

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan atraksi wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Danau Aur, Kabupaten Musi Rawas. Fasilitas dan atraksi merupakan elemen penting dalam pengelolaan destinasi yang mampu membentuk kenyamanan dan pengalaman wisata yang berkesan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang pernah berkunjung ke Danau Aur. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik fasilitas maupun atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali secara parsial maupun simultan. Nilai t hitung fasilitas sebesar 3,044 dan atraksi wisata sebesar 4,845, keduanya lebih besar dari t tabel (1,985), dengan nilai signifikansi masing-masing 0,003 dan 0,000 ($< 0,05$). Selain itu, hasil uji F simultan menunjukkan bahwa fasilitas dan atraksi wisata secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang dengan nilai F hitung 30,840 $> F$ tabel 3,091 dan signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,389 menunjukkan bahwa 38,9% variabel minat berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh fasilitas dan atraksi wisata. Hasil ini mengindikasikan bahwa atraksi wisata merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat wisatawan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata perlu fokus pada peningkatan kualitas atraksi dan fasilitas secara berkelanjutan agar dapat mendorong loyalitas wisatawan.

Kata Kunci: Fasilitas, Atraksi Wisata, Minat Berkunjung Kembali, Danau Aur

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of facilities and tourist attractions on visitors' intention to revisit Danau Aur, located in Musi Rawas Regency. Facilities and attractions are essential elements in destination management, capable of shaping comfort and creating memorable tourism experiences. This research employs a quantitative approach using a survey method, with questionnaires distributed to 100 respondents who have previously visited Danau Aur. The data analysis techniques used include multiple linear regression, validity and reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis testing. The results indicate that both facilities and tourist attractions have a positive and significant influence on revisit intention, both partially and simultaneously. The t-value for facilities is 3.044 and for tourist attractions is 4.845, both exceeding the t-table value of 1.985, with significance values of 0.003 and 0.000 respectively (both < 0.05). Furthermore, the simultaneous F-test shows that facilities and attractions jointly have a significant effect on revisit intention, with an F-value of 30.840 $>$ F-table of 3.091 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.389 indicates that 38.9% of the variance in revisit intention can be explained by facilities and tourist attractions. These findings suggest that tourist attractions are the most dominant factor influencing tourists' intention to revisit. Therefore, destination managers should focus on continuously improving the quality of attractions and facilities to foster tourist loyalty.

Keywords: *Facilities, Tourist Attractions, Revisit Intention, Danau Aur*