

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Musi Rawas merupakan salah satu daerah di Provinsi Sumatera Selatan yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang cukup potensial untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata. Salah satu objek wisata yang menjadi unggulan di wilayah ini adalah Danau Aur sebuah danau alami yang terletak di Desa Sumber Harta, Kecamatan Sumber Harta, Kabupaten Musi Rawas yang memiliki luas kurang lebih 40 hektar dan berjarak 30 menit dari pusat kota. Keberadaan Danau Aur tidak hanya menjadi simbol keindahan alam Kabupaten Musi Rawas, tetapi juga menyimpan nilai sejarah, budaya, serta potensi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal.

Nama “Aur” pada Danau Aur berasal dari sejenis bambu yang banyak tumbuh di kawasan ini, yaitu bambu aur. Bambu ini memiliki karakteristik batang ramping, lentur namun kuat, dan telah lama dimanfaatkan oleh masyarakat setempat sebagai bahan baku pembuatan peralatan rumah tangga, kerajinan tradisional, serta material bangunan non-modern. Keberadaan hutan bambu yang dulu mendominasi kawasan ini menyebabkan masyarakat setempat menamainya sebagai Danau Aur, yang berarti danau yang dikelilingi oleh bambu aur. Penamaan ini tidak hanya menggambarkan kondisi geografis masa lalu, tetapi juga menjadi bagian dari identitas lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Secara geologis, Danau Aur diperkirakan terbentuk secara alami akibat proses alamiah ratusan tahun yang lalu, Danau Aur mulai berdiri menjadi destinasi wisata sejak tahun 2012. Para ahli setempat memperkirakan bahwa danau ini terbentuk karena adanya longsor tanah besar yang menghambat aliran sungai kecil di kawasan hulu Sungai Aur. Lama-kelamaan,

genangan air yang tertahan membentuk cekungan yang meluas dan akhirnya menjadi danau permanen. Di sisi lain, terdapat pula legenda rakyat yang berkembang di tengah masyarakat lokal mengenai asal-usul danau ini. Pada kisah lisan yang terus diceritakan secara turun-temurun, kawasan Danau Aur dulunya merupakan sebuah perkampungan yang hidup dan makmur. Namun karena masyarakat di kampung tersebut dianggap melanggar adat dan norma leluhur, tempat tersebut akhirnya dikutuk dan tenggelam menjadi danau. Cerita ini mengandung pesan moral sekaligus memberi dimensi spiritual pada Danau Aur sebagai bagian dari ruang sakral dan penuh makna bagi sebagian warga.

Danau Aur memiliki fungsi multifungsi dalam kehidupan masyarakat sekitar. Selain menjadi sumber air bersih dan area perikanan air tawar yang menopang kebutuhan ekonomi warga, danau ini juga menjadi pusat kegiatan sosial, budaya, serta spiritual. Banyak penduduk di sekitar danau yang menggantungkan hidupnya dari sektor perikanan, khususnya ikan air tawar seperti nila, mujair, dan gabus, yang ditangkap menggunakan cara-cara tradisional. Selain itu, pada waktu-waktu tertentu, terutama menjelang acara adat atau musim-musim tertentu, masyarakat adat masih melakukan ritual ziarah dan kegiatan spiritual di beberapa titik yang dianggap sakral di sekitar danau. Hal ini menunjukkan bahwa Danau Aur bukan sekadar tempat wisata alam biasa, melainkan juga menjadi simbol identitas kultural masyarakat Sumber Harta.

Beberapa tahun terakhir, Danau Aur mulai menarik perhatian lebih dari berbagai pihak, termasuk Pemerintah Kabupaten Musi Rawas dan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan. Pemerintah melihat potensi besar yang dimiliki danau ini untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan berbasis alam dan budaya lokal. Oleh karena itu, berbagai upaya dilakukan untuk memperbaiki aksesibilitas menuju lokasi, pembangunan infrastruktur pendukung,

serta penambahan atraksi wisata. Salah satu inovasi utama yang dilakukan pemerintah adalah pembangunan dua titik boardwalk di sekitar danau. *Boardwalk* pertama berbentuk mahkota, yang terinspirasi dari mahkota penari tari tradisional khas Musi Rawas, sedangkan *boardwalk* kedua berbentuk tapal kuda, sebagai simbol keterbukaan dan kekuatan. Kedua *boardwalk* ini tidak hanya menjadi tempat favorit pengunjung untuk berjalan kaki dan berfoto, tetapi juga menjadi spot strategis untuk menikmati pemandangan danau secara menyeluruh dari berbagai sisi. Selain keindahan alamnya, Danau Aur juga menawarkan berbagai aktivitas wisata yang bervariasi dan cocok untuk berbagai kalangan usia. Kegiatan yang populer di antaranya adalah bersepeda santai di sekitar danau, piknik keluarga di tepi danau, berperahu dayung, serta memancing. Aktivitas-aktivitas ini memberikan pengalaman interaksi langsung dengan alam yang menyegarkan dan edukatif. Untuk mendukung kenyamanan pengunjung, pihak pengelola telah menyediakan fasilitas umum seperti toilet, tempat istirahat, bangku taman, serta warung makan sederhana yang menyediakan makanan dan minuman ringan khas daerah. Dengan demikian, pengunjung tidak hanya mendapatkan pengalaman alam yang menyenangkan, tetapi juga tetap merasa nyaman selama berwisata.

Untuk meningkatkan daya tarik wisatawan serta memperkuat nilai-nilai budaya lokal, pemerintah daerah secara rutin mengadakan pertunjukan seni dan budaya di kawasan Danau Aur, seperti hiburan orgen tunggal, kesenian tradisional, tari daerah, dan pertunjukan rakyat. Kegiatan ini tidak hanya menjadi hiburan bagi wisatawan, tetapi juga menjadi sarana pelestarian budaya lokal dan media promosi pariwisata berbasis komunitas. Secara keseluruhan, Danau Aur merupakan objek wisata yang memiliki karakteristik unik dan khas. Keindahan alam, kekayaan budaya, nilai historis, serta keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaannya menjadikan

Danau Aur sebagai potensi strategis dalam pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Musi Rawas. Keberadaan dukungan kebijakan pemerintah yang tepat serta partisipasi aktif masyarakat, Danau Aur dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi destinasi wisata unggulan di tingkat provinsi bahkan nasional, yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan pelestarian budaya daerah.

4.1.2 Tiket Masuk dan Jam Buka Objek Wisata Danau Aur

Memasuki kawasan objek wisata Danau Aur, pengunjung dikenakan biaya sebesar Rp.5000,- untuk anak diatas 5 tahun hingga dewasa dan Rp.10.000,- untuk harga tiket masuk dihari libur dan hari besar lainnya. Objek Wisata Danau Aur buka pada pukul 08:00 WIB-17:00 WIB, untuk jam buka dihari libur mulai pukul 07:30 WIB-17:00 WIB.

4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke Objek Wisata Danau Aur Kabupaten Musi Rawas serta jumlah sampel sebanyak 100 responden. Proses pengumpulan data primer melalui instrumen berupa kuesioner dimana peneliti menggunakan *google form* untuk menyebar kuesioner tersebut kepada pengunjung Objek Wisata Danau Aur. Karakteristik atau identitas responden dalam penelitian ini dikelompokkan sebagai berikut :

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdapat pada tabel 4.1 :

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	58	58
Perempuan	42	42
Total	100	100

Sumber : Data yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, hasil kuesioner yang disebarkan pada 100 responden pengunjung objek wisata Danau Aur Kabupaten Musi Rawas, diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 58% dan sisanya berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 42%.

4.2.2 Karakteristik berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Persentase
17-22 Tahun	40	40
23-28 Tahun	24	24
29-34 Tahun	15	15
35-40 Tahun	12	12
>40 tahun	9	9
Total	100	100

Sumber : Data yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, untuk golongan usia 17-22 tahun sebanyak 40 responden, usia 23-28 tahun sebanyak 24 responden, usia 29-34 tahun sebanyak 15 responden, usia 35-40 tahun sebanyak 12 responden, dan usia >40 tahun sebanyak 9 responden. Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang menjadi wisatawan di objek wisata Danau Aur berusia 17-22 tahun.

4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Deskripsi karakteristik responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir terdapat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan
Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	50	50
D3	13	13
S1	35	35
S2	2	2
Total	100	100

Sumber : Hasil olahan data, 2025

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebanyak 100 responden, 50 orang responden pendidikan terakhir SMA, 13 responden pendidikan terakhir D3, 35 responden dengan pendidikan terakhir S1, dan 2 responden dengan pendidikan terakhir S2. Diketahui sebagian besar responden dengan pendidikan terakhir SMA.

4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaannya terdapat pada tabel 4.4 :

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	31	31
ASN	25	25
Karyawan Swasta	16	16
TNI/Polri	6	6
Lainnya	22	22
Total	100	100

Sumber : Hasil olahan data, 2025

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden, 31 orang berstatus pelajar/mahasiswa, 25 orang berstatus ASN, 16 orang responden berstatus karyawan swasta, 6 orang berstatus TNI/Polri, dan 22 orang responden berstatus diluar pekerjaan (lain-lain) yang tertera. Diketahui bahwa sebagian besar responden wisatawan Danau Aur berstatus pelajar/mahasiswa. Berikut merupakan gambar grafik Pie Chart karakteristik responden berdasarkan pekerjaan :

4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan wisatawan Danau Aur terdapat pada tabel 4.5 :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan

Kunjungan	Jumlah	Persentase
Minimal 2x	100	100
Total	100	100

Sumber : Hasil olahan data, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa 100 responden memiliki frekuensi kunjungan minimal 2x ke objek wisata Danau Aur.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

4.3.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, dimana masing-masing variabel tersebut terbagi menjadi beberapa item pernyataan-pernyataan yang diturunkan dari indikator variabel, sebagai berikut:

1. Fasilitas (X_1)

Tabel 4.6
Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Fasilitas (X_1)

item		Tanggapan Responden					Total
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	
X _{1.1}	F	0	1	5	51	40	100
	%	0%	1%	6%	51%	40%	100%
X _{1.2}	F	0	0	4	45	51	100
	%	0%	0%	4%	45%	51%	100%
X _{1.3}	F	0	0	0	40%	60	100
	%	0%	0%	0%	40%	60%	100%
X _{1.4}	F	0	2	13	54	31	100
	%	0%	2%	13%	54%	31%	100%
X _{1.5}	F	1	0	3	39	35	100
	%	1%	0%	3%	39%	35%	100%
X _{1.6}	F	0	0	2	50	48	100
	%	0%	0%	2%	50%	48%	100%
X _{1.7}	F	1	1	4%	64%	30	100
	%	1%	1%	4%	64%	30%	100%
X _{1.8}	F	0	0	0%	55	45	100

	%	0%	0%	0%	55%	45%	100%
--	---	----	----	----	-----	-----	------

Sumber: Hasil olah data, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dari indikator fasilitas untuk $X_{1.1}$ yaitu toilet umum tersedia dengan bersih dan layak , sebanyak 1 responden (1%) yang tidak setuju, 5 responden (5%) yang menjawab kurang setuju, 51 responden (51%) yang menjawab setuju, dan 40 responden (40%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Dapat disimpulkan dari total jawaban yang diterima bahwa wisatawan merasa toilet yang telah disediakan oleh objek wisata Danau Aur memiliki kondisi yang layak dan bersih.

Pernyataan $X_{1.2}$ tempat ibadah (Musholla) tersedia dan nyaman, sebanyak 1 responden (1%) yang tidak setuju, 4 responden (4%) yang menjawab kurang setuju, 45 responden (45%) yang menjawab setuju, dan 51 responden (51%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa tempat ibadah yang disediakan memberikan rasa nyaman kepada wisatawan ataupun pengunjung.

Pernyataan $X_{1.3}$ tersedia area parkir yang luas dan mudah diakses sebanyak 40 responden (40%) yang menjawab setuju, dan 60 responden (60%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Dapat dilihat hasil dari jawaban responden bahwa area parkir yang disediakan oleh objek wisata Danau Aur sangat baik dan memiliki area parkir yang luas dan memadai.

