YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN : 2808-2346
e-ISSN : 2808-1854

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v3i6.1629

PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWASAN LEMBAH HARAU

Maharani Dwi Sagita & Nidia Wulansari
Universitas Negeri Padang
nidia.wulansari@fpp.unp.ac.id

Abstract

This research is motivated by the phenomenon of tourist interest which is suspected by destination image factors and facilities in the Harau Valley area. This type of research is quantitative descriptive research using the causal associative form survey method. The research population amounted to This research is characterized as quantitative descriptive research using causal associative methodology with surveys. The study population amounted to 33,000 respondents per month and a sample of 100 respondents with sampling techniques using purposive sampling. The data collection method of this research is to distribute questionnaires arranged using a Likert scale that has been tested for validity and reliability. Data analysis techniques include normality, multicollinearity, heteroscedasticity tests, and hypothesis testing including multiple linear regression tests. The results of the study explain that destination image and facilities have a significant effect on revisit intention. Descriptively from the results of the respondent's achievement level, the destination image in the Harau Valley area is classified as very good with a total score of 4,039 with an average of 40.39. Facilities in the Harau Valley area are classified as good with a total score of 4,640 with an average of 46.40. Revisit intention in the Harau Valley area is classified as good with a total score of 4,963 with an average of 49.63. The R Square value is 0.220, where the effect of destination image and facilities on revisit intention is 22% while 78% is influenced by other factors.

Keywords: *Destination Image, Facilities and Revisit Intention*

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena minat wisatawan yang diduga oleh faktor citra destinasi dan fasilitas di kawasan Lembah Harau. Jenis Penelitian merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survey bentuk asosiatif kausal. Populasi penelitian berjumlah Penelitian ini dicirikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metodologi asosiatif kausal dengan survey. Populasi penelitian berjumlah 33.000 responden perbulan dan sampel sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner yang tersusun dengan menggunakan skala likert yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas,

Jurnal Yasin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

dan pengujian hipotesis meliputi uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menjelaskan bahwa citra destinasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap revisit intention. Secara deskriptif dari hasil tingkat capaian responden Citra destinasi di kawasan Lembah Harau tergolong sangat baik dengan nilai total skor 4.039 dengan rata-rata 40,39. Fasilitas di kawasan Lembah Harau tergolong baik dengan nilai total skor 4.640 dengan rata-rata 46,40. Revisit intention di kawasan Lembah Harau tergolong baik dengan nilai total skor 4.963 dengan rata-rata 49,63. Nilai R Square adalah 0,220, dimana pengaruh citra destinasi dan fasilitas terhadap revisit intention adalah sebesar 22% sedangkan 78% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Fasilitas dan Revisit Intention

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah setiap kegiatan yang melibatkan perjalanan untuk tujuan rekreasi dan pariwisata. Menurut Prayogo (2018), pariwisata hanyalah perpindahan seseorang atau sekelompok orang dari satu lokasi ke lokasi lain, membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi, dan untuk mendapatkan hiburan untuk memenuhi tujuan mereka. Negara Indonesia memiliki bermacam - macam pariwisata yang memiliki potensi dan diharapkan menjadi sumber devisa terbesar. Sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya Indonesia merujuk pada keragaman budaya, gastronomi, sumber daya alam, lokasi geografis dan kekayaan yang menarik wisatawan domestik dan internasional. Dari berbagai potensi sumber daya alam yang tersedia dii Indonesia maka diperlukan suatu upaya untuk meningkatkan *revisit intention* baik itu dari segi destinasi atau fasilitas yang tersedia. *Revisit Intention* dapat dilihat sebagai keinginan pelanggan untuk menggunakan barang atau jasa lagi. Niat untuk berkunjung kembali penting karena pengunjung dapat terlibat ketika ada tautan psikologis untuk kembali (Bundawi et al., 2022). Terdapat beberapa indikator variabel *revisit intention* yaitu *willingness to visit again*, *willingness to invite*, *willingness to positive tale*, *willingness to place the visiting destination in priority* (Zeithaml et., al, 2018) .

Salah satu faktor dari revisit intention dipengaruhi oleh citra destinasi yang terkait dengan objek wisata. Hanif et al. (2016) mendefinisikan citra destinasi (destination image) sebagai kepercayaan tentang suatu destinasi dan bagaimana perasaan wisatawan saat berwisata. Terdiri atas tiga indikator yaitu *cognitive destination image, unique destination image, affective destination image.*

Menurut Sugianto dan Marpaung (2020) dan Syahrul (2015), fasilitas memiliki dampak besar pada keputusan untuk mengunjungi kembali. Menurut Tjiptono dan Chandra

(2016), fasilitas adalah bentuk fisik atau suasana yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang ditawarkan oleh perusahaan dalam rangka memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengunjung. Indikator fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu fasilitas utama, fasilitas pendukung dan fasilitas penunjang (Spillane 2016).

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi dengan destinasi wisata terlengkap. Tidak ada yang meragukan keindahan alam, kekayaan budaya dan gastronomii Sumatera Barat. Destinasi wisata yang ada di Sumatera barat salah satunya adalah Lembah Harau. Lembah Harau terbagi menjadi dua nagari, yang pertama adalah Tarantang (Jorong Lubuak Limpato dan Jorong Tarantang). Lembah Harau dibagi menjadi tiga bagian : Aka Barayun Resort, Sarasah Bunta Resort, dan Rimbo Piobang Resort. Ketiga bagian ini menawarkan keindahan air terjun dengan kolam renang, yang memberikan suasana alam yang indah sekaligus potensi pengembangan olahraga panjat tebing akibat lereng batu yang curam yang biasanya memantulkan suara (echo). *Image* Lembah Harau terkenal dengan air terjunnya yang menakjubkan dan tebing batu yang terjal. Selain itu destinasi dilembah harau juga mencakup event pasar harau, usaha kegiatan ekonomi masyarakat serta juga tersedia berbagai spot spot kunjungan yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung kembali ke Lembah Harau.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Pemuda Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota (2023), menunjukkan data jumlah kunjungan wisatawan Lembah Harau selama 7 tahun terakhir terjadi ketidakstabilan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Lembah Harau. Hal tersebut diduga karena pengaruh citra destinasi serta fasilitas yang tersedia di Lembah Harau. Semakin lengkap dan terjaga fasilitas yang tersedia akibatnya peningkatan jumlah wisatawan akan kembali di masa depan. Jika fasilitas yang dimiliki tidak mumpuni, citra suatu lokasi wisata bisa saja ikut terpuruk, sehingga kunjungan menjadi lebih sedikit. wisatawan dan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ketempat tersebut. Bedasarkan latar belakang diatas maka penulis mengambil judul Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Terhadap *Revisit Intention* di Kawasan Lembah Harau.

METODE

Jenis penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survey dalam bentuk asosiatif kausal dengan populasi yang berjumlah 33.000 responden perbulan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel

menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia mulai >20 tahun, serta sudah pernah berkunjung ke kawasan Lembah Harau. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent adalah Citra Destinasi (X1) dan Fasilitas (X2). Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah *Revisit Intention* (Y). Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan komunikasi tidak langsung atau menyebarkan kuesioner menggunakan skala Likert yang sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan pengujian hipotesis meliputi uji regresi linear berganda.

HASIL

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap wisatawan yang pernah berkunjung ke kawasan Lembah Harau yang berjumlah 100 responden dengan 9 butir pernyataan untuk variabel citra destinasi, 12 pernyataan untuk variabel fasilitas serta 12 pernyataan untuk *variabel revisit intention* yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan program SPSS versi 26.00.dapat dipaparkan sebagai berikut :

a. Deskripsi Data Tentang Citra Destinasi (X1)

Variabel Citra destinasi dapat dijelaskan dari data yang diambil di kawasan Lembah Harau dengan 100 responden dan 9 pernyataan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Perhitungan TCR Citra Destinasi

No	Pernyataan	Kategori										N	Score total	Kategori TCR
		SS(5)		S(4)		KS(3)		TS(2)		STS(1)				
	Cognitive destination image	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
1	X1.1	71	71	28	28	1	1	0	0	0	0	100	470	Sangat baik
2	X1.2	64	64	35	35	1	1	0	0	0	0	100	463	Sangat baik
3	X1.3	49	49	49	49	2	2	0	0	0	0	100	447	Sangat baik
	Unique destination image													
1	X1.4	53	53	47	47	0	0	0	0	0	0	100	453	Sangat baik
2	X1.5	47	47	49	49	4	4	0	0	0	0	100	443	Sangat baik
3	X1.6	43	43	53	53	3	3	1	1	0	0	100	438	Sangat baik
	Affective destination image													
1	X1.7	42	42	54	54	4	4	0	0	0	0	100	438	Sangat baik
2	X1.8	44	44	52	52	4	4	0	0	0	0	100	440	Sangat baik
3	X1.9	51	51	45	45	4	4	0	0	0	0	100	447	Sangat baik
Total													**4039**	Sangat baik

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh informasi bahwa hasil jawaban dari 100 responden diketahui bahwa citra destinasi di kawasan Lembah Harau tergolong sangat baik dengan nilai total skor 4.039 dengan rata rata 40,39.

b. Deskripsi Data Fasilitas (X2)

Variabel fasilitas terdiri dari 12 butir pernyataan dengan 3 indikator disebarkan kepada 100 responden dapat dijabarkan. sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Perhitungan TCR Fasilitas

No	Pernyataan	Kategori										N	Score total	Kategori TCR
		SS(5)		S(4)		KS(3)		TS(2)		STS(1)				
	Fasilitas Utama	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
1	X2.1	19	19	61	61	18	18	2	2	0	0	100	397	Baik
2	X2.2	16	16	65	65	19	19	0	0	0	0	100	397	Baik
3	X2.3	15	15	64	64	20	20	1	1	0	0	100	393	Baik
4	X2.4	12	12	68	68	17	17	3	3	0	0	100	389	Baik
	Fasilitas Pendukung													
1	X2.5	14	14	61	61	25	25	0	0	0	0	100	389	Baik
2	X2.6	12	12	54	54	29	29	5	5	0	0	100	373	Baik
3	X2.7	12	12	64	64	22	22	2	2	0	0	100	386	Baik
4	X2.8	10	10	66	66	23	23	1	1	0	0	100	385	Baik
	Fasilitas Penunjang													
1	X2.9	13	13	62	62	21	21	4	4	0	0	100	384	Baik
2	X2.10	11	11	64	64	24	24	0	0	1	1	100	384	Baik
3	X2.11	15	15	62	62	18	18	4	4	1	1	100	386	Baik
4	X2.12	9	9	64	64	23	23	3	3	1	1	100	377	Baik
Total													**4640**	Baik

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh informasi bahwa hasil jawaban dari 100 responden diketahui bahwa fasilitas di kawasan Lembah Harau tergolong baik dengan nilai total skor 4.640 dengan rata-rata 46,40

c. Deskripsi Data *Revisit Intention* (Y)

Variabel *revisit intention* terdiri dari 12 butir pernyataan dengan 3 indikator disebarkan kepada 100 responden dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil perhitungan TCR variabel *revisit intention*

No	Pernyataan	Kategori										N	Score total	Kategori TCR
		SS(5)		S(4)		KS(3)		TS(2)		STS(1)				
	Wilingness to visit again	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
1	Y.1	41	41	54	54	3	3	0	0	2	2	100	432	Sangat baik
2	Y.2	46	46	51	51	2	2	1	1	0	0	100	442	Sangat baik
3	Y.3	41	41	53	53	6	6	0	0	0	0	100	435	Sangat baik
	Wilingness to invite													
1	Y.4	39	39	57	57	3	3	0	0	1	1	100	433	Sangat baik
2	Y.5	35	35	61	61	2	2	2	2	0	0	100	429	Sangat baik
3	Y.6	28	28	62	62	9	9	1	1	0	0	100	417	Baik
	Wilingness to positive tale													
1	Y.7	18	18	65	65	13	13	4	4	0	0	100	397	Baik
2	Y.8	25	25	61	61	12	12	2	2	0	0	100	409	Baik
3	Y.9	20	20	67	67	8	8	5	5	0	0	100	402	Baik
	Wilingness to place destination in priority													
1	Y.10	20	20	53	53	23	23	4	4	0	0	100	389	Baik
2	Y.11	22	22	48	48	24	24	5	5	1	1	100	385	Baik
3	Y.12	20	20	58	58	17	17	5	5	0	0	100	393	Baik
Total													4963	Baik

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh informasi bahwa hasil jawaban dari 100 responden diketahui bahwa revisit intention di kawasan Lembah Harau tergolong baik dengan nilai total skor 4.963 dengan rata- rata 49,63.

d. Uji Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.66551135
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.055
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu dengan nilai signifikansinya 0,200 sehingga dapat disimpulkan nilai residual terdistribusi dengan normal.

2) Uji Multikoleniaritas

Tabel 5. Uji Multikoleniaritas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.975	1.025
	X2	.975	1.025
a. Dependent Variable: Y			

Berdasarkan hasil analisis uji multikoleniaritas pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa diperoleh nilai *tolerance* Variabel Citra destinasi (X1) adalah 0,975 dan nilai VIF adalah 1,025, Fasilitas (X2) nilai *tolerance* yaitu 0,975 dan niai VIF yaitu 1,025. Hal tersebut menunjukan Tidak adanya terjadi multikoleniaritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.510	4.282		.586	.559
	X1	.149	.087	.173	1.723	.088
	X2	-.106	.066	-.162	-1.612	.110
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Dari tabel ditas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel XI nilai sig sebesar 0,088 sehingga tidak terjadinya heteroskedastisitas, untuk variabel X2 nilai sig sebesar 0,110 tidak terjadinya heteroskedastisitas

e. Uji hipotesis

1) Uji Linear Berganda

Tabel 7. Pengujian Linear Berganda

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	664.377	2	332.189	14.953	.000[b]
	Residual	2154.933	97	22.216		
	Total	2819.310	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26.00, 2023

Berdasarkan hasil uji di atas,nilai F hitung adalah 14,953, dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Berarti Hipotesis (H3) diterima, X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y.

Tabel 8. Koefisien Determinasi Regresi

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	664.377	2	332.189	14.953	.000[b]
	Residual	2154.933	97	22.216		
	Total	2819.310	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 26.00, 2023

Dari tabel di atas, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

Y : a + B1X1 + B2X2

Y : 12,889 + 0,396 + 0,447

Berdasarkan persamaan di atas, diperoleh Variabel X1 memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,396 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 > 0,05, dan variabel X2 memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,447 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Artinya setiap tingkatan satuan variabel citra menaikkan 0,396 *revisit intention* dan setiap tingkatan satuan variabel fasilitas menaikkan 0,447 *revisit intention*.

Tabel 9. *Adjust R Square*

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.485[a]	.236	.220	4.713
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Dari tabel di atas, nilai Adjust R Square yaitu 0,220, menunjukkan bahwa Variabel X1 dan X2 mempengaruhi Y sebesar 22% sedangkan faktor lainnya mempengaruhi 78%.

PEMBAHASAN

a. Citra destinasi

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa respon rata-rata dari 100 responden untuk variabel citra destinasi kawasan Lembah Harau dari hasil perhitungan tingkat capaian responden diperoleh bahwa citra destinasi di kawasan wisata Lembah Harau tergolong sangat baik dengan nilai total skor 4.039 dengan rata-rata 40,39. Hal ini dapat ditunjukkan dari persepsi wisatawan bahwa citra destinasi dikawasan Lembah Harau sudah melekat dingatan wisatawan. Wisatawan merasa Kawasan Lembah harau memiliki daya tarik yang unik dan tidak dapat ditemukan diwisata lainnya . Selain itu citra afektif kawasan lembah haraupun memiliki kesan yang tak terlupakan bagi wisatawan. Banyak wisatawan yang merasa kagum dan menyukai keindahan alam di Lembah Harau. Bukan hanya merasa kagum, wisatawan juga memiiki emosi positif yang beragam mulai dari rasa bahagia, bersyukur hingga merasa semangat kerena mengunjungi Lembah Harau. Rata rata wisatawan sudah merasakan citra destinasi di kawasan Lembah Harau sesuai dengan harapan mereka. Sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan citra destinasi di kawasan Lembah Harau sudah sangat baik ditinjau dari *cognitive destination image, unique destination image dan affective destination image*. Walaupun demikian peneliti menyarankan agar pengelola kawasan Lembah Harau berupaya untuk meningkatkan lagi citra destinasi yang terkait dengan unsur insfrastruktur dan lingkungan seperti dengan menambah akses jalur digerbang masuk Lembah Harau dan memperlebar jalan menuju kawasan Lembah Harau . Mengelola sampah secara berkala serta menyediakan lebih banyak lagi tempat sampah dan memberi logo untuk membedakan antara sampah B3, sampah non organik dan sampah organik agar dapat meminimalisir terjadinya keluhan dari wisatawan yang berkunjung ke Lembah Harau.

b. Fasilitas

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa respon rata-rata dari 100 responden untuk variabel fasilitas kawasan Lembah Harau dari hasil perhitungan tingkat capaian responden diperoleh bahwa fasilitas di kawasan Lembah Harau tergolong baik dengan nilai total skor 4.640 dengan rata-rata 46,40. Hal ini dapat dilihat dari fasilitas di kawasan Lembah Harau sudah tersedia dan memadai. Untuk penggunaan fasilitas juga mudah untuk digunakan serta mudah untuk ditemukan dan terjaga

kebersihannya. Sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan fasilitas di kawasan Lembah Harau baik ditinjau dari fasilitas utama, fasilitas pendukung dan fasilitas penunjang. Walaupun tergolong baik peneliti menyarankan agar pengelola kawasan Lembah Harau berupaya untuk meningkatkan lagi fasilitas dilembah harau dengan memperbaharui tempat makan ataupun restoran dilembah harau. Selain itu untuk fasilitas toilet umum lebih ditingkatkan lagi dari segi kebersihannya dengan cara membuat sop mengenai pembersihan secara berkala dan melakukan general cleaning. Untuk fasilitas musholla lebih disediakan lagi karpet, alat untuk ibadah lainnya seperti mukenah, sarung dan lainnya,serta juga dilakukan pembersihan secara berkala. Untuk fasilitas selfie area, panjat tebing, wahana bermain dan taman satwa di Lembah Harau dapat diperbarui lebih menarik lagi agar meminimalisir terjadinya keluhan dari wisatawan yang berkunjung ke Lembah Harau.

c. Revisit Intention

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa respon rata-rata dari 100 responden untuk variabel *Revisit intention* kawasan Lembah Harau dari hasil perhitungan tingkat capaian responden diperoleh bahwa revisit intention di kawasan Lembah Harau tergolong baik dengan nilai total skor 4.963 dengan rata-rata 49,63. Rata- rata wisatawan yang berkunjung ke kawasan Lembah Harau bersedia untuk berkunjung kembali, merekomendasikan Lembah Harau kepada orang lain, bersedia menceritakan pengalaman positif kepada orang lain , serta mendapatkan pengalaman yang bekesan dan ingin datang kembali dengan prioritas yang lebih tinggi. Sehingga dapat disimpulkan secara keseluruhan *revisit intention* di kawasan Lembah Harau sudah baik ditinjau dari indikator *willingness to visit again, willingness to invite, willingness to positive tale, dan willingness to place destination in priority*. Walaupun tergolong baik peneliti menyarankan agar pengelola kawasan Lembah Harau berupaya untuk meningkatkan serta menjaga citra destinasi dan fasilitas yang tersedia di kawasan Lembah Harau agar minat atau keinginan untuk berkunjung wisatawan ke Lembah Harau lebih baik lagi

d. Pengaruh citra destinasi terhadap revisit intention di kawasan Lembah Harau

Dari hasil uji hipotesis yang digunakan pengaruh citra destinasi dan fasilitas terhadap *revisit intention* di Lembah Harau dengan SPSS 26.00 dapat diketahui nilai koefisien regresi untuk variabel X1 sebesar 0,396 dengan nilai signifikansi 0,006 <

0,05. Artinya setiap peningkatan 1 satuan variabel citra destinasi akan meningkatkan 0,396 *revisit intention*. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa citra destinasi dapat mempengaruhi *revisit intention* secara signifikan. Artinya jika semakin baik citra destinasi maka akan semakin tinggi tingkat minat berkunjung kembali di kawasan Lembah Harau. Sebaliknya jika Citra destinasi memiliki nilai yang buruk maka akan berdampak buruk juga terhadap tingkat minat berkunjung ulang wisatawan dikawasan Lembah Harau. Berdasarkan hasil penelitian yang diungkapkan oleh Anam et al. (2021) bahwa citra yang baik dari sebuah produk atau tempat dapat memengaruhi minat dan keputusan seseorang. Dari hasil kajian yang dilakukan oleh Allameh et al. (2015) yang mengungkapkan bahwa citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention*.

e. Pengaruh fasilitas terhadap *revisit intention* di kawasan Lembah Harau

Dari hasil uji hipotesis yang digunakan pengaruh citra destinasi dan fasilitas terhadap revisit intention di Lembah Harau dengan SPSS 26.00 dapat diketahui nilai koefisien regresi untuk variabel X2 yaitu 0,447 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Setiap tingkatan satuan variabel fasilitas menaikkan 0,447 *revisit intention*. Artinya semakin baik fasilitas akan semakin tinggi tingkat keinginan berkunjung kembali wisatawan di kawasan Lembah Harau. Sebaliknya jika fasilitas memiliki nilai yang buruk maka akan berdampak buruk juga terhadap tingkat keinginan berkunjung kembali wisatawan di kawasan Lembah Harau. Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali (Fitriyani dan Pramusinto, 2018; Marpaung, 2019; Pratiwi dan Prakosa, 2021; Sugianto dan Marpaung, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sofyan et al (2013), ada pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas wisata dengan minat untuk kembali.

f. Pengaruh Citra destinasi dan Fasilitas terhadap *Revisit Intention* di Kawasan Lembah Harau

Dari hasil uji hipotesis yang digunakan pengaruh citra destinasi dan fasilitas terhadap *revisit intention* di Lembah Harau dengan SPSS 26.00 dapat diketahui nilai F hitung adalah sebesar 14,953, nilai signifikansi yaitu 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Artinya Hipotesis (H3) diterima, X1, X2 secara bersama- sama berpengaruh signifikan

terhadap Y.. Selanjutnya nilai koefisien regresi untuk variabel X1 sebesar 0,396 dengan nilai signifikansi 0,006 < 0,05 dan variabel X2 sebesar 0,447 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya setiap peningkatan 1 satuan variabel citra destinasi akan meningkatkan 0,396 *revisit intention* dan setiap peningkatan 1 satuan variabel fasilitas akan meningkatkan 0,447 *revisit intention*. Selanjutnya untuk nilai Adjust R Square sebesar 0,220, artinya pengaruh Variabel X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar 22% sedangkan 78% dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kesimpulan bahwa Ha diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kiswantoro (2017) yang menyatakan terdapat pengaruh secara bersama antara citra destinasi (Destination image) dan Fasilitas terhadap *Revisit Intention* secara signifikan. Selain itu penelitian Sekar Trimurti (2020), Pandu Paramananda (2019), Muh. Sugeng Riyadi S (2021) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas wisata, persepsi harga, dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali.

KESIMPULAN

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa respon rata-rata dari 100 responden untuk variabel citra destinasi di kawasan Lembah Harau dari hasil perhitungan tingkat capaian responden diperoleh bahwa citra destinasi di kawasan Lembah Harau tergolong sangat baik dengan nilai total skor 4.039 dengan rata-rata 40,39. Fasilitas di kawasan Lembah Harau dari hasil perhitungan tingkat capaian responden diperoleh bahwa fasilitas di kawasan Lembah Harau tergolong baik dengan nilai total skor 4.640 dengan rata-rata 46,40. R*evisit intention* di kawasan Lembah Harau dari hasil perhitungan tingkat capaian responden diperoleh bahwa *revisit intention* di kawasan Lembah Harau tergolong baik dengan nilai total skor 4.963 dengan rata-rata 49,63. Nilai Adjust R Square yaitu 0,220, menunjukkan bahwa citra destinasi dan fasilitas mempengaruhi *revisit intention* sebesar 22% sedangkan faktor lainnya mempengaruhi 78%.

DAFTAR PUSTAKA

Andreas, A.,& Tunjngsari, H.K. (2019). Pengarh Citra Destinasi dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Manjerial dan Kewirausahaan, 1*(1).

Apriliyani, E., Hudayah, S., & ZA, S. Z. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen, 12*(1), 145-153.

Bundawi, D., Arief, R. F., & Ariyanto, H. H. (2022). Pengaruh Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Statisfaction Terhadap Fastfood di Sanctuary Batam. Jesya, 5 (2), 1585-1597.

Devi, E. S. (2020). *Pengaruh citra destinasi dan sadar wisata, dan fasilitas terhadap revisit intention (studi pada pengunjung makam mantingan).* (doctoral dissertasion, unisnu jepara).

Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. Jurnal Ekonomi KIAT, 32(1).

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality & Statisfaction. Yogyakarta. Andi.

Hanif, Asya., Kusumawati, Andriani., Mawardi, M.Kholid. 2016. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap 56 Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.38 No.1 September 2016.

Harifi, F. N., Ariningsih, E. P., & Wijayanti, W. (2021). Pengaruh Citra Destinasi terhadap Loyalitas Wisatawan Dimediasi oleh Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisatawan Pantai Menganti, Kabupaten Kebumen). *Volatilitas*, *3*(4).

Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *11*(2), 198-206.

Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata wego lamongan. *Ecopreneur. 12*, *4*(2), 122-131.

Masykur, F., Widiartanto, W., & Saryadi, S. (2022). Pengaruh Destination Image dan Fasilitas Wisata terhadap Revisit Intention (Studi pada Pengunjung Wisata Alam Seroja di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *11*(2), 170-179.

Najah, A. S. (2015). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang. *Sumber*, *238*, 2016.

Nugraha, R. N., & Manjorang, F. B. (2022). Kajian Kelengkapan Fasilitas, Sarana, dan Prasarana terhadap Kepuasan Wisatawan di Destinasi Wisata Museum di Tengah Kebun Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *3*(6), 6507-6518

Prayogo, Rangga Restu, Perkembangan Pariwisata dalam Perspektif Pemasaran, 2018, PT Lontar Digital Asia.

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alphabet.

Zethaml, V. A. (2018). Service Quality Dimensions. Services Marketing Integrating Customr Focus Across theFirm (7 th ed.). MC Graw Hil Education.