

The Link of Amenities, Accessibility and Ancillary with the Selection of Tourist Destinations

Dian Meliantari¹ Ari Apriani²

Program Study Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Dian Nusantara, Kota
Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: dian.meliantari@dosen.undira.ac.id¹ ari.apriani@undira.ac.id²

Abstract

Service Tourist attractions are very important in the tourism industry. Marketing of tourism services is very dependent on the state of tourist attractions There are also many attractions that are empty of visitors. There are several factors that cause tourist destinations not to be chosen by tourists, including amenities or facilities and infrastructure that are less complete and attractive. Accessibility to locations is difficult to reach by transportation and ansilari or unprofessional managers. So this study was conducted to analyze these factors whether they really affect the selection of tourist destinations. The method used is a quantitative method with the use of data from BPS. Further analyzed by multiple linear regression with SPSS 26. As a result, partial amenities have a significant effect and on the selection of tourist destinations. Accessibility does not have a significant effect on the selection of tourist destinations. Ansilari has a significant influence on the selection of tourist destinations. Simultaneously, amenity, accessibility and anxiety have a significant effect on the selection of tourist destinations.

Keywords: *Amenity, Accessibility, Ancillary, Tourist Destination, Destination*

Abstrak

Objek wisata merupakan hal yang sangat penting dalam industry pariwisata. Pemasaran jasa pariwisata ini sangat tergantung dengan keadaan objek wisata Banyak juga objek wisata yang sepi pengunjung. Ada beberapa faktor yang menyebabkan tujuan wisata tidak dipilih oleh wisatawan, antara lain amenities atau sarana dan prasarana yang kurang lengkap dan menarik. Aksesibilitas menuju lokasi sulit dijangkau oleh transportasi dan ansilari atau pengelola yang tidak professional. Sehingga penelitian ini dilakukan guna menganalisis faktor-faktor tersebut apakah benar berpengaruh terhadap pemilihan tujuan wisata. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penggunaan data dari BPS. Selanjutnya dianalisis dengan regresi linier berganda dengan SPSS 26. Hasilnya, amenities secara parsial berpengaruh signifikan dan terhadap pemilihan tujuan wisata. Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata. Ansilari berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata. Secara simultan amenities, aksesibilitas dan ansilari berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata.

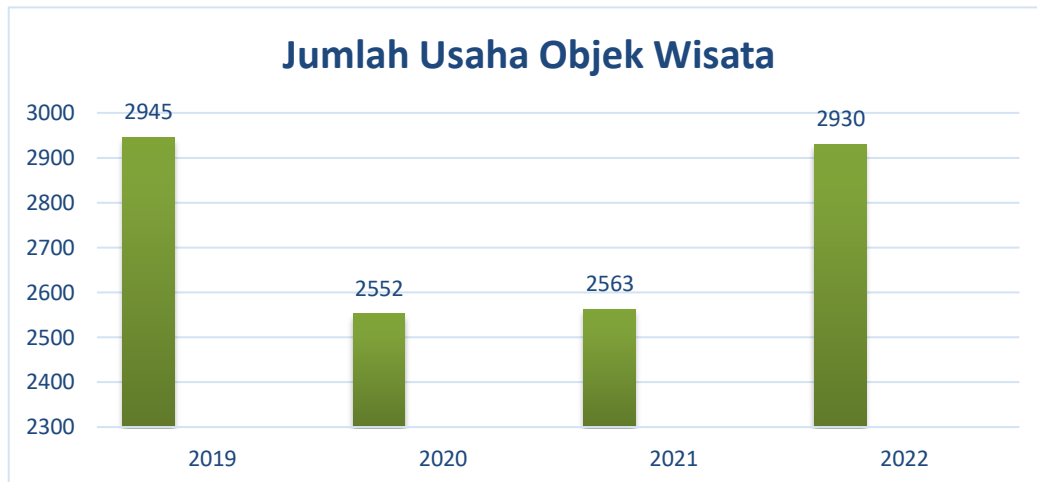
Kata Kunci: Amenitas, Aksesibilitas, Ansilari, Tujuan Wisata, Destinasi.



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang mampu meningkatkan pendapatan suatu negara. Pariwisata sejalan dengan adanya kegiatan bisnis yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Tentunya manfaat ini dapat dilihat dari jumlah kedatangan wisatawan yang terus bertambah (Utama, 2017). Sejak pandemi sektor pariwisata mulai pulih Kembali, terlihat dari banyakmua usaha destinasi wisata yang tumbuh dan terus bertambah. Perkembangan objek daya tarik wisata dapat dilihat pada grafik di bawah ini. Dimana perkembangannya semakin meningkat (BPS, 2023).



Sumber: (BPS, 2023)

Perkembangan jumlah destinasi wisata awal pandemi tahun 2019 sebanyak 2945. Tahun 2020 terjun bebas menjadi 2552 dimana banyak objek wisata yang tidak dapat menghidupi dirinya selama pandemi. Tahun 2021 mulai bangkit sedikit demi sedikit naik menjadi 2563. Dan akhirnya pada tahun 2022 jumlah objek wisata menjadi 2930. Angka ini meningkat tajam dibandingkan tahun 2021 tetapi jumlahnya masih belum kembali sama seperti semula di angka 2945. Setidaknya perkembangan baik sudah ada. Seiring dengan berkembangnya sektor pariwisata maka akhir-akhir ini makin banyak bermunculan destinasi wisata di berbagai daerah di Indonesia. Indonesia memiliki daerah wisata yang begitu melimpah dengan berbagai antraksi destinasi wisatanya. Dalam pemasaran pariwisata tak dipungkiri banyak faktor yang dapat membuat destinasi wisata tersebut laku atau dengan kata lain banyak dikunjungi oleh wisatawan. Adapun faktor atau variabel tersebut antara sarana dan prasarana yang dimiliki oleh destinasi wisata (Hikmah & Nurdin, 2021). Adapun variabel lainnya yang dapat menentukan minat wisatawan untuk memilih tujuan wisatanya antara lain Amenitas, Aksesibilitas dan Ansilari (Nabila Fairuuz et al, 2022). Kali ini peneliti ingin mengkaji lagi lebih lanjut apakah faktor-faktor tersebut mempengaruhi wisatawan dalam memilih tujuan wisatanya lewat penelitian ini.

Kajian Pustaka

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Tujuan Wisata

Dalam pemasaran jasa sedikit berbeda dalam pemasaran produk. Perbedaan jasa terutama jasa pariwisata tentu sulit diseragamkan seperti produk. Destinasi wisata sebagai produk jasa yang dijual tentu memiliki kelebihan dan kekurangan di setiap tempatnya. Mulai dari keindahan alam, atraksi yang menarik, pelayanan serta sarana dan prasaran yang dimiliki tidak bisa sama. Karena itulah diperlukan strategi yang lebih agar destinasi wisata yang dipasarkan dapat menarik wisatawan dan menjadi pilihan mereka untuk mengunjungi tempat tersebut (Juliano, 2022).

Persaingan dalam menawarkan objek wisata tentunya semakin banyak dengan bermunculannya tempat-tempat wisata baru. Karena itulah perlu strategi pemasaran jasa yang baik guna menarik calon wisatawan mengunjungi tempat wisatanya. Strategi bauran pemasaran seperti harga, tempat, produk dan promosi haruslah dikemas dengan baik agar konsumen berminat mengunjungi destinasi wisata tersebut (Prastiani, N & Pratiwi, 2020); (Meliantari D, 2022). Perlu kolaborasi bagi pengelola sektor pariwisata dengan pemerintah setempat agar destinasi wisata yang dimiliki di daerah tersebut mempunyai daya tarik yang tinggi sehingga dapat menarik wisatawan datang. (Ramadhan, 2022).

Amenitas

Amenitas dalam pariwisata sangatlah penting karena terkait dengan ketertarikan wisatawan untuk memilih objek wisata yang ingin dikunjunginya. Amenitas adalah fasilitas yang ada di destinasi wisata tersebut, termasuk sarana dan prasarana yang dimiliki oleh destinasi wisata. Tentu saja jika sarana dan prasarananya lengkap maka hal ini akan membuat wisatawan yang berkunjung merasa nyaman, mudah dalam beraktivitas di tempat rekreasi tersebut sehingga akhirnya akan puas (Anju Pasaribu et al, 2023). Fasilitas yang termasuk amenitas antara lain tempat duduk atau beristirahat, toilet yang bersih, mushola jika pengunjung ingin beribadah. Restoran untuk tempat makan, penginapan bagi wisatawan yang ingin bermalam, sarana olahraga. Semakin banyak amenitas yang dimiliki oleh destinasi wisata maka wisatawan tentu menjadi daya tarik tersendiri yang akhirnya akan meningkatkan minat wisatawan untuk memilih destinasi tersebut (Putri & Andriana, 2021). Semua sarana dan prasarana yang termasuk dalam amenitas itu tujuannya adalah untuk memudahkan wisatawan yang berkunjung beraktivitas di tempat objek wisata tersebut. Artinya amenitas di suatu destinasi wisata harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan dari wisatawan. Hal ini akan menentukan kepuasan dari wisatawan selama berkunjung di destinasi tersebut. Artinya amenitas merupakan variabel yang penting bagi pengelola wisata untuk memperhatikan hal tersebut (Wibowo, 2023). Amenitas merupakan suatu daya tarik bagi destinasi wisata, berarti jika amenitas dari suatu destinasi wisata kurang maka berarti wisatawan tidak tertarik atau tidak memilih destinasi tersebut untuk dikunjungi (Saway, 2021).

Aksesibilitas

Aksesibilitas atau akses menuju destinasi wisata merupakan faktor lain yang penting dan harus diperhatikan dalam industri pariwisata. Ditambah dengan adanya transportasi yang layak menuju tempat wisata. Akses tersebut harus diperhatikan dengan baik, apakah jalan menuju tempat wisata sudah terbuka atautakah masih jalan setapak atau sudah beraspal. Lalu kendaraan umum menuju ke destinasi sudah ada atau belum. Atau hanya bisa dengan kendaraan pribadi saja karena belum adanya transportasi umum menuju ke objek wisata (Clarissa Yohana Natalia et al, 2020). Masih banyak tempat wisata yang terkendala dengan aksesibilitas ini. Ada suatu destinasi wisata yang mempunyai daya tarik tinggi dengan memiliki keindahan alam tetapi akses jalan kesana hanya bisa dilalui dengan jalan setapak atau bisa ditempuh dengan kendaraan roda dua saja. Ada juga akses jalan yang sudah baik, tetapi transportasi umum masih belum masuk ke destinasi wisata tersebut. Hal-hal seperti inilah yang menjadikan suatu destinasi wisata jadi belum ramai dikunjungi karena wisatawan sulit menjangkau tempat wisata tersebut. Sebab itulah aksesibilitas juga harus jadi pertimbangan bagi pengelola pariwisata untuk memperbaiki dan meningkatkan aksesibilitas destinasi wisata yang dikelolanya agar destinasi wisata tersebut ramai dikunjungi wisatawan (Wawan E Sudarwan et al, 2021).

Ansilari

Ansilari pada pariwisata merupakan ujung tombak bagi kelancaran suatu tempat wisata. Ansilari merupakan organisasi yang mengurus suatu destinasi wisata mulai dari pemasarannya hingga pelayanan agar dapat berjalan dengan lancar dan baik. Dengan kata lain ansilari adalah pengelolaan atau pelayanan dari tempat wisata kepada pengunjungnya. Selain itu ada juga pelayanan ansilari seperti adanya pusat ATM, Bank, *Money Changer*, Rumah Sakit dan lain-lain yang fungsinya untuk memudahkan kegiatan wisatawan di tempat destinasi wisata tersebut (Zuhriah, 2022). Ansilari ini juga merupakan komponen penting dalam pemasaran jasa pariwisata khususnya memasarkan suatu objek wisata. Bisa saja suatu objek wisata mempunyai atraksi yang sangat menarik, juga memiliki amenitas yang lengkap sarana

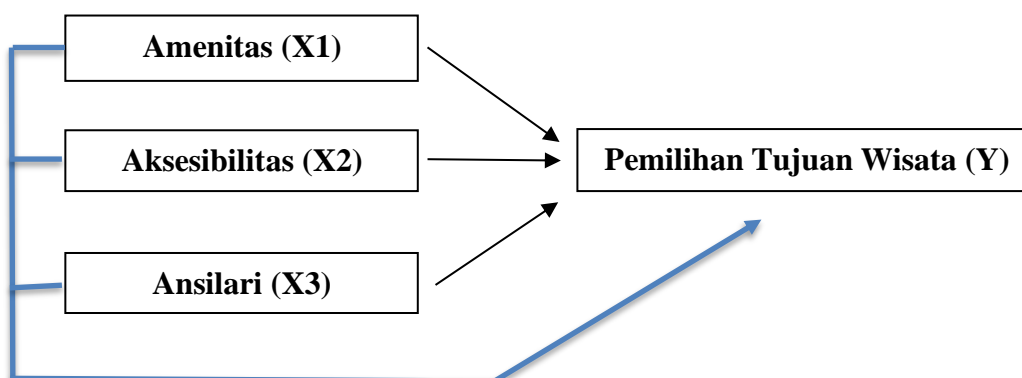
dan prasarananya. Ditambah lagi akses menuju lokasi sangat lancar dan transportasi umumnya memadai. Tetapi jika ansilari dari destinasi wisata tersebut buruk maka wisatawanpun enggan memilih berkunjung kesana. Karena pelayanan yang buruk atau kurang memuaskan membuat pengunjung tidak nyaman sehingga timbul rasa tidak puas. Hal ini jika dibiarkan berlarut-larut tentu saja akan membuat kunjungan ke destinasi wisata tersebut akan semakin berkurang bahkan bisa membuat destinasi wisata sepi pengunjung (Ningtiyas, 2021).

Pemilihan Tujuan Wisata

Perilaku wisatawan dalam memilih tempat tujuan wisata yang dikehendakinya tentu dipengaruhi banyak faktor seperti amenities, aksesibilitas, ansilari juga atraksi yang dimiliki oleh destinasi wisata. Dengan berkembangnya teknologi dan pariwisata maka wisatawan semakin selektif memilih destinasi wisata. Dimana dengan kemajuan teknologi wisatawan akan semakin mudah membandingkan setiap destinasi wisata yang ada baik dari segi atraksinya, kelengkapan sarana dan prasarananya, akses menuju lokasi wisata dan transportasinya serta bagaimana pelayanan yang diberikan pengelola (Fandu P, Rahmat H, 2019). Banyak Objek wisata di Indonesia yang begitu menarik. Tetapi dalam memilih tujuan wisata sangat terkait dengan perubahan dari selera pengunjung. (Ghiffari Herlambang et al, 2019). Artinya erat kaitannya dengan perilaku dari konsumen target. Dimana ada beberapa faktor yang membuat perilaku konsumen itu berbeda. Hal ini yang harus menjadi perhatian bagi pemasar (Sungkawati E, Meliantari D, Egim AS, 2022). Karena jika tidak pemasar pariwisata tidak mampu memenuhi keinginan atau selera wisatawan maka objek wisata tersebut tentu tidak menjadi pilihannya.

Kerangka Pemikiran

Pemilihan tujuan wisata sangat dipengaruhi oleh daya tarik wisata, amenities seperti sarana dan prasarana objek wisata. Juga dipengaruhi oleh aksesibilitas jalan menuju ke lokasi serta transportasi yang tersedia apakah lancar atau tidak. Selain itu pihak penyelenggara atau pengelola wisata dalam melayani atau biasa disebut ansilari juga sangat penting. Pelayanan yang prima membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung. Dari penjelasan di atas selanjutnya disusun kerangka teoritis seperti di bawah ini:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2024. Menggunakan data sekunder bersumber dari Biro Pusat Statistik dalam tiap-tiap variabelnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, kemudian diolah menggunakan regresi linier berganda yang dihitung memakai aplikasi SPSS 26.

Analisis Data

Uji Validitas

Uji keabsahan guna melihat absah atau tidaknya suatu angket Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner memiliki keterkaitan yang tinggi dengan variabel yang hendak diukur (Ovan & Saputra, 2020).

Uji Reabilitas

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat disebut akurat jika respon pernyataan tersebut tetap setiap saat. Pertanyaan-pertanyaan pada angket disebut akurat jika hasil cronbach's alpha > 0,6 dan disebut tidak akurat jika hasil cronbach's alpha < 0,6 (Ovan & Saputra, 2020).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisi regresi dipakai untuk melihat dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun rumus regresi yakni:
 $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$

Koefisien Determinasi (R²)

R² dipakai untuk menilai bagaimana kekuatan rumus menjelaskan variasi variabel tidak bebas. Hasil koefisien determinasi antara 0-1. Jika nilai R² menuju 1 maka maksudnya faktor-faktor bebas tersebut bersatu menyumbang semua keterangan yang diperlukankan untuk memperkirakan faktor-faktor terikat (Ghozali, 2016).

Uji t (Parsial)

Pembacaan hasil nilai uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika hasil t hitung > 0,05 maka hipotesis ditolak, artinya variabel bebas tidak berdampak nyata terhadap variabel terikat.
2. Jika hasil t hitung < 0,05 maka hipotesis diterima. artinya variabel bebas berdampak nyata terhadap variabel terikat

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Terhadap Amenitas, Aksesibilitas, Ansilari

Kode	r Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,996	0,220	Valid
X1.2	0,999	0,220	Valid
X1.3	0,998	0,220	Valid
X2.1	0,699	0,220	Valid
X2.2	0,952	0,220	Valid
X2.3	0,780	0,220	Valid
X3.1	0,995	0,220	Valid
X3.2	0,998	0,220	Valid
X3.3	0,997	0,220	Valid
Y.1	0,915	0,220	Valid
Y.2	0,882	0,220	Valid
Y.3	0,968	0,220	Valid

Sumber: Data diolah spss 26

Hasil uji Validitas semua variabel Amenitas, Aksesibilitas, Ansilari dan Pemilihan Tujuan Wisata r hitungnya lebih besar dari r tabel, maka instrumen penelitian pada semua variabel adalah valid.

Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r Kritis	Keterangan
Amenitas	0,888	0,6	Reliabel
Aksesibilitas	0,825	0,6	Reliabel
Ansilari	0,888	0,6	Reliabel
Pemilihan Tujuan Wisata	0,841	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah spss 26

Dari hasil analisis di atas maka semua variabel dalam penelitian seperti Amenitas dengan nilai 0.888, Aksesibilitas dengan nilai 0.825, Ansilari dengan nilai 0.888 dan Pemilihan Tujuan Wisata dengan nilai 0.841 yang memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,6. Maka semua instrument dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Analisis Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-28452382.751	44260908.244		-.643	.525
Amenitas	-15926.915	7697.918	-.997	-2.069	.047
Aksesibilitas	99974.991	158581.661	.036	.630	.533
Ansilari	33087.971	8263.304	1.927	4.004	.000

Sumber: Data diolah spss 26

Berdasarkan tabel di atas maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -28452382.751 - 15926.915X_1 + 99974.991X_2 + 33087.971X_3 + e$$

Dari tabel di atas dapat dijelaskan:

1. Konstanta sebesar - 28452382.751 merupakan persinggungan garis regresi dengan sumbu Y yang menunjukkan Pemilihan Tujuan Wisata dengan variabel bebasnya yakni Amenitas (X1), Aksesibilitas (X2), dan Ansilari (X3) sama dengan nol.
2. Variabel Amenitas memiliki koefisien regresi negatif berarti bila variabel Amenitas (X1) menurun maka pemilihan tujuan wisata akan mengalami penurunan sebesar nilai koefisien regresinya yaitu 15926.915 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.
3. Variabel Aksesibilitas (X2) memiliki koefisien regresi positif, berarti bila variabel Aksesibilitas meningkat maka Pemilihan Tujuan Wisata akan mengalami kenaikan sebesar nilai koefisien regresinya yaitu 99974.991 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.
4. Variabel Ansilari (X3) memiliki koefisien regresi positif, berarti bila variabel Ansilari meningkat maka Pemilihan Tujuan Wisata akan mengalami kenaikan sebesar nilai koefisien regresinya yaitu 33087.971 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

Uji R Square

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,950a	0,903	0,893	7144232.518

Sumber: Data diolah spss 26

Hasil uji determinasi sebesar 0,893 yang artinya 89,3% Pemilihan Tujuan Wisata dipengaruhi oleh Amenitas, Aksesibilitas dan Ansilari. Dan selebihnya yaitu 10,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil Uji t

Uji t (distribusi t) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam hubungannya dengan variabel dependen. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya (Sugiyono, 2019). Dari hasil Tabel 3 di atas diambil kesimpulan:

1. Signifikansi Amenitas (X1) sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka secara parsial Amenitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata (Y).
2. Signifikansi Aksesibilitas (X2) sebesar 0,533 lebih besar dari 0,05 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka secara parsial Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata (Y).
3. Signifikansi Ansilari (X3) sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka secara parsial Ansilari berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata (Y).

Pembahasan

Kaitan Amenitas dengan Pemilihan Tujuan Wisata

Hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung 2.069 $>$ t tabel 1,691 Maka hipotesa H_a diterima berarti variabel Amenitas berpengaruh terhadap pemilihan tujuan wisata. Amenitas merupakan sarana atau fasilitas yang fungsinya untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di suatu tempat wisata. Fasilitas tersebut seperti adanya toilet, tempat menginap, air bersih, tempat duduk, toko oleh-oleh khas daerah, toko souvenir, restoran atau kantin, mushola dan lainnya. Semua itu disebut amenities yang berfungsi untuk menarik wisatawan berkunjung. Fasilitas yang lengkap tentu berpengaruh terhadap pemilihan tujuan wisata, jadi jika amenities suatu destinasi wisata sudah lengkap seperti sarana dan prasarana yang tersedia sudah memadai maka wisatawan akan memilih destinasi tersebut sebagai tujuan wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pasaribu, AP & Ismayuni, 2023) yang berjudul Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden 100. Hasilnya mengatakan bahwa amenities berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan. Begitu pula hasil penelitian dari (Susianto B et al, 2022) yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. Hasilnya secara parsial amenities berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung wisatawan pada desa wisata Kabupaten Kerinci. Menurut penelitian dari (AB, 2022) yang berjudul Pengaruh Attraction, Amenities, Accessibilities, Infrastructure Terhadap Kepuasan Pengunjung ke Tempat Wisata Taman Oval Markoni. Hasilnya secara parsial amenities berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung ke tempat wisata Taman Oval Markoni.

Kaitan Aksesibilitas dengan Pemilihan Tujuan Wisata

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan hasil nilai t hitung 0,630 $<$ t tabel 1,691. Maka hipotesa H_a ditolak berarti variabel aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tempat wisata. Aksesibilitas merupakan akses menuju ke lokasi wisata. Akses tersebut bisa dicapai lewat jalan darat, laut, sungai, udara dengan jasa transportasi yang sudah tersedia ataukah belum. Dalam penelitian ini akses menuju lokasi wisata tidak berpengaruh

terhadap pemilihan tujuan wisata. Artinya akses yang lancar dan bagus tetap belum membuat pengunjung memilih destinasi tersebut. Atau bahkan jika akses menuju lokasi belum memadai tapi tetap ada pengunjung yang mendatanginya. Hal ini sejalan dengan penelitian (Adif, R. M., Putra, A. M. E., & Afrida, 2023) dengan judul Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksebilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal. Dimana aksesibilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal. Begitu pula menurut penelitian (Hasanah Hikmatul et al, 2023) dengan tema Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Citra Destinasi terhadap Kunjungan ke Kawasan Taman Purbakala Bukit Siguntang di Kota Palembang. Dengan hasil yang menyebutkan bahwa secara parsial aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ke kawasan Taman Purbakala Bukit Siguntang di Kota Palembang.

Kaitan Ansilari Dengan Pemilihan Tujuan Wisata

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan hasil nilai t hitung $4,004 > t$ tabel $1,691$ Maka hipotesa H_a diterima berarti variabel Ansilari berpengaruh positif terhadap pemilihan tujuan wisata. Ansilari adalah pengelola yang memberikan pelayanan yang baik untuk kenyamanan pengunjung. Jika suatu destinasi wisata ansilarinya baik, tentu wisatawan akan memilih destinasi tersebut untuk dikunjunginya. Seperti pada penelitian (Junianto Mahmud, 2023) yang berjudul Analisis Kepuasan Wisatawan Curup Bedegung Ditinjau Melalui Komponen 4A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, dan Ancillary). Dimana hasilnya secara parsial ansilari berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Curup Bedegung. Selanjutnya dikuatkan oleh penelitian dari (Suci A Ramadhani et al, 2021) yang berjudul Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. Hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial ansilari memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung ulang pada objek wisata Bukit Siguntang. Dari hasil uji F didapat nilai F hitung $92,842 > t$ abel $2,883$ maka secara simultan variabel amenitas, aksesibilitas dan ansilari berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata.

KESIMPULAN

Variabel Amenitas berpengaruh signifikan dan negatif dan terhadap pemilihan tujuan wisata. Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata. Sedangkan Ansilari berpengaruh signifikan dan positif terhadap pemilihan tujuan wisata. Secara simultan Amenitas, aksesibilitas dan ansilari berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tujuan wisata. Untuk meningkatkan minat wisatawan dalam memilih tujuan wisata perlu adanya perbaikan pada aksesibilitas seperti jalanan, transportasi umum dan pelayanan pengelola agar wisatawan semakin mudah menuju tempat wisata dan nyaman selama berwisata. Disarankan adanya penelitian lanjutan dengan berbagai variabel lain yang diteliti untuk mendapatkan hasil yang lebih detail.

DAFTAR PUSTAKA

- AB, N. (2022). Pengaruh Attraction, Amenities, Accessibilities, Infrastructure Terhadap Kepuasan Pengunjung ke Tempat Wisata Taman Oval Markoni. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2).
- Adif, R. M., Putra, A. M. E., & Afrida, Y. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksebilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1).
- Anju Pasaribu et al. (2023). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden 100. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah*

- Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1).
- BPS. (2023). *Statistik Objek Daya Tarik Wisata*. BPS.
- Clarissa Yohana Natalia et al. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Ke Broken Beach dan Angel's Billabong. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 8(1).
- Darma, B. (2022). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.
- Fandu P, Rahmat H, W. S. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Tujuan Wisata (Studi Kasus Pada Konsumen Travel Gumbira Wana Indonesia 2019). *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2).
- Ghiffari Herlambang et al. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pengunjung Dalam Memilih Destinasi Wisata (Studi Kasus PT Nilai ABG, Jakarta). *Indonesia Bisnis Review*, 2(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hasanah Hikmatul et al. (2023). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Citra Destinasi terhadap Kunjungan ke Kawasan Taman Purbakala Bukit Siguntang di Kota Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3).
- Hikmah & Nurdin. (2021). *Pemasaran Pariwisata* (1st ed.). Penerbit NEM.
- Juliano, H. et al. (2022). Pengaruh Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Pengunjung di Camping Ground Gayatri Citeko. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3).
- Junianto Mahmud. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan Curup Bedegung Ditinjau Melalui Komponen 4A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, dan Ancillary). *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 9(2).
- Meliantari D. (2022). *Manajemen Pemasaran (Buku Ajar)*. Uwais.
- Nabila Fairuuz et al. (2022). Peranan Jumlah Wisatawan Asing, Nilai Tukar, dan PMDN dalam Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(4).
- Ningtiyas, E. et al. (2021). Analisis Pengaruh Attraction Accessibility Amenity, Amcillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Loyalitas Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1).
- Ovan & Saputra. (2020). *Cami: Aplikasi Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Pasaribu, AP & Ismayuni, T. (2023). : Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden 100. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1).
- Prastiani, N & Pratiwi, R. (2020). Promosi dan pemasaran pariwisata objek wisata Tirta Sinongko dalam upaya menarik wisatawan. *Jurnal PROfesi Humas*, 5(1).
- Putri, O. dan, & Andriana, A. (2021). Analisis Atraksi Amenitas dan Aksesibilitas Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Pantai Biru Kersik Marangkayu Kabupaten Kutai Kertanegara). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata (JKTP)*, 2(1).
- Ramadhan, S. . et al. (2022). Novita Prastiani, Rhessa Zuhriya Pratiwi. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1).
- Saway, W. et al. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Budaya*, 6(1).
- Suci A Ramadhani et al. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service

terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta.

Sungkawati E, Meliantari D, Egim AS, M. M. (2022). *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*. Eureka Media Aksara.

Susianto B et al. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *JIMT*, 3(6).

Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi.

Wawan E Sudarwan et al. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1).

Wibowo, M. et al. (2023). Penilaian Atraksi, Amenitas, Dan Aksesibilitas Objek Daya Tarik Wisata Di Semarang (Studi Kasus: Semarang Zoo). *Sapta Pesona : Jurnal Kepariwisata*, 1(1).

Zuhriah, I. et al. (2022). Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Perhotelan, Destinasi Wisata, Perjalanan Wisata (TESLA)*, 2(1).