

Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo

Citra Agustin Purnama¹, Seger Priantono², Raihan Wishal Nafis³

^{1,2,3}Universitas Panca Marga, Indonesia

E-mail: citraagustin02@gmail.com¹, segerprianono@upm.ac.id², raihan.nafis@upm.ac.id³

Article History:

Received: 04 Mei 2025

Revised: 29 Juli 2025

Accepted: 23 Agustus 2025

Keywords: *Attractions, Destination Image, Tourist Facilities, Interest in Revisiting*

Abstract: *Wisata Pantai Bentar termasuk sebagai tujuan wisata terpopuler di Kabupaten Probolinggo dengan daya tariknya tersendiri yang tidak dapat dijumpai di wisata manapun. Tetapi terdapat citra yang kurang baik menurut wisatawan yang telah berkunjung yang memungkinkan wisatawan tidak akan berkunjung lagi, maka melalui penelitian ini akan diketahui apakah daya tarik, citra destinasi, serta fasilitas wisata secara parsial mempengaruhi minat berkunjung kembali di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo. Peneliti di sini mempergunakan metode kuantitatif melalui pendekatan kausal dengan minat berkunjung kembali selaku variabel terikat serta daya tarik, citra destinasi, serta fasilitas wisata selaku variabel bebas. Populasi yang diterapkan berupa wisatawan yang mengunjungi Wisata Pantai Bentar di Januari 2025, kemudian sampel yang dipergunakan meliputi 104 responden yang ditetapkan melalui sampling purposive. Sumber data yang peneliti pilih asalnya melalui data primer dengan penggunaan kuesioner dan dokumentasi. Data diolah mempergunakan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan daya tarik, citra destinasi, serta fasilitas wisata memberikan pengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung kembali di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo.*

PENDAHULUAN

Pariwisata termasuk sebagai sektor krusial untuk perekonomiannya Indonesia, karena memberi kontribusi untuk pendapatannya daerah dan menciptakan lapangan pekerjaan secara signifikan. Indonesia adalah salah satu negara yang tercatat paling tinggi mengenai pertumbuhan kunjungan wisatawan dalam Kawasan Asia Tenggara. Salah satunya yakni Kabupaten Probolinggo, dengan potensi wisata baharinya yaitu Wisata Pantai Bentar.

Nama Pantai Bentar sendiri berasal dari Gunung Bentar yang letaknya tidak jauh dari pantai. Wisata Pantai Bentar menawarkan keindahan alam yang menarik dan beragam aktivitas yang dapat dilakukan untuk wisatawan. Wisata ini terkenal dengan dermaga kayunya yang

menjorok ke arah laut dan tiap akhir tahun wisatawan dapat melihat sekumpulan hiu tutul yang sedang bermigrasi. Dengan daya tarik tersebut menjadikan Wisata Pantai Bentar sebagai salah satu destinasi wisata terpopuler di Kabupaten Probolinggo.

Daya tarik merupakan bagian faktor utama yang berdampak pada keputusan wisatawan untuk berkunjung ke sebuah destinasi. Daya tarik itu dapat berupa keindahan alam, aktivitas yang ditawarkan, serta keunikan dari pengalaman yang tidak mampu diperoleh di tempat lainnya. Menurut Murdani & Martha (2023), daya tarik suatu tempat wisata adalah faktor pendorong utama yang mengundang orang untuk berkunjung ke lokasi tersebut. Semakin luar biasa daya tarik yang dimiliki oleh tempat wisata, semakin besar pula ketertarikan pengunjung untuk datang kembali, hal ini ditunjukkan juga dari hasil penelitian Rahmi & Ferdian (2023), bahwa semakin menarik daya tarik sebuah objek wisata, karenanya kemungkinan wisatawan untuk kembali semakin besar, serta penelitian Salim et al. (2022) bahwa semakin banyak daya tarik yang ditawarkan, semakin tinggi pula minat kunjungan.

Perlunya ada daya tarik wisata sebagai aspek yang menciptakan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung yang pada akhirnya wisata akan mendapatkan citra destinasi yang berkontribusi pada kesan dan pengalaman wisatawan serta adanya fasilitas yang memadai akan menunjang kenyamanan wisatawan selama berkunjung. Faktor-faktor tersebut akan berdampak pada minat berkunjung kembali wisatawan. Jika wisatawan melakukan kunjungan secara berulang maka keuntungannya dapat meningkatkan pendapatan dalam jangka panjang.

