

PENGARUH ATRAKSI, FASILITAS, DAN AKSESIBILITAS, TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI GENERASI Z PANTAI DI NGURBLOAT MALUKU TENGGARA

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Rahmat Abdullah¹, Roberto Mario Kabi Teniwut², Ida I Dewa Ayu Raka Susanty³

Copyright (c) 2024 Sadar Wisata: Jurnal Pawirisata

^{1,2,3} Politeknik Perikanan Negeri Tual, Indonesia
email: rahmat.abd@polikant.ac.id¹,



Corresponding Author: Rahmat Abdullah, Politeknik Negeri Tual, rahmat.abd@polikant.ac.id

Received Date: 4 Oktober 2023

Revised Date: 8 Desember 2023

Accepted Date: 20 Juni 2024

Artikel Info

Kata kunci: Atraksi Wisata, Fasilitas Wisata, Aksesibilitas, Minat Berkunjung Kembali Generasi Z.

Abstrak

Desa wisata Ngilngof memiliki 7 daya tarik wisata, akan tetapi pola perjalanan wisata saat ini hanya terpusat pada satu daya tarik wisata yaitu pantai Ngurbloat, ketidakmerataan kunjungan wisatawan ini akan menyebabkan ketimpangan ekonomi disektor pariwisata dan desa wisata Ngilngof tidak akan berkelanjutan secara optimal. Untuk itu, perlu diketahui bagaimana wisatawan generasi Z memutuskan untuk berkunjung kembali di daya tarik wisata pantai Ngurbloat guna pengembangan desa wisata Ngilngof berbasis daya tarik wisata secara keseluruhan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui lebih jauh bagaimana pengaruh antara atraksi wisata, fasilitas wisata dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali generasi Z. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda, instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan total sampel sebanyak 100 wisatawan gearansi Z. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atraksi wisata, fasilitas wisata dan aksesibilitas secara parsial mempengaruhi minat berkunjung kembali generasi Z di Pantai Ngurbloat secara positif dan signifikan. Saran penulis untuk pengelola pantai Ngurbloat agar dapat menjadikan wisatawan generasi Z sebagai fokus target pasar dan menyesuaikan seluruh atraksi wisata dan fasilitas wisata yang disediakan, sesuai dengan karakteristik, kebutuhan dan keinginan dari target pasar secara optimal dan berkelanjutan.

Abstract

The Ngilngof tourist village has seven tourist attractions, however the travel pattern is current only focused on one tourist attraction, in Ngurbloat beach. The unequal distribution of tourist visiting will cause the economic inequality in the tourism sector and Ngilngof tourist village will not be optimally sustainable. For this reason, it is important to know how the tourists of Generation Z decide to revisit the Ngurbloat beach for developing the Ngilngof tourist village based on all the tourist attraction in this village. The aim of this research is to analyze and knowing more the influence of tourist attractions, tourist facilities and accessibility on the interest of revisit of the Z generation tourists. The data analysis method uses multiple linear regression, the research instrument uses questionnaire with total sample is 100 of the Z generation tourists. The results of this research shows that the variables of tourist attractions, tourist facilities and accessibility partially influence on the interest of revisit of the Z generation tourists to visit Ngurbloat Beach positively and significantly. The author's advice for the operator of Ngurbloat beach is to make the Z generation tourists as the focus of their target market and adapt the tourist attractions and tourist facilities provided, according to their characteristics, needs and desires optimally and sustainably.

Keywords: *Tourist Attraction, Tourist Facility, Accessibility, Returning Interest In Visiting Of Generation Z*

PENDAHULUAN

Universitas Muhammadiyah Jember

Desa wisata Ngilngof merupakan salah satu dari 23 Desa Wisata di Kabupaten Maluku Tenggara yang terletak pada Kecamatan Manyeuw, Kab. Maluku Tenggara (Jadesta, 2023). Desa wisata tersebut memiliki 7 daya tarik wisata yang dapat dikunjungi yaitu Pulau Ohoieuw, Pantai Yenroa, Danau Ablel, Jejak Legenda NenTeIdar dalam tebing, Teluk Hoat Hawet, Gereja Santa Maria serta pantai Ngurbloat (BUMO Ngilngof, 2022).

Pantai Ngurbloat merupakan pantai yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan, hal ini disebabkan karena karakteristik garis pantai yang panjang, pasir putih yang sangat halus dan bersih serta warna laut hijau yang memukau. Wisatawan yang berkunjung di sini biasanya melakukan aktivitas snorkeling, bermain voli dan bola pantai, wisata perahu (kano), menikmati keindahan *sunset* serta melakukan foto *selfie* diberapa *spot-spot* foto yang tersedia. Untuk menunjang aktivitas wisatawan, para pengelola desa wisata Ngilngof telah menyediakan fasilitas berupa loket masuk, tempat parkir, *cottage*, *gazebo*, toilet umum, warung usaha kuliner hasil laut, tersedia juga, akses internet gratis di sepanjang area pantai, akses listrik, jaringan telekomunikasi dan sarana air bersih serta ditunjang dengan akses jalan yang memadai yang di lengkapi dengan papan penunjuk arah dan lampu jalan dari pusat kota Langgur yang merupakan Ibu Kota Kabupaten Tersebut. Selain itu, Wisatawan juga dapat mengakses seluruh informasi pantai Ngurbloat melalui *website* www.desawisatangilngof.com, *instagram*, *facebook* dan *youtube* di *desawisatangilngof*, (BUMO Ngilngof, 2022).