Pada pernyataan $X_{1.4}$ mengenai ketersediaan tempat sampah yang memadai di berbagai titik, sebanyak 2 responden (2%) menyatakan tidak setuju, 13 responden (13%) menjawab kurang setuju, 54 responden (54%) menyatakan setuju, dan 31 responden (31%) sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun masih terdapat sebagian kecil pengunjung yang menilai fasilitas tempat sampah belum sepenuhnya memadai, mayoritas responden menganggap bahwa keberadaan tempat

sampah di kawasan objek wisata Danau Aur telah mencukupi kebutuhan pengunjung.

Pernyataan $X_{1.5}$ tempat duduk tersedia disekitar danau, sebanyak 1 responden (1%) responden yang sangat tidak setuju, 3 responden (3%) yang menjawab kurang setuju, 39 responden (39%) yang menjawab setuju, dan 35 responden (35%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Berdasarkan data ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai bahwa fasilitas tempat duduk atau area istirahat yang tersedia di objek wisata Danau Aur telah disediakan dengan baik dan memadai.

Pernyataan $X_{1.6}$ tersedia tempat makan yang memadai dengan harga terjangkau, sebanyak 2 responden (2%) yang menjawab kurang setuju, 50 responden (50%) yang menjawab setuju, dan 48 responden (48%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden merasa puas terhadap keberadaan tempat makan di objek wisata Danau Aur, baik dari segi jumlah maupun keterjangkauan harga. Hasil pernyataan ini menunjukkan bahwa fasilitas tempat makan yang tersedia telah mampu memenuhi kebutuhan pengunjung secara umum.

Pernyataan $X_{1.7}$ kebersihan area wisata dijaga dengan baik, sebanyak 1 responden (1%) yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 4 responden (4%) yang menjawab kurang setuju, 64 responden (64%) yang menjawab setuju, dan 30 responden (30%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung menilai bahwa kebersihan di kawasan wisata Danau Aur sudah dijaga dengan cukup baik. Hasil dari pernyataan ini mencerminkan bahwa pengelolaan kebersihan di lokasi wisata telah memberikan kenyamanan bagi sebagian besar responden, meskipun masih ada sebagian kecil yang belum sepenuhnya puas.

Pernyataan $X_{1.8}$ fasilitas di danau aur mendukung kenyamanan kunjungan, sebanyak 55 responden (55%) yang menjawab setuju, dan 45 responden (45%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Tidak terdapat responden yang menyatakan tidak setuju atau kurang setuju terhadap pernyataan ini. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden merasakan bahwa fasilitas yang disediakan di objek wisata Danau Aur telah memberikan kenyamanan dalam kunjungan mereka. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada dinilai sangat mendukung pengalaman wisata yang positif bagi para pengunjung.

2. Atraksi Wisata (X_2)

Tabel 4.5

Rekapitulasi Jawaban Kuesioner variabel Atraksi Wisata (X_2)

item		Tanggapan Responden					Total
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	
$X_{2.1}$	F	0	0	0	47	53	100
	%	0%	0%	0%	47%	53%	100%
$X_{2.2}$	F	0	0	4	50	46	100
	%	0%	0%	4%	50%	46%	100%
$X_{2.3}$	F	0	0	5	50	40	100
	%	0%	0%	5%	50%	40%	100%
$X_{2.4}$	F	1	1	2	42	54	100
	%	1%	1%	2%	42%	54%	100%
$X_{2.5}$	F	0	0	2	51	47	100
	%	0%	0%	2%	51%	47%	100%
$X_{2.6}$	F	0	0	0	40	60	100
	%	0%	0%	0%	40%	60%	100%
$X_{2.7}$	F	0	1	5	60	34	100
	%	0%	1%	5%	60%	34%	100%
$X_{2.8}$	F	0	0	0%	55	45	100
	%	0%	0%	0%	55%	45%	100%

Sumber: Hasil olah data, 2025

Berdasarkan hasil olah data tabel 4.7 diatas dari indikator atraksi wisata untuk $X_{2.1}$ yaitu pemandangan di danau aur yang sangat mempesona, sebanyak 47 responden (47%) yang menjawab setuju, dan 53 responden (53%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa wisatawan sangat menyukai pemandangan yang ada di objek wisata Danau Aur.

Pernyataan $X_{2,2}$ Danau Aur memiliki udara yang sejuk dan nyaman bagi pengunjung, sebanyak 4 responden (4%) yang menjawab kurang setuju, 50 responden (50%) yang menjawab setuju, dan 46 responden (46%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan menyukai dan nyaman dengan udara maupun suasana yang ada di Danau Aur.

Pada pernyataan $X_{2,3}$ banyak aktivitas menarik seperti naik kapal, speeding air, dan memancing yang dapat dilakukan, sebanyak 5 responden (5%) yang menjawab kurang setuju, 50 responden (50%) yang menjawab setuju, dan 40 responden (40%) yang menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung menilai bahwa objek wisata Danau Aur menawarkan beragam aktivitas rekreasi yang menarik dan menyenangkan. Hasil pernyataan ini mengindikasikan bahwa daya tarik wisata melalui aktivitas-aktivitas tersebut cukup mampu memenuhi ekspektasi dan minat pengunjung.

Pernyataan $X_{2,4}$ mengenai kesesuaian atraksi wisata di Danau Aur untuk semua kelompok usia memperoleh tanggapan sebanyak 1 responden (1%) sangat tidak setuju, 1 responden (1%) tidak setuju 2 responden (2%) menyatakan kurang setuju, 42 responden (42%) menyatakan setuju, dan 54 responden (54%) sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai bahwa atraksi wisata yang ditawarkan di Danau Aur bersifat inklusif dan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan usia. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Danau Aur memiliki potensi sebagai destinasi wisata keluarga yang ramah bagi anak-anak hingga orang dewasa.