Citra destinasi juga berperan penting dalam membentuk persepsi wisatawan. Citra yang positif dapat meningkatkan daya tarik suatu destinasi dan menciptakan keinginan bagi wisatawan untuk berkunjung kembali, sebaliknya citra yang negatif dapat mengurangi minat berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, pengelola destinasi perlu aktif dalam membangun dan memelihara citra yang baik dan pelayanan yang memuaskan, citra destinasi yang muncul dalam pikiran dan perasaan wisatawan tentang Wisata Pantai Bentar bisa bersifat baik atau buruk. Jika citra destinasi tersebut semakin baik, maka keinginan pengunjung untuk kembali akan meningkat, sebagaimana penelitian S. Lestari et al. (2022), citra destinasi dapat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan untuk datang kembali. Promosi yang efektif dan ulasan positif dari pengunjung sebelumnya berperan penting dalam membangun citra pada wisata tersebut, ketika citra destinasi dianggap menarik dan unik, wisatawan akan lebih cenderung untuk merencanakan kunjungan kembali. Mulyani & Ferdian (2023), menyebutkan bahwa citra yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong wisatawan untuk memberi rekomendasi destinasi itu kepada individu lainnya, begitu juga Noerhanifati et al. (2020), menjabarkan tingginya persepsi wisatawan pada citra destinasi wisata karenanya keinginan melaksanakan kunjungan ulang pada wisatawan yang terus meningkat.

Selain keindahan tempat wisata, fasilitas yang tersedia juga akan memengaruhi minat pengunjung untuk berkunjung kembali. Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang mendukung pengunjung saat datang ke destinasi wisata dan membantu mereka dalam melaksanakan aktivitasnya. Jika pengelola objek wisata menyediakan fasilitas yang cukup lengkap, memadai, serta nyaman digunakan, maka pengunjung akan merasakan kepuasan tersendiri saat berkunjung ke tempat wisata itu. Murdani & Martha (2023), apabila fasilitas dapat memenuhi semua kebutuhan wisatawan sepanjang menikmati daya tarik wisata itu, wisatawan cenderung mempunyai kewenangan lebih bahkan meninggalkan kesan yang baik serta tinggal lebih lama sebab daya tarik wisata tersebut. Semakin baik fasilitas yang ada, menandakan tingginya minat wisatawan agar kembali Sari & Susanti (2024). Fasilitas yang baik di tempat wisata akan berdampak pada seberapa besar keinginan pengunjung untuk kembali. Sebaliknya, jika fasilitas wisata kurang memadai, hal ini akan mengakibatkan rendahnya minat pengunjung untuk kembali.

Tetapi terdapat masalah yang ditemui yakni sebagian wisatawan tidak tertarik untuk berkunjung kembali, hal ini terjadi dikarenakan sejumlah faktor, termasuk fasilitas yang tidak dirawat dengan baik serta minimnya keberagaman daya tarik. Hal ini menciptakan citra yang buruk dimata masyarakat, sehingga diperlukan upaya perbaikan citra serta peningkatan daya tarik dan fasilitas yang tersedia. Dengan hal ini dapat memberikan wawasan untuk meningkatkan kualitas wisata dan keberlanjutan destinasi.

Maka tujuannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah daya tarik, citra destinasi, serta fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo.

LANDASAN TEORI

Daya Tarik

Utama (2017) mengungkapkan, daya tarik dalam kaitannya dengan wisata yaitu suatu hal yang memiliki nilai serta ketertarikan untuk dilihat ataupun dikunjungi. Begitu juga dengan Murdani & Martha (2023), yang menjelaskan daya tarik selaku sebuah hal yang menarik untuk dirasakan ataupun dipandang, sehingga mampu mendorong pengunjung untuk datang kembali mengunjungi tempat wisata yang sama.

Suharto (2019) menjelaskan, sebuah destinasi yang menarik bagi wisatawan dapat dikatakan layak untuk dikunjungi jika ada kegiatan yang bisa dilaksanakan di destinasi tersebut, seperti suatu hal yang bisa dilakukan, dilihat, maupun dibeli.