Sejak tahun 2015 sampai dengan 2019 posisi pantai Ngurbloat selalu berada di atas dengan jumlah kunjungan tertinggi di Maluku Tenggara. Berikut disajikan dalam bentuk tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Kabupaten Maluku Tenggara Tahun 2015-2019

JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA PER OBJEK WISATA KABUPATEN MALUKU TENGGARA TAHUN 2015 s/d 2019								
NO	OBJEK WISATA	2015	2016	2017	2018	2019	JUMLAH	KET
1	NGURBLOAT	29.424	37.597	43.128	43.528	45.068	198.745	
2	NGURSAFNADAN/DHILJILIR	14.781	19.214	24.832	22.832	23.485	105.124	
3	CHICHERTAVUN	8.691	13.814	14.623	14.622	15.303	66.854	
4	NGURTAVUTR	3.739	8.643	14.858	16.858	17.403	61.501	
5	HAWANG CAVE	2.785	5.497	9.816	9.414	8.653	36.165	
6	PISANINDAN EJU	4.243	5.091	6.183	5.568	6.887	28.972	
7	BUKIT MASBAF	1.861	2.451	3.235	3.354	2.136	13.037	
8	TAMAN ZARAH LANGGUR	367	581	623	570	562	2.703	
9	PANTAI ELOMEL SATHEAN	373	418	469	215	203	1.678	
10	PANTAI LETMAN	283	619	872	787	554	3.065	
11	PANTAI NSURNIT VAT WAHAN	493	715	1.038	997	864	4.107	
12	AIR TERJUN HOKO	516	734	918	387	332	2.887	
13	AIR TERJUN OHOI AD	393	437	689	622	589	2.900	
14	PANTAI DAFTEL	381	295	487	507	608	2.278	
15	BUKIT INDAH	417	593	718	723	454	2.905	
16	WISATA BUATAN RUMAH DAN	-	-	-	725	858	1.583	
17	NGUR VAT NAMDIR (KELAPA MIRING PANTAI WAB)	-	-	-	507	889	1.396	
	TOTAL	68.717	94.879	122.489	121.395	125.426		

Sumber: Dinpar Malra, 2022.

Disisi lain, temuan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdullah, (2023), dalam buku *Travel Pattern* Desa Wisata Ngilngof Kabupaten Maluku Tenggara, menunjukkan bahwa wisatawan lokal, berstatus pelajar dengan intensitas kunjungannya 2-4 kali, yang lahir pada tahun 2000-2008 dan saat ini berusia 18-29 tahun, adalah yang paling terbanyak berkunjung di Pantai Ngurbloat. Hal ini juga terkonfirmasi dengan observasi lapangan dan wawancara dengan ketua pengelola desa wisata Ngilngof, bapak Ronald Tethool bahwa memang pantai Ngurbloat selalu di dominasi oleh wisatawan pelajar, yang termasuk dalam kategori wisatawan generasi Z, sebagaimana yang dikemukakan oleh Strauss, W., & Howe, N. (1991), Bencsik et., al. (2016) dan Putra, (2017), bahwa generasi yang lahir di tahun 1995-2010 ialah generasi Z.

Generasi Z merupakan generasi eksploratif, karena memiliki rasa ingin tahu yang besar, akibat dari rasa ingin tahu dan sifat petualang yang dimiliki, generasi ini pun mulai melakukan perjalanan wisata ke tempat-tempat baru yang dianggap menarik yang hampir sebagian besar termotivasi ingin menikmati pantai dan mencari pengalaman baru (Wiweka, K. et. al. 2019). Melihat bahwa terdapat 7 daya tarik wisata yang sebagian besar merupakan pantai di desa wisata Ngilngof, sedangkan pola perjalanan wisata yang terpusat di pantai Ngurbloat secara berulang-ulang yang memperlihatkan bahwa adanya ketidaksesuaian antara perilaku berwisata generasi Z dengan fakta empiris. Kondisi ketidaksesuaian ini jika terus terjadi, maka akan terjadi ketimpangan ekonomi disektor pariwisata yang sangat tinggi khususnya bagi pelaku usaha setempat, disisi lain dapat mempengaruhi pengembangan seluruh daya tarik wisata yang ada dan desa wisata Ngilngof tidak akan berkelanjutan secara optimal.

Untuk itu, penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengetahui bagaimana wisatawan generasi Z memutuskan untuk berkunjung kembali di daya tarik wisata pantai Ngurbloat sekaligus sebagai acuan bagi para pengelola untuk mempertahankan pangsa pasar dan mengembangkan produk wisata berbasis daya tarik wisata yang ada secara berkelanjutan.

Menurut Damanik & Weber, (2006), Untuk menawarkan produk pariwisata, ada 3 komponen yang harus diperhatikan, yakni atraksi wisata, aksesibilitas serta amenities/fasilitas wisata. Ketiga komponen

tersebut harus tersedia dalam suatu daya tarik wisata, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Bentuk keseuaian antara produk yang di tawarkan dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan generasi Z ialah kepuasan sehingga menyebabkan minat berkunjung kembali. Untuk itu, berdasarkan uraian peneliti sebelumnya, maka peneliti berinisiatif untuk meneliti pengaruh secara parsial atraksi wisata, fasilitas wisata, aksesibilitas terhadap minat berkunjung kebalikan generasi Z di pantai Ngubloot.

