

<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt> Vol. 2, No. 1, Juni 2022
1 JURNAL TESLA : PERHOTELAN
- DESTINASI WISATA -
PERJALANAN WISATA ISSN
2809-400X Dampak Attraction,
Accessibility, Amenity, Ancillary
by Syarif Hidayatullah

Submission date: 05-Jan-2023 10:22AM (UTC+0700)

Submission ID: 1988711023

File name: n_Di_Destinas_i_Wisata_Religi_Makam_Gus_Dur_Kabupaten_Jombang.pdf (747.63K)

Word count: 4607

Character count: 29506

Dampak *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang

Iklima Aminatuz Zuhriah¹, Stella Alvianna^{2*}, Syarif Hidayatullah³, Ryan Gerry Patalo⁴, Diah Widiawati⁵

^{1,2} Program Diploma Kepariwisataaan, Universitas Merdeka Malang

⁴ Program Studi Keuangan dan Perbankan, Universitas Merdeka Malang

^{3,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang

35

*stellaalvianna03@gmail.com

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 22-11-2021

Disetujui: 02-06-2022

Kata Kunci

Attraction;
Accessibility;
Amenity;
Ancillary;
Minat Berkunjung
Wisatawan;

Corresponding Author

stellaalvianna03@gmail.com

ABSTRAK

Jawa Timur memiliki banyak tempat tujuan wisata yang memiliki potensi besar salah satunya wisata religi. Salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan di Kabupaten Jombang ialah Wisata Religi Makam Gus Dur. Penelitian ini menggambarkan tentang dampak *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Jombang terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang berminat berkunjung ke Wisata Religi Makam Gus Dur Jombang dengan sampel sejumlah 75 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *attraction* dan *ancillary* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan, sedangkan *accessibility* dan *amenity* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan. Keempat variabel bebas memiliki pengaruh simultan terhadap minat berkunjung wisatawan, dan pada pengujian hipotesis diketahui bahwa *attraction* merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke wisata religi makam Gus Dur di Kabupaten Jombang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ketika wisatawan berminat untuk mengunjungi wisata religi makam Gus Dur yang paling diinginkan adalah melihat dan menikmati atraksi wisata yang ada di wisata religi tersebut.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata semakin besar pengaruh dan perkembangannya terhadap perekonomian global saat ini. *United Nation of World Tourism Organization* (UNWTO) menetapkan industri pariwisata sebagai industri terbesar keempat (setelah *fuels, chemicals, dan automotive products*). Banyak negara-negara di dunia yang fokus pada pengembangan pariwisata sejak beberapa tahun terakhir ini, termasuk Indonesia. Indonesia mempunyai kekayaan alam dan budaya yang merupakan komponen penting dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Salah satu dampak positif dari pengembangan pariwisata di Indonesia adalah meningkatkan pendapatan devisa.

Kabupaten Jombang memiliki banyak destinasi wisata, mulai dari objek wisata religi, objek wisata alam, dan objek wisata budaya. Upaya pengembangan pariwisata dilakukan pemerintah kabupaten Jombang sebagai suatu tindakan yang didasarkan atas hak dan

wewenang daerah sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang telah ditetapkan. Dilihat dari sisi produk wisata di Kabupaten Jombang memiliki banyak potensi, diantaranya terdiri dari potensi religi, alam dan budaya. Sebagai suatu daerah tujuan wisata yang sedang dalam perkembangan, keindahan alam dan wisata religi kabupaten Jombang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai objek pariwisata yang dapat menarik wisatawan untuk membelanjakan uang mereka pada objek pariwisata yang dikunjungi. Wisata Religi Makam Gus Dur berlokasi di Jl. Irian Jaya Tebuireng No.10, Cukir, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471. Wisata Religi Makam Gus Dur yang berada di wilayah perkampungan masyarakat, menjadikan suasana di Wisata Religi Gus Dur ini terasa ramai dan padat penduduk. K.H. Abdurrahman Wahid atau yang biasa dengan sapaan akrabnya Gus Dur, merupakan keturunan dari para ulama besar. Kakek Gus Dur adalah pendiri Nahdlatul Ulama' bernama K.H. Hasyim Asy'ari.

Dari sisi teori, Wisata Religi Makam Gus Dur sudah memenuhi 4 (empat) komponen utama yaitu adanya atraksi wisata ziarah Makam Gus Dur. Untuk aksesibilitas menuju Wisata Religi Makam Gus Dur ini sudah beraspal dan terdapat penunjuk arah yang dipasang di persimpangan jalan yang dapat membantu pengunjung menandakan lokasi Wisata Religi Makam Gus Dur. Untuk amenities terdapat fasilitas toilet, tempat makan, dan tempat parkir. Untuk Ancillary terdapat fasilitas tambahan seperti pos keamanan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, *Ancillary* berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan? Apakah *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, *Ancillary* berpengaruh simultan terhadap minat berkunjung wisatawan? Apakah *Amenity* berpengaruh dominan terhadap minat berkunjung wisatawan?

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata merupakan seluruh kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan yang dilengkapi dengan fasilitas dan infrastruktur pendukung yang disediakan oleh *stakeholders* pariwisata (Anibal MJ N'dami et al., 2021). Namun unsur yang paling utama dalam suatu pengembangan kepariwisataan adalah unsur daya tarik wisata. Destinasi Wisata dijelaskan dari oleh sebagai suatu bentuk dan fasilitas yang saling berhubungan dan menjadi alasan/sebab wisatawan mengunjungi suatu daerah atau tempat tertentu, saat ini destinasi wisata dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu: destinasi wisata berbasis alam atau lingkungan (ekowisata), destinasi wisata berbasis social budaya dan destinasi wisata minat khusus (*Special Interest*) (Saway et al., 2021).

Attraction

Menurut (Ningtyas, 2021) atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik kedatangan wisatawan. Hal yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata disebut dengan modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga, yaitu 1) Natural Resources (alami) seperti gunung, danau, pantai dan bukit; 2) atraksi wisata budaya seperti arsitektur rumah tradisional di desa, situs arkeologi, seni dan kerajinan, ritual, festival, kehidupan masyarakat sehari-hari, keramahtamahan, makanan; dan 3) atraksi buatan seperti acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi dan lain-lain. Modal kepariwisataan dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata di tempat modal wisata ditemukan (*in situ*) dan di luar tempatnya yang asli (*ex situ*). Atraksi wisata dibedakan lagi menjadi atraksi penahan dan atraksi penangkap wisatawan (Priambudi et al., 2021).

Accessibility

(Syarif Hidayatullah, Setiyorini, Irary Windhyastiti, 2020) aksesibilitas adalah serangkaian sarana yang disediakan untuk memberikan aksesibilitas adalah rangkaian sarana

yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi wisata yang dimaksudkan. aksesibilitas pariwisata dimaksudkan. (Pangestuti, 2019) aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, frekuensi transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.

Amenities

(Alvianna et al., 2020) amenities merupakan rangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dari sisi akomodasi, penyedia makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan layanan lainnya. (Saway et al., 2021) amenities merupakan suatu daya tarik bagi wisatawan, namun dengan kurangnya amenities akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu.

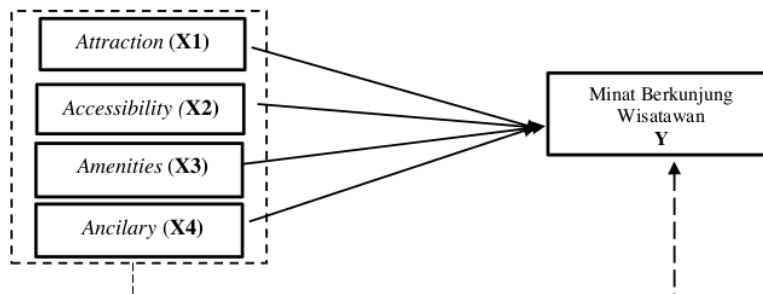
Ancillary Service

(Pangestuti, 2019) ancillary service merupakan ketersediaan sarana dan fasilitas umum yang digunakan oleh wisatawan yang juga mendukung terselenggaranya kegiatan wisata, sebagai contoh ancillary service seperti ATM center, rumah sakit, bank, *money changer*, dan lain sebagainya. Selain itu, *ancillary service* mencakup keberadaan berbagai organisasi untuk memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan destinasi bersangkutan (Ningtiyas, 2021).

Minat Berkunjung Kembali

(Aso, Maria Trisana; Hidayatullah, Syarif; Alvianna, 2021) minat berkunjung kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Minat berkunjung ulang disebut *revisit intention* atau minat untuk kembali berkunjung, di definisikan sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktivitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi (Annisa & Alvianna, 2017).

Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1: Kerangka konseptual Penelitian

Sumber: Berbagai artikel, diolah (2021)

Hipotesis

1. Diduga *attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Gus Dur
2. Diduga *accessibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Gus Dur
3. Diduga *amenity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Gus Dur

4. Diduga *ancillary* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Gus Dur
5. Diduga *attraction, accessibility, amenity, ancillary* berpengaruh simultan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Gus Dur
6. Diduga *attraction* berpengaruh dominan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Gus Dur

23

Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 1: Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	(Ningtiyas 2021)	Analisis Pengaruh <i>Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary</i> , Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Loyalitas Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi	<i>Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary</i> , Minat Berkunjung Wisatawan, Loyalitas Wisatawan	<i>Attraction, Amenity, Accesibility, dan Ancillary</i> tidak sepenuhnya memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata San Terra de Laponte, begitu juga ketika loyalitas wisatawan yang tidak bisa menjadi mediator antara <i>Attraction, Amenity, Accesibility, dan Ancillary</i> dengan minat berkunjung wisatawan.
2	Alfitriani et al. (2021)	Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang	Komponen 4A (<i>Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary</i>), Minat Berkunjung Wisatawan	atraksi wisata dan ancillary service berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, sedangkan amenitas wisata dan aksesibilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. hasil pengujian simultan dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas dan <i>ancillary service</i> terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
3	(Alvianna et al. 2020)	Pengaruh <i>Attraction, Accessibility, Amenity</i> Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata	<i>Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary</i> , Kepuasan Pengunjung	Kesimpulan dalam penelitian ini adalah <i>Attraction</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, <i>Accessibility</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan, <i>Amenity</i> pada Wisata Kampung Topeng Tlogowaru yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan, <i>Ancillary service</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
4	(Alvianna and Alvindra 2020)	Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang	Destinasi Wisata, Kepuasan Wisatawan, dan Minat Berkunjung Kembali	Destinasi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, selanjutnya Destinasi wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung Kembali, kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung Kembali, namun pada pengujian destinasi wisata terhadap minat berkunjung Kembali melalui kepuasan wisatawan didapatkan hasil yang tidak signifikan. Namun hasil pengujian pada pengaruh langsung didapatkan hasil yang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh yang tidak langsung. Kualitas pelayanan dan harga juga sangat mempengaruhi keputusan berkunjung.

Sumber: Berbagai Artikel, diolah 2021

METODE

Penelitian ini berfokus pada kajian tentang manajemen kepariwisataan khususnya yang berhubungan dengan *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*, dan minat berkunjung

wisatawan. Penelitian ini merupakan *explanatory research*, dengan lokasi penelitian dilakukan di destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang Jawa Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang atau masyarakat yang akan berkunjung ke destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Jombang. Adapun sampel penelitian, karena populasi tidak diketahui maka peneliti menggunakan teori Hair. (Hair, 2010) mengatakan bahwa apabila populasi tidak diketahui maka, ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indicator. Pada penelitian ini indicator yang digunakan sebanyak 15, maka sampel penelitian $15 \times 5 = 75$ responden penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Tabel Definisi Operasional Variabel

Tabel 2: Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
1	<i>Attraction</i>	<i>Attraction</i> merupakan komponen utama di suatu destinasi yang berupa <i>something to see, something to do, dan something to buy</i> . Berfungsi untuk menarik seorang wisatawan yang berkunjung.	<i>Something to see</i> <i>Something to do</i> <i>Something to buy</i>
2	<i>Accessibility</i>	<i>Accessibility</i> merupakan sarana atau infrastruktur untuk menuju sebuah destinasi.	Kondisi jalan menuju destinasi Rute jalan menuju destinasi Tersedianya transportasi umum Adanya petunjuk jalan
3	<i>Amenity</i>	<i>Amenity</i> merupakan fasilitas untuk memberikan pelayanan bagi wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi atau daerah tujuan wisata	Tersedia toilet Adanya tempat makan Adanya tempat parkir
4	<i>Ancillary</i>	<i>Ancillary</i> merupakan fasilitas pendukung atau ketersediaan sarana dan fasilitas umum yang digunakan oleh wisatawan	Keramahan petugas Pos keamanan
5	Minat Berkunjung	Minat Berkunjung merupakan ketertarikan seseorang yang akan berkunjung ke suatu destinasi untuk mengetahui keunikan dan keindahan di destinasi	Menceritakan ke orang lain Merekomendasikan ke orang lain Berkunjung Kembali

