

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Fasilitas

Keberadaan fasilitas menjadi aspek yang perlu diperhatikan. Wisatawan cenderung memilih destinasi tertentu berdasarkan daya tarik fasilitas yang telah disediakan oleh objek wisata.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun (2011) mengenai Rencana Induk Kepariwisata Nasional, fasilitas pariwisata merupakan berbagai bentuk sarana yang disediakan untuk membantu wisatawan dalam mengakses destinasi, dengan tujuan memberikan rasa aman, nyaman, dan kemudahan selama berkunjung. Fasilitas ini berfungsi sebagai komponen pendukung destinasi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan.

Fasilitas adalah salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan, dan minat untuk mengunjungi objek wisata yang ada. Keberadaan fasilitas ini dirancang guna memperkuat dan melengkapi konsep atraksi wisata yang telah tersedia (Priambudi et al., 2021)

Menurut Rosita et al., (2016) Fasilitas wisata adalah segala bentuk sarana yang mendukung kenyamanan, keselamatan, dan kemudahan wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata. Fasilitas telah diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu:

1. Fasilitas utama, yaitu sarana yang paling krusial dan mutlak diperlukan oleh wisatawan selama berada di lokasi wisata
2. Fasilitas pendukung, yang berfungsi sebagai penunjang fasilitas utama untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan atau pengunjung
3. Fasilitas penunjang, yang secara umum berperan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan selama berkunjung ke destinasi wisata.

2.2 Atraksi

Yoeti, (2016) menjelaskan meliputi berbagai hal yang memiliki nilai keindahan dan keunikan, baik yang berasal dari kekayaan alam, warisan budaya, maupun ciptaan manusia, yang mendorong wisatawan untuk datang dan menjadikannya sebagai alasan utama kunjungan.

Atraksi wisata dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu atraksi alam dan atraksi buatan manusia. Atraksi alam mencakup keindahan serta keunikan lingkungan alami, seperti panorama alam, kondisi iklim, keberagaman flora dan fauna, kawasan hutan, serta sumber daya kesehatan seperti mata air panas dan lumpur. Sementara itu, atraksi buatan manusia mencakup berbagai objek atau acara yang sengaja dirancang untuk menarik wisatawan, seperti monumen, candi, galeri seni, pertunjukan seni, festival, upacara adat, pernikahan tradisional, dan sejenisnya (Abdulhaji & Yusuf, (2016)

2.3 Minat Berkunjung Kembali

Minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Minat dapat diartikan sebagai dorongan atau rangsangan internal yang kuat yang mendorong seseorang untuk bertindak. Dorongan ini dipengaruhi oleh rangsangan eksternal serta perasaan positif terhadap suatu tempat atau produk (Aviolitasona, 2017)

Menurut Suryani, (2017) “Minat Berkunjung Kembali merupakan dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke destinasi yang pernah didatangi sebelumnya”. Minat Berkunjung Kembali merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kepuasan pengunjung terhadap suatu destinasi wisata atau layanan. Minat ini mencerminkan keinginan individu untuk datang kembali setelah pengalaman pertama, dan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, daya tarik objek, kenyamanan, serta kepuasan secara keseluruhan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung, maka semakin besar pula kemungkinan mereka memiliki niat untuk kembali.

2.4 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai referensi untuk memperkaya isi penelitian ini dan mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang teori-teori untuk menilai penelitian. Berikut adalah beberapa artikel penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Research Gap
1	Anggraita, S. L. (2023)	Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi terhadap Minat berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Pnggok Klaten	Berdasarkan hasil penelitian, baik secara parsial maupun bersama-sama, seluruh variabel independen terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.	Penelitian ini belum meneliti pengaruh atraksi wisata sebagai salah satu faktor penting.
2	Nurbaeti et al., (2021)	Pengaruh daya Tarik wisata, harga, fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di Objek Wisata Danau Cipodoh Kota Tangerang	emuan penelitian mengungkapkan bahwa atraksi wisata, tarif atau biaya, serta ketersediaan fasilitas memiliki peran dalam memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung	Penelitian ini hanya berfokus pada minat kunjungan pertama. Tidak mengukur minat berkunjung kembali. Atraksi wisata tidak dianalisis secara khusus sebagai variabel tersendiri
3	Budi & Narsamsu, (2020)	Pengaruh bauran pemasaran dan citra destinasi terhadap minat berkunjung Kembali di desa Wisata Selo Park Ngaju	Strategi bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Selain itu, kombinasi antara bauran pemasaran dan citra destinasi juga terbukti memengaruhi minat wisatawan untuk kembali berkunjung	Penelitian ini tidak meneliti fasilitas dan atraksi wisata sebagai variabel terpisah. Belum fokus pada pengaruh atraksi wisata. Belum pada konteks danau sebagai objek wisata utama
4	Adimayu & ErnaWati, (2020)	Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Lawata Kota Bima	Penelitian ini membuktikan bahwa elemen daya tarik dan fasilitas wisata berkontribusi terhadap meningkatnya minat wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Lawata di Kota Bima	Penelitian ini hanya berfokus pada kunjungan awal, belum pada minat berkunjung kembali. Atraksi wisata belum dibedakan dari daya tarik,.

No	Penulis Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Research Gap
5	Dalimunthe & Purwanti, (2021)	Analisis Keputusan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan ke Saloka park	Penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor pendapatan dan usia memiliki pengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Sebaliknya, variabel seperti kelompok kunjungan, fasilitas yang tersedia, dan harga tiket tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan untuk kembali berkunjung	Penelitian ini belum mengkaji fasilitas dan atraksi wisata secara langsung. Fasilitas dinilai biasa saja sehingga tidak signifikan menandakan kualitas minat wisatawan untuk berkunjung kembali.
6	Ramadhani et al., (2021)	Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, Aksesibilitas dan Ancillary Service terhadap minat kunjung ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang	Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, atraksi wisata, Amenitas, Aksesibilitas dan <i>Ancillary Service</i> Berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjung Kembali ke Bukit Siguntang.	Objek wisata yang dianalisis adalah sejarah–budaya, bukan danau alam.
7	Alfitriani et al, (2021)	Pengaruh Komponen 4A terhadap Minat Kunjung Ulang di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang	Atraksi diteliti secara umum, bukan dari sisi pengembangan konten atau kualitas.	Atraksi dan amenitas berpengaruh signifikan; aksesibilitas dan layanan tambahan tidak signifikan
8	Ramadhani et al. (2021)	Pengaruh 3A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Air Terjun Temam	Atraksi dan aksesibilitas berpengaruh signifikan, amenitas tidak signifikan terhadap keputusan	Penelitian ini hanya berfokus pada keputusan kunjungan pertama kali, tidak meneliti minat kunjung ulang.

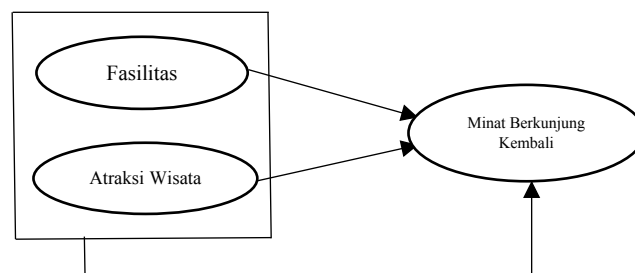
No	Penulis Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Research Gap
9	Sondakh, (2016)	Pelayanan, Kemanan dan Daya Tarik mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata Alam Gunung Mahwu, Tomohon	Hasil penelitian mengindikasikan bahwa masing-masing variabel bebas, baik secara individual maupun simultan, memberikan dampak terhadap variabel terikat	Penelitian ini tidak membahas fasilitas, dan minat kunjung ulang. Hanya fokus di minat berkunjung awal.
10	Tanjung et al., (2022)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Minat Kunjung Pada Situ RawaGede	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata, fasilitas dan <i>electronic word of mouth</i> memengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung ke Situ Rawa Gede.	Penelitian ini hanya berfokus pada minat kunjungan awal, dan tidak menyentuh minat kunjung kembali.

Sumber: Studi Kepustakaan, (2025)

2.5 Kerangka Konsep

Berdasarkan penjelasan teori yang telah dikemukakan, peneliti mengaitkan hubungan antara fasilitas (x_1) dan atraksi (x_2) dengan minat berkunjung kembali (y). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan atraksi wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Penelitian ini mengidentifikasi dua variabel independen, yaitu fasilitas dan atraksi wisata, serta satu variabel dependen, yaitu minat berkunjung kembali. Berdasarkan hal tersebut, kerangka konsep dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 5.1 Kerangka Konsep

Sumber: Peneliti, 2025

1. Hubungan Fasilitas dengan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan

Fasilitas wisata berperan penting dalam memenuhi kebutuhan wisatawan selama perjalanan mereka. Fasilitas yang baik akan membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan senang selama kunjungan.

Menurut Kotler & Keller, (2016) Fasilitas yang berkualitas dapat meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk berkunjung. Contoh fasilitas yang dimaksud meliputi toilet, musholla, area parkir, dan lain sebagainya.

2. Hubungan Atraksi dengan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan

Yoeti, (2019) mengatakan “Atraksi wisata merupakan komponen penting dalam suatu destinasi yang berperan sebagai faktor penarik yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut”. Atraksi wisata menjadi salah satu aspek penting yang memengaruhi ketertarikan wisatawan dalam memilih destinasi. Keunikan dan daya tarik atraksi yang disediakan dapat meningkatkan pesona suatu lokasi wisata, mendorong wisatawan untuk berkunjung, serta meningkatkan kemungkinan mereka kembali di masa mendatang.

3. Hubungan Fasilitas dan Atraksi Wisata dengan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan

Ratnaningtyas et al., (2023) mengungkapkan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas yang tersedia memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Temuan ini menegaskan bahwa pengelola destinasi wisata perlu mengembangkan dan meningkatkan kualitas fasilitas serta atraksi wisata secara bersamaan agar dapat menarik lebih banyak wisatawan dan mendorong kunjungan ulang.

2.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono, (2019) “Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah dari penelitian yang masih perlu dibuktikan kebenarannya secara empiris”.

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. H_1 : Terdapat Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur.

2. H_2 : Terdapat Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur.

3. H_3 : Terdapat Pengaruh Fasilitas dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Fasilitas dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur.