

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.



UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

JIMMBA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi

Homepage: <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

PENGARUH *DESTINATION IMAGE*, *TOURISM SERVICE QUALITY*, DAN *TOURIST FACILITIES* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA PANTAI MENGANTI KEBUMEN

Nur Isnaeni

185503585

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

KEBUMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *destination image*, *tourism service quality*, dan *tourist facilities* terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Analisis pengaruh *destination image*, *tourism service quality*, dan *tourist facilities* terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu pengunjung Pantai Menganti yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Menganti lebih dari 1 kali selama tiga bulan terakhir dengan jumlah 100 sebagai responden. Hasil pembuktian hipotesis pertama bahwa *destination image* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hasil hipotesis ke dua bahwa *tourism service quality* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa *tourist facilities* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hasil hipotesis keempat *destination image*, *tourism service quality*, dan *tourist facilities* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Kata kunci: *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, *Tourist Facilities*, dan Minat Berkunjung Kembali

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of destination image, tourism service quality, and tourist facilities on interest in revisiting the Menganti Beach Tourism Object, Kebumen. The problem raised in this study is the analysis of the influence of destination image, tourism service quality, and tourist facilities on the interest in revisiting the Menganti Beach Tourism Object, Kebumen, with the aim of knowing how much influence it has partially or simultaneously. The sample data taken in this study were Menganti Beach visitors who had visited Menganti Beach more than 1 time during the last three months with a total of 100 respondents. The results of proving the first hypothesis that the destination image partially has a positive and significant influence on the interest in visiting again. The results of the second hypothesis that tourism service quality partially has a positive and significant influence on the interest in revisiting. The results of proving the third hypothesis that tourist facilities partially have a significant positive effect on the interest in visiting again. The results of the fourth hypothesis that destination image, tourism service quality, and tourist facilities simultaneously have a significant influence on interest in revisiting.

Keywords: *Destination Image, Tourism Service Quality, Tourist Facilities, and Revisit Intention*

Latar Belakang Masalah

Pariwisata di masa sekarang menjadi semakin berkembang, hal tersebut dapat dilihat pada sebagian masyarakat yang menjadikan wisata sebagai suatu kebutuhan yang harus terpenuhi. Kabupaten Kebumen memiliki sumber-sumber potensial yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan penduduknya, salah satu sumber potensial itu adalah dari sisi objek wisata. Banyak sekali objek wisata yang menarik di Kabupaten Kebumen, seperti Kampung Etnik Kebumen, Pantai Menganti, Goa Jatijajar, Pantai Suwuk, Sawangan Adventure, dan lain sebagainya.

Kabupaten Kebumen secara geografis sangatlah berpotensi untuk dikembangkan menjadi tujuan wisata. Garis pantai yang cukup panjang (lebih dari 50 km) di sebelah selatan, barisan perbukitan yang sejuk di sebelah utara, dan kesuburan tanah

serta bebatuan alamnya membuat Kabupaten Kebumen semakin kaya akan potensi wisatanya. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang menjadikan Kebumen memiliki bekal untuk menambah daya tarik para wisatawan dan menjadikan Kabupaten Kebumen menjadi tujuan pariwisata.

Berdasarkan data dari LMDH Sengkuyung Makmur menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Pantai Menganti mengalami peningkatan pada tahun 2017 – 2018 yaitu dari angka 423.231 ke angka 459.925. Tahun 2018 – 2019 mengalami penurunan dari angka 459.925 ke angka 437.840 dan mengalami penurunan lagi pada tahun 2019 – 2020 yaitu dari 437.840 ke angka 326.890. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2017 - 2018 tersebut menunjukkan bahwa objek wisata Pantai Menganti

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

sudah dikelola dengan cukup baik dan bisa meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Pantai Menganti secara maksimal. Penurunan pengunjung pada tahun 2019 karena adanya wisata baru di Kabupaten Kebumen. Sedangkan penurunan pengunjung wisatawan pada tahun 2020 tersebut karena adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) akibat Covid-19. Pengelola Pantai Menganti terus berusaha menerapkan strategi pemasaran serta terus melakukan upaya perbaikan dari segi pengelolaan sendiri, melihat semakin banyaknya objek wisata baru tidak menutup kemungkinan bahwa jumlah pengunjung akan mengalami penurunan.

Fenomena pada penelitian ini yaitu di tahun 2020 dimana pada tahun tersebut adalah masa pandemi, namun Pantai Menganti menjadi salah satu wisata yang paling banyak dikunjungi dibandingkan wisata lain yang ada di Kabupaten Kebumen. Hal ini karena Pantai Menganti merupakan wisata yang dikelola oleh swasta dan buka lebih awal dari wisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah, dimana semua orang merasa jenuh dan butuh liburan karena adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Sedangkan dari segi destinasi wisata, Pantai Menganti menyimpan panorama pantai yang indah yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Pantai Menganti terletak di Desa Karangduwur, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Pantai Menganti berjarak sekitar 46

kilometer dari pusat kota Kebumen. Pantai Menganti memiliki keunikan tersendiri untuk menarik perhatian para wisatawan. Salah satu keunikan dari Pantai Menganti ini adalah pemandangan yang eksotis dengan pasir putih berpadu hamparan laut biru Samudera Hindia, batu karang dan dibentengi bukit hijau, siapa pun akan langsung kagum dan terpesona saat melihatnya. Hal tersebut dapat mempengaruhi para pengunjung untuk kembali berkunjung dan berlibur menikmati keindahan Pantai Menganti. Banyak yang sudah berkunjung ke Pantai Menganti lebih dari dua kali. Tak hanya wisatawan lokal, bahkan wisatawan dari luar Jawa Tengah kerap menyempatkan diri secara khusus mengunjungi tujuan wisata ini pada momen-momen tertentu, seperti tahun baru dan lebaran.

Peneliti melakukan observasi dengan menggunakan pertanyaan tertutup dan mengambil sampel responden sebanyak 37 responden. Berdasarkan hasil observasi peneliti mengenai faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali di Pantai Menganti menyatakan bahwa dari 37 responden, sebanyak 18 responden minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh faktor *destination image* (citra destinasi), 6 responden dipengaruhi oleh faktor *tourism service quality*, 7 responden dipengaruhi oleh *tourist facilities*, 5 responden dipengaruhi oleh aksesibilitas, dan 1 responden dipengaruhi oleh faktor harga tiket masuk. Jadi dari kelima faktor tersebut, peneliti memilih 3 faktor yang paling mempengaruhi responden

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

untuk berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Menganti, antara lain *destination image*, *tourism service quality*, dan *tourist facilities*. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Menganti.

Animo masyarakat yang tinggi ini disebabkan oleh banyak faktor yang dimiliki setiap pengunjung mulai dari gambaran/ *image* seseorang terhadap suatu objek wisata tertentu, kualitas pelayanan yang baik, maupun fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola. Minat yang tinggi ini menyebabkan naiknya jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Faktor internal perusahaan seperti restrukturisasi pengelola, perbaikan serta penambahan sarana dan prasarana juga menunjang naiknya minat masyarakat untuk berkunjung ke Pantai Menganti.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.**”

Kajian Teori Minat Berkunjung Kembali

Minat kunjung kembali menurut Nuraeni (2014) adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke tujuan yang pernah didatangi. Keinginan untuk melakukan perjalanan di masa depan

dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman masa lalunya.

Menurut Aviolitasona *et al.*, (2017), minat berkunjung kembali dibatasi pada indikator antara lain:

- a. Mengunjungi kembali di lain waktu.
- b. Memberi rekomendasi kepada orang lain.
- c. Mengajak orang lain untuk berkunjung.

Destination Image

Menurut Lopes (2011), menyatakan citra destinasi adalah sebagai ekspresi dari semua pengetahuan objektif, prasangka, imajinasi, dan pikiran emosional seorang individu atau kelompok tentang destinasi tertentu.

Menurut Hailin, *et al* (2011:470), citra destinasi dibatasi pada indikator antara lain:

- a. Citra destinasi kognitif (*Cognitive destination image*).
- b. Citra destinasi afektif (*Affective destination image*).

Tourism Service Quality

Menurut Davis (Tjiptono, 2000: 810), pelayanan merupakan aktivitas secara langsung dan tidak berwujud yang dapat dirasakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan pariwisata merupakan suatu aktivitas yang dilakukan pengelola objek wisata dalam memenuhi harapan wisatawan.

Menurut Tjiptono (2014:282), *tourism service quality* dibatasi pada indikator antara lain:

- a. *Reliability* (Reliabilitas)
- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

- c. *Assurance* (Jaminan)
- d. *Emphaty* (Empati)
- e. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tourist Facilities

Yoeti (2003:56) menyatakan fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

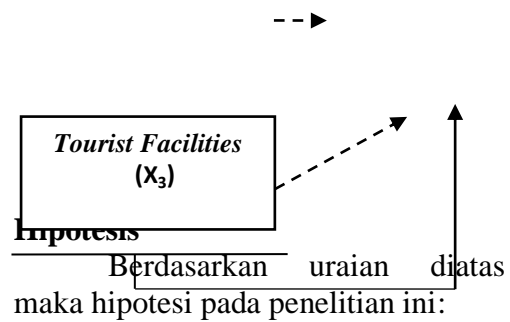
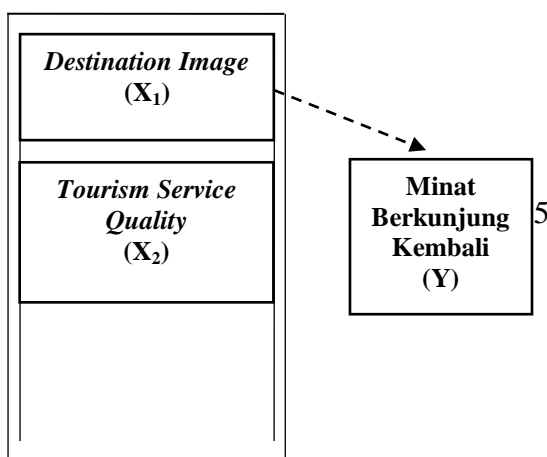
Menurut Sumayang (2003: 124), fasilitas wisata dibatasi pada indikator:

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapihan fasilitas yang ditawarkan.
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan.
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

Model Empiris

Berdasarkan pada tinjauan pustaka yang telah di uraikan di atas mengenai variabel *Destination Image* (X1), *Tourism Service Quality* (X2) dan *Tourist Facilities* (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y), maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar II-1
Model Empiris**



- H1 : *Destination image* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Menganti Kebumen.
- H2 : *Tourism service quality* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Menganti Kebumen.
- H3 : *Tourist facilities* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Menganti Kebumen.
- H4 : *Destination image, tourism service quality, dan tourist facilities* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Menganti Kebumen.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 115), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Pantai Menganti Kebumen yang sudah pernah

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

berkunjung lebih dari satu kali selama tiga bulan terakhir.

Menurut Sugiyono (2014: 116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Pada penelitian ini, yang dijadikan sampel responden yaitu pengunjung Pantai Menganti Kebumen yang sudah pernah berkunjung lebih dari satu kali selama tiga bulan terakhir dengan jumlah 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat melalui:

- a. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
- b. Kuesioner yaitu dengan membuat sejumlah daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, Sugiyono (2008: 143).
 1. Sangat Setuju, skor = 4
 2. Setuju, skor = 3
 3. Tidak Setuju, skor = 2
 4. Sangat Tidak Setuju, skor = 1

- c. Studi Pustaka, yaitu dengan mengambil teori-teori yang ada pada literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Dalam perhitungan pengolahan data regresi linier berganda analisis jalur peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows* versi 25.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

- a. Pengaruh *Destination Image* (X_1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 3,930 > t_{tabel} 1,985. Dengan sigifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel *destination image* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Menganti dan hipotesis satu (H_1) dalam penelitian ini diterima.
- b. Pengaruh *Tourism Service Quality* (X_2) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 3,995 > t_{tabel} 1,985. Dengan sigifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel *tourism service quality* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Menganti dan

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

hipotesis dua (H2) dalam penelitian ini diterima.

- c. Pengaruh *Tourist Facilities* (X_3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 6,599 > t_{tabel} 1,985. Dengan sigifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel *tourist facilities* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Menganti dan hipotesis tiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

- d. Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 50,012 dengan nilai signifikan 0,000 karena nilai F_{hitung} sebesar 50,012 > F_{tabel} 2,70 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Y). Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 dapat diterima

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali. Pembahasan yang lebih lanjut dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Destination Image* terhadap Minat Berkunjung Kembali

Pengujian H1 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *destination image* terhadap minat berkunjung kembali. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *destination image* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali dengan hasil t_{hitung} 3,930 > t_{tabel} 1,985 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa objek wisata pantai Menganti memiliki citra yang baik seperti pemandangan alam yang eksotis dengan pasir putih berpadu hamparan laut biru Samudera Hindia, batu karang dan dibentengi bukit hijau, sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Mariyam, dkk (2020) bahwa *destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

2. Pengaruh *Tourism Service Quality* terhadap Minat Berkunjung Kembali

Pengujian H2 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *tourism service quality* terhadap minat berkunjung kembali. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *tourism service quality* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali dengan hasil t_{hitung} 3,995

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

$> t_{\text{tabel}} 1,985$ dengan sigifikas sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa kualitas pelayanan seperti kemampuan pengelola Pantai Menganti dapat memberikan pelayanan dengan memuaskan, pengelola Pantai Menganti cepat tanggap dalam menangani permintaan wisatawan serta bersikap ramah dan sopan kepada wisatawan, yang dirasakan dari pengelola Pantai Menganti mempengaruhi kepuasan wisatawan yang pada akhirnya mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herdiana Yulianti & Sri Widaningsih, S.Psi.,MM (2020) bahwa *tourism service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

3. Pengaruh *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali

Pengujian H3 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *tourist facilities* terhadap minat berkunjung kembali. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *tourist facilities* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali dengan hasil $t_{\text{hitung}} 6,599 > t_{\text{tabel}} 1,985$ dengan sigifikas sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa objek wisata

Pantai Menganti memiliki fasilitas yang lengkap, terjaga kebersihannya dan rapi menimbulkan kepuasan pengunjung sehingga muncul minat untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aldilla Dwi Septianing Putri & Naili Farida (2020) bahwa *tourist facilities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di objek wisata Pantai Menganti Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Destination image* berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Menganti Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa *destination image* mampu mempengaruhi minat berkunjung kembali. Semakin baik citra destinasi wisata, maka minat berkunjung kembali akan semakin meningkat.
2. *Tourism service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Menganti Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa *tourism service quality* mampu mempengaruhi minat berkunjung

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

kembali. Semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan dari pariwisata, maka minat wisatawan untuk berkunjung kembali semakin meningkat.

3. *Tourist facilities* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Menganti Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa *tourist facilities* mampu mempengaruhi minat berkunjung kembali. Semakin lengkap, rapi, dan terjaga kebersihannya fasilitas di objek wisata Pantai Menganti, maka minat berkunjung kembali akan semakin meningkat.
4. *Destination image*, *tourism service quality*, dan *tourist facilities* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Menganti Kebumen.

Saran

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya maka ada beberapa implikasi praktis sesuai dengan prioritas yang dapat diberikan sebagai masukan bagi manajemen PT. Nusantara Sakti Kebumen yaitu sebagai berikut:

1. *Destination image* memiliki pengaruh yang besar pada minat berkunjung kembali sehingga pengelola objek wisata diharapkan mampu mengelola citra wisatanya dengan baik. Bagi pengelola diharapkan dapat meningkatkan tata kelola dan menjaga objek wisata dalam

tatanan yang estetik, alami, dan harmoni agar wisatawan merasa nyaman ketika berada di destinasi. Selain itu, pihak pengelola juga dapat membuat satu keunikan seperti ikon khusus yang menjadi ciri khas dari objek wisata Pantai Menganti. lembaga pemberi kredit yang bisa mengadopsi keinginan konsumen

2. *Tourism service quality* memiliki pengaruh yang besar pada minat berkunjung kembali. Hal ini berarti kualitas pelayanan pada objek wisata Pantai Menganti sudah sesuai dengan harapan wisatawan. Bagi pihak pengelola agar pelayanan yang sudah tersedia dapat lebih dijaga serta ditingkatkan misalnya dengan cara menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan, dapat diandalkan dalam menangani masalah, memberi informasi yang tepat dan perlu, profesional dalam memberikan pelayanan serta sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan wisatawan, sehingga wisatawan merasa puas dan meningkatkan keinginan untuk berkunjung kembali.
3. *Tourist facilities* memiliki pengaruh yang besar terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini berarti fasilitas-fasilitas yang disediakan objek wisata Pantai Menganti sudah sesuai dengan harapan wisatawan. Bagi pihak pengelola agar fasilitas yang sudah tersedia dapat lebih dijaga serta ditingkatkan misalnya dengan cara menjaga kebersihan toilet, tersedianya sarana kesehatan dan keselamatan,

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.

ketersediaan petunjuk daerah yang berbahaya serta kebersihan lingkungan objek wisata mengingat kunjungan wisatawan ke Pantai Menganti selalu mengalami peningkatan, sehingga kebutuhan wisatawan di destinasi dapat terpenuhi dan wisatawan akan merasa puas. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan.