Sumber: Berbagai Artikel, diolah 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 75 responden, mengisi kuesioner penelitian ini secara online melalui *google form*. Hasil dari analisis Regresi Linier Berganda dan hipotesis yang diperoleh menggunakan software SPSS adalah sebagai berikut:

Hasil

Tabel 3: Demografi Profil

Item	Optional	Frequency	Percentage
Gender	Laki - Laki	19	29,2
	Perempuan	46	70,8
Umur	17 – 22 Tahun	16	24,6
	23 – 28 Tahun	37	57
	29 – 34 Tahun	6	9,2
	35 – 40 Tahun	2	3,1
	>40 Tahun	4	6,1
Asal Kota	Kabupaten Jombang	37	57
	Luar Kabupaten Jombang	28	43

Sumber: Data Primer, diolah 2021

10

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Var	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
(Constant)		-0.455	0.602		-0.755	0.453
Attraction	X ₁	0.739	0.139	0.538	5.312	0.000
Accessibility	X ₂	-0.048	0.165	-0.030	-0.291	0.772
Amenities	X ₃	-0.116	0.182	-0.086	-0.636	0.572
Ancillary	X ₄	0.517	0.164	0.399	3.149	0.002
Dependent Variable	Minat Berkunjung Wisatawan (Y)					
R	0.746					
R ²	0.556					
R ² _{Adjusted}	0.530					
F _{Hitung}	21.901					
Probability	0.000					
Line Equation	$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$					
Result	$Y = -0.455 + 0.739X_1 - 0.048X_2 - 0.116X_3 + 0.517X_4 + e$					

Sumber: Data Primer, diolah (2021)

Berdasarkan tabel regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan bahwa apabila semua variable bebas X yang berpengaruh (*attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary*)

terhadap variabel terikat dalam hal ini minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang tidak berubah, apabila terjadi perubahan pada variabel *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary*, maka terjadi penurunan nilai kepuasan wisatawan sebesar 0.455.

Pada tabel diatas dapat diketahui model regresi linear berganda untuk menguji signifikansi hubungan dan pengaruh parsial dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dilakukan dengan menggunakan uji T. dimana nilai signifikansi dari *Attraction* ($X_1=0,000$), *Accessibility* ($X_2=0,772$), *Amenity* ($X_3=0,572$), *Ancillary* ($X_4=0,002$) karena nilai sig dari variabel X_1 dan X_4 lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

Untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y, dapat dilihat berdasarkan nilai R^2 Adjusted atau R^2_{Square} Adjusted adalah sebesar 0,530, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh X_1 dan X_4 terhadap Y adalah sebesar 53% sementara sisanya sebesar 37% dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dalam model regresi diatas diperlukan uji F. Uji F diperoleh hasil output hasil regresi dimana nilai F hitung 21,901 dengan nilai signifikan 0,000, hal ini berarti $0,000 < 0,05$ hal ini berarti X_1 dan X_4 berpengaruh secara bersama-sama terhadap Y.

Pembahasan

1. Pengaruh *Attraction* terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur

Hasil olah data penelitian menunjukkan *Attraction* diperoleh uji t sebesar 5,319 dan nilai signifikan < batas signifikan ($0,000 < 0,05$). Sehingga hasil uji hipotesis penelitian ini dapat diartikan tingkat *Attraction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Ningtyas, 2021) dimana hasil penelitian memberikan gambaran bahwa variabel atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat kunjung melalui loyalitas wisatawan sebagai variabel mediasi. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya *Attraction* yang ada di Wisata Religi Makam Gus Dur maka akan semakin tinggi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Minat wisatawan yang dimaksud antara lain dicirikan oleh: dengan adanya Museum K.H. Hasyim Asy'ari sebagai atraksi tambahan di kawasan Wisata Religi Makam Gus Dur, dan adanya toko cinderamata khas Makam Gus Dur mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. (Pangestuti, 2019) mengemukakan bahwa komponen atraksi, amenitas, aksesibilitas dan ancillary berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke pantai Gemah, sama seperti wisata religi Makam Gus Dur yang menggambarkan bahwa atraksi berpengaruh terhadap minat berkunjung wisata. Dengan hasil penelitian ini, dapat dikatakan bahwa atraksi wisata yang ada di wisata religi Makam Gus Dur merupakan daya tarik bagi wisatawan yang berminat untuk melakukan wisata religi.

2. Pengaruh *Accessibility* terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur

Hasil olah data penelitian menunjukkan *Accessibility* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,291 dan nilai signifikan > batas signifikan ($0,772 > 0,05$). Sehingga hasil uji hipotesis penelitian ini dapat diartikan tingkat *Accessibility* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Alfitriani; Putri, 2021) dimana hasil

penelitian memberikan gambaran bahwa variabel *Accessibility* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel minat kunjung ulang wisatawan pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'am AL-Akbar Kota Palembang. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya *Accessibility* yang ada Wisata Religi Makam Gus Dur tidak menjadi jaminan meningkatnya minat berkunjung wisatawan. *Accessibility* yang dimaksud antara lain dicirikan oleh: kondisi jalan yang beraspal, rute jalan yang mudah dijangkau, tersedianya berbagai transportasi umum dan adanya petunjuk jalan yang mudah dipahami oleh wisatawan. (Wanda & Pangestuti, 2018) aksesibilitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke situs Trowulan di Mojokerto. Apabila di destinasi wisata religi Makam Gus Dur, maka ditemui kondisi yang berbeda dengan yang ada di situs Trowulan di Mojokerto. Jika di situs Trowulan Mojokerto aksesibilitas untuk menuju ke destinasi wisata sangat baik dan memberikan pengaruh terhadap kepuasan wisatawan, namun di destinasi wisata religi Makam Gus Dur aksesibilitas tidak memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan di destinasi wisata religi Makam Gus Dur.

3. Pengaruh *Amenity* terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur

Hasil olah data penelitian menunjukkan *Amenity* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,636 dan nilai signifikan $>$ batas signifikan ($0,572 > 0,05$). Sehingga hasil uji hipotesis penelitian ini dapat diartikan tingkat *Amenity* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Priambudi et al., 2021) mengemukakan bahwa fasilitas merupakan bagian dari amenities wisata, penelitian yang dilakukan di destinasi wisata Batu Love Garden dengan tujuan untuk melihat pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung wisatawan mendapatkan hasil penelitian yaitu fasilitas wisata yang ada di Batu Love Garden memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan yang akan berkunjung ke Batu Love Garden. (Saway et al., 2021) menyampaikan hasil penelitiannya mengenai pengaruh atraksi, amenities, dan aksesibilitas dan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Pasir Putih di Kab. Manokwari yang didapatkan hasil bahwa atraksi, amenities, dan aksesibilitas berpengaruh parsial dan simultan terhadap kepuasan wisatawan, namun dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa amenities lebih berpengaruh dominan terhadap kepuasan wisatawan.

4. Pengaruh *Ancillary* terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur

Hasil olah data penelitian menunjukkan *Attraction* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,149 dan nilai signifikan $<$ batas signifikan ($0,002 < 0,05$). Sehingga hasil uji hipotesis penelitian ini dapat diartikan tingkat *Ancillary* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Alvianna & Alviandra, 2020) dimana hasil penelitian memberikan gambaran bahwa variabel *Ancillary* berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa *Ancillary* yang ada di Wisata Religi Makam Gus Dur dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan. *Ancillary* yang dimaksud antara lain dicirikan oleh: keramahan petugas, dan adanya pos keamanan. (Asmoro et al., 2020) menyatakan bahwa komponen pada amenities yang ada di Desa Ngajum kondisinya lebih baik, sedangkan untuk *activities* masih memerlukan beberapa pengembangan pada atraksi wisata yang ada di desa tersebut, dan untuk *accessibility* dan *ancillary* masih dalam kondisi baik sehingga pengembangan komponen wisata masih perlu diperbaiki di beberapa komponen.

5. Pengaruh *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, *Ancillary* terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur

Hasil olah data penelitian menunjukkan variabel *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, *Ancillary* dari hasil F_{hitung} sebesar 21.901 dan nilai signifikan $<$ batas signifikan ($0,000 < 0,05$). Sehingga hasil dari uji F penelitian ini dapat diartikan variabel *Attraction* dan *Ancillary* berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, sedangkan *Accessibility* dan *Amenities* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. (Alvianna et al., 2020) menyatakan bahwa dalam penelitiannya didapatkan hasil bahwa atraksi wisata dan ancillary berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang dikategorikan sebagai generasi millennial dan berkunjung ke tempat wisata. (Wibowo et al., 2021) menunjukkan hasil bahwa destinasi wisata tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan ke Jawa Timur Park di era new normal, dan dari hasil ini juga menggambarkan bahwa pada era new normal destinasi wisata tidak memberikan pengaruh pada kepuasan wisatawan, melainkan kualitas layanan yang memberikan pengaruh pada kepuasan wisatawan, dengan kata lain wisatawan lebih mementingkan kualitas layanan daripada destinasi wisata.