Penelitian tentang topik ini pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Okfiarni et. al. (2019), Indriastuty et. al. (2020), Lestari et. al. (2022), Waruwu, (2022), Zahra et. al. (2023). Hasil penelitian oleh kelima peneliti tersebut memperlihatkan minat wisatawan berkunjung kembali, dipengaruhi oleh variabel daya tarik wisata, fasilitas wisata dan aksesibilitas. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada responden penelitian, dimana dalam penelitian terdahulu tersebut, responden ditentukan bersifat umum dan belum secara tegas menunjukkan pangsa pasar potensial, sedangkan dalam penelitian ini, responden di tentukan berdasarkan temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa generasi Z yang berkunjung di pantai Ngubloot merupakan pangsa pasar potensial yang perlu dicari tahu alasan mereka mau berkunjung kembali sebagai upaya untuk mendapatkan informasi guna pengembangan desa wisata Ngilingof yang berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Atraksi wisata

Purba dan Ariwangsa (2016) atraksi wisata merupakan segala hal yang mampu menarik minat kunjung wisatawan kawasan wisata tersebut. Atraksi didasarkan pada sumber daya alam yang membentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan tersendiri. Atraksi wisata yang ditawarkan oleh pantai Ngubloot merupakan atraksi wisata alam berupa pantai.

Indikator Atraksi Wisata

Karena atraksi wisata yang menimbulkan daya tarik wisata bagi wisatawan maka peneliti menggunakan pendekatan indikator daya tarik wisata yang terdiri dari 4 hal (Damanik dan Weber, 2006), yaitu: 1) Keunikan diartikan sebagai kombinasi kelangkaan dan ke khasan yang melekat pada suatu daya tarik wisata; 2) Orisinalitas mencerminkan keaslian atau

kemurnian yakni seberapa jauh produk tidak terkontaminasi atau tidak mengadopsi nilai yang berbeda dengan nilai aslinya; 3) Otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat keantikan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata; 4) Otentisitas merupakan kategori nilai yang memadukan sifat alamiah, eksotis dan bersahaja.

Fasilitas Wisata

Menueurt Yoeti (2003), 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. Pantai Ngubloot juga menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat mengakomodir kebutuhan wisatawan selama dalam kunjungan mereka.

Indikator Fasilitas Wisata

Menurut Sumayang (2003) indikator untuk mengukur fasilitas wisata yaitu: 1) kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ada di objek wisata; 2) kondisi dan fungsi fasilitas yang ada di objek wisata; 3) kemudahan fasilitas untuk digunakan oleh pengunjung objek wisata; 4) kelengkapan alat yang dapat digunakan oleh konsumen selama pengunjung berada di dalam area objek wisata.

Aksesibilitas

Soekadijo, R.G (2003) mengemukakan bahwa persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat objek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan. Kemudahan untuk mencapai pantai Ngubloot didukung dengan tersedianya akses jalan, papan penunjuk arah, lampu jalan serta akses informasi dalam secara online melalui *website* dan media sosial.

Indikator Aksesibilitas

Menurut Tjiptono, F. (2018) tingkat aksesibilitas dapat diukur dengan ketersediaan transportasi dan dengan jarak pencapaian yang singkat. Selain itu, tingkat kemudahan pencapaian tujuan juga dapat dipengaruhi oleh faktor kondisi jalan, waktu tempuh, biaya perjalanan, dan pendapatan orang yang melakukan perjalanan serta akses informasi.

Minat Berkunjung Kembali

Menurut Sofia, N.B (2014) minat berkunjung ulang adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ulang ke tujuan yang pernah didatangi dan keinginan untuk melakukan perjalanan di masa depan dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman masa lalunya.

Indikator Minat Berkunjung Kembali

Menurut Aviolitasona (2017), indikator untuk mengukur minat kunjung ulang yaitu: 1) Mengunjungi ulang tempat wisata di lain waktu; 2) Memberi rekomendasi kepada orang lain tentang tempat wisata; 3) Mengajak orang lain untuk berkunjung kembali dilain waktu.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006).

Populasi dari penelitian ini ialah wisatawan lokal yang berkunjung pada bulan Juni tahun 2023. Adapun sampel ditentukan secara *proposive sampling*, dengan kriteria, wisatawan lokal yang telah berkunjung lebih dari dua kali, memiliki usia 18-29 tahun, serta berstatus pelajar SMK dan S1 atau generasi Z. Karena populasi di lokasi penelitian tidak diketahui jumlahnya, maka besaran sampel tersebut ditentukan berdasarkan formulasi dari Cochran dalam (Sugiyono, 2020) sebagai bagi berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel yaitu 95%

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = *Sampling error* 10% Tingkat keyakinan yang dipakai yaitu 95% dimana nilai Z sebesar 1.96 dan *sampling error* sebesar 10%. Jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.1)^2}$$

$$n = 96.04 \text{ (dibulatkan 100)}$$

Berdasarkan formulasi sampel di atas, sehingga ditentukan besaran sampel yang digunakan sebanyak 100 wisatawan genarasi Z.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan

melalui wawancara, observasi lapangan, kuesioner dan studi literatur. 1) Wawancara dilakukan dengan ketua pengelola desa wisata Ngilngof untuk mengetahui atraksi dan fasilitas wisata yang dimiliki pantai Ngurbloat, serta karakteristik wisatawan yang berkunjung; 2) Obeservasi lapangan dilakukan untuk memvalidasi hasil wawancara yang dilakukan dengan ketua pengelola, terkait dengan atraksi dan fasilitas wisata serta melihat kondisi aksesibilitas untuk mencapai pantai Ngubrloat. 3) Kuesioner diberikan kepada responden 100 orang wisatawan generasi Z yang berisi indikator-indikator dalam bentuk pernyataan yang mewakili 4 variabel yaitu atraksi wisata, fasilitas wisata, aksesibilitas dan minat berkunjung kebal; 5) Studi literatur dilakukan guna mengumpulkan referensi ilmiah yang yang relevan, terkait dengann menelitian ini dan dilakukan selama penelitian ini berlangsung.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas

Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas pada 30 responden di luar dari 100 orang responden yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2020), jumlah anggota sampel yang diujicoba sekitar 30 orang, sebab dengan 30 orang itu, data yang diperoleh sudah dapat membentuk kurva normal.

2. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono, (2020), analisis deskriptif dilakukan guna memberikan informasi data yang telah dikumpulkan secara apa adanya tanpa bertujuan untuk memberi kesimpulan generalisasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan statistik deskriptif pada distribusi frekuensi tentang alamat domisili, pekerjaan, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan perbulan, tingkat kunjungan, dan tanggapan responden terhadap variabel-variabel penelitian.

3. Uji Asusmsi Klasik

Menurut Purnomo, (2017), beberapa asumsi klasik berupa residual yang memiliki data terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, harus dipenuhi, sehingga model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik.

a. Uji Normalitas

Nilai residual yang terdistribusi secara normalah yang diharapkan dalam sebuah model regresi sehingga

dikatakan baik. Salah satu metode uji normalitas yaitu menggunakan metode grafik. Uji normalitas dengan metode tersebut dengan melihat data sebaran pada sumber diagonal dalam grafik Normal P-P *Plot of regression standardiez residual*. Adapun kriteria pengambilan keputusan, jika terjadi menyebar titik-titik mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah terdistribusi normal (Purnomo, 2017).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas mengindikasikan bahwa dalam model regresi, terdapat hubungan yang kuat atau hampir sempurna antara variabel independen, ditandai dengan koefisien korelasi yang tinggi, bahkan mendekati 1. Sebuah model regresi yang efektif seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi yang kuat atau mendekati sempurna antara variabel independen. Ada berbagai teknik untuk menguji multikolinieritas, dan penelitian sering menggunakan pendekatan dengan memeriksa *tolerance* dan *inflation factor* (VIF) dalam model regresi. Jika nilai VIF berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* melebihi 0,1, maka ini menunjukkan bahwa multicollinearity tidak terjadi. Sebaliknya, jika nilai VIF > 10 dan *tolerance* < 0,1 artinya bahwa telah terjadi multikolinieritas (Purnomo, 2017).

c. Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik ialah ketika tidak terjadi autokorelasi. Metode uji dilakukan dengan uji Durbin Watson (*DW test*), dengan kriteria keputusan yaitu jika nilai $DW \geq DU$ atau $DW \leq 4-DU$, artinya tidak terjadi autokorelasi pada model. Sebaliknya, jika nilai $DW \leq DL$ atau $DW \geq 4-DL$, artinya model tersebut terjadi autokorelasi (Purnomo, 2017).

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah ketidaksetaraan varian dalam residu pada berbagai pengamatan dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Salah satu metode pengujian heteroskedastisitas adalah

melalui uji koefisien korelasi *Spearman's rho*. Dalam pengujian heteroskedastisitas dengan teknik koefisien korelasi *Spearman's rho*, dilakukan korelasi antara variabel independen dengan residual. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Sebaliknya, Jika antara variabel independen dengan residual menghasilkan korelasi dengan nilai sig. < 0,05, artinya terjadi masalah heteroskedastisitas (Purnomo, 2017).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh linier antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, maka dilakukan analisis menggunakan model regresi linier berganda (Purnomo, 2017). Model tersebut mengasumsikan terdapat pengaruh satu garis lurus (linier) antara variabel dependen dengan masing-masing prediktonya (Janie, 2012). Berikut bentuk persamaan dalam penelitian ini: $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$ dimana Y =minat berkunjung kembali; a =konstanta; b_1 - b_3 = koefisien regresi masing-masing variabel; X_1 =atraksi wisata; X_2 fasilitas wisata; X_3 = aksesibilitas; e =error term (variabel pengganggu) atau residual.

5. Uji T Parsial

Menurut Ghozali, (2016), Untuk melihat secara parsial, seberapa jauh pengaruh variabel independen dalam menerangkan variabel dependen, maka dengan dilakukannya uji statistik t. Dengan tingkat signifikansi (α) 5% dari $df=n-K$, maka diperoleh nilai t-tabel. Nilai t-tabel inilah yang akan dibandingkan dengan nilai t-hitung yang dihasilkan berdasarkan uji t tersebut, sehingga diketahui bagaimana pengaruhnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2 Uji Validitas

Uji Validitas (N30)			
Atrkasi Wisata (X1).			
Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
1	0,606	0,381	Valid
2	0,804		
3	0,389		
4	0,627		

5	0,594		
6	0,749		
7	0,806		
8	0,518		
9	0,650		
10	0,644		
11	0,704		
Fasilitas Wisata (X2).			
1	0,496	0,381	Valid
2	0,787		
3	0,741		
4	0,797		
5	0,650		
6	0,620		
7	0,830		
8	0,844		
9	0,789		
10	0,777		
11	0,809		
12	0,841		
13	0,787		
14	0,755		
15	0,704		
16	0,637		
Aksesibilitas (X3)			
1	0,288	0,381	Tidak Valid
2	0,232		
3	0,218		
4	0,434		
5	0,760		Valid
6	0,408		
7	0,334		Tidak Valid
8	0,580		Valid
9	0,747		
10	0,730		
11	0,748		
12	0,571		
13	0,621		
14	0,385		
Minat Berkunjung Kembali (Y)			
1	0,475	0,381	Valid
2	0,733		
3	0,749		
4	0,383		
5	0,573		
6	0,697		
7	0,689		
8	0,500		
9	0,530		
10	0,573		
11	0,603		
12	0,695		
13	0,750		
14	0,825		
15	0,601		

Sumber: Hasil olah data primer, 2023.