Citra Destinasi

Mulyana et al. (2023) mengungkapkan, citra destinasi adalah informasi ataupun keyakinan yang dimiliki seorang individu mengenai suatu tempat wisata yang tidak selalu berasal dari pengalaman atau data yang diperoleh saat berkunjung, namun bisa menjadi motivasi untuk melakukan perjalanan wisata. Cahyani et al. (2024) menjelaskan, citra destinasi yaitu bagaimanakah seseorang memandang atau membayangkan destinasi tersebut saat mereka datang.

Gustia & Putra (2021) menjelaskan, pengukuran citra destinasi bisa dilaksanakan dengan sejumlah indikator seperti “citra destinasi kognitif, citra destinasi yang unik, serta citra destinasi afektif”.

Fasilitas Wisata

Menurut Sugianto & Merpaung (2019), fasilitas adalah salah satu faktor kunci dalam pertumbuhan industry pariwisata. Nasution et al. (2020), fasilitas yaitu sebuah sarana prasarana sebagai pendukung objek pariwisata secara operasional dalam mengakomodasi seluruh kebutuhannya pengunjung.

Nasution et al. (2020) mengungkapkan, indikator yang harus digarisbawahi ketika menyediakan fasilitas diantaranya “kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan serta kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.”

Minat Berkunjung Kembali

Malikha (2023) menjelaskan, minat berkunjung kembali yaitu peluang untuk pengunjung kembali ke sebuah lokasi, sikap ini juga bisa dipandang dengan loyalitas ataupun tindakan yang mencerminkan niat pengunjung agar dapat kembali ke lokasi terkait. Utami & Ferdinand (2019) mengungkapkan, minat berkunjung kembali adalah ketika seseorang wisatawan merespon positif

terhadap tempat wisata yang pernah dia kunjungi sebelumnya dan hal ini mendorong dia untuk mengunjungi tempat tersebut lagi di masa mendatang.

Juliana & Wulandari (2023), indikator untuk mengukur minat berkunjung kembali diantaranya “kesediaan untuk berkunjung lagi, kesediaan untuk mengundang, kesediaan untuk cerita positif, dan kesediaan untuk menempatkan tujuan kunjungan sebagai prioritas”.

METODE PENELITIAN

Penelitian diselenggarakan di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo tepatnya di Desa Curahsawo, Kecamatan Gending. Metode yang diterapkan yakni kuantitatif melalui kausal sebagai pendekatannya. Sujarweni (2022), menjelaskan kuantitatif yaitu penelitian untuk meraih temuan-temuan yang bisa didapatkan melalui penerapan metode statistik. Sesuai penjelasan Sugiyono (2022), hubungan kausal yaitu keterikatan dengan sifat sebab akibat, dimana terdapat variabel bebas yang berperan memberikan pengaruh serta variabel terikat yang memperoleh pengaruh tersebut.

Populasi yang peneliti pilih yaitu wisatawan yang mengunjungi Wisata Pantai Bentar pada Bulan Januari 2025 yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Kemudian untuk kebutuhan sampel akan ditentukan melalui sampling purposive, yaitu metode penetapan sampel yang diselenggarakan melalui suatu pertimbangan ataupun kriteria (Sugiyono, 2022). Kriteria dari sampel yang dimaksud berupa wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Bentar minimal satu kali dalam kunjungan wisata. Kemudian untuk penetapan besarnya sampel dilaksanakan melalui rumus Hair, yakni minimum 5-10 dikalikan jumlah indikator, dengan hasil didapat sebanyak 104 sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Melalui pengujian ini akan ditentukan apakah kuesioner yang peneliti gunakan benar-benar tergolong valid. Langkah ini dilaksanakan melalui perbandingan diantara perolehan r hitung terhadap r tabel, melalui rumus $df = n-2$ ($104-2 = 102$) serta sig senilai 0,05 (5%), yang menghasilkan r tabel senilai 0,193. Berikut hasil yang diperoleh:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Daya Tarik (X_1)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,700	0,193	Valid
X1.2	0,655	0,193	
X1.3	0,698	0,193	
X1.4	0,670	0,193	
X1.5	0,693	0,193	
X1.6	0,779	0,193	

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 1, diperlihatkan daya tarik (X_1) memperoleh r hitung yang nilainya diatas r tabel. Oleh karenanya bisa diartikan seluruh item dari kuesioner daya tarik (X_1) tergolong valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Citra Destinasi (X₂)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,700	0,193	Valid
X2.2	0,735	0,193	
X2.3	0,783	0,193	
X2.4	0,754	0,193	
X2.5	0,839	0,193	
X2.6	0,836	0,193	

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 2, diperlihatkan citra destinasi (X₂) memperoleh r hitung yang nilainya diatas r tabel. Oleh karenanya bisa diartikan seluruh item dari kuesioner citra destinasi (X₂) tergolong valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Fasilitas Wisata (X₃)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,699	0,193	Valid
X3.2	0,831	0,193	
X3.3	0,779	0,193	
X3.4	0,764	0,193	
X3.5	0,722	0,193	
X3.6	0,704	0,193	

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 3, diperlihatkan fasilitas wisata (X₃) memperoleh r hitung yang nilainya diatas r tabel. Oleh karenanya bisa diartikan seluruh item dari kuesioner fasilitas wisata (X₃) tergolong valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung Kembali (Y)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,817	0,193	Valid
Y2	0,844	0,193	
Y3	0,764	0,193	
Y4	0,802	0,193	
Y5	0,746	0,193	
Y6	0,789	0,193	
Y7	0,787	0,193	
Y8	0,805	0,193	

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 4, diperlihatkan minat berkunjung kembali (Y) memperoleh r hitung yang nilainya diatas r tabel. Oleh karenanya bisa diartikan seluruh item dari kuesioner minat berkunjung kembali (Y) tergolong valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Banyaknya Pernyataan	Cronbach's Alpha	Nilai Critical	Keterangan
X ₁	6	0,791	0,60	Reliabel
X ₂	6	0,863	0,60	
X ₃	6	0,845	0,60	
Y	8	0,916	0,60	

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 5, diperlihatkan setiap variabel meraih Cronbach's Alpha dengan nilai > 0,60. Oleh karenanya bisa diartikan keseluruhan variabel tersebut tergolong reliabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Uji One-Sample K-S		
		Unstandardized Residual
N		104
Parameter Normal ^{a,b}	Mean	.0000000
	Standard Deviation	2.73765897
Most Extreme Differences	Absolut	.062
	Positif	.055
	Negatif	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 6, diperlihatkan perolehan Asymp. Sig dengan nilai 0,200 yang posisinya ada di atas 0,05. Oleh karenanya bisa diartikan data yang dipergunakan normal dalam berdistribusi.

Uji Multikolinieritas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Koefisien ^a								
Model		Unstandardized Koefisien		Standardized Koefisien	t	Sig.	Statistik Collinearity	
		B	Standard Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.461	2.557		-.962	.338		
	Daya Tarik	.451	.140	.289	3.229	.002	.462	2.166
	Citra Destinasi	.399	.123	.279	3.240	.002	.500	2.000
	Fasilitas Wisata	.539	.122	.352	4.432	.000	.588	1.701

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 7, diperlihatkan VIF output dengan nilai 2,166 untuk daya tarik (X₁), 2,000 untuk citra destinasi (X₂), serta 1,701 untuk fasilitas wisata (X₃). Sehingga bisa dipahami nilai VIF yang diperoleh berada dalam rentang 1-10, yang menandakan keseluruhan dari variabel bebas tersebut terhindar oleh multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Koefisien ^a						
Model	Unstandardized Koefisien		Standardized Koefisien	t	Sig.	
	B	Standard Error	Beta			
1	(Constant)	2.644	1.616		1.636	.105
	Daya Tarik	.009	.088	.016	.107	.915
	Citra Destinasi	.014	.078	.026	.183	.855
	Fasilitas Wisata	-.046	.077	-.077	-.595	.553

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 8, didapatkan signifikan dari daya tarik (X_1) sejumlah 0,915, citra destinasi (X_2) sejumlah 0,855, serta fasilitas wisata (X_3) sejumlah 0,553. Sehingga bisa dipahami ketiga perolehan tersebut nilainya berada diatas 0,05, dimana ini mencerminkan data terhindar oleh heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Berganda

Koefisien ^a						
Model	Unstandardized Koefisien		Standardized Koefisien	t	Sig.	
	B	Standard Error	Beta			
1	(Constant)	-2.461	2.557		-.962	.338
	Daya Tarik	.451	.140	.289	3.229	.002
	Citra Destinasi	.399	.123	.279	3.240	.002
	Fasilitas Wisata	.539	.122	.352	4.432	.000

