fisik guna mempermudah

pengunjung atau wisatawan dalam melakukan aktivitasnya. Chen & Tsai, (2007) mengartikan citra destinasi merupakan suatu gambaran dari pikiran, kepercayaan, perasaan dan persepsi terhadap suatu destinasi. Menurut Widiastutik, (2019) keputusan berkunjung adalah perilaku penentuan wisatawan dalam menentukan suatu tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan wisatawan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 38.311 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($F_{hitung} = 38.311 > F_{tabel} = 2,66$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya H_4 diterima.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek terhadap Keputusan berkunjung di Pantai Mbeach Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada taraf signifikansi 5% dan menggunakan program spss 27, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis pertama (H1) diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan berkunjung (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 7.057 > t_{tabel} 1,654$ dan arah koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) adalah benar dan terbukti, yang berarti bahwa H_1 dalam penelitian ini diterima.
2. Hasil uji hipotesis kedua (H2) diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh fasilitas (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4.189 > t_{tabel} 1,654$ dan arah koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan fasilitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) adalah benar dan terbukti, yang berarti bahwa H_1 dalam penelitian ini diterima.
3. Hasil uji hipotesis ketiga (H3) diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh citra destinasi (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y) sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3.014 > t_{tabel} 1,654$ dan arah koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan citra destinasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) adalah benar dan terbukti, yang berarti bahwa H_3 dalam penelitian ini diterima.
4. Hasil uji f diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 38.311 > F_{tabel} 2,66$ dan arah koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan (X_1) fasilitas (X_2) dan Citra destinasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) adalah benar dan terbukti.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba memberikan masukan atau saran-saran untuk perusahaan Pantai Mbeach Kalianda sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan : untuk lebih meningkatkan dalam menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan Pantai Mbeach, sehingga dapat menciptakan tempat wisata yang aman dan nyaman bagi pengunjung.
2. Perbaiki Fasilitas: Evaluasi dan tingkatkan fasilitas yang ada, seperti area spot, toilet, tempat parkir, dan area istirahat. Pastikan fasilitas tersebut bersih dan terawat sehingga dapat mengasankan bagi pengunjung.

3. Pengembangan Citra Destina: Untuk lebih menonjolkan keunikan dan kearifan lokal Pantai Mbeach sehingga dapat menjadi tempat wisata yang menghibur dan memiliki suasana yang menyenangkan.
4. Keputusan Berkunjung: Untuk Meningkatkan Keputusan berkunjung Wisata Pantai Mbeach Sebaiknya lebih mempertimbangkan harga lebih terjangkau dan dapat mendorong lebih banyak wisatawan berkunjung dii Pantai Mbeach

Referensi :

- Afifah, Riana. 2013. *"Sesuaikan Isi Buku Ajar Dengan Budaya Daerah"*. Kompas. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2016
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- Asci, Asli D. A. and Metin Kozak. (2006). Destination brands vs destination images: Do we know what we mean?. *Journal of Vacation Marketing*, 12 (4), p. 299185.
- A Zeithaml and Mary Jo Bitner. Valerie. 2003. *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. New York: Irwin McGrawHill.
- Atallarick, M. D., Badri, M., & Herawati, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Museum Nasional Indonesia Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pengunjung. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3),.
- Aprilia A, Jacob S. L. H. V. dkk. 2015. "Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips pada Mahasiswa FEB UNSRAT". *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajem Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal EMBA, Volume. 6 Nomer. 2, April 2015*
- Akdon, Riduwan. (2012). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*, Yogyakarta : BPFE UGM.
- Bahar, A. M., Maizaldi, M., Putera, N., Widiestuty, R., Chaniago, S., & Eliza, Y. (2020). The Effect of Tourism Facilities, Service Quality and Promotion of Tourist Satisfaction in South Pesisir District. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(1), 5. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i1.141>
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115–1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Coban S. 2012. "The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia". *European Journal of Social Sciences*. ISSN 1450-2267 Vol.29 No.2, pp. 222-232. Dinas Pariwisata Selatan Allright Reserved
- Developed By Gink Technology (2019)
- Dewi, M. S., D, I. M. B., & Laksono, B. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Ketersedian Fasilitas Terhadap Minat Konsumen Berkunjung Kembali Pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, Vol.1 No.1(ISSN : 2746-8607).
- Damayanti, Sry YunI, (2023) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel*. Skripsi thesis, Prodi Manajemen.

- Dr. H. Chairul Anam, S.E., M.Si. (2020) *pengaruh citra destinasi fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada wisata primas waterpark Mojokerto*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Anwar Mojokerto
- Ecopark AncolH Timotius, BMH Nainggolan - *Human Capital Development*, 2023 - ejournal.asaindo.ac.id
- Febyola Yovita Putri, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 2022 - ejournalfb.ukdw.ac.id
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartini Sri, 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka raya*. Skripsi Manajemen . Universitas STIE Palangkaraya.
- Hailin. (2010). Peran Citra Destinasi dalam Meningkatkan Niat Wisatawan Berkunjung Kembali (Studi Kasus pada Pengunjung Puncak DarmaGeopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Hurriyati, Ratih. 2015. "An Analysis Of Place Branding To Exchange The Image Of Bandung City And Its Implication Toward The Decisions To Visist Tourism Destination" *Jurnal Pendidikan Sains Sosial Kemanusiaan*. Vol.8 (1) Mei ISSN 1979-0112.
- Hair J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Heurnius Timotius & Bonifasius MH Nainggolan, (2023), *Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Ecopark Ancol*, Program Studi Manajemen, Universitas Asa Indonesia, Jakarta
- Hidayat, S., Suwena, I. K., & Dewi, N. G. A. S. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Museum Surabaya*. *Jurnal IPTA*, 9(1), 54.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Iskandarsyah Dan Utami (2017). *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 12.
- Kotler, Keller (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kusuma, T. A., Suroija, N., & Supaya, S. (2018). *Analysis The Influence Of Document Servicequality, Facility, and The Use of Acceptance Onlinemodule Technology toward Service User Satisfaction (Case Study at KPPBCTMP)*.
- Kuncoro, Mudrajad, (2010), *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Koen, (2009). *Pengertian pariwisata*, jakarta: Unesco office. 7
- Maulana, Muksin. 2018. *Profil Kromatografi Lapis Tipis (KLT) Ekstrak Daun Bidara Arab (Ziziphus spina cristi, L) Berdasarkan Variasi Pelarut*. Skripsi. Fakultas Sains Dan Teknologi ; Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Maydiana, Luthfia. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Cuci Motor Mandiri". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*. Volume 7, Nomor 2 (hlm. 444-450).
- Nadianingrum, Nurul Wahyu dan Asron Saputra. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara*. *Khazanah Ilmu Berazam Volume 3, Nomor 3, September 2020*. e-ISSN : 2621-9441, p-ISSN : 2623-1041

- Nurul Qomariah, (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jember, *pustaka abadi*
- Purba, M. L., & Simarmata, G. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Budaya Terhadap Daya Tarik dan Minat Berkunjung ke Wisata Percut. Jkbn. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*,
- Prayogi, Z., & Burda, A. (2020). The Influence Of Prices, Facilities, And Service Quality On Customer Satisfaction In Borobudur Hotel Jakarta. *Indonesian College of Economics*, 1-19.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Andi.
- Ryan Titanio Yunarsyah, (2023), *pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan berkunjung (studi pada wisata ledok amprong di kabupaten malang)*, UNISMA Malang
- Rizka Aprilian, (2023), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Destination Image terhadap Keputusan Berkunjung di Jawa Timur Park I Kota Baru*, *Administrasi Niaga*, Politeknik Negeri Malang.
- Sektor-pariwisata-tunjukkan-angka-pertumbuhan-yang-baik (2017). Santo, 2014. *Keindahan pulau pahawang lampung*. <http://www.keindahanpulau-pahawanglampung>
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Suryani Tatik. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenamedia group.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Syahsudarmi, S. (2020). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis di Pekanbaru*.
- Sulistiyadi, Y., & dkk. (2021). *Indikator Perencanaan Pengembangan*.
- Sugiyono (2018). *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setyo. (2016). The Influence Of Destination Image And Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention Of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jurnal Riset manajemen Sains (JRMSI)*, 7(1).
- Sulistiyorini. (2021). *Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung*. Skripsi IAIN Ponorogo
- Triansya, D. C., & Budisetyorini, B. (2018). Influence of Tourism Destination Products and Images on Tourist Visiting Decision to Kota Seribu Sungai Banjarmasin. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), 73. <https://doi.org/10.22146/jpt.43175>
- Tjiptono. (2019). *"Pemasaran Jasa Edisi Terbaru"*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management (Ed. II)*. CV. ANDI OFFSET
- Widiastutik, R. (2019). Analisis Pengaruh Viral Marketing dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Religi Masjid Safinatun Najah). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 47-55.