Pernyataan $X_{2,5}$ mengenai tersedia atraksi wisata untuk anak-anak memperoleh tanggapan sebanyak 2 responden (2%) menyatakan kurang setuju, 51 responden (51%) menyatakan setuju, dan 47 responden (47%) sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat

disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung menilai bahwa objek wisata Danau Aur telah menyediakan atraksi yang ramah dan menarik bagi anak-anak. Hasil dari pernyataan ini mengindikasikan bahwa fasilitas dan aktivitas untuk anak-anak menjadi salah satu daya tarik yang memperkuat kesan Danau Aur sebagai destinasi wisata keluarga.

Pernyataan X_{2.6} tersedia spot foto yang menarik bagi pengunjung, memperoleh 40 responden (40%) yang setuju dengan pernyataan tersebut dan 60 responden (60%) sangat setuju mengenai pernyataan tersebut. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang setuju maupun tidak setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden mengapresiasi keberadaan spot-spot foto yang menarik di kawasan wisata Danau Aur. Hasil pernyataan ini menunjukkan bahwa daya tarik visual dan estetika lokasi wisata ini telah menjadi nilai tambah yang penting bagi pengalaman wisata pengunjung, khususnya dalam mendukung aktivitas dokumentasi seperti swafoto atau fotografi.

Pernyataan X_{2.7} Danau Aur sering mengadakan acara atau pertunjukan lokal, memperoleh tanggapan sebanyak 1 responden (1%) tidak setuju, 5 responden (5%) kurang setuju, 60 responden (60%) setuju, dan 34 responden (34%) sangat setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menilai bahwa Danau Aur secara rutin mengadakan acara atau pertunjukan lokal yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Hasil dari pernyataan ini mengindikasikan bahwa unsur budaya lokal yang ditampilkan melalui pertunjukan atau kegiatan khas daerah turut memperkaya pengalaman wisata dan meningkatkan nilai atraktif destinasi.

Pernyataan X_{2.8} kegiatan wisata di Danau Aur tidak membosankan sebanyak 55 responden (55%) setuju dan 45 responden (45%) sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang setuju maupun tidak setuju. Berdasarkan hasil

tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden merasa bahwa aktivitas wisata yang tersedia di Danau Aur cukup beragam dan menarik sehingga tidak menimbulkan rasa jenuh selama kunjungan. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Danau Aur mampu menghadirkan pengalaman wisata yang menyenangkan dan berkesan bagi para pengunjung.

4.3.2 Variabel Dependen

Tabel 4. 6
Rekapitulasi Jawaban Kuesioner variabel Minat Berkunjung Kembali (Y)

item		Tanggapan Responden					Total
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	
Y ₁	F	0	0	0	20	80	100
	%	0%	0%	0%	20%	80%	100%
Y ₂	F	0	0	0	59	41	100
	%	0%	0%	0%	59%	41%	100%
Y ₃	F	0	0	0	53	47	100
	%	0%	0%	0%	53%	47%	100%
Y ₄	F	0	0	3	62	34	100
	%	0%	0%	3%	62%	34%	100%
Y ₅	F	0	0	3	64	33	100
	%	0%	0%	3%	64%	33%	100%
Y ₆	F	0	0	0	60	40	100
	%	0%	0%	0%	60%	40%	100%
Y ₇	F	0	0	7	40	53	100
	%	0%	0%	7%	40%	53%	100%
Y ₈	F	0	0	0%	65	35	100
	%	0%	0%	0%	65%	35%	100%

sumber: Hasil olah data, 2025

Pernyataan Y₁ keinginan wisatawan atau responden ingin kembali mengunjungi Danau Aur, memperoleh 20 responden (20%) yang setuju dengan pernyataan tersebut dan 80 responden (80%) sangat setuju mengenai pernyataan tersebut. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang setuju maupun tidak setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden memiliki minat yang sangat tinggi untuk melakukan kunjungan ulang ke objek wisata Danau Aur. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Danau Aur berhasil meninggalkan kesan positif dan

memuaskan di benak pengunjung, sehingga mendorong keinginan untuk kembali berwisata ke lokasi tersebut di masa mendatang.

Pernyataan Y.₂ menyatakan bahwa responden atau wisatawan merasa puas dengan fasilitas dan atraksi yang ada di Danau Aur memperoleh tanggapan 59 responden (59%) setuju dan 41 responden (41%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang setuju maupun tidak setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden merasa puas terhadap fasilitas serta atraksi wisata yang ditawarkan. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Danau Aur telah mampu memenuhi harapan pengunjung dalam hal kenyamanan, kelengkapan fasilitas, dan keberagaman atraksi yang disajikan.

Pernyataan Y.₃ mengenai kesediaan responden untuk merekomendasikan Danau Aur kepada orang lain memperoleh tanggapan sebanyak 53 responden (53%) setuju dan 47 responden (47%) sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang setuju maupun tidak setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden memiliki pandangan positif terhadap objek wisata Danau Aur, sehingga merasa yakin untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Danau Aur memiliki citra yang baik di mata pengunjung dan berpotensi untuk terus dikenal lebih luas melalui promosi dari mulut ke mulut.

Pernyataan Y.₄ mengenai niat menjadikan Danau Aur sebagai destinasi rutin, sebanyak 3 responden (3%) kurang setuju, 62 responden (62%) setuju, dan 34 responden (34%) sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki keinginan untuk menjadikan Danau Aur sebagai tujuan wisata berulang. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Danau Aur memiliki daya tarik yang kuat dan konsisten dalam memberikan pengalaman wisata yang

menyenangkan, sehingga mendorong pengunjung untuk kembali secara berkala.

Pernyataan Y.₅ yang menyatakan bahwa responden atau wisatawan tidak ragu untuk berkunjung lagi meskipun sudah pernah ke Danau Aur, sebanyak 3 responden (3%) kurang setuju, 64 (64%) setuju, dan 33 responden (33%) sangat setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung tetap memiliki minat tinggi untuk kembali berwisata ke Danau Aur. Hasil dari pernyataan ini mengindikasikan bahwa pengalaman kunjungan yang dirasakan memberikan kesan positif yang kuat, sehingga memunculkan loyalitas dan keinginan untuk mengulangi kunjungan tanpa rasa bosan atau keraguan.