Daftar Pustaka

- Aviolitasona, Gheraldin Bella. 2017. *Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Bachtiar, M. Latief. 2016. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Basiya, R. dan Rozak, H. A. 2012. "Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah." *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, Vol. XI, No. 2.
- Burton, R. 1995. *Travel Geography*. London: Pitman Publish.
- Clare A. Gunn. 1988. *Tourism Planning*. Second Edition. Tylor & Francis, New York.
- Faradisa, Isti., dkk. 2016. *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)*, Vol.2 No.2.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif, A, Kusumawati, A, Mawardi K. 2016. "Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan serta dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)." Malang: *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*.
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Iranita, I., & Alamsyah, P. 2019. "Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ke Wisata Bahari Desa Benan." *Bahtera Inovasi*, 2(2), 102–110.
- Ismayanti. 2013. *Pengantar Pariwisata*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Jayaprakash, K., & Mythili, B. 2017. "Tousrist Satisfaction Level on Destination Facilities in The Nilgiris." *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 5(9): 122-126.

- Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.
- Khairani. 2009. *Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata: Studi Kasus Wisatawan Nusantara Yang Berwisata Ke Yogyakarta Periode 2007-2009*. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lin, C.H. 2012. "Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, And SelfHealth Perception on the Revisit Intention of Hot Springs Tourist." *Journal of Hospitality & Tourism Research*, p. 1-22.
- Lin C.H., Duarte, B.M., Deborah, L.K, Jing, S.H. 2007. "Examining the Role of Cognitive and Affective Image Predicting Choice Across Natural, Developed, and Theme-Park Destinations." *Journal of Travel Research*, 46: 183-194.
- LMDH Sengkuyung Makmur, diakses 2021
- Lopes, Sergio Dominique Ferreira. 2011. "Destination image: Origins, Developments and Implications." *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9 (2), 305–315.
- Mahadewi, Astiya Gayatri. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Pariwisata Melalui Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi pada destinasi Grand Watu Dodol Kabupaten Banyuwangi)*. Skripsi. Universitas Jember.
- Mariyam, S., Hufron, M., & Hatneny, A. I. 2020. "Pengaruh Word of Mouth, Destination Image, Dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Wisata Pantai Pasir Putih Tuban." *E-Jurnal Riset Manajemen FEB Unisma*, Vol.09, No.1, 77–92.
- Naftarisandy, Ade. 2019. *Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Media Sosial Melalui Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen di Wisata Kawah Wurung Bondowoso*. Skripsi. Universitas Jember.
- Nicklouse, dkk. 2015. *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder*, Vol.3, No.1.
- Nuraeni, Bellinda Sofia. 2014. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Negeri Semarang, Vol. 23, No 1.
- Purnamawati, Dian. 2020. *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Destination Image, dan Kepuasan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi pada pengunjung Objek Wisata Air Bojongsari Kabupaten Purbalingga)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Putri, A. D. S., & Farida, N. 2020.

- Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.
- “Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan Terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung (Studi obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang).” *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(I), 781–793.
- Qu, Hailin, Lisa Hyunjung Kim, dan Holly Hyunjung Im. 2011. “A Model of Destination Branding: Integrating The Concepts of The Branding and Destination Image.” *Tourism Management Journal*. Hlm 465-476.
- Rukuiziene, Rasa. 2009. “Rural Tourism Service Quality Management: Theoretical Approach.” *Journal Rural Developmentof*, Vol. 14, No. 6.p.135-140.
- Sammeng, Andi Mappi. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sarim., & Wiyana, T. 2017. “Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo).” *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2): 342-249.
- Satudata.kebumenkab.go.id, diakses 2021
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatid Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyafani, Arrahma., & I Gede Anom Sastrawan. 2021. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Pandawa Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol.9, No.1.
- Sumayang. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, Hadi. 2004. *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Widjianto, T. 2019. “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass.” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yoeti, Oka A. 2003. *Tours And Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yulianti, Herdiana, dan Sri Widaningsih, S.Psi., M.M. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang di Kota Bandung. *E-Proceeding Of Applied Science*, Vol.6, No.2.

Pengaruh *Destination Image*, *Tourism Service Quality*, dan *Tourist Facilities* terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen.