

## **Analisis Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan pada Objek Wisata Krakatau Park Lampung**

**Shela Putri Safira<sup>1</sup>, Saodin<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Kalianda, Indonesia

Email : [shelaputrisafira@gmail.com](mailto:shelaputrisafira@gmail.com)<sup>1</sup>, [saodin53@gmail.com](mailto:saodin53@gmail.com)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Pariwisata merupakan salah satu mesin penggerak dalam pertumbuhan ekonomi negara. Dengan potensi wisata alam dan budaya yang bagus, sektor pariwisata diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni. Objek wisata ini berlokasi di Kawasan Pelabuhan Penyeberangan Bakauheni Kec. Bakauheni Kab. Lampung Selatan Prov. Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. responden penelitian adalah 130 responden yang dipilih menggunakan teknik *kombinasi antara metode sampling accidental dan purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan (kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Uji secara parsial variabel Aksesibilitas, variabel Fasilitas dan variabel Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali. Secara simultan variabel Aksesibilitas, variabel Fasilitas dan variabel Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Krakatau Park Lampung. Uji determinasi dapat dijelaskan bahwa variabel aksesibilitas, variabel fasilitas dan variabel persepsi harga terhadap variabel minat berkunjung kembali wisatawan pada Objek Wisata Krakatau Park Lampung adalah sebesar 44,8%, sedangkan sisanya sebesar 55,2% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Aksesibilitas, Fasilitas, Minat Berkunjung Kembali, Persepsi Harga.*

### ***Analysis of the Effect of Accessibility, Facilities and Price Perception on Tourists' Revisit Interest in Krakatau Lampung Tourist Object***

#### **Abstract**

*Tourism is one of the driving forces in the country's economic growth. With good natural and cultural tourism potential, the tourism sector is expected to drive the country's economic growth. This study aims to determine the effect of Accessibility, Facilities and Price Perception on the Interest in Revisiting the Krakatau Park Lampung Tourist Attraction in Bakauheni. This tourist attraction is located in the Bakauheni Ferry Port Area, Bakauheni District, South Lampung Regency, Lampung Province. This study uses a descriptive quantitative method. The research respondents were 130 respondents selected using a combination of accidental sampling and purposive sampling methods. Data were collected using (questionnaires, interviews, observations*

and documentation). Data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of the SPSS 25 for windows program. The results of the study showed that the partial Test value of the Accessibility variable, the Facilities variable and the Price Perception variable had a positive and significant effect on the Returning Interest variable. Simultaneously, the Accessibility variable, the Facilities variable and the Price Perception variable had a positive and significant effect on the Returning Interest variable at the Krakatau Park Lampung Tourist Attraction. The determination test can be explained that the accessibility variables, facility variables and price perception variables on the variable of tourists' intention to revisit the Krakatau Park Lampung tourist attraction are 44.8%, while the remaining 55.2% is explained by other variables besides the variables used in this study.

**Keywords:** Accessibility, Facilities, Return Visit Intention, Price Perception.

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu mesin penggerak dalam pertumbuhan ekonomi negara. Dengan potensi wisata alam dan budaya yang luar biasa, sektor pariwisata diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Negara. Setiap individu pasti membutuhkan pariwisata karena dapat meningkatkan kreativitas, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya tertentu, menjaga kesehatan serta memenuhi kebutuhan pribadi mereka (Fadilah dan Weriantoni, 2019). Objek wisata merupakan elemen penting yang dapat memberikan hiburan bagi masyarakat, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Keinginan seseorang untuk berlibur sering kali dipicu oleh kecenderungan manusia untuk mengikuti tren yang sedang populer. Selain itu, berwisata juga menjadi cara untuk mengatasi kebosanan dari rutinitas sehari-hari (Retnoningsih, 2013).