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 9, bisa dibentuk sebuah persamaan yang bisa peneliti tuliskan seperti dibawah:

$$Y = -2,461 + 0,451X_1 + 0,399X_2 + 0,539X_3$$

Kemudian mengacu dari persamaan ini dapat diberikan sejumlah penjelasan yang berupa:

- Konstanta dari minat berkunjung kembali (Y) sejumlah -2,461 menjelaskan bila daya tarik (X_1), citra destinasi (X_2) dan fasilitas wisata (X_3) nilainya 0, akan membuat nilai dari variabel Y sejumlah -2,461.
- Koefisien X_1 sejumlah 0,451 menjelaskan bahwasanya daya tarik (X_1) memberi pengaruh pada minat berkunjung kembali (Y), dengan arti setiap kenaikan nilai dari X_1 turut membuat Y meningkat hingga 0,451 melalui asumsi X_2 maupun X_3 memiliki nilai yang tetap.
- Koefisien X_2 sejumlah 0,399 menjelaskan bahwasanya citra destinasi (X_2) memberi pengaruh pada minat berkunjung kembali (Y), dengan arti setiap kenaikan nilai dari X_2 turut membuat Y meningkat hingga 0,399 melalui asumsi X_1 maupun X_3 memiliki nilai yang tetap.
- Koefisien X_3 sejumlah 0,539 menjelaskan bahwasanya fasilitas wisata (X_3) mempengaruhi minat berkunjung kembali (Y), dengan arti setiap kenaikan nilai dari X_3 turut membuat Y meningkat hingga 0,539 melalui asumsi X_1 maupun X_2 memiliki nilai yang tetap.

Uji Hipotesis

Uji t

Penyelenggaraan Uji ini melalui perbandingan t hitung dengan t tabel atau dapat dilihat

melalui kolom signifikansi. Uji t dilakukan dengan mencari nilai t tabel yakni dengan perumusan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 104-3-1) \\ &= (0,025 ; 100) \end{aligned}$$

sehingga diketahui nilai t tabel = 1,984 dengan signifikansinya 0,05. Bisa dipaparkan hasil yang diperoleh:

Tabel 10. Hasil Uji t

Koefisien ^a						
Model		Unstandardized Koefisien		Standardized Koefisien	t	Sig.
		B	Standard Error	Beta		
1	(Constant)	-2.461	2.557		-.962	.338
	Daya Tarik	.451	.140	.289	3.229	.002
	Citra Destinasi	.399	.123	.279	3.240	.002
	Fasilitas Wisata	.539	.122	.352	4.432	.000

Sumber: Data Primer (2025)

Sesuai tabel 10, maka perolehan dari pengujian t bisa dijelaskan dengan:

- Diperoleh t_{hitung} dari daya tarik (X_1) senilai 3,229 ($> t_{tabel}$ 1,984) serta sig 0,002 ($< 0,05$), yang mencerminkan X_1 mempengaruhi minat berkunjung kembali (Y) di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo, sehingga hipotesis pertama diterima.
- Diperoleh t_{hitung} dari citra destinasi (X_2) senilai 3,240 ($> t_{tabel}$ 1,984) serta sig 0,002 ($< 0,05$), yang mencerminkan X_2 mempengaruhi minat berkunjung kembali (Y) di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo, sehingga hipotesis kedua diterima.
- Diperoleh t_{hitung} dari fasilitas wisata (X_3) senilai 4,432 ($> t_{tabel}$ 1,984) serta sig 0,000 ($< 0,05$), yang mencerminkan X_3 mempengaruhi minat berkunjung kembali (Y) di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo, sehingga hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Sesuai analisis yang telah diselenggarakan, didapati daya tarik (X_1) mempengaruhi minat berkunjung kembali (Y), yang dibuktikan dengan perolehan t_{hitung} senilai 3,229 ($> t_{tabel}$ 1,984) serta sig 0,002 ($< 0,05$). Daya tarik termasuk sebagai faktor yang mampu memberi pengaruh untuk minat wisatawan agar kembali berkunjung, dikarenakan daya tarik ini bisa menjadi acuan bagi wisatawan ketika ingin mengunjungi tempat destinasi. Bila daya tarik yang disajikan baik dan bagus, wisatawan tentunya berkeinginan untuk datang berkunjung ke Wisata Pantai Bentar kembali, begitupun kebalikannya.

Penelitian ini sejalan terhadap Lestari (2022), Murdani & Martha (2023), serta Nafis (2019) dimana menjelaskan “ditemukan pengaruh daya tarik pada minat berkunjung Kembali secara signifikan dan positif”.

Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Sesuai analisis yang telah diselenggarakan, didapati citra destinasi (X_2) memberi pengaruh pada minat berkunjung kembali (Y), yang dibuktikan melalui perolehan t_{hitung} senilai 3,240 ($> t_{tabel}$ 1,984) serta sig 0,002 ($< 0,05$). Citra destinasi termasuk sebagai faktor yang memberikan

pengaruh untuk minat wisatawan agar kembali berkunjung, dengan memberi sebuah kesan positif untuk wisatawan. Semakin baik citra destinasi Wisata Pantai Bentar akan membuat wisatawan semakin berminat untuk berkunjung lagi.

Penelitian ini sejalan terhadap Cahyani et al., (2024), Malikha (2023), serta Nafis (2020) yang menyatakan “citra destinasi memberi pengaruh pada minat berkunjung Kembali secara signifikan dan positif”.

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Sesuai analisis yang telah diselenggarakan, didapati fasilitas wisata (X_3) mempengaruhi minat berkunjung kembali (Y), yang dibuktikan melalui perolehan thitung senilai 4,432 ($> t_{tabel}$ 1,984) serta sig 0,000 ($< 0,05$). Fasilitas wisata termasuk sebagai faktor yang memberikan pengaruh untuk minat wisatawan agar berkunjung kembali, dikarenakan fasilitas wisata dapat menunjang kegiatan pengunjung ataupun wisatawan. Dengan adanya fasilitas yang memadai dan terawat dengan baik maka dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung sehingga dapat meningkatkan minat pengunjung untuk datang kembali.

Penelitian ini sejalan terhadap Abdullah et al., (2024), Pradina et al., (2024), serta Sari & Susanti (2024), yang menjabarkan “fasilitas wisata memberi pengaruh pada minat berkunjung Kembali secara positif dan signifikan”.

KESIMPULAN

Mengacu pada hasil yang diperoleh serta pembahasan yang peneliti telah berikan, bisa dinyatakan kesimpulan berupa:

- a. “Terdapat pengaruh diantara daya tarik dengan minat berkunjung kembali di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo”.
- b. “Terdapat pengaruh diantara citra destinasi dengan minat berkunjung kembali di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo”.
- c. “Terdapat pengaruh diantara fasilitas wisata dengan minat berkunjung kembali di Wisata Pantai Bentar Kabupaten Probolinggo”.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, R., Teniwut, R. M. K., & Susanty, I. I. D. A. R. (2024). Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.32528/sw.v7i1.1026>
- Cahyani, N., Safitri, M., & Mahmud, M. (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Bandengan Jepara. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 132–141.
- Lestari, S., Yulita, ima kristina, & Prabowo, T. handono eko. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Malikha, S. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Puncak Becici Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara*, 7(1), 28–38.

- Mulyani, M., & Ferdian, F. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Revisit Intention Di Kota Padang (Studi Kasus Daya Tarik Wisata Pantai Padang). *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(6), 1252–1264.
- Murdani, R., & Martha, L. (2023). Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 64–81. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v2i1.616>
- Nafis R. Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung. *ecobuss* [Internet]. 30Mar.2020 [cited 10Apr.2025];8(1):40-5. Available from: <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/view/565>
- Noerhanifati, S., Griandini, D., & Monoarfa, terrylina arvinta. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Pengalaman Berwisata Terhadap Intensi Mengunjungi Kembali Pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.46>
- Pradina AF, Elmas M, Nafis RW. The Effect of Innovation, Accessibility and Trust on User Satisfaction of Economy Class Railway Services DAOP IX Probolinggo Station. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*. 2024 Feb 22;9(1):10-21.
- Rahmi, firda aulia, & Ferdian, F. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wisata Sajuta Janjang Kabupaten Agam. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(4), 14. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v1i4.1653>
- Salim, muhammad nur mialfi, Mulyani, indah dewi, & Khojin, N. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 113–126. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i4.156>
- Sari, fanny alfinofita, & Susanti, R. (2024). Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Kebun Raya Bogor. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2603–2608. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.4042>
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA CV.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. PUSTAKABARUPRESS.