6. Pengaruh *Attraction* dan *Ancillary* berpengaruh dominan terhadap terhadap Minat Berkunjung Wisata Religi Makam Gus Dur

Attraction dan *Ancillary* merupakan variabel dominan yang memberikan kontribusi terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. Variabel *Attraction* dan *Ancillary* mempunyai nilai *beta* 0,739 dan 0,517, lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *beta* variabel *Accessibility* dan *Amenity* yang memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dan 0,002. Hal ini berarti variabel *Attraction* dan *Ancillary* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. (Hidayatullah et al., 2018)(Syntiadewi et al., 2022) pengembangan desa wisata melalui kelompok sadar wisata dan dengan memanfaatkan teknologi informasi. (Hidayatullah et al., 2019) mengatakan bahwa system informasi pemasaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing namun berbeda dengan kualitas layanan yang tidak memberikan pengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing.

SIMPULAN

Penelitian ini memiliki empat variabel yaitu *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity* dan *Ancillary*. Bersumber dari hasil analisa data yang sudah diuji pada kesemua data yang didapatkan, maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel *Attraction* dan *Ancillary* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Makam Gus Dur. Berdasarkan hasil uji t pada variabel *Attraction* dan *Ancillary* dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya *Attraction* dan semakin baik serta adanya *Ancillary* yang ada di Wisata Religi Makam Gus Dur maka akan semakin tinggi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Bersumber dari hasil analisa data yang sudah diuji pada kesemua data yang didapatkan, maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel *Accessibility* dan *Amenities* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung di Wisata Religi Makam Gus Dur. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya *Accessibility* yang ada di Wisata Religi Makam Gus Dur tidak menjadi jaminan meningkatnya minat berkunjung wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Attraction* dan *Ancillary* memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat variabel minat berkunjung wisatawan di

Wisata Religi Makam Gus Dur. Hal ini berarti variabel *Attraction* dan *Ancillary* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat berkunjung wisatawan di Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. Semakin baik serta beragam *Attraction* yang ada maka semakin besar minat berkunjung wisatawan, dan semakin baik serta adanya *Ancillary* yang tersedia maka semakin besar minat berkunjung wisatawan.

Selain hal hal tersebut untuk meningkatkan pengetahuan akan sejarah dan wawasan pada Wisata Religi Makam Gus Dur perhatian semua pihak baik pemerintah, media, serta UMKM sangat diperlukan sehingga kelestarian wisata religi tetap terjaga dan hal ini perlu peran pentahelix dalam pengembangannya (Hidayatullah et al., 2022) dan perhatian terhadap CHSE (Cleanliness, Health, safety serta environment sustainable) juga sangat diperhatikan (Lasarudin et al., 2022) (Sandhubaya et al., 2021) (Nando et al., 2021).

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitriani; Putri, W. A. U. (2021). *Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang*. 1(2).
- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). *Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang*. *December*.
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). *Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata*. 4, 53–59. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.41>
- Anibal MJ N'dami, C.; Syarif, H.; Stella, A.; Muhammad Danang, S.; & Rulli, K. (2021). *PRESPECTIVE OF TOURISM DEVELOPMENT IN BIJAGOS ISLAND (GUINEA-BISSAU) AS WELL AS COMMUNITY ECONOMIC GROWTH*. 9(1), 3766–3773.
- Annisa, R., & Alvianna, S. (2017). *Peran Biro Perjalanan Wisata Sunrise Holiday Tour & Travel Dalam Meningkatkan Minat Wisata Ke Gunung Bromo*. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i2.1450>
- Asmoro, A. Y., Bachri, T. B., & Detmuliati, A. (2020). *Analisis Potensi Wisata Desa Dengan Kerangka 6A Studi Kasus Desa Ngajum, Malang*. *Media Wisata*, 18(2), 231–250. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Aso, Maria Trisana; Hidayatullah, Syarif; Alvianna, S. (2021). *Destinasi Wisata Dan Harga Pengaruhnya Pada Minat Berkunjung*. *Seminar Nasional Kepariwisataaan*, 2(1), 152–161.
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice Hall. In *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0_3
- Hidayatullah, S., Khourouh, U., & Windhyastiti, I. (2018). *Development of Tourist Village Model Through "Pokdarwis" Empowerment and Information Technology Utilization*. *European Journal of Business and Management*, 10(January), 22–28. <https://doi.org/10.7176/ejbm-10-23-12>
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., Waris, A., Malang, U., & Malang, P. (2019). *Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group*. *Senasif, September*, 1652–1660. <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/226/186>
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Aristanto, E., Rachmawati, I. K., & Alvianna, S. (2022). *Creative Tourism Economic Development Strategy with the Penta Helix Collaboration of Batu City*. 5(4), 119–129.
- Lasarudin, A., Alvianna, S., Zuhria, A. S., & Hidayatullah, S. (2022). *Mediation Effect of Visitor Satisfaction from Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainable (*

- CHSE) Relationships on Visitor Loyalty at Kaliwatu Rafting Tourist Destinations Batu City. 5(1), 1–7.
- Nando, T., Hidayat, S., Roedjinandari, N., Rachmadian, A., & Yulianto, I. (2021). *Dampak COVID – 19 Terhadap Wisata Coban Jahe di Kabupaten Malang*. 1(1), 1–9.
- Ningtiyas, E. A. et al. (2021). ANALISIS PENGARUH ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITY, ANCILLARY TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN MELALUI LOYALITAS WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Media Wisata*, 19(1), 83–96.
- Pangestuti, I. S. E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 157–167.
- Priambudi, R. R., Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2021). *Dampak Atraksi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik Yang Berkunjung Di Batu Love Garden Kota Batu Jawa Timur*. 1(1), 26–35.
- Sandhubaya, G., Hidayatullah, S., & Roedjinandari, N. (2021). Study of Influence of Cleanliness, Health, Safety & Environment Sustainability on Tourist to Revisit the Beaches of Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*. <https://doi.org/10.31695/ijasre.2021.34090>
- Saway, W. V., Alvianna, S., Estikowati, Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*.
- Syarif Hidayatullah, Setiyorini, Irary Windhyastiti, I. K. R. (2020). Peran Aksesibilitas , Konektifitas , Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pengguna Angkutan Umum Melalui Kepuasan Penumpang Sebagai Variabel Mediator. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF-4)*, 2261–2274.
- Syntiadewi, F., Natsir, M., Hidayatullah, S., & Alvianna, S. (2022). *The Effect of Gastronomy Involvement , Local Food Consumption Value , Food Knowledge Toward Intention to Recommend Local Traditional Food Semanggi Suroboyo through Attitude as Mediating Variable (A Study of Culinary Arts Students at Monas Pacific Culinary Academy)*. 5(2), 63–69.
- Wanda, I. B. K., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Wibowo, R., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Astuti, W., & Setioko, D. (2021). *Analysis of the Influence of Tourist Destinations and Service Quality on Tourist Satisfaction Visiting the Jawa Timur Park in the New Normal Era*. 6(1), 295–300.

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to University of Sunderland Student Paper	1%
2	repository.usu.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Negeri Semarang Student Paper	<1%
4	Submitted to Yeungnam University Student Paper	<1%
5	ejournal.warmadewa.id Internet Source	<1%
6	pt.scribd.com Internet Source	<1%
7	ojs.balitbanghub.dephub.go.id Internet Source	<1%
8	repository.stipram.ac.id Internet Source	<1%

9

Budi Susanto, Nursamsu Nursamsu.
"PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN
CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI DESA WISATA SELO
PARK NGANJUK", Jurnal Riset
Entrepreneurship, 2020

Publication

<1 %

10

Syukriyyah Syukriyyah, Karyaningsih
Karyaningsih. "Pengaruh Promosi Penjualan,
Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan
terhadap Minat Menggunakan E-Wallet
Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas
Singaperbangsa Karawang", Transformasi
Manageria: Journal of Islamic Education
Management, 2022

Publication

<1 %

11

openlibrary.telkomuniversity.ac.id

Internet Source

<1 %

12

repository.umpalopo.ac.id

Internet Source

<1 %

13

Submitted to Asia Pacific University College of
Technology and Innovation (UCTI)

Student Paper

<1 %

14

e-jurnal.lppmunsera.org

Internet Source

<1 %

15

Submitted to Manchester Metropolitan
University

<1 %

16

eprints.stiperdharmawacana.ac.id

Internet Source

<1 %

17

ftk.unisnu.ac.id

Internet Source

<1 %

18

repository.unja.ac.id

Internet Source

<1 %

19

syahriartato.wordpress.com

Internet Source

<1 %

20

journal.uta45jakarta.ac.id

Internet Source

<1 %

21

repository.poltekkes-denpasar.ac.id

Internet Source

<1 %

22

vdoc.pub

Internet Source

<1 %

23

Rona Nabila Gusrima, Einde Evana, Yunia Amelia, Lindriana Sari. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Equity Risk Premium (Studi Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020)", E-journal Field of Economics, Business and Entrepreneurship, 2022

Publication

<1 %

24

Submitted to Universitas Gunadarma

Student Paper

<1 %

25	Submitted to Universitas Lancang Kuning Student Paper	<1 %
26	ejournal.catuspata.com Internet Source	<1 %
27	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	<1 %
28	e-jurnal.nobel.ac.id Internet Source	<1 %
29	indodian.com Internet Source	<1 %
30	repository.uib.ac.id Internet Source	<1 %
31	www.trijournal.ir Internet Source	<1 %
32	Guno Tri Tjahjoko. "Fighting Money Politics and Shamanic Practices", Jurnal Politik, 2020 Publication	<1 %
33	feb.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
34	jurnal.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
35	ojs.unublitar.ac.id Internet Source	<1 %
36	plesirwisata.com	

Internet Source

<1 %

37

Arpin Dalimunthe, Nuri Aslami. "Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen", VISA: Journal of Vision and Ideas, 2022

Publication

<1 %

38

Metik Asmike, Bagus Setiono. "Pengaruh Person Job-Fit Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi pada Karyawan Outsource Bank BCA KCU Madiun)", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2020

Publication

<1 %

39

ejournal.bsi.ac.id

Internet Source

<1 %

40

poltekkesbdg.info

Internet Source

<1 %

41

repository.pertanian.go.id

Internet Source

<1 %

42

wisatamedan.co.id

Internet Source

<1 %

43

www.seminar.unmer.ac.id

Internet Source

<1 %

44

Bahagia Bahagia, Abdul Karim Halim, Leny Muniroh, Rimun Wibowo et al. "Nature Environment, Socioeconomic and Culture

<1 %

Value in Gunung Salak Endah Tourism",
EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN, 2022

Publication

45

Wiwit Murfitriana, Hengky Widhiandono.
"PENGARUH MOTIVASI
INTRISIK, KEDISIPLINAN, GAYA
KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS, KOMITMEN
NORMATIF TERHADAP KEPUASAN KERJA
KARYAWAN PG. SUMBER HARJO PEMALANG",
Media Ekonomi, 2014

Publication

<1 %

46

aseestant.ceon.rs

Internet Source

<1 %

47

e-journal.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

48

fti.ars.ac.id

Internet Source

<1 %

49

jarma.triatmamulya.ac.id

Internet Source

<1 %

50

journal.febubhara-sby.org

Internet Source

<1 %

51

journal.ipb.ac.id

Internet Source

<1 %

52

kuncinas.com

Internet Source

<1 %

library.unmer.ac.id

53

Internet Source

<1 %

54

repository.ampta.ac.id

Internet Source

<1 %

55

repository.its.ac.id

Internet Source

<1 %

56

repository.unib.ac.id

Internet Source

<1 %

57

repository.upm.ac.id

Internet Source

<1 %

58

repository.upnvj.ac.id

Internet Source

<1 %

59

www.gurupendidikan.co.id

Internet Source

<1 %

60

www.jurnal-iski.or.id

Internet Source

<1 %

61

Pratiwi Juniar Achmad Gani. "PENGARUH KUALITAS ATRAKSI WISATA TERHADAP KEPUASAN DAN MOTIVASI KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN MANCANEGERA DI KAWASAN WISATA TANJUNG BIRA, KABUPATEN BULUKUMBA", LOSARI : Jurnal Arsitektur Kota dan Pemukiman, 2016

Publication

<1 %

62

Wirda Lilia, Sari Indah Lestari Situmeang,
Verawaty Verawaty, Davin Hartanto.
"Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran
Perusahaan terhadap Struktur Modal
Perusahaan Property dan Real Estate yang
terdaftar di BEI", Owner (Riset dan Jurnal
Akuntansi), 2020

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt> Vol. 2, No. 1, Juni 2022
1 JURNAL TESLA : PERHOTELAN - DESTINASI WISATA -
PERJALANAN WISATA ISSN 2809-400X Dampak Attraction,
Accessibility, Amenity, Ancillary

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11