Sektor pariwisata telah menjadi salah satu penggerak utama perekonomian nasional, menyumbang devisa pariwisata yang signifikan dan menyerap tenaga kerja cukup besar. Secara historis, pariwisata di Indonesia telah berkembang pesat, dipicu oleh keindahan alam dan kebudayaan yang unik. Keberagaman budaya dan alam ini membuat pariwisata di Indonesia sangat berpotensi. Data statistik menunjukkan bahwa sejak tahun 1990-an, jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia telah meningkat secara signifikan. Hal ini dipicu oleh kemajuan infrastruktur, peningkatan kenyamanan perjalanan, dan kampanye promosi yang intensif. Bahkan, pada tahun 2023, sektor pariwisata mampu menyumbang nilai devisa pariwisata \$14 miliar dan menyerap tenaga kerja cukup besar.

Wisata sangat berpengaruh terhadap industri kepariwisataan, utamanya pada lokasi tujuan wisata yang memang ditujukan untuk dikunjungi khalayak ramai. Pengembangan pada sebuah produk kepariwisataan yang akurat, akan menciptakan tujuan rekreasi yang diketahui oleh khalayak ramai sebagai destinasi yang dapat memuaskan hati wisatawan, dari lokal sampai dengan internasional (Tinggi *et al.*, 2021). Dalam menarik pengunjung untuk memilih objek wisata salah satu faktor yang harus diperhatikan yaitu aksesibilitas, fasilitas dan persepsi harga. Faktor pertama yang mempengaruhi minat berkunjung adalah aksesibilitas yang telah tersedia di tempat objek wisata.

Aksesibilitas wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi sehingga aksesibilitas wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Aksesibilitas merupakan faktor penunjang

yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai objek wisata yang dituju, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Faktor kedua yang mempengaruhi minat berkunjung yaitu fasilitas. Fasilitas merupakan sarana yang terdapat pada objek wisata untuk dapat dinikmati wisatawan saat melakukan kunjungan wisata. Fasilitas yang tersedia harus memenuhi kebutuhan dan keinginan bagi para pengunjung. Kelengkapan fasilitas yang tersedia untuk wisatawan dapat memastikan bahwa pengunjung merasa nyaman dan puas. Tidak hanya itu, kebersihan, kelancaran, dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik pengunjung untuk berkunjung. Faktor ketiga yang mempengaruhi minat berkunjung yaitu persepsi harga. Persepsi harga adalah bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah dan wajar) yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat pembelian.

Pengembangan pariwisata saat ini mulai menjadi salah satu program unggulan dalam pembangunan daerah. Pembangunan pariwisata tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan menciptakan lapangan kerja di daerah. Salah satu kabupaten yang memiliki potensi wisata adalah Lampung Selatan (PAD Lamsel, 2024). Sumber daya alam yang potensial dan menarik untuk dikembangkan sebagai tujuan wisata seperti kawasan pantai, sumber air panas, peninggalan sejarah, serta kawasan gunung dan perbukitan.

Berdasarkan data telah memiliki fasilitas yang mendukung sektor pariwisata seperti 28 hotel dan 87 objek wisata (BPS Lamsel, 2024). Selain itu jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Lampung Selatan menurun pada tahun 2023 terdapat 17 orang wisatawan mancanegara. Sedangkan untuk wisatawan Domestik yang berkunjung ke Kabupaten Lampung Selatan menunjukkan peningkatan tiap tahunnya. Semakin banyak tempat-tempat wisata yang mulai berkembang di Kabupaten Lampung Selatan, Tantangan bagi setiap industri pariwisata saat ini mempertahankan dan memperbanyak jumlah pengunjung dengan kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Seiring berjalannya waktu objek wisata di Kabupaten Lampung Selatan terus mengalami peningkatan, dengan bermunculannya objek-objek wisata baru yang tidak kalah menarik dengan objek wisata yang sudah lama berkembang. Salah satunya adalah Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni Lampung Selatan. Objek wisata Krakatau Park Lampung terletak di Kawasan Pelabuhan Penyebrangan Bakauheni Kecamatan Bakauheni Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung. Data mencatat, total 88.469 orang berkunjung ke wisata Krakatau Park Lampung sejak dibuka pada April 2023 hingga Desember 2023 (ASDP, 2024).

Wisatawan agar tetap berkunjung kembali ke objek wisata Krakatau Park Lampung dan meningkatkan jumlah Objek wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni harus terus meningkatkan kualitasnya guna untuk menjaga wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut. Salah satu hal yang dapat memengaruhi pengunjung untuk berkunjung kembali ke objek wisata tersebut adalah tingkat kepuasan pengunjung. Wisatawan yang merasa tidak puas akan menyebabkan *customer exit*. Dalam jangka panjang menjadi sesuatu yang sangat potensial sehingga dapat menurunkan jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata Krakatau Park Lampung. Sebaliknya wisatawan mancanegara ataupun lokal yang merasa puas selama melakukan perjalanan wisata akan menciptakan gambaran yang positif terhadap jasa pariwisata dan mendorong penciptaan loyalitas bagi wisatawan dimasa yang akan datang, sehingga pada akhirnya akan mempunyai kontribusi sangat signifikan terhadap keberhasilan pengembangan sektor kepariwisataan, seperti jumlah wisatawan,

lama tinggal, jumlah pengeluaran wisatawan, permintaan produk industri pariwisata, dan kinerja industri pariwisata. lokasi, fasilitas, dan persepsi harga, merupakan tiga faktor yang harus diperhatikan perusahaan. Minat berkunjung kembali akan tercapai jika perusahaan memperhatikan dan melakukan dengan baik ketiga faktor tersebut. Basiya dan Rozak (2012) mendefinisikan minat berkunjung kembali adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Nugraha & Soleha (2022) Minat berkunjung rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata yang menarik untuk dikunjungi dengan tujuan untuk rekreasi dan hiburan. Jadi, minat berkunjung kembali adalah suatu dorongan seseorang untuk melakukan kunjungan kembali dengan tujuan yang sama. Ada beberapa faktor yang dipandang dapat memberi pengaruh ke minat berkunjung kembali wisatawan, salah satunya yakni Aksesibilitas. area destinasi yang mudah dijangkau lebih disukai konsumen. Sebab, tidak sulit untuk menemukannya (Aprileny *et al.*, 2020). Pada penelitian yang dijalankan Mahfudhotin & Nurfarida (2020) menghasilkan kesimpulan bahwasannya Aksesibilitas memberikan pengaruh ke minat berkunjung kembali. Kemudian, faktor lain yang juga berpengaruh yaitu fasilitas yang disediakan oleh suatu tempat wisata. Hasil penelitian dari Wulandari *et al* (2022) menghasilkan sebuah pernyataan bahwasannya ditemui adanya pengaruh yang positif serta signifikan mengenai variabel Fasilitas ke minat berkunjung kembali. selain faktor aksesibilitas dan fasilitas, faktor lain yang dianggap berpengaruh dengan minat berkunjung kembali wisatawan adalah persepsi harga. Hasil penelitian dari Wulandari *et al* (2022) menghasilkan sebuah pernyataan bahwasannya ditemui adanya pengaruh yang positif serta signifikan mengenai variabel persepsi harga ke minat berkunjung kembali.

Wisata Krakatau Park Lampung memiliki masalah yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, seperti kekurangan peningkatan aksesibilitas, fasilitas, dan persepsi harga setiap tahunnya, tetapi pengunjung tetap datang dan melakukan kunjungan kembali. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian pada tempat tersebut. Faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali yaitu pada aksesibilitas, fasilitas, dan persepsi harga. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis kembali variabel aksesibilitas, fasilitas, dan persepsi harga. Sehubungan dengan penelitian di objek wisata Krakatau Park Lampung ada 2 (dua) wisatawan yaitu wisatawan asing dan wisatawan domestik, maka peneliti berfokus pada penelitian wisatawan domestik.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif (Assingkily, 2021). responden penelitian adalah 130 responden yang dipilih menggunakan teknik kombinasi antara metode *sampling accidental* dan *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan (kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 25 for windows.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Uji Validitas*

