

Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Di Pantai Pandawa, Bali

Arrahma Sulistyafani ^{a,1}, I Gede Anom Sastrawan ^{a,2}

¹arrahasulistyafani@gmail.com, ²anom_sastrawan@unud.ac.id

^aProgram Studi S1 Destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Dr. R. Goris, Denpasar, Bali 80232 Indonesia

Abstract

Pandawa Beach is one of the many famous beaches on Bali Island that located in Kutuh Village, South Kuta District, Badung Regency. Infrastructures and facilities have been provided by the managers. However, the management of the coast still looks irregular. This is a weakness that can affect the image of Pandawa Beach on the interest in return visit. Thus, this research was conducted to determine the level of significance of the influence of destination image on the interest in return visit to Pandawa Beach.

In this study, the research method used is a quantitative approach. Primary data and secondary data are used as data sources. The data collection techniques used were observation, questionnaires, and documentation. The sampling technique used non-probability sampling techniques and also used several data analysis techniques. This research is also limited to destination image concept, interest in revisiting concept, and tourists concept. The results of this research indicate that the existence of tourism on Pandawa Beach as a destination image has a strong enough influence on the interest in return visit to Pandawa Beach significantly.

Keywords: Destination Image, Interest in Return Visit, Pandawa Beach

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat kemajemukan tinggi dan memiliki keanekaragaman hayati maupun non hayati. Potensi tersebut sebagai salah satu aset pariwisata dapat ditawarkan untuk diperjualbelikan dalam kegiatan pariwisata. Hal ini terkait dengan aspek ekonomi yang akan dicapai. Apabila industri ini dikemas dengan maksimal maka besar kemungkinan pengaruh atau dampak yang ditimbulkan bersifat positif. Begitu pun sebaliknya, apabila pengemasan industri pariwisata tidak diperhatikan secara maksimal maka pengaruh atau dampak yang akan ditimbulkan cenderung bersifat negatif (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2003).

Pengemasan industri pariwisata harus melibatkan semua pihak agar dalam proses pengembangan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Adapun tujuan tersebut yaitu untuk membangun citra yang kuat dalam menghasilkan daya tarik unggulan di suatu destinasi tujuan wisata. Wisatawan akan memberikan penilaian dan evaluasi untuk menentukan keputusan dalam melakukan kunjungan ke suatu daya tarik wisata. Sehingga, terkait hal tersebut citra destinasi memiliki pengaruh kuat terhadap tingkat kunjungan wisatawan.

Meskipun demikian, citra destinasi juga sangat rentan terhadap isu-isu global yang sedang berlangsung. Pariwisata sangat terkait dengan dimensi-dimensi pembangunan seperti dimensi ekonomi, dimensi politik, dimensi sejarah, dimensi sosial-budaya, dimensi keamanan, dimensi kesehatan, dimensi pemasaran, dimensi

perencanaan, dimensi lingkungan dan lainnya (Fridgen, 1991; Hall, 2003; Mahagangga, dkk., 2019; Anom, dkk, 2019).

Pada bulan November 2019, Bali masuk sebagai salah satu objek / daya tarik wisata yang tak layak dikunjungi oleh salah satu *website* pariwisata asal Amerika Serikat bernama *Fodor's Travel* karena masalah sampah (Jawa Pos, 2019). Pemerintah Provinsi Bali melalui unit-unit terkait dan *stakeholders* berupaya mengambil langkah kongkret dengan melakukan penguatan humas guna mengkonter pemberitaan yang beredar. Dilakukan pula perbaikan secara masif di sektor fasilitas (infrastruktur), sarana dan prasarana, keamanan, pelayanan, promosi serta masalah kebersihan (Bisnis Bali, 2019).

Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang terkemuka di dunia memiliki berbagai potensi menunjang pertumbuhan kepariwisataan. Bali juga merupakan daerah menjadi sasaran investor karena terdapat banyak daya tarik wisata mencakup potensi alam, manusia dan budaya. Keunikan budaya dan keindahan alam membuat wisatawan selalu tertarik berkunjung ke Bali (Hariyana, dkk., 2015).

Pantai Pandawa merupakan salah satu destinasi tujuan wisata yang berada di pesisir selatan Pulau Bali dengan keunikan dan keindahan pantai yang berbeda dari pantai lainnya. Memiliki ikon menarik berupa patung tokoh Pandawa Lima. Akses untuk menuju pantai pun relatif mudah. Infrastruktur jalan dan fasilitas juga sudah disediakan oleh pihak pengelola setempat.

Namun, tata kelola kawasan pantai masih terlihat tidak beraturan, aktivitas pariwisata yang tergolong masih sedikit, serta keberadaan

restoran atau toko souvenir juga masih minim dan tampak belum begitu memuaskan. Hal tersebut akan menjadi suatu kelemahan atau kekurangan yang dapat mempengaruhi citra destinasi Pantai Pandawa terhadap minat kunjungan wisatawan. Hal di atas *urgent* mendapatkan perhatian khusus dari pengelola setempat agar mampu merubah tata kelola kawasan pantai dan pengembangan seluruh elemen menjadi lebih baik. Wisatawan akan lebih puas dan berpotensi sebagai *repeater guest*.

Berdasarkan uraian di atas, fokus penelitian adalah pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Pandawa. Penelitian bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Pandawa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Hasil Penelitian Sebelumnya

Terdapat beberapa telaah hasil penelitian sebelumnya yang digunakan untuk menentukan posisi penelitian dan membandingkan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun telaah hasil penelitian sebelumnya yang pertama berjudul "Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali" oleh Geraldine Bella Aviolitasona (2017). Penelitian tersebut memiliki kesamaan fokus dengan penelitian yang akan dilakukan dalam mengkaji pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di suatu daya tarik wisata. Telaah hasil penelitian sebelumnya yang kedua berjudul "Pengaruh Citra Merek Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung serta Dampaknya pada Minat Kunjungi Ulang (Survei pada Taman Rekreasi Selecta Kota Batu yang Termasuk dalam Kategori Generasi *Millennial*)" oleh Putri Rizkiah Isnaini dan Yusri Abdullah (2018) dengan kesamaan topik pembahasan yang diteliti mengenai pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di suatu daya tarik wisata.

Telaah hasil penelitian sebelumnya yang ketiga berjudul "Analisis Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan pada Taman Simalem Resort Kabupaten Karo oleh Dewi Comala Sari dan Edi Putra Burutu (2019) dengan kesamaan topik pembahasan mengenai citra destinasi yang dapat memengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke suatu daya tarik wisata. Kemudian telaah hasil penelitian sebelumnya yang keempat berjudul "Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata terhadap Minat Kunjungi Ulang Wisatawan ke Wisata Bahari Desa Benan" oleh Iranita dan Putra

Alamsyah (2019) dengan kesamaan terkait topik penelitian yang sama pula mengenai pengaruh citra destinasi wisata terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di suatu daya tarik wisata.

2.2 Deskripsi Konsep

Dalam penelitian ini terdapat beberapa konsep yang digunakan antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Konsep Citra Destinasi

Menurut Lopes (dalam Hendawan, Galih, 2015) menjelaskan bahwa pengembangan citra destinasi wisata didasarkan pada rasionalitas konsumen dan emosionalitas sebagai hasil dari kombinasi dua komponen utama yaitu *cognitive destination image* dan *affective destination image*.

2. Konsep Minat Kunjungan Ulang

Menurut Petrick, *etc* (dalam Aviolitasona, Geraldhine, 2017) mengartikan bahwa minat kunjungan ulang adalah keinginan untuk melakukan kunjungan perjalanan di masa depan yang dipengaruhi oleh sikap terhadap pengalaman masa lalunya.

3. Konsep Wisatawan

Pengertian wisatawan menurut Smith (dalam Kusumaningrum, 2009) adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pantai Pandawa yang terletak di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan jenis data yang dikumpulkan yaitu data kuantitatif dan data kualitatif.

Adapun data kuantitatif menurut Sugiyono (2010) adalah jenis data yang dapat dihitung secara langsung berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan suatu bilangan maupun angka. Data kuantitatif tersebut berupa data terkait hasil analisis dari uji kuesioner yang telah diperoleh. Sedangkan data kualitatif menurut Bungin (2007) merupakan jenis data yang dipresentasikan dalam bentuk kalimat, uraian – uraian, dan berupa cerita pendek. Data tersebut berupa deskripsi terkait eksistensi wisata Pantai Pandawa. Dalam penelitian ini juga menggunakan beberapa sumber data yaitu data primer yang merupakan sumber data berupa kata – kata yang diperoleh secara langsung dari informan (Moleong, 2010) dan data sekunder yang merupakan data tidak langsung yang mendukung data primer (Sugiyono, 2008).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi dengan mengamati dan mencatat semua peristiwa di lapangan (Moleong, 2010), penyebaran kuesioner dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden (Sugiyono, 2010), serta dokumentasi melalui dua jenis dokumen yaitu dokumen pribadi dan dokumen resmi (Bungin, 2008). Observasi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas terkait situasi dan kondisi Pantai Pandawa. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* untuk memperoleh tanggapan wisatawan terkait pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang ke Pantai Pandawa. Kuesioner ini diukur dengan menggunakan Skala *Likert* dan disebarkan kepada 100 orang responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* yang mana sampel yang digunakan merupakan wisatawan domestik yang pernah berkunjung ke Pantai Pandawa. Pemilihan wisatawan domestik sebagai responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dilatarbelakangi oleh banyaknya wisatawan domestik yang berkunjung ke Pantai Pandawa sebagaimana dalam laman *website* Referensi Wisata, 2019 yang menyebutkan bahwa Pantai Pandawa didominasi oleh pengunjung atau wisatawan lokal. Sehingga, dalam penelitian ini lebih mengarah untuk meneliti wisatawan domestik sebagai objek penelitian. Selanjutnya, dokumentasi dilakukan dengan mendokumentasikan beberapa hal yang terdapat di Pantai Pandawa.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa teknik analisis data yang digunakan, antara lain yaitu uji kuesioner meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis statistik meliputi analisis frekuensi, dan uji hipotesis menggunakan uji t dan analisis korelasi. Adapun hipotesis tersebut sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat pengaruh antara citra destinasi dengan minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Pandawa.

H1: Terdapat pengaruh antara citra destinasi dengan minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Pandawa.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan cara menyebarkan 30 kuesioner sebagai sampel uji awal yang kemudian ditabulasi dan diuji menggunakan alat uji SPSS. Kuesioner dinyatakan valid apabila variabel dalam kuesioner mempunyai nilai korelasi di atas 0,30. Kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2016). Selanjutnya analisis frekuensi digunakan untuk mengetahui secara ringkas persentase pilihan jawaban responden pada masing - masing indikator pertanyaan maupun pernyataan yang

akan menunjukkan tanggapan dominan berdasarkan Skala *Likert* terkait kuesioner yang telah disebarkan.

Uji hipotesis merupakan analisis data yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Pandawa. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara membandingkan nilai t-hitung dan t-tabel atau melihat tingkat signifikansinya. Adapun pengambilan keputusan tersebut yaitu apabila nilai t-hitung > t-tabel atau tingkat signifikansi < 0,05, maka variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun, apabila nilai t-hitung < t-tabel atau tingkat signifikansinya > 0,05, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Selanjutnya, analisis data yang terakhir yaitu analisis korelasi yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang dinilai dengan rentang nilai korelasi -1 sampai 1. Adapun dengan pengambilan keputusan apabila nilai korelasi > 0,5 maka menunjukkan korelasi yang cukup kuat, sedangkan apabila nilai korelasi < 0,5 maka menunjukkan korelasi yang lemah. Signifikansi juga dapat dinilai dengan tanda - (negatif) yang menunjukkan arah hubungan yang berlawanan dan + (positif) yang menunjukkan arah hubungan yang sama.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Eksistensi Wisata Pantai Pandawa

Pantai Pandawa merupakan salah satu pantai di kawasan pesisir selatan Pulau Bali yang terletak di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Pantai yang berjarak ±18 km dari Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai dan terletak di kawasan yang cukup strategis. Letak pantai tidak terlalu jauh dengan destinasi wisata lain yang ada di kawasan Kuta Selatan, seperti Pantai Green Bowl, Pantai Nyang - Nyang, Pura Luhur Uluwatu, Pantai Padang - Padang, Patung Garuda Wisnu Kencana, dan lain - lain.



Gambar 1. Pesona dan Panorama Keindahan Pantai Pandawa

Sumber: <https://www.bagus.co/2019/05/5-hal-yang-perlu-anda-tahu-sebelum-ke.html>

Pantai Pandawa memiliki keunikan dan keindahan pantai tersendiri yang tidak dimiliki oleh pantai – pantai lainnya. Sebelumnya Pantai ini lebih dikenal dengan sebutan *Secret Beach* oleh wisatawan mancanegara karena letak pantai yang berada di balik tebing batu kapur. Tepat berada di pertengahan jalan di kawasan pantai, wisatawan akan menemukan enam patung yang berdiri kokoh bak berada di dalam gua. Patung – patung tersebut yaitu patung Dewi Kunti dan Pandawa Lima yang merupakan salah satu *main attraction* yang ada di Pantai Pandawa.

Dalam melakukan kegiatan wisata di Pantai Pandawa, atraksi maupun kegiatan wisata yang dapat dinikmati dan dilakukan cukup beragam. Wisatawan dapat menikmati pemandangan dan suasana pantai, mengunjungi dan berfoto di beberapa patung dalam tokoh perwayangan yang terdapat di Pantai Pandawa, berjemur, berenang, *surfing*, bermain kano, menikmati pijat tradisional, melihat pementasan Tari Kecak, mengabadikan momen di spot foto yang telah disediakan, berburu pernak – pernik, serta menikmati pesona Pantai Pandawa dari udara di ketinggian setara tingginya tebing batu kapur dengan mencoba aktivitas paralayang di Bukit Timbis.

Selain itu, pemenuhan sarana dan prasarana juga disediakan untuk memfasilitasi wisatawan ketika melakukan kunjungan ke Pantai Pandawa. Seluruh fasilitas disediakan oleh *stakeholder* pariwisata dan masyarakat lokal yang ikut serta berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan yang terdapat di kawasan Pantai Pandawa. Kepengelolaan Pantai Pandawa berada dibawah naungan BUMDA Kutuh. Bersama BUMDA, pemangku kepentingan terus mengembangkan dan mengemas potensi Pantai Pandawa menjadi suatu hal yang bernilai ekonomis. Sehingga, eksistensi wisata yang dimiliki akan membentuk citra destinasi yang baik apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik pula.

4.2 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Pandawa

Dalam penelitian ini, pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Pandawa akan diuji dengan menggunakan teknik analisis data yang telah ditentukan. Hasil pengujian dilakukan berdasarkan jumlah sampel yang telah dipilih yaitu sebanyak 100 responden dengan menggunakan alat hitung SPSS 23. Adapun sebelum memperoleh hasil dari beberapa

uji analisis terlebih dahulu akan diidentifikasi mengenai karakteristik wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden (Wisatawan)

Karakteristik responden akan diuraikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pengalaman berkunjung yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang cukup jelas terkait kondisi responden yang akan berkaitan dengan keeksitensian kegiatan atau aktivitas pariwisata di Pantai Pandawa yang nantinya dapat disesuaikan dengan jenis kelamin dan usia, serta pekerjaan untuk mengetahui *spending money* wisatawan, dan pengalaman berkunjung yang akan sangat berkaitan dengan minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Pandawa.

Adapun beberapa karakteristik tersebut yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Karakteristik	Kategori	Frekuensi
1.	JenisKelamin	Laki - laki	38
2.		Perempuan	62
Jumlah			100

Sumber: Hasil analisis data primer diolah menggunakan SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, dari 100 sampel wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini terdapat 62 wisatawan perempuan dan 38 wisatawan laki – laki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang dominan dalam melakukan kunjungan wisata ke Pantai Pandawa yaitu wisatawan yang berjenis kelamin perempuan.

Tabel 2. Jenis Karakteristik Berdasarkan Usia

No.	Jenis Karakteristik	Kategori	Frekuensi
1.	Usia	15 tahun	1
2.		17 tahun	2
3.		18 tahun	4
4.		19 tahun	7
5.		20 tahun	37
6.		21 tahun	34
7.		22 tahun	6
8.		23 tahun	2
9.		24 tahun	2

10.		25 tahun	2
11.		26 tahun	1
12.		34 tahun	1
13.		35 tahun	1
Jumlah			100

Sumber: Hasil analisis data primer diolah menggunakan SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, dari 100 sampel responden dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini wisatawan yang paling dominan dalam melakukan kunjungan wisata ke Pantai Pandawa yaitu wisatawan dengan usia 19 – 22 tahun.

Tabel 3. Jenis Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Karakteristik	Kategori	Frekuensi
1.	Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	81
2.		Wiraswasta	3
3.		PNS	2
4.		Karyawan	5
5.		Lainnya	9
Jumlah			100

Sumber: Hasil analisis data primer diolah menggunakan SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, dari 100 sampel responden dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kebanyakan wisatawan yang mengunjungi Pantai Pandawa yaitu wisatawan yang masih berada dalam jenjang pendidikan. Hal ini cukup relevan apabila dikaitkan dengan tabel 2 terkait dengan jenis karakteristik wisatawan berdasarkan usia.

Tabel 4. Jenis Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Berkunjung

No.	Jenis Karakteristik	Kategori	Frekuensi
1.	Pernah Berkunjung	sekali	36
2.		dua kali	21
3.		tiga kali	11
4.		> tiga kali	32
Jumlah			100

Sumber: Hasil analisis data primer diolah menggunakan SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini

sebanyak 64 wisatawan dari 100 responden telah melakukan kunjungan ulang ke Pantai Pandawa dan 36 lainnya belum melakukan kunjungan ulang.

b. Uji Validitas Variabel Citra Destinasi dan Variabel Minat Kunjungan Ulang Wisatawan

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya pertanyaan maupun pernyataan dalam kuesioner. Dalam variabel citra destinasi terdapat 13 indikator pernyataan dan 3 indikator pernyataan dalam variabel minat kunjungan ulang wisatawan. Pengambilan keputusan menggunakan batasan r_{tabel} dengan signifikansi 0,05. Jumlah responden sebanyak 100, jadi r_{tabel} dapat dihitung sebagai berikut:

$$r = \frac{t}{\sqrt{df + t^2}}$$

Keterangan: r = nilai r_{tabel}
 t = nilai t_{tabel}
 df = derajat bebas

Diketahui: $N = 100$
 $df = N - 2 = 100 - 2 = 98$

t : dilihat pada Titik Persentase Distribusi t .

t_{tabel} sebesar 1,984

Maka: $r = \frac{1,984}{\sqrt{98+1,984^2}} = 0,197$

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,197. Dengan demikian, dalam uji validitas ini hasil yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS 23, sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Indikator Citra Destinasi (Variabel X)

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1	0,514	0,197	Valid
X2	0,634	0,197	Valid
X3	0,526	0,197	Valid
X4	0,652	0,197	Valid
X5	0,622	0,197	Valid
X6	0,614	0,197	Valid
X7	0,641	0,197	Valid
X8	0,612	0,197	Valid
X9	0,638	0,197	Valid
X10	0,575	0,197	Valid
X11	0,653	0,197	Valid
X12	0,609	0,197	Valid
X13	0,716	0,197	Valid

Sumber: Hasil analisis data primer diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji validitas terkait citra destinasi atau variabel X menunjukkan nilai t_{hitung} lebih

besar dari pada r_{tabel} . Dengan demikian, maka seluruh indikator variabel atau pernyataan terkait citra destinasi yang diajukan adalah valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Indikator Minat Kunjungan Ulang Wisatawan (Variabel Y)

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,877	0,197	Valid
Y2	0,868	0,197	Valid
Y3	0,894	0,197	Valid

Sumber: Hasil analisis data primer diolah menggunakan SPSS

23

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji validitas terkait indikator minat kunjungan ulang wisatawan atau variabel Y menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari pada nilai r_{tabel} . Dengan demikian, maka seluruh indikator variabel atau pernyataan terkait minat kunjungan ulang wisatawan yang diajukan adalah valid.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang, instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak dapat konsisten untuk pengukuran, sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Suatu variabel akan dinyatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 70 (Ghozali, 2016). Adapun hasil terkait uji reliabilitas dari kuesioner dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Destinasi (Variabel X) dan Variabel Minat Kunjungan Ulang Wisatawan (Variabel Y)

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Batas-an	Ket
Citra Destinasi (X)	0,862	0,70	Reliabel
Minat Kunjungan Ulang W (Y)	0,852	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil analisis data primer diolah menggunakan SPSS

23

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel citra destinasi memperoleh nilai sebesar 0,862 yang memiliki nilai positif dan lebih besar dari batasan nilai yang telah ditentukan, sehingga dapat dinyatakan reliabel. Sedangkan pada variabel minat kunjungan ulang wisatawan memperoleh nilai sebesar 0,856 yang juga memiliki nilai positif dan lebih besar dari batasan nilai yang telah ditentukan, sehingga dapat dinyatakan reliabel. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa 16 indikator dalam variabel X maupun Y layak untuk diujikan.

d. Analisis Frekuensi

Analisis frekuensi digunakan untuk mengetahui secara singkat persentase pemilihan jawaban responden pada masing - masing indikator variabel yang ditanyakan. Persentase jawaban akan menunjukkan tanggapan yang paling dominan yang dipilih berdasarkan skala *likert* oleh responden terkait citra destinasi dan minat kunjungan ulang wisatawan. Adapun analisis frekuensi dalam penelitian ini, akan menggambarkan jawaban yang dipilih oleh 100 responden berdasarkan skala *likert* yaitu Sangat Setuju, Setuju, Netral (Biasa Saja), Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Hasil uji analisis ini merupakan hasil yang diolah dengan menggunakan alat hitung SPSS 23, sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisis Frekuensi Variabel Citra Destinasi (Variabel X)

Indikator	Jawaban				
	STS	TS	N (BS)	S	SS
Memiliki daya tarik wisata yang unik dan menarik (X1)	0%	1%	11%	53%	35%
Memiliki keindahan pemandangan alam (X2)	0%	0%	5%	53%	42%
Terdapat aktivitas wisata (X3)	0%	0%	15%	57%	28%
Kegiatan wisata yang dilakukan menyenangkan (X4)	0%	2%	34%	44%	20%
Memiliki iklim yang baik (X5)	0%	2%	43%	39%	16%
Lingkungan bersih tersedia tempat sampah (X6)	0%	3%	32%	49%	16%
Tersedia fasilitas pendukung pariwisata (X7)	0%	2%	25%	49%	24%
Akses mudah dijangkau (X8)	0%	0%	16%	54%	30%
Infrastruktur	0%	0%	15%	47%	38%

jalan memadai (X9)					
Lahan parkir luas (X10)	0%	0%	4%	50%	46%
Terdapat sesuatu yang menyenangkan (X11)	0%	0%	25%	51%	24%
Layak untuk dijadikan sebagai DTW (X12)	1%	0%	6%	48%	45%
Kondisi aman dan nyaman (X13)	0%	0%	11%	63%	26%

Sumber: Hasil analisis data primer diolah menggunakan SPSS 23

Pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pilihan jawaban yang paling dominan dari 13 indikator yang dipilih oleh responden yaitu Setuju. Adapun dua pilihan jawaban yang lain yang menunjukkan persentase cukup tinggi yaitu Sangat Setuju kemudian Netral (Biasa Saja). Selanjutnya terdapat tiga indikator dengan pilihan jawaban Tidak Setuju dan satu indikator dengan pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju.

Tabel 9. Hasil Analisis Frekuensi Variabel Minat Kunjungan Ulang Wisatawan (Variabel Y)

Indikator	Jawaban				
	STS	TS	N (BS)	S	SS
Keinginan berkunjung kembali di lain waktu (Y1)	0%	3%	17%	43%	37%
Merekomendasikan kepada orang lain (Y2)	0%	1%	18%	49%	32%
Mengajak orang lain untuk berkunjung (Y3)	0%	1%	16%	52%	31%

Sumber: Hasil analisis data primer diolah menggunakan SPSS 23

Pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pilihan jawaban responden yang paling dominan dari tiga indikator yang dipilih yaitu pilihan jawaban Setuju dan pilihan jawaban lain yang cukup dominan yaitu Sangat Setuju selanjutnya Netral (Biasa Saja). Adapun terdapat responden yang menjawab dengan pilihan Tidak Setuju dan tidak terdapat responden yang menjawab dengan pilihan Sangat Tidak Setuju.

e. Uji Hipotesis menggunakan Uji T

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis dengan cara uji t agar dapat mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen

atau variabel bebas (variabel X) terhadap variabel dependen atau variabel terikat (variabel Y). Ada atau tidaknya pengaruh tersebut dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji t juga bisa dilihat pada tingkat signifikansinya. Apabila tingkat signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Namun, jika tingkat signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut merupakan hasil uji t pada signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 100 responden dan nilai t_{tabel} akan dihitung sebagai berikut:

$$t_{tabel} = \left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right)$$

Keterangan:

α = taraf signifikansi

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas

$$t_{tabel} = \left(\frac{0,05}{2}; n - k - 1\right) = (0,025; 100 - 2 - 1) = (0,025; 97)$$

Maka dengan hasil tersebut, dapat dilihat nilai t_{tabel} pada Titik Persentase Distribusi t di kolom 0,025 dan baris 97 menunjukkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Kemudian setelah dihitung dengan menggunakan alat hitung SPSS 23 diperoleh hasil bahwa nilai t_{hitung} citra destinasi lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 7,262 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi (variabel X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat kunjungan ulang wisatawan (variabel Y), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

f. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah tahap akhir yang akan dilakukan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara variabel independen atau variabel citra destinasi (variabel X) terhadap variabel dependen atau variabel minat kunjungan ulang wisatawan (variabel Y) berdasarkan data kuesioner yang telah dijawab oleh 100 responden.

Dalam memperoleh hasil analisisnya akan diolah dengan menggunakan alat hitung SPSS 23. Signifikansi korelasi dinilai dengan rentang nilai - 1 sampai 1. Jika nilai korelasi $> 0,5$, maka menunjukkan hubungan yang cukup kuat. Namun, jika nilai korelasi $< 0,5$, maka menunjukkan hubungan yang lemah. Selain itu, signifikansi juga dinilai dengan tanda + (positif)

dan – (negatif). Apabila hasilnya positif akan menunjukkan arah hubungan yang sama atau tidak berlawanan, begitu pun sebaliknya, apabila hasilnya negatif maka akan menunjukkan arah yang berlawanan.

Adapun hasil dari analisis korelasi terkait variabel citra destinasi (variabel X) dan variabel minat kunjungan ulang wisatawan (variabel Y) yaitu diperoleh hasil dengan nilai sebesar 0,592 yang dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi (variabel X) positif memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap variabel minat kunjungan ulang wisatawan (variabel Y).

V. SIMPULAN DAN SARAN

Terdapat beberapa jenis karakteristik yang dapat digunakan oleh pihak pengelola untuk mengetahui dan menyesuaikan berbagai varian atraksi wisata yang dapat dikembangkan, serta pengalaman berkunjung yang mampu memberikan gambaran mengenai ketertarikan wisatawan dalam melakukan kunjungan ulang ke Pantai Pandawa. Selain itu, kondisi infrastruktur dan sarana prasarana yang nyaman di Pantai Pandawa juga sangat berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang tersebut.

Eksistensi wisata Pantai Pandawa sebagai citra destinasi dapat memberikan pengaruh terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di pantai tersebut. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil analisis uji t yang memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $7,262 > t_{tabel}$ yaitu 1,984. Sehingga, variabel citra destinasi (variabel X) berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan (variabel Y). Kemudian hasil dari analisis korelasi diperoleh nilai $0,592 > 0,5$ yang berarti bahwa citra destinasi (variabel X) positif memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap minat kunjungan ulang wisatawan (variabel Y).

Untuk lebih mengoptimalkan citra destinasi dapat dilakukan pengembangan jenis kegiatan dan atraksi wisata sesuai karakteristik wisatawan. Seperti jenis kegiatan *water sport* selain *banana boat* dan perahu kano seperti wahana *jet ski* dan wahana *parasailing* serta *event* rutin dalam rangka memperingati hari-hari tertentu. Termasuk upaya peningkatan tata kelola, sarana prasarana seperti restoran, pertokoan, dan kebersihan dapat ditingkatkan dengan melakukan upaya perencanaan pengembangan destinasi wisata.

Daftar Pustaka

Anom, I. P., & Mahagangga, I. G. A. (2019). Handbook Ilmu Pariwisata: Karakter dan Prospek. Jakarta: PrenadaMedia Group.

Aviolitasona, Gheraldine Bella. 2017. *Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan*

Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Islam Negeri Surakarta.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

Bungin, Burhan. 2008. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.

Fridgen, Joseph. 1991. *Dimension of Tourism*. East Lansing: American and Hotel Association

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hall, Colin Michael. 2003. *Introduction to Tourism: Dimensions and Issues*. South Melbourne: Hospitality Press.

Hendawan, Galih. 2015. *Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisata Berkunjung Ulang*. Skripsi. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.

Iranita dan Putra Alamsyah. 2019. *Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan ke Wisata Bahari Desa Benan*. Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji. Jurnal Bahtera Inovasi Vol. 2 No. 2, 20.

Isnaini, Rizkiah dan YusriAbdillah. 2018. *Pengaruh Citra Merek Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung serta Dampaknya pada Minat Kunjung Ulang (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu yang Termasuk dalam Kategori Generasi Millennial)*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB) Vol. 55 No. 2, 122.

Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Pengunjung Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.

Mahagangga, I., Oka, G. A., & Suryawan, I. B. Anom, I Putu dan Kusuma Negara, I Made. 2019. *Evolusi Pariwisata Di Indonesia, Turismemorfofis di Kabupaten Badung, kabupaten Banyuwangi dan kabupaten Luwu Timur*. Denpasar: Cakra Media Utama.

Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sari, Dewi Comala dan Edi Putra Berutu. 2019. *Analisis Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan pada Taman Simalem Resort Kabupaten Karo*. Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan. Jurnal Eksis Vol. 7 No. 2, 48.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Pertama. Bandung: PT. Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfa Beta.

Sumber-sumber lain:

Bagus.co. 2019. *5 Hal yang Perlu Anda Tahu Sebelum ke Pantai Pandawa, Bali*. <https://www.bagus.co/2019/05/5-hal-yang-perlu-anda-tahu-sebelum-ke.html>. Diakses pada tanggal 1 Mei 2020.

Bisnis Bali. 2019. *Dinilai Tak Layak Dikunjungi, Bali Perlu Penguatan "Public Relation"*. <https://bisnisbali.com/dinilai-tak-layak-dikunjungi-bali-perlu-penguatan-public-relation/>. Diakses pada tanggal 1 Mei 2020.

Jawa Pos. 2019. *Viral! Bali Masuk Daftar Destinasi Wisata Tak Layak Dikunjungi di 2020*. <https://radarbali.jawapos.com/read/2019/11/19/166520/viral-bali-msuk-daftar-destinasi-wisata-tak-layak-dikunjungi-di-2020>. Diakses pada tanggal 1 Mei 2020.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. 2003. *Keanekaragaman Hayati untuk Keberlanjutan Kehidupan Manusia*. <http://perpustakaan.menlhk.go.id/pustaka/home/index.php?page=ebook&code=ka&view=yes&id=1>. Diakses pada tanggal 1 Mei 2020.

Referensi Wisata. 2019. *Objek Wisata Pantai Pandawa Bali Hits dan Instagramable*. <https://www.referensiwisata.com/objek-wisata-pantai-pandawa-bali-hits-dan-instagramable/?lang=id>. Diakses pada tanggal 1 Mei 2020.