Pernyataan Y.₆ mengenai minat wisatawan untuk datang kembali mengunjungi Danau Aur bersama orang yang berbeda, memperoleh tanggapan sebanyak 60 responden (60%) setuju dan 40 responden (40%) sangat setuju. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang setuju maupun tidak setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden menunjukkan antusiasme untuk kembali ke Danau Aur dengan membawa teman, keluarga, atau rekan yang berbeda dari kunjungan sebelumnya. Hasil dari pernyataan ini mengindikasikan bahwa Danau Aur tidak hanya memberikan pengalaman wisata yang menyenangkan secara pribadi, tetapi juga dianggap layak untuk dibagikan kepada orang lain melalui kunjungan bersama.

Pernyataan Y.₇ Danau Aur adalah destinasi yang layak dikunjungi lebih dari sekali mendapatkan tanggapan 7 responden (7%) kurang setuju, 40 responden (40%) setuju, dan 53 responden (53%) sangat setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menganggap Danau Aur memiliki daya tarik yang cukup kuat untuk dikunjungi secara berulang. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Danau Aur dinilai sebagai destinasi yang

memberikan pengalaman yang memuaskan dan tidak mudah membosankan, sehingga layak untuk menjadi pilihan wisata lebih dari satu kali kunjungan.

Pernyataan Y.₈ kualitas objek wisata Danau Aur sesuai dengan yang diharapkan memperoleh tanggapan sebanyak 65 responden (65%) setuju dan 35 responden (35%) sangat setuju. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang setuju maupun tidak setuju. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden merasa bahwa kualitas yang ditawarkan oleh objek wisata Danau Aur baik dari segi fasilitas, maupun atraksi wisata telah memenuhi ekspektasi mereka. Hasil dari pernyataan ini menunjukkan bahwa Danau Aur mampu memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan pengunjung, sehingga memperkuat citra positif destinasi di mata wisatawan.

4.4 Hasil Uji Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai korelasi *product moment* atau disebut r_{hitung} dimana persyaratan yang harus dipenuhi r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} . Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka data tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Fasilitas (X₁)

Variabel	Butir	Nilai Item Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	X _{1.1}	0,493	0,361	Valid
	X _{1.2}	0,750	0,361	Valid
	X _{1.3}	0,595	0,361	Valid
	X _{1.4}	0,420	0,361	Valid
	X _{1.5}	0,622	0,361	Valid
	X _{1.6}	0,522	0,361	Valid
	X _{1.7}	0,772	0,361	Valid
	X _{1.8}	0,672	0,361	Valid

Variabel	Butir	Nilai Item Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Atraksi Wisata (X2)	X _{2,1}	0,858	0,361	Valid
	X _{2,2}	0,591	0,361	Valid
	X _{2,3}	0,787	0,361	Valid
	X _{2,4}	0,502	0,361	Valid
	X _{2,5}	0,769	0,361	Valid
	X _{2,6}	0,795	0,361	Valid
	X _{2,7}	0,825	0,361	Valid
	X _{2,8}	0,485	0,361	Valid
Minat Berkunjung Kembali (Y)	Y ₁	0,909	0,361	Valid
	Y ₂	0,897	0,361	Valid
	Y ₃	0,908	0,361	Valid
	Y ₄	0,926	0,361	Valid
	Y ₅	0,931	0,361	Valid
	Y ₆	0,925	0,361	Valid
	Y ₇	0,922	0,361	Valid
	Y ₈	0,882	0,361	Valid

Sumber : Hasil olahan data, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas Variabel Fasilitas (X₁) menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} . Oleh karena itu seluruh item-item pernyataan tersebut dianggap layak digunakan dalam tahap analisis selanjutnya.

4.4.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi alat ukur atau kuesioner yang digunakan. Menurut sugiyono (2020) “variabel dinyatakan reliabel jika jawaban terhadap prnyataan selalu sama atau konsisten dan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* >60”.

Berikut merupakan hasil uji realibilitas yang dilakukan pada penelitian ini pada tabel 4.10 dibawah ini :

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Realibilitas	Keterangan
Fasilitas	0,754	0,60	Reliabel
Atraksi Wisata	0,849	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung kembali	0,971	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 diatas nilai Cronbach's Alpha semua variabel dinyatakan reliabel atau konsisten. Hal ini diketahui dengan melihat bahwa nilai setiap variabel memiliki nilai $>0,60$ yang berarti seluruh pernyataan yang dibuat layak untuk digunakan untuk keperluan penelitian.

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

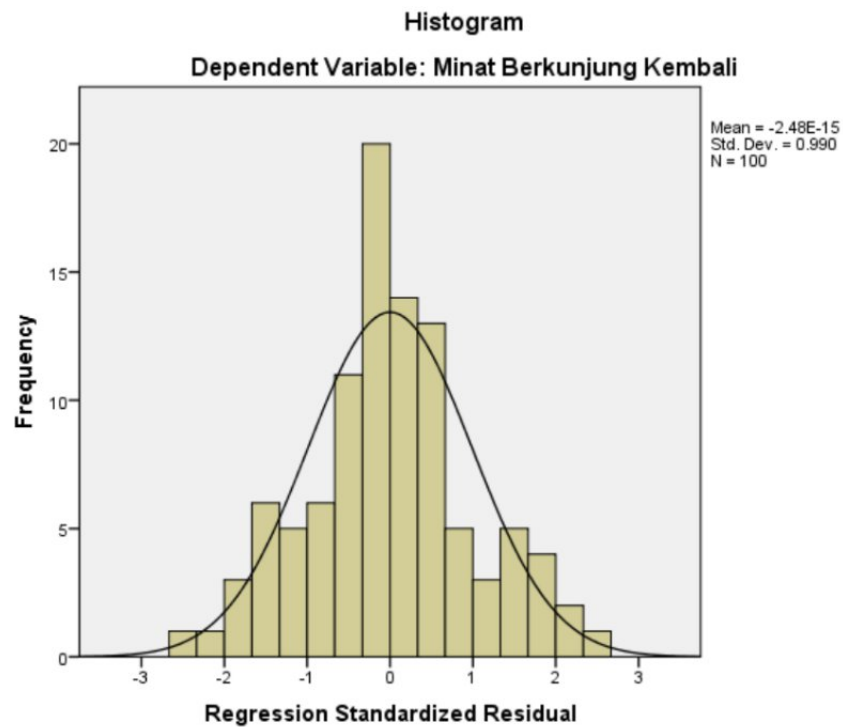
Hasil uji normalitas dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov* sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample kolmogorv-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	2.15511677
Test Statistic		
Asymp. Sig (2-tailed)		
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.060
Test Statistic		.080
Asymp. Sig (2-tailed)		.113 ^c