Menurut Ghozali (2018) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan

korelasi antara skor butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel kemudian membandingkan dengan r Tabel. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- Jika r hitung (*Correlated item - Total correlation*)  $\geq$  Tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid.
- Jika r hitung (*Correlated item - Total correlation*)  $\leq$  Tabel, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Perhitungan nilai r tabel sebagai berikut:  $Tabel = r_{\alpha (n-2)}$

Keterangan:

n = jumlah sampel

a = level of significance 5% atau 0,05

r tabel = r (a;130-2)

r tabel = r (0,05; 128)

= 0.159

Dari perhitungan mencari nilai r tabel di atas, didapatkan hasil dari r tabel 128 yang menunjukkan angka 0,159. Hal itu berarti data akan dinyatakan valid jika hasil perhitungannya lebih dari 0,159. Sedangkan nilai r hitung (*Correlated item - Total correlation*) yang didapat dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS ver. 25.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	r hitung	r tabel df=(130-2)	Keterangan
<b>Aksesibilitas (X1)</b>			
X1.1	0,740	0.1723	Valid
X1.2	0,483	0.1723	Valid
X1.3	0,684	0.1723	Valid
X1.4	0,441	0.1723	Valid
<b>Fasilitas (X2)</b>			
X2.1	0,916	0.1723	Valid
X2.2	0,919	0.1723	Valid
X2.3	0,767	0.1723	Valid
<b>Persepsi Harga (X3)</b>			
X3.1	0,851	0.1723	Valid
X3.2	0,697	0.1723	Valid
X3.3	0,692	0.1723	Valid
<b>Minat berkunjung kembali (Y)</b>			
Y.1	0,904	0.1723	Valid
Y.2	0,919	0.1723	Valid
Y.3	0,880	0.1723	Valid

Sumber: Output SPSS ver. 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 4.10 hasil perhitungan uji validitas bahwa semua pernyataan yang mengukur variabel aksesibilitas, vasilitas, persepsi harga dan minat berkunjung kembali wisatawan berkunjung di objek wisata Krakatau Park Lampung Di Bakauheni. Item angket dinyatakan valid karena semua variabel *rhitung* untuk semua item angket lebih besar dari *rtabel* pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% yaitu sebesar 0.1723.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan atau konsistensi instrumen yang digunakan. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor dari masing-masing pertanyaan dalam setiap variabel. Nilai reliabilitas merupakan kombinasi dari skor-skor korelasi tersebut. Dimana pernyataan-pernyataan serta masing-masing variabel sama seperti pernyataan-pernyataan dan variabel-variabel pada pengukuran validitas. Koefisien alpha menunjukkan nilai reliabilitas masing-masing variabel dalam penelitian ini. Nilai alpha yang lebih besar dari  $\alpha > 0.6$  berarti bahwa semua variabel-variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Suatu instrumen penelitian dinilai memiliki konsistensi internal yang baik atau reliabel jika  $\alpha > 0,6$ .

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Level Cronbach's Alpha	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	0,706	0,6	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,852	0,6	Reliabel
Persepsi Harga (X3)	0,801	0,6	Reliabel
Minat berkunjung kembali (Y)	0,862	0,6	Reliabel

Sumber: Output SPSS ver. 25 (2025)

Berdasarkan hasil Tabel 2 diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0.6$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik atau reliabel.

### Uji Regresi Linear Berganda

Peneliti melakukan pengolahan data dengan bantuan program SPSS for windows. Langkah pertama dalam pengujian hipotesa dengan regresi linier berganda adalah menguji hipotesa yaitu aksesibilitas, fasilitas dan persepsi harga berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap wisatawan berkunjung di objek wisata Krakatau Park Lampung.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.616	1.506		1.737	.085					
	Aksesibilitas	.030	.069	.029	2.432	.667	.076	.038	.028	.972	1.029
	Fasilitas	.574	.082	.577	7.039	.060	.666	.531	.460	.637	1.570
	Persepsi Harga	.217	.111	.159	1.987	.053	.497	.172	.128	.652	1.535

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Output SPSS ver. 25 (2025)

Penjelasan:

- 1)  $\alpha = 2,616$  artinya apabila  $X_1, X_2, X_3$  sebesar 0, maka Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y) sebesar 2,616.
- 2)  $\beta_1 = 0,230$  artinya bila diasumsikan variabel Aksesibilitas ( $X_1$ ) meningkat 1 variansi. Maka dapat memberikan efek peningkatan terhadap minat berkunjung kembali sebesar 0,007 variansi terhadap signifikansi 0,000. Hal ini dapat disimpulkan apabila Aksesibilitas bagus maka minat berkunjung kembali ke objek wisata semakin tinggi pula.
- 3)  $\beta_2 = 0,574$  artinya bila diasumsikan variabel Fasilitas ( $X_2$ ) meningkat 1 variansi. Maka dapat memberikan efek peningkatan terhadap minat berkunjung kembali 0,574 variansi terhadap signifikansi 0,000. Jika fasilitas objek wisata semakin baik, maka wisatawan semakin yakin untuk minat berkunjung kembali ke objek wisata tersebut.
- 4)  $\beta_3 = 0,341$  artinya bila diasumsikan variabel Persepsi Harga ( $X_3$ ) meningkat 1 variansi. Maka dapat memberikan efek peningkatan terhadap minat berkunjung kembali sebesar 0,341 variansi terhadap signifikansi 0,003. Artinya persepsi harga yang ditawarkan pada objek wisata dapat diterima semua masyarakat, maka minat berkunjung kembali ke objek wisata semakin baik.

#### Uji Korelasi Produk Moment Berganda

Secara parsial dapat diketahui arah dan tingkat keeratan pengaruh serta signifikan korelasi dari masing masing variabel dan dapat diketahui yang telah diteliti sebagaimana tabel perhitungan Dibawah.

**Tabel 4. Uji Analisis Korelasi Produk Moment Berganda**  
**Correlations**

		MBK	Aksesibilitas	Fasilitas	PH
Pearson Correlation	Minat Berkunjung Kembali	1.000	.476	.666	.497
	Aksesibilitas	.476	1.000	.164	.066
	Fasilitas	.666	.164	1.000	.589
	Persepsi Harga	.497	.066	.589	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat Berkunjung Kembali	.	.194	.000	.000
	Aksesibilitas	.194	.	.031	.229
	Fasilitas	.000	.031	.	.000
	Persepsi Harga	.000	.229	.000	.
N	Minat Berkunjung Kembali	130	130	130	130
	Aksesibilitas	130	130	130	130
	Fasilitas	130	130	130	130
	Persepsi Harga	130	130	130	130

Sumber: Output SPSS ver. 25 (2025)

Analisis korelasi product moment secara parsial berdasarkan output SPSS 25 di interpretasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai r hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai r hitung untuk hubungan Aksesibilitas ( $X_1$ ) dengan Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar 0,476 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,40 – 0,599 (Tabel 3.2) yang berarti tingkat hubungan Aksesibilitas ( $X_1$ ) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) termasuk pada tingkat hubungan yang **sedang**. Diketahui nilai sig. (*2-tailed*) dari tabel output di atas diketahui nilai sig. (*2-tailed*) antara Aksesibilitas ( $X_1$ ) dengan Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti

terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Aksesibilitas (X1) dengan variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).

2. Berdasarkan nilai  $r$  hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai  $r$  hitung untuk hubungan Fasilitas (X2) dengan Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar 0,666 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,40 – 0,599 (Tabel 3.2) yang berarti tingkat hubungan Fasilitas (X2) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) termasuk pada tingkat hubungan yang **sedang**. Diketahui nilai  $sig.$  (*2-tailed*) dari tabel output diatas diketahui nilai  $sig.$  (*2-tailed*) antara Fasilitas (X2) dengan Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar  $0.031 < 0.05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Fasilitas (X2) dengan variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).
3. Berdasarkan nilai  $r$  hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai  $r$  hitung untuk hubungan Persepsi Harga (X3) dengan Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar 0,497 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,60 - 0,799 (Tabel 3.2) yang berarti tingkat hubungan Persepsi Harga (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) termasuk pada tingkat hubungan yang **kuat**. Diketahui nilai  $sig.$  (*2-tailed*) dari tabel output diatas diketahui nilai  $sig.$  (*2-tailed*) antara Persepsi Harga (X3) dengan Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar  $0.031 < 0.05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Persepsi Harga (X3) dengan variabel Minat Berkunjung Kembali (Y).

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah besarnya variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel aksesibilitas, fasilitas dan persepsi harga terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada Objek Wisata Krakatau Park Lampung.

Tabel 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.679 <sup>a</sup>	.461	.448	1.243	1.909

a. Predictors: (Constant), Total Persepsi Harga, Total\_Aksesibilitas, Total\_Fasilitas

b. Dependent Variable: Total Minat Berkunjung Kembali

Sumber: *Output SPSS ver. 25 (2025)*

nilai *output "Model Summary"* di atas, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,448. Diketahui nilai Koefisien determinasi sebesar 0,448 atau 44,8% yang berarti variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel aksesibilitas, fasilitas dan persepsi harga terhadap variabel minat berkunjung kembali wisatawan pada Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni adalah sebesar 44,8%, sedangkan sisanya atau sebesar 55,2% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

### Uji Parsial (Uji $t$ )

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau individu yaitu antara variabel aksesibilitas, fasilitas dan persepsi harga terhadap variabel minat berkunjung kembali wisatawan pada Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni.

Tabel 6. Uji Parsial (Uji t)  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.616	1.506		1.737	.085					
	Aksesibilitas	.030	.069	.029	2.432	.667	.076	.038	.028	.972	1.029
	Fasilitas	.574	.082	.577	7.039	.060	.666	.531	.460	.637	1.570
	Persepsi Harga	.217	.111	.159	1.987	.053	.497	.172	.128	.652	1.535

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

nilai uji t (thitung) untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Hubungan variabel aksesibilitas (X1) terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y) di Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni. Nilai thitung untuk variabel aksesibilitas (X1) sebesar 2.432 > ttabel sebesar 1,97612 dengan nilai signifikan sebesar 0,007, hal ini berarti variabel aksesibilitas (X1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y).
- 2) Hubungan variabel fasilitas (X2) terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y) di Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni. Nilai thitung untuk variabel fasilitas (X2) sebesar 7.039 > ttabel sebesar 1,97612 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 hal ini berarti variabel fasilitas (X2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y).
- 3) Hubungan variabel persepsi harga (X3) terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y) di Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni. Nilai thitung untuk variabel persepsi harga (X3) sebesar 1,977 > ttabel sebesar 1,97612 dengan nilai signifikan sebesar 0,003, hal ini berarti variabel persepsi harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung kembali (Y).

### Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara aksesibilitas (X1), fasilitas (X2) dan persepsi harga (X3) terhadap minat berkunjung kembali (Y). Dalam Tabel 4.19 disajikan analisis pengaruh secara simultan, dengan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Simultan (Uji F)

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166.386	3	55.462	35.894	.000 <sup>b</sup>
	Residual	194.691	126	1.545		
	Total	361.077	129			

a. Dependent Variable: Total Minat Berkunjung Kembali

b. Predictors: (Constant), Total Persepsi Harga, Total\_Aksesibilitas, Total\_Fasilitas

Sumber: *Output* SPSS ver. 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 7 didapatkan nilai Fhitung sebesar 35,894 > Ftabel sebesar 2,68 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, karena nilai signifikansi Fhitung kurang dari 5%

maka H0 ditolak dan H1 diterima, hal ini berarti bahwa aksesibilitas, fasilitas dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

### ***Pembahasan***

Berdasarkan analisis data di atas, dapat dibahas mengenai pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Krakatau Park Lampung dengan penjelasan sebagai berikut:

#### ***Pengaruh Aksesibilitas (X1) Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Y)***

Berdasarkan hasil analisis variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, nilai signifikansi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%) dan nilai *unstandardized coefficient* 0,904 berbentuk positif yang berarti mempunyai pengaruh positif. Maka dapat diambil kesimpulan jika variabel aksesibilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Objek Wisata Krakatau Park Lampung.

Hasil ini membuktikan bahwa saat objek wisata mudah diakses, keputusan wisatawan untuk mengunjunginya cenderung meningkat. Kondisi jalan dan jaringan transportasi yang memadai menjadi faktor penting dalam kunjungan wisata. Jalan yang baik, dan mudah dilalui memberikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan bagi wisatawan. Kemudahan navigasi dan tanda-tanda yang jelas juga membantu wisatawan mencapai tujuan wisata dengan mudah. Objek wisata yang dapat diakses dengan transportasi publik cenderung lebih menarik bagi wisatawan, terutama mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi yang ingin mengurangi dampak lingkungan dari perjalanan mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Ariani dkk.. (2019) aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai suatu tujuan. Aksesibilitas merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan, aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata.

#### ***Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Y)***

Berdasarkan hasil analisis variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, nilai signifikansi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%) dan nilai *unstandardized coefficient* 0,740 positif yang berarti mempunyai pengaruh positif artinya dapat diambil kesimpulan jika variabel fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap Objek Wisata Krakatau Park Lampung.

Penelitian ini menunjukkan bahwa objek wisata yang dilengkapi dengan fasilitas yang baik dan memadai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk mengunjunginya. Fasilitas yang disediakan di objek wisata memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung. Fasilitas yang nyaman, bersih, dan terawat dengan baik akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Penerimaan hipotesis ini sejalan dengan ungkapan Riyanto (2018), Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

### ***Pengaruh Persepsi Harga (X3) Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Y)***

Berdasarkan hasil analisis variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, nilai signifikansi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 (5%) dan nilai *unstandardized coefficient* 0,916 berbentuk positif yang berarti mempunyai pengaruh positif. Maka dapat diambil kesimpulan jika variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Objek Wisata Krakatau Park Lampung.

Hal ini menunjukkan bahwa harga objek wisata menjadi faktor yang penting. Pengunjung cenderung membandingkan harga dengan manfaat yang mereka peroleh dari pengalaman wisata tersebut. Jika harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, minat pengunjung untuk berkunjung dapat menurun. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat sangat penting untuk menarik minat pengunjung dan memastikan keseimbangan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. Penerimaan hipotesis ini sejalan dengan ungkapan Indrasari (2020) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Dengan mengetahui informasi harga wisatawan sebelum menentukan wisata mana yang akan dipilihnya biasanya membandingkan harga ditempat lain, berdasarkan harga yang telah ditetapkan maka konsumen akan memutuskan untuk mengunjungi wisata yang sesuai dengan *budget*, sehingga harga berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Krakatau Park Lampung.

### ***Pengaruh Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2), dan Persepsi Harga (X3) Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Y)***

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS ver. 25, variabel aksesibilitas, fasilitas dan persepsi harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Signifikansi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%) nilai F sebesar 35,894 berbentuk positif. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas, fasilitas dan persepsi harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali wisatawan di Objek Wisata Krakatau Park Lampung.