Tabel 3 Uji Reliabilitas

N of Item	Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha standar	Keterangan
11.	X1.	0,862.	0,6.	Reliable
16.	X2.	0,943.		Reliable
14.	X3.	0,759.		Reliable
15.	Y.	0,878.		Reliable

Sumber: Hasil olah data primet, 2023.

Hasil uji validitas pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa dari seluruh item pernyataan yang mewakili 4 variabel tersebut, terdapat 4 item yang dinyatakan tidak valid, sehingga tidak

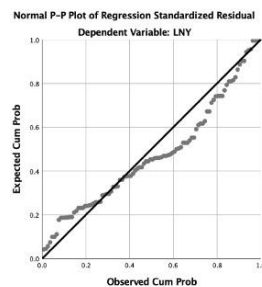
dapat dipakai untuk mengukur pernyataan responden terkait dengan aksesibilitas. Sedangkan sisanya dapat digunakan. Sedangkan Hasil pengujian reliabilitas yang tercantum dalam tabel 2 di atas mengindikasikan bahwa variabel (X1), (X2), (X3), dan (Y) memiliki nilai skor *Cronbach's alpha.* > *alpha* standar 0,6 (setelah di keluarkan pernyataan yang tidak valid). Artinya bahwa seluruh item-item pernyataan tersebut dinyatakan reliabel sehingga dapat dipakai untuk mengukur seluruh variabel-variabel tersebut.

2. Deskriptif Karakteristik Responden

Berdasarkan analisis karakteristik responden yang diperoleh menggunakan kuesioner, ditemukan bahwa mayoritas dari 100 responden generasi Z yang berkunjung di pantai Ngurbloat adalah berasal dari Kota Tual yaitu sebesar 51%, dengan jenis kelamin perempuan sebesar 55%, dengan rentang usia 18-21 tahun sebesar 60%, berpendidikan SMA/SMK sebesar 60%, dengan pendapatan perbulan dibawah Rp. 100.000,- 64%, dengan tingkat kunjungan lebih dari 5 kali sebesar 56%, dan melakukan kunjungan dengan teman sebesar 58%, menggunakan transportasi motor pribadi sebesar 68%, dengan motivasi kunjungan atas dasar kemauan sendiri sebesar 37%, dan paling banyak melakukan kunjungan di hari minggu sebesar 91%.

3. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik Uji Normalitas.
Sumber: Hasil olah data primer, 2023.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode grafik tersebut di atas, bahwa secara visual terlihat bahwa penyebaran titik-titik mengikuti garis diagonal. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai residual terdistribusi secara normal

b. Uji Multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		

Atraksi Wisata	.528	1.893
Fasilitas Wisata	.484	2.068
Aksesibilitas	.557	1.795

Sumber: Hasil oleh data primer, 2023.

Hasil uji multikolinieritas pada tabel tersebut di atas membuktikan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas, dengan VIF Atraksi Wisata (X1) = 1.893, Fasilitas Wisata (X2) = 2.068 dan Aksesibilitas (X3) = 1.795 yang berada kurang dari 10 serta nilai *tolerance* dari masing-masing variabel lebih tinggi 0,10. Artinya dapat dikatakan multikolinieritas tidak terjadi.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779 ^a	.607	.595	4.679	2.137

Sumber: Hasil olah data primer, 2023.

Hasil uji autokorelasi Durbin Watson (DW) atas residual persamaan regresi pada tabel tersebut di atas, menunjukkan nilai DW = 2,137. Nilai DL dan DU didapatkan dari tabel statistik DW dengan variabel bebas (k) = 3, sampel (n) = 100, sehingga diperoleh DL = 1,613 dan DU = 1,736. Sehingga peroleh nilai 4-DL = 2,387 serta 4-DU = 2,264. Karena nilai DW (2.137) terletak diantara nilai DU (1,736) dan nilai 4-DU (2,264), sehingga dapat dikatakan model regresi tersebut, tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

		Atraksi Wisata (X1)		Fasilitas Wisata (X2)	Aksesibilitas (X3)	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Atraksi Wisata (X1)	Koefisien Korelasi	1.000	.621**	.480	-.097
		Sig, 2-tailed	.	.000	.000	.339
		N.	100.	100.	100.	100.
	Fasilitas Wisata (X2)	Koefisien Korelasi	.621*	1.000	.517*	-.032
		Sig, 2-tailed	.000	.	.000	.749
		N (sampel)	100.	100.	100.	100.
	Aksesibilitas (X3)	Koefisien Korelasi	.480*	.517	1.000	-.105
		Sig, 2-tailed	.000	.000	.	.297
		N.	100.	100.	100.	100.
	Unstandardized Residual	Koefisien Korelasi	-.097	-.032	-.105	1.000
		Sig, 2-tailed	.339	.749	.297	.
		N.	100.	100.	100.	100.

Sumber: Hasil olah data primer, 2023.

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan metode *spearman's rho* pada tabel di atas, memperlihatkan korelasi antara variabel X1, X2 dan X3 dengan *unstandardized* residual, menghasilkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dimana sig. X1=0.339>0.005, sig.

X2=0.749>0.005, dan sig, X3=0.297>0.05. Artinya bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi.

4. Uji T Parsial

Tabel 7. Uji T Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.643	3.513		1.606	.111
	Atraksi Wisata (X1)	.596	.125	.419	4.762	.000
	Fasilitas Wisata (X2)	.532	.074	.589	7.214	.000
	Aksesibilitas (X3)	.432	.091	.405	4.726	.000

Sumber: Hasil olah data primer, 2023.