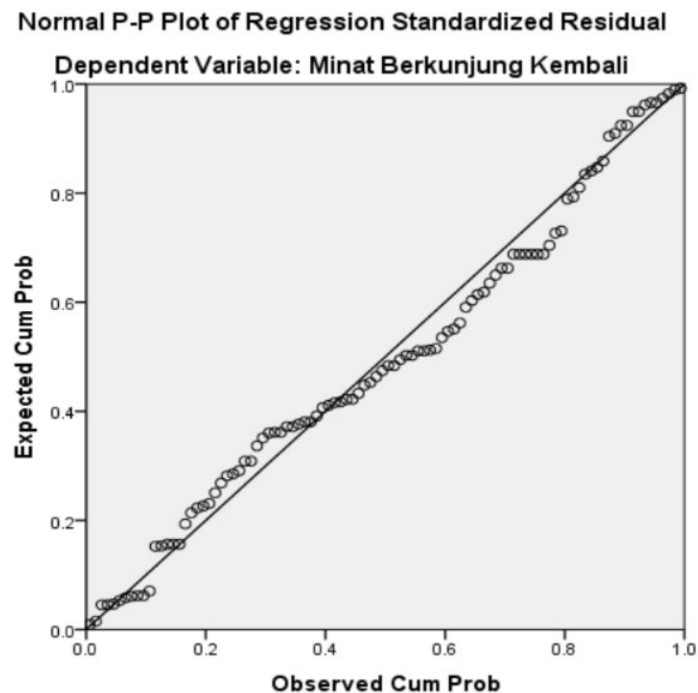
Sumber: Hasil olah data, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan $0,113 > 0,05$, hasil ini mengindikasikan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar : Hasil Uji Normalitas Metode Histogram
Sumber: Hasil olahan data, 2025

Berdasarkan gambar kurva diatas terlihat garis kurva variabel dependen dan regresi standardized residual membentuk gambar seperti lonceng. Oleh karena itu hasil uji normalitas histogram dengan analisis grafik dianggap layak digunakan atau diterima untuk digunakan dalam penelitian.



Gambar: hasil Uji Normalitas metode P-Plot

Sumber: Hasil olahan data, 2025

Berdasarkan gambar uji P-Plot diatas memberikan gambar bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi data normalitas, sehingga sesuai dengan pendapat ghozali (2018) jika pola penyebaran titik-titik mengikuti garis diagonal maka model regresi telah memnuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Berikut merupakan tabel hasil dari uji multikolinearitas menggunakan metode *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagai berikut :

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas Atraksi Wisata	.763 .763	1.310 1.310

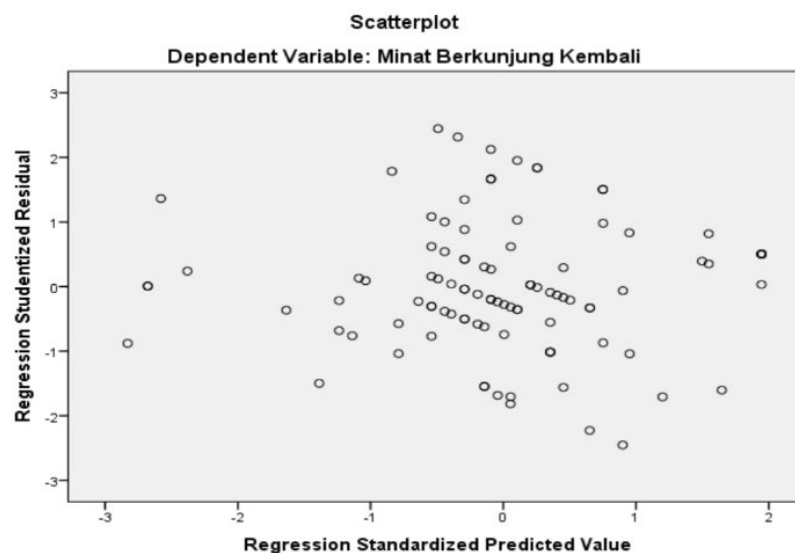
a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Hasil olahan data, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada kolom *Collimearity Statistics*, pada kolom VIF nilai variabel fasilitas (X_1) adalah $1,310 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,763 > 0,10$. Pada variabel Atraksi Wisata (X_2) nilai VIF $1,310 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,763 > 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *scatterplot* adalah sebagai berikut :



Gambar: Hasil uji heteroskedastisitas
Sumber: Hasil olahan data, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas dengan metode *scatterplot*, dapat dinyatakan model regresi tersebut tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal ini terjadi karena berdasarkan gambar diatas dapat dilihat titik-titik penyebaran berada diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 yang mana dapat diuraikan heteroskedastisitas.

4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam mengukur tingkat pengaruh linear antara dua variabel atau lebih. Pengujian regresi linier berganda dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Hasil pengolahan data dalam uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4. 11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
¹ (Constant)	11.590	3.080		3.764	.000
Fasilitas	.257	.084	.277	3.044	.003
Atraksi Wisata	.427	.088	.440	4.845	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Hasil olah data, 2025

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 11.590 + 0,257 X_1 + 0,427 X_2 + e$$

Y	: Minat Berkunjung Kembali
α	: Konstanta
$\beta_1 \beta_2$	: Koefisien regresi
$X_1 X_2$	: Variabel Fasilitas
X_2	: Variabel Atraksi Wisata
e	: <i>error term</i>

Berdasarkan persamaan diatas, nilai konstanta sebesar 11,590 menunjukkan bahwa apabila variabel fasilitas dan atraksi wisata tidak berkontribusi (bernilai nol), maka minat berkunjung kembali wisatawan tetap diperkirakan sebesar 11,590. Nilai ini mencerminkan faktor-faktor lain di luar model yang juga dapat memengaruhi minat wisatawan. Berdasarkan tabel 4.10 maka persamaan regresi dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Koefisien Fasilitas (X_1) pada variabel tersebut sebesar 0,257 dan menunjukkan pengaruh positif yang berarti jika fasilitas ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka minat berkunjung kembali bertambah sebanyak 0,257 atau 25,7%. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada di Danau Aur mempunyai dampak positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, sehingga semakin baik fasilitas yang diberikan maka akan semakin tinggi minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur.
2. Koefisien Atraksi Wisata (X_2) pada variabel tersebut sebesar 0,427 dan menunjukkan pengaruh positif yang artinya jika atraksi wisata ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka minat berkunjung kembali wisatawan bertambah sebanyak 0,427 atau 42,7%. Hal ini menunjukkan bahwa atraksi wisata mempunyai dampak positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, sehingga semakin menarik atraksi wisata yang diberikan maka akan semakin tinggi minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel fasilitas dan atraksi wisata secara signifikan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Hasil besaran nilai t dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
¹ (Constant)	11.590	3.080		3.764	.000
Fasilitas	.257	.084	.277	3.044	.003
Atraksi Wisata	.427	.088	.440	4.845	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Hasil olahan data, 2025

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji t dapat dijelaskan bahwa:

- Hasil uji t pada variabel fasilitas (X_1) diperoleh hasil t_{hitung} 3,044 yang menunjukkan bahwa t_{hitung} 3,044 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,050$. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan signifikansinya lebih kecil dari 0,050, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang mana fasilitas yang ada di objek wisata Danau Aur berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur. Hipotesis “Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur” diterima.
- Hasil uji t pada variabel atraksi wisata (X_2) diperoleh hasil t_{hitung} 4,845 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$.

Oleh karena itu nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan signifikansinya lebih kecil dari 0,050 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang mana atraksi wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur. Hipotesis yang menyatakan “Atraksi Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur” diterima.

4.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F diuji untuk mengetahui apakah variabel fasilitas dan atraksi wisata bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel independen yang ada dalam penelitian secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Berikut hasil perhitungan yang dapat dilihat pada tabel 4.13 :

Tabel 4. 13
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
¹ Regression	293.382	2	146.191	30.840	.000 ^b
Residual	459.808	97	4.740		
Total	752.190	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

b. Predictors: (Constant, Atraksi Wisata, Fasilitas

Sumber: Hasil olah data, 2025

Dari hasil penelitian tersebut uji F didapatkan nilai besarnya angka F_{hitung} dan F_{tabel} . F_{hitung} didapatkan setelah diolah dalam SPSS 22 yang mana diperoleh sebesar 30,840 dan selanjutnya F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik dengan signifikansi 0,05 dengan rumus $df_2 = n - \text{jumlah variabel}$. Hal ini diperoleh angka F_{tabel} sebesar 3,091. Berdasarkan hasil uji pengolahan data diperoleh dengan angka $F_{hitung} > f_{tabel}$ atau $30,830 > 3,091$. Berdasarkan uji F tersebut maka

didapatkan bahwa pengaruh antara variabel independen (fasilitas dan atraksi wisata) terhadap variabel dependen (minat berkunjung kembali) berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan). Hal ini dapat dilihat pada uji F yang menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $30,830 > 3,091$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ maka dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian hipotesis yang mengatakan “fasilitas dan atraksi wisata secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur” diterima.

4.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar presentase variabel independen (Fasilitas, Atraksi Wisata) secara bersama-sama menjelaskan variabel dependen (Minat Beerkunjung Kembali). Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.14 :

Tabel 4. 14
Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Asjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.6233 ^a	.389	.376	2.1772

a. Predictors: (Constant), Atraksi Wisata, Fasilitas

Sumber: Hasil olahan data SPSS 22, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,389 atau 38,9% jadi dapat dikatakan bahwa sebesar 38,9% minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh variabel fasilitas dan atraksi wisata. Sedangkan sisanya 61,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.9 Pembahasan Hasil penelitian

4.9.1 Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali

Wisatawan di Danau Aur

Fasilitas merupakan salah satu elemen penting dalam pengelolaan destinasi wisata karena secara langsung berpengaruh terhadap kenyamanan, kepuasan, dan persepsi wisatawan selama berada di lokasi wisata. Berdasarkan hasil analisis uji regresi parsial dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,044 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003. Karena nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,003 < 0,05$).

Selain itu hasil nilai uji regresi sebesar 0,257 menunjukkan bahwa fasilitas memberikan kontribusi sebesar 25,7% terhadap peningkatan minat wisatawan untuk kembali mengunjungi Danau Aur. Dengan kata lain, semakin baik kualitas dan persediaan fasilitas di tempat wisata, maka semakin tinggi pula kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi berbagai sarana dan prasarana penunjang seperti toilet umum, tempat parkir, tempat makan, tempat duduk, papan informasi, serta kebersihan lingkungan destinasi.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Tanjung et al. (2022) yang menunjukkan bahwa fasilitas merupakan salah satu faktor dominan yang memengaruhi loyalitas wisatawan. Selain itu, Tjiptono (2014) juga menjelaskan bahwa "fasilitas merupakan bagian dari elemen jasa yang bersifat fisik dan harus disediakan sebelum produk atau jasa ditawarkan kepada konsumen". Fasilitas yang lengkap, bersih, dan nyaman dapat meningkatkan kualitas

pengalaman wisatawan, yang pada gilirannya memperkuat niat untuk berkunjung kembali ke tempat yang sama.

Dalam konteks Danau Aur, fasilitas yang baik akan membantu menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Sebaliknya, fasilitas yang tidak memadai atau kurang terawat dapat menjadi hambatan bagi wisatawan untuk kembali. Oleh karena itu, pengelola destinasi perlu memberikan perhatian lebih terhadap pemeliharaan dan pengembangan fasilitas wisata. Beberapa hal yang dapat dilakukan antara lain adalah melakukan perawatan fasilitas secara rutin, menyediakan fasilitas tambahan sesuai kebutuhan wisatawan, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan wisata. Hal ini penting dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, menciptakan loyalitas, serta mendorong peningkatan jumlah kunjungan ulang secara berkelanjutan.

Menurut Kotler & Keller (2016) “Kualitas fasilitas yang dirasakan konsumen merupakan bagian dari nilai total suatu produk atau jasa”. Dalam sektor pariwisata, nilai tersebut tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam atau atraksi wisata, tetapi juga oleh ketersediaan fasilitas pendukung yang memadai. Dengan demikian, pengembangan fasilitas harus menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan daya saing dan daya tarik suatu destinasi wisata seperti Danau Aur.

4.9.2 Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur

Atraksi wisata merupakan salah satu komponen utama dalam industri pariwisata yang memiliki peran sentral dalam menarik minat wisatawan, baik untuk kunjungan pertama maupun kunjungan ulang. Dalam penelitian ini, hasil uji parsial terhadap variabel atraksi wisata menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 4,845 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,845 > 1,985$) dan nilai signifikansi

$< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Danau Aur. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi wisatawan terhadap kualitas atraksi wisata, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk kembali berkunjung. Atraksi wisata yang dimaksud dalam konteks ini meliputi berbagai daya tarik yang tersedia di Danau Aur, baik itu atraksi alam (danau, hutan, keindahan pemandangan), atraksi buatan (fasilitas permainan air, spot foto, wahana), maupun atraksi budaya (kegiatan lokal, festival, dan adat setempat).

Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani et al. (2021), yang menyatakan bahwa “atraksi wisata merupakan variabel yang memiliki pengaruh kuat dalam membentuk niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang”.

Lebih lanjut, Ramadhani et al. (2020) juga menyimpulkan bahwa atraksi wisata yang dikemas secara menarik dan dikelola dengan baik akan menciptakan pengalaman yang memuaskan dan berkesan, yang menjadi pemicu utama niat kembali.

Menurut Yoeti (2010), “atraksi adalah segala sesuatu yang dapat menarik perhatian dan minat wisatawan untuk datang ke suatu daerah”. Hal ini menunjukkan bahwa, daya tarik alam Danau Aur merupakan aset utama yang perlu dikembangkan dan dipromosikan secara berkelanjutan. Wisatawan cenderung melakukan kunjungan ulang ketika mereka merasakan pengalaman yang menyenangkan dan unik dari atraksi wisata yang ada. Artinya, pihak pengelola wisata Danau Aur perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas atraksi wisata, baik dari segi keaslian, daya tarik visual, keberlanjutan lingkungan, maupun kenyamanan pengunjung. Atraksi yang tidak hanya indah, tetapi juga interaktif dan informatif, akan menciptakan *emotional attachment* yang kuat sehingga wisatawan memiliki motivasi untuk kembali.

4.9.3 Pengaruh Fasilitas dan Atraksi Wisata terhadap Minat

Berkunjung Kembali Wisatawan di Danau Aur

Selain pengaruh secara parsial, penelitian ini juga menganalisis pengaruh fasilitas dan atraksi wisata secara simultan terhadap minat berkunjung kembali. Hasil uji regresi simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 30,840 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($30,840 > 3,091$) dan nilai signifikansi $< 0,05$, secara sederhana maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen (fasilitas dan atraksi wisata) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Kata, ketika fasilitas dan atraksi wisata ditingkatkan secara bersamaan, maka hal tersebut akan memberikan efek yang lebih kuat terhadap niat kunjungan ulang dibandingkan jika masing-masing dikembangkan secara terpisah. Hal ini mendukung pandangan bahwa sektor pariwisata bersifat holistik, di mana satu elemen tidak akan optimal tanpa sinergi dengan elemen lainnya.

Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,389 atau 38,9%. Ini berarti bahwa 38,9% variasi dalam minat berkunjung kembali wisatawan dapat dijelaskan oleh kualitas fasilitas serta atraksi wisata yang ada di Danau Aur. Sementara itu, sisanya sebesar 61,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, pelayanan, pengalaman sebelumnya, promosi, aksesibilitas, serta faktor psikologis atau sosial wisatawan.

Hal ini juga sejalan dengan yang disampaikan oleh Kotler & Keller (2016), keputusan konsumen untuk kembali membeli atau mengonsumsi suatu produk sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara kualitas produk (dalam hal ini atraksi wisata) dan sarana pendukung (fasilitas).

Jika keduanya berjalan dengan baik, maka tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen akan meningkat. Maknanya, untuk meningkatkan minat berkunjung kembali, pihak pengelola pariwisata Danau Aur harus memperhatikan keseimbangan antara pembangunan atraksi dan

fasilitas. Tidak cukup hanya menghadirkan atraksi yang menarik jika tidak disertai dengan fasilitas yang mendukung kenyamanan, seperti toilet bersih, area parkir, tempat makan, dan tempat istirahat yang memadai. Cara lain dari memperbaiki kedua aspek ini secara simultan, destinasi wisata akan mampu meningkatkan *visitor satisfaction*, menciptakan *positive word of mouth*, dan pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan ulang secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian hasil penelitian dari kedua variabel independen yang diteliti, atraksi wisata merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke Danau Aur. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} variabel atraksi wisata sebesar 4,845, yang jauh lebih tinggi dibandingkan t_{hitung} variabel fasilitas sebesar 3,044. Selain itu, nilai koefisien regresi untuk atraksi wisata juga lebih besar, yang menunjukkan bahwa kontribusi atraksi wisata terhadap peningkatan minat kunjungan ulang lebih kuat dibanding fasilitas. Artinya, persepsi wisatawan terhadap keunikan, daya tarik, dan kualitas pengalaman yang ditawarkan oleh atraksi wisata di Danau Aur menjadi faktor penentu utama dalam membentuk niat untuk kembali berkunjung. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengembangan dan pengelolaan atraksi wisata harus menjadi prioritas utama dalam strategi peningkatan loyalitas wisatawan. Atraksi yang menarik, otentik, dan dikelola dengan baik akan menciptakan kesan mendalam dan pengalaman emosional yang mendorong wisatawan untuk kembali.