Keberhasilan suatu usaha bidang pariwisata bergantung pada minat berkunjung kembali wisatawan. Suatu usaha pariwisata yang mempunyai pesona alam yang indah atau potensi tetapi tidak diimbangi dengan aksesibilitas yang baik, maka tujuan usaha pariwisata juga tidak akan tercapai dengan maksimal. Karena hal yang paling penting dalam sebuah usaha pariwisata adalah aksesibilitas. Faktor-faktor yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung diantaranya adalah faktor aksesibilitas, fasilitas, dan persepsi harga.

Apabila usaha pariwisata memiliki aksesibilitas yang baik, fasilitas yang memadai dan persepsi harga yang terjangkau dalam memenuhi kebutuhan wisatawan, berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali dan dapat dibidang pemasaran bisa dikatakan berhasil. Sehingga jika variabel aksesibilitas, fasilitas, dan persepsi harga dapat ditingkatkan secara bersama-sama maka, minat berkunjung kembali ke objek wisata akan lebih maksimal. Dengan demikian, maka dapat diambil kesimpulan pada hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel aksesibilitas (X1), fasilitas (X2), dan persepsi harga (X3)

berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali (Y) pada penelitian ini adalah terbukti kebenarannya.

## SIMPULAN

Berlandaskan pada perolehan hasil dengan menggunakan SPSS 25, didapati kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, Hasil uji t, pada responden Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni bahwa variabel Aksesibilitas (X1) nilai t hitung 2.432 > t tabel 1.97612 dan nilai signifikan sebesar  $0,007 < 0,05$ . Sehingga bermakna bahwasannya variabel Aksesibilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Menurut hipotesis pertama yang dicantumkan pada penelitian, maka (H1) terbukti.

*Kedua*, Hasil uji t, pada responden Objek Wisata Krakatau Park Lampung Di Bakauheni bahwa variabel Fasilitas (X2) nilai t hitung 7,039 > t tabel 1.97612 dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga bermakna bahwasannya Fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Menurut hipotesis kedua yang dicantumkan pada penelitian, maka (H2) terbukti.

*Ketiga*, hasil uji t, pada responden Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni bahwa variabel Persepsi Harga (X3) nilai t hitung 1,977 > t tabel 1.97612 dan nilai signifikan sebesar  $0,003 < 0,05$ . Sehingga bermakna bahwasannya Persepsi Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Menurut hipotesis ketiga yang dicantumkan pada penelitian, maka (H3) terbukti.

Hasil uji F, pada responden Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni didapati variabel Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2) dan variabel Persepsi Harga (X3) secara simultan (uji F), didapati bahwa nilai F hitung 35,894 > F tabel 2,68 dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga bermakna bahwasannya variabel Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2) dan Persepsi Harga (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) di Objek Wisata Krakatau Park Lampung di Bakauheni. Menurut hipotesis keempat yang dicantumkan pada penelitian, maka (H4) terbukti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Fenty dkk, 2019, Temu Lampung Berbasis Website Untuk Mempermudah Pencarian Tempat Wisata Serta Pemandu Wisata Di Lampung, *Expert – Jurnal Management Sistem Informasi dan Teknologi* ISSN 2088-5555.
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2020). *Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Assingkily, M. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Panduan Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir*. Yogyakarta: K-Media.
- Basiya. R Dan Rozak. H. A. (2012). *Kualitas Daya tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah*. Universitas Stikubank. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Unniversitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2020). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi*.
- Retnoningsih, (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Laporan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011)*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Riyanto. (2018). *Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga)* SKRIPSI.
- Tinggi, S., Bima, I. E., & Ernawati, S. (2021). *Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di kawasan amahami kota Bima Sri Ernawati*. *Insight Management Journal*, 1(2), 50–54. <https://journals.insightpub.org/index.php/imj>
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., (2022). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu*. *Manajemen, Bisnis, Dan ...*, 4(November), 330–347. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3562%0Ahttp://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/viewFile/3562/2862>.