Hasil uji t parsial pada tabel tersebut di atas, menghasilkan nilai t-hitung atas variabel X1 sebesar 4.762 dengan sig. 0.000. Variabel X2 menghasilkan nilai t-hitung sebesar 7.214 dengan sig. 0.000, serta variabel X3 dengan nilai t-hitung sebesar 4.726 dengan sig. 0.000. Berdasarkan hasil uji tersebut, masing-masing variabel memiliki nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel 1,985, dengan formula $df=n-4$ ($df=100-4=97$), dengan nilai sig. masing-masing variabel lebih kecil dari 0.05. Untuk itu disimpulkan bahwa variabel X1 (Atraksi Wisata), X2 (Fasilitas Wisata) serta X3 (Aksesibilitas) secara individu menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan pada minat berkunjung kembali generasi Z di Pantai Ngurbloat.

Pembahasan

1. Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z di Pantai Ngurbloat

Berdasarkan uji t-parsial pada tabel 4 menunjukkan bahwa, Atraksi Wisata memiliki pengaruh yang positif serta signifikan pada Minat Berkunjung Kembali Generasi Z di Pantai Ngurbloat. Artinya bahwa semakin baik atraksi wisata yang disajikan oleh para pengelola, maka Minat Berkunjung Kembali Generasi Z di pantai tersebut juga akan meningkat.

Temuan yang diperoleh dari pernyataan responden menunjukkan bahwa, hampir sebagian besar generasi Z tertarik untuk berkunjung kembali, disebabkan karena keunikan daya tarik wisata berupa garis pantai yang panjang, pasir putih yang bersih serta halus, konon katanya menurut masyarakat lokal bahwa pasir tersebut merupakan pasir terhalus di dunia. Disisi

lain, air laut yang tenang dan jernih serta dengan kondisi bawah laut yang masih alami, pesona keunikan *sunset*, dan terdapat *spot-spot* foto yang *instagramable* yang disediakan oleh pengelola, serta di dukung dengan pepohonan yang rindang sehingga menambah kesejukan dalam berwisata. Atraksi surutnya air laut juga menambah keunikan tersendiri, sebab dikala air laut surut, maka wisatawan dapat berjalan ke arah laut sambil menangkap ikan. Selain itu, beragamnya kuliner khas yang ditawarkan juga menambah daya tarik tersendiri, seinggia tidak heran jika beragam atraksi wisata tersebut yang umumnya berbasis pada wisata alam, yang ditawarkan oleh pantai Ngurbloat membuat wisatawan khususnya generasi Z ingin tertarik untuk datang kembali.

Alvin, (2022) juga menghasilkan penelitian yang sejalan dengan penelitian ini, dimana wisatawan Gen Z lebih menyukai jenis atraksi wisata alam dan budaya. Mayoritas Gen-Z juga memilih untuk datang untuk berpariwisata berbasis alam, di mana lebih condong ke pulau, laut, ataupun pantai, sebab mendekatkan diri dengan alam bisa memberikan relaksasi bagi tubuh dan pikiran mereka. Sedangkan menurut Mayasari, (2021), Gen Z lebih tertarik dengan suatu atraksi wisata yang memiliki pemandangan atau desain mengandung keindahan atau estetika dan tepat untuk dapat dijadikan konten di media sosial baik berupa foto maupun video.

Implikasi temuan ini yaitu pihak pengelola desa wisata Ngilngof perlu menjaga kebersihan pantai Ngurbloat, serta lebih menghidupkan atraksi wisata tambahan berupa *banana boat*, bermain voli dan bola pantai, perahu kano dan *bottom glas* serta *tour* wisatawan dengan *speed boat* di kawasan desa wiasta Ngilngof sehingga aktivitas wisatawan generasi Z yang eksploratif dapat diakomodir dalam kunjungan. Akibatnya bahwa mereka akan betah berlama-lama di pantai dan biasa lebih banyak mengeluarkan uangnya.

2. Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z di Pantai Ngurbloat

Berdasarkan uji t-parsial pada tabel 4 menunjukkan bahwa, Fasilitas Wisata

memiliki pengaruh yang positif serta signifikan pada Minat Berkunjung Kembali Generasi Z di pantai Ngurbloat. Hal ini membuktikan bahwa, semakin baik dan lengkap fasilitas wisata yang disediakan oleh para pengelola, maka akan meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Generasi Z di pantai Ngurbloat.

Temuan yang diperoleh dari pernyataan responden menunjukkan bahwa, hampir sebagian besar generasi Z tertarik untuk berkunjung kembali setuju dengan tersedianya fasilitas wisata dalam bentuk kelengkapan wahana bermain seperti ban pelampung dan sewa perahu, menu warung usaha kuliner dengan menu yang beragam, serta penataan yang baik dan terawatengan dengan kebersihan yang terjaga. Tersedia juga akses wifi gratis di sepanjang pantai serta gazebo, toilet, tempat parkir dan tempat sampah yang lengkap, yang menyebabkan lingkungan di kawasan pantai Ngurbloat bersih, aman dan nyaman. Disisi lain, Beberapa wisatawan tidak setuju dengan selalu tersedia fasilitas seperti perahu kano dan *banana boat*, yang menyebabkan beberapa wisatawan merasa memiliki keterbatasan karena tidak didukung dengan fasilitas yang mereka harapkan. Selain itu, akses wifi yang cenderung lambat (lemot) sehingga menyebabkan wisatawan generasi Z tidak dapat popsting aktivitas wisata mereka.

Menurut Yoeti, (2003) Fasilitas wisata merujuk kepada semua sarana yang berperan dalam memenuhi keperluan para wisatawan selama mereka berkunjung sementara waktu ke tujuan wisata tertentu. Di sana mereka dapat bersantai, menikmati, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas yang tersedia di destinasi wisata tersebut. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Marpaung, (2019), bahwa kepuasan wisatawan serta minat berkunjung kembali, dipengaruhi secara langsung dan signifikan terhadap fasilitas wisata, dimana dari 100 responden yang diteliti, 57% berstatus pelajar dan mahasiswa.

Implikasi temuan ini yaitu pihak pengelola desa wisata Ngilngof harus terus menjaga dan merawat serta meningkatkan kualitas pelayanan dalam bentuk fasilitas wisata yang disediakan untuk wisatawan. Perlu diperhatikan juga fasilitas wisata yang

menarik berupa *banan boat* dan perahu kano untuk disediakan setiap saat, serta memanfaatkan area pantai untuk dijadikan sebagai sarana permainan voli dan bola pantai sebab fasilitas pendukung atraksi wisata ini akan banyak menguras tenaga dan waktu wisatawan ketika berkunjung di pantai tersebut sehingga dapat berdampak secara langsung pada ekonomi lokal melalui penyewaan wahana permainan, minat beli kuliner dan sewa gazebo. Selain itu, pengelola juga harus memperhatikan kecepatan akses internet yang saat ini terkesan lambat, sebab penting bagi generasi Z yang notabene merupakan generasi digital, untuk selalu memposting aktivitas wisatanya.

3. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z di Pantai Ngurbloat

Berdasarkan uji t-parsial pada tabel 4 menunjukkan bahwa, Aksesibilitas memiliki pengaruh yang positif serta signifikan pada Minat Berkunjung Kembali Generasi Z di pantai Ngurbloat. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin baik kondisi aksesibilitas yang mendukung mobilitas wisatawan menuju ke pantai Ngurbloat, maka akan meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Generasi Z.

Temuan yang diperoleh dari pernyataan responden menunjukkan bahwa, hampir sebagian besar generasi Z tertarik untuk berkunjung kembali setuju dengan kondisi aksesibilitas yang mudah, dalam hal ini kemudahan menggunakan transportasi umum atau transportasi pribadi, serta biaya transportasi yang terjangkau, jarak lokasi pantai yang tidak jauh, kondisi jalan yang luas, permukaan aspal yang mulus, serta didukung dengan papan penunjuk arah, sehingga tidak memakan waktu terlalu lama bagi wisatawan generasi Z untuk sampai di pantai Ngurbloat. Sebagian besar wisatawan tidak setuju dengan terdapat lampu penerang jalan, hal ini disebabkan belum tersedianya fasilitas penerang jalan sehingga wisatawan mengalami kesulitan jika harus pulang di malam hari. Disisi lain, akses informasi melalui *website* dan media sosial yang memberikan informasi atraksi wisata dan fasilitas wisata pantai Ngurbloat, menambah kemudahan bagi wisatawan generasi Z untuk

berkunjung meskipun dengan intensitas berulang-ulang.

Camelia & Begawati, (2020) telah melakukan penelitian yang sejalan dengan penelitian ini, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keputusan berkunjung kembali wisatawan pada Objek Wisata Pantai Gandorah di Kota Pariaman, dipengaruhi secara positif oleh variabel Aksesibilitas. Syafitri & Azizwita, (2023), dalam penelitiannya menemukan bahwa 63% dari 100 responden yang diteliti, merupakan pelajar yang masuk dalam kategori generasi Z, dimana keputusan berkunjung mereka dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel Aksesibilitas. Kondisi ini menggambarkan bahwa semakin baiknya Aksesibilitas, maka akan semakin banyak pula wisatawan yang memutuskan untuk berkunjung kembali di obyek wisata tersebut.

Implikasi temuan ini yaitu pihak pengelola desa wisata Ngilngof harus meningkatkan pelayanan dengan *update* informasi-informasi yang dibutuhkan wisatawan selama berkunjung di pantai Ngurbloat kedalam website, yang terkait dengan atraksi wisata yang disediakan, seluruh fasilitas yang tersedia beserta biayanya sehingga para wisatawan generasi Z dapat melakukan perencanaan perjalanan wisata sebelumnya. Selain itu, perlu dukungan secara optimal dari pemerintah daerah Maluku Tenggara terhadap pantai Ngurbloat dengan menyediakan lampu jalan yang belum *cover* seluruh akses menuju ke pantai Ngurbloat. Dengan begitu waktu kunjung akan lebih panjang, dimana wisatawan generasi Z tidak perlu khawatir jika pulang ke rumah pada waktu malam hari.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa, wisatawan generasi Z yang berkunjung di pantai Ngurbloat sebagian besar wisatawan lokal yang berdomisili di Kota Tual, berjenis kelamin perempuan yang berusia 18-21 tahun, dengan status pendidikan SMA/SMK serta memiliki pendapatan di bawah Rp. 100.000,-. Sebagian besar waktu berlibur wisatawan generasi Z dilakukan pada hari hari minggu, dengan intensitas kunjungan lebih dari 5 kali,

bersama dengan teman-temannya, serta atas dasar kemauan mereka masing-masing.

Berdasarkan hasil uji t-parsial pada variabel independen X1 (atraksi wisata), X2 (fasilitas wisata), dan variabel X3 aksesibilitas, terhadap variabel dependen Y (minat berkunjung kembali generasi Z di pantai Ngurbloat), diketahui nilai t-hitung yang dihasilkan dari masing-masing variabel independen, lebih tinggi dari angka t-tabel yang telah ditentukan yaitu 1.985, dengan nilai signifikansi 0.000, yang mana lebih kecil probabilitas 5%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa semakin baik atau bergam atraksi wisata dan fasilitas wisata yang disediakan oleh pengelola, serta didukung dengan kondisi aksesibilitas yang baik, maka akan meningkatkan minat berkunjung kembali generasi Z di daya tarik wisata pantai Ngurbloat. Untuk itu, saran penulis kepada pengelola desa wisata agar dapat menjadikan wisatawan generasi Z sebagai target pasar, menyesuaikan seluruh atraksi wisata dan fasilitas wisata yang ditawarkan sesuai dengan karakteristik, kebutuhan dan keinginan dari target pasar tersebut, dalam hal ini wisatawan lokal generasi Z. Disarankan pula bagi peneliti berikutnya, untuk melakukan penelitian tentang pengembangan program-program atraksi wisata yang di wujudkan dalam bentuk paket-paket wisata yang menarik, sehingga wisatawan generasi Z tidak hanya berkunjung dan menikmati keindahan alam ditawarkan saja, melainkan ada aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan generasi Z itu sendiri secara terprogram dengan memanfaatkan seluruh potensi atraksi wisata yang ada di desa wisata Ngilngof. Bagi generasi Z yang berkunjung di pantai Ngurbloat agar dapat menjaga kebersihan lingkungan, taat pada aturan yang berlaku dalam lingkungan obyek wisata, membantu pengelola dalam mempromosikan pantai Ngurbloat melalui media sosail masing-masing, serta hindari untuk membawa makanan dari luar khususnya khususnya dengan kemasan yang tidak ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah. (2023) *Travel Pattern Desa Wisata Ngilngof Maluku Tenggara*. Langgur. Politeknik Perikanan Negeri Tual

Alvin, S. (2022). Pariwisata Metaverse Indonesia dalam Kacamata Gen-Z. *Ruang*

Pariwisata, 89–108. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Tegu-h-Rachmad/publication/368172102_Ruang_Pariwisata/links/63dc9003c465a873a27ff2ad/Ruang-Pariwisata.pdf#page=99 1 Oktober 2023

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Aviolitasona, G.B. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94–101. <https://doi.org/10.36441/PARIWISATA.V4I2.657>
- Bencsik, et. al. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Bumo Ngilngof. (2022). *Profil Desa Wisata Ngilngof*. Maluku Tenggara: Bumo
- Camelia, A., & Begawati, N. (2020). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesitabilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Pantai Gandoriah Di Kota Pariaman. *Matua Jurnal*, 2(1), 31–50. <https://doi.org/10.1038/NATURE.2014.14583>
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan ekowisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Dinpar Malra. (2022). *Data Kunjungan Wisatawan di Maluku Tenggara*. Retrieved from http://dispar.malukutenggarakab.go.id/cat_doc/data-kunjungan/ 12 Desember 2023
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang. Univ. Diponegoro Press.
- Indriastuty, et. al. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal*

- GeoEkonomi*, 11(1), 56–73.
<https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Jadesta. (2023). *Desa Wisata Kabupaten Maluku Tenggara*. Jadesta. Retrieved from <https://maluku.jadesta.com/search?type=7&kota=8103&submit=1> 1 September 2023
- Janie. (2012). *Statistik Deskriptif & regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Lestari, et. al. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35.
<https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Marpaung. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio*, 1(2 Oktober), 144–155. Retrieved from <http://jurnal.mputantular.ac.id/index.php/MPU/article/view/294> 1 Oktober 2023
- Mayasari. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Menentukan Tempat Makan Di Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 13(02), 20–27.
<https://doi.org/10.24036/JPK/VOL13-ISS02/969>
- Okfiarni, et. al. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik, Dan aksesibilitasterhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Pantai Carocok Painan. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 15(2). Retrieved from <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/15266> 2 Oktober 2023
- Purba, A., & Ariwangsa, I. (2016). Analisis Daya Tarik Wisata Minat Khusus Di Baliwoso Camp Desa Pengotan Kabupaten Bangli. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(2), 165 - 168. Doi: <https://doi.org/10.24843/Jdepar.2016.V04.I02.P29>
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. CV. Wade Group. UNMUH Ponorogo Press.
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among Makarti*, 9(2).
- Soekadijo, R.G. (2003). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gremedia Pustaka Utama.
- Sofia, N.B. (2014). Analysis Of Factors Affecting The Interest Of Revisiting Tourists At The Ranggawarsita Museum Semarang. *Journal Of Business Strategy*, 23.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pariwisata : Kuantitatif, kualitatif, kombinasi R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-dasar manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Strauss, W. & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. William Morrow Paperbacks: New York City.
- Syafitri, & Azizwita. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 328–341.
<https://doi.org/10.47233/JEBD.V25I2.972>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Waruwu, R. D. S. (2022). Analisis daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan (studi kasus kawasan pantai sanur). *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(9), 2395–2405.
<https://doi.org/10.22334/paris.v1i9.164>
- Wiweka, K., Wachyuni, S. S., Rini, N. A., Adnyana, I. N., & Adnyana, P. P. (2019). Perilaku berwisata Wisatawan Generasi Milenial di Jakarta Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(3), 313-334.
- Yoeti, O. A. (2003). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta. Pradnya Paramita.
- Zahra, et. al. (2023). Fasilitas Wisata dan Nilai Keuntungan terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman | Manajemen dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 9. Retrieved from <https://ojs.unitas-pdg.ac.id/index.php/manajemen/article/view/853> 1 September 2023

