

PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP DAYA TARIK PENGUNJUNG OBJEK WISATA BUKIT BINTANG KABUPATEN REJANG LEBONG

THE EFFECT OF LOCATION, FACILITIES AND PROMOTION ON VISITOR ATTRACTION OF BUKIT BINTANG TOURIST OBJECT, REJANG LEBONG REGENCY

Islamuddin¹, Lesen Habibi Apriansyah², Tamri³

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

³Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas PGRI Silampari

islamuddin@umb.ac.id¹, lesenhabibiapriansyah@gmail.com², tamrilinggau07@gmail.com³

Jl. Adam Malik KM. 9, Sido Mulyo, Gading Cempaka.Kota Bengkulu, Bengkulu, Indonesia.

Corresponding email: islamuddin@umb.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 12 Jan 2025

Direvisi : 20 Jan 2025

Disetujui : 25 Jan 2025

Keywords:

Location, Facilities, Promotion,
Visitor Attraction

Kata kunci:

Lokasi, Fasilitas, Promosi, Daya
Tarik Pengunjung

ABSTRACT

Research on visitors to Bukit Bintang with a problem formulation of how location, facilities and promotion simultaneously influence Bukit Bintang tourism, Rejang Lebong Regency? And to find out the influence of the location, facilities and tourism promotion of Bukit Bintang Rejang Lebong Regency. The sample used was calculated using the Lemeshow formula. Based on predetermined criteria, there were 100 respondents. Data collection techniques are based on observation, documentation and questionnaires, the processed data is analyzed using the SPSS 25 formula. Based on the regression results, the significant value for the influence of X1, X2 and X3 together on Y is 0.000. It is known that the Fcount value is 24,789 and the Ftable value is 2.70. So the Fcount value (24,789) > Ftable (2.70) with a significant value of 0.000 < 0.05, then, H0 is rejected. H3 is accepted. It can be concluded that X1, X2 and X3 have a significant effect on the tourist attraction of Bukit Bintang.

ABSTRAK

Abstract Penelitian pada pengunjung Bukit Bintang dengan rumusan masalah bagaimana pengaruh

lokasi, fasilitas dan promosi secara silmutan terhadap wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong? Dan untuk mengetahui pengaruh lokasi, fasilitas dan promosi wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong. Sampel yang digunakan adalah dihitung dengan menggunakan rumus Lemeshow, Berdasarkan kreteria yang telah ditetapkan berjumlah 100 orang responden. Teknik pengumpulan data berdasarkan observasi, dokumentasi dan kuisioner, data yang telah diolah dianalisis menggunakan rumus SPSS 25. Berdasarkan hasil regresi nilai signifikan untuk pengaruh X_1, X_2 dan X_3 secara bersama-sama terhadap Y adalah sebesar 0,000. Diketahui nilai F_{hitung} sebesar 24.789 dan nilai F_{tabel} 2, 70. Sehingga nilai F_{hitung} (24.789) > F_{tabel} (2,70) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka, H_0 ditolak H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa X_1, X_2 dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata Bukit Bintang.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan setiap pulau memiliki keunikannya masing-masing dari yang berbau alam, budaya, bahkan wisata buatan manusia. Salah satu negara yang mempunyai berbagai macam objek wisata adalah Indonesia dikarenakan kebinekaanya. Oleh karena itu, Indonesia banyak dikunjungi oleh wisatawan manca negara sehingga Indonesia terkenal dengan pariwisatanya (haryoko, 2020). Pariwisata yang disukai oleh banyak negara-negara berkembang karena memiliki daya tarik yang merupakan segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman sehingga menjadi suatu penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata yang menarik dimata pengunjung.

Pertama Lokasi menurut Triyono (2021) adalah dalam membuat suatu usaha lokasi menjadi salah satu factor yang sangat terpenting. Karena factor produk dalam pemasaran lokasi juga menjadi penentu dari keuntungan yang akan didapatkan nantinya. Sehingga lokasi yang dipilih semakin strategis, maka semakin tinggi pula potensial tercapainya target dan sebaliknya jika lokasi berada di tempat yang tidak strategis maka bisa jadi target yang telah ditentukan tidak tercapai. Factor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang berbeda, dalam sector pariwisata lokasi sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung salah satunya jalan menuju ke lokasi yang mudah dilalui serta vasibilitas, seperti terdapat parkir yang memadai dan terlihat jelas lokasi dari tepi jalan apabila kebutuhan akan keinginan terpenuhi maka wisatawan akan kembali berkunjung. Selain itu waktu tempuh juga menjadi perhatian para

pengunjung untuk berwisata ke suatu tempat. Objek wisata Bukit Bintang yang berada di Kabupaten Rejang Lebong tepatnya didesa Air Meles Atas Kecamatan Selupu Rejang. Akses menuju ke lokasi wisata ini dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan roda 2 maupun roda 4 namun ada beberapa kendala seperti tempatnya yang tidak berada di pinggir jalan, jalanannya yang kurang lebar dan jalana yang menanjak sehingga bisa memakan waktu cukup lama untuk sampai ke bukit bintang.

Kedua Fasilitas wisata adalah fasilitas objek wisata merupakan penunjang yang penting dalam upaya memenuhi kebutuhan wisatawan dalam menikmati objek wisata yang ditawarkan. Rosita (2016) mengemukakan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang akan menunjang operasional objek wisata dalam mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan seperti fasilitas utama yang merupakan sarana yang sangat dibutuhkan selama pengunjung berada disuatu objek wisata, fasilitas pendukung seperti perlengkapan utama sehingga wisatawan terpenuhi selama berkunjung contohnya tempat sampah, toilet dan tempat duduk. Dari penjelasan di atas tentang fasilitas maka bukit bintang sangat perlu penambahan fasilitas penunjang seperti warung tempat belanja disekitar bukit, kamar mandi yang memadai, tempat sampah dan lain sebagainya agar pengunjung merasa nyaman saat kunjungan di bukit bintang (Martaleni, 2017).

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola masi kurang kerjasama dalam lembaga untuk meningkatkan kualitas promosi dan juga meningkatkan jumlah kunjungan. Dalam kegiatan untuk menaikkan jumlah pengunjung bisa dilakukan dalam bentuk *advertising*, *public relation*, *personal selling* dan *direct marketing*. Sehingga promosi yang akurat sanglah berpengaruh untuk memenuhi ekspektasi pengunjung, oleh karena itu promosi dengan konten pemasaran yang menunjukan kawasan secara jelas sangatlah diperlukan. Selain itu juga fasilitas juga masi sangat kurang memadai. Seperti tempat sampah, toilet yang masi sedikit tempat untuk duduk dan bersantai masi sangat minim sehingga pengunjung ketika cuaca hujan lumayan kesulitan untuk mencari tempat. Bukit Bintang merupakan salah satu objek wisata yang terletak di desa Air Meles Atas, Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong. Bukit Bintang memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena sangat terkenal dengan keindahan alam Kota Curup sehingga pengunjung dapat menikmati pemandangan dan sejuknya udara di Bukit Bintang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata adalah bagian dari seseorang yang melakukan kegiatan dan kegiatan hanya untuk menempati suatu tempat, mengisi waktu luangnya, bersantai dan melakukan kegiatan yang sakral, kegiatan tersebut dapat memberikan dampak positif bagi pengguna, baik secara fisik maupun mental (Jordan And Pearce, 2012). Sedangkan kepariwisataan menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 yaitu tentang keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta melatih disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan, masyarakat setempat, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha (Saniati, 2022).

Pemasaran pariwisata

Menurut Wahab (2003) mendefinisikan pemasaran pariwisata sebagai upaya-upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan organisasi atau individu pada taraf lokal, nasional bahkan internasional untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Sedangkan menurut muljadi, (2009) menjelaskan bahwa pemasaran pariwisata adalah upaya mengenali kecendrungan minat dan kebutuhan wisatawan, agar dapat menawarkan produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan guna tercapainya kepuasan dari wisatawan (Martaleni, 2017).

Daya Tarik Wisata

Menurut Witt daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata, (Nurlestari, 2016). Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual kepasar, menurut Zaenuru, (2012) Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang beranekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Sholekhatu And Nugrohi (2015) Pada dasarnya daya tarik wisata dikelompokkan menjadi dua yaitu:

- 1 Daya tarik wisata alamiah
- 2 Daya tarik wisata buatan

Daya tarik wisata mempunyai unsur-unsur yang membentuk daya tarik wisata itu sendiri. Berikut ini unsur-unsur daya tarik wisata menurut Febrianto et al., (2021):

- 1 Daya tarik yang dapat disaksikan (what to see)
- 2 Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (what to do)
- 3 Sesuatu yang dapat di beli (what to buy)
- 4 Alat transportasi (what to arrived)
- 5 Penginapan (where to stay)

Lokasi

Menurut Ghanapala (2015) Lokasi juga dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung dikarenakan factor ini juga salah satu untuk perbandingan wisatawan saat akan berkunjung, salah satunya jalan menuju ke lokasi dari tepi jalan. Apabila kebutuhan akan keinginan terpenuhi maka wisatawan akan kembali berkunjung (Haryoko et al., 2020). Menurut Triyono, (2021) lokasi adalah dalam membuat suatu usaha lokasi menjadi salah satu factor yang sangat terpenting karena factor produk dalam pemasaran lokasi juga menjadi penentu dari keuntungan yang akan didapatkan nantinya. Sehingga lokasi yang di pilih semakin strategis, maka semakin tinggi pula potensial tercapainya target dan sebaliknya jika lokasi berada di tempat yang tidak strategis maka bisa jadi target yang telah ditentukan tidak tercapai.

Menurut Tjiptono, (2007) Ada beberapa factor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi meliputi:

- 1 Akses, adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi objek wisata
- 2 Lalu lintas (Traffic)
- 3 Visibilitas, adalah lokasi obyek wisata dapat dilihat dari jalan utama dan

terdapat petunjuk lokasi keberadaan obyek wisata

- 4 Tempat parkir yang luas dan aman
- 5 Lingkungan

Fasilitas wisata

Menurut Rosita (2016) mengemukakan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang akan menunjang operasional obyek wisata dalam mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan. Menurut Yoeti (2018) fasilitas wisata adalah semua hal yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang di kunjunginya, dimana mereka dapat dengan santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut, (Tanjung, et al., 2022). Fasilitas wisata merupakan pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata, (Jayaprakash And Mythili, 2017). Teori Spillane fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu (Mukhlis, 2008):

- 1 Fasilitas utama
- 2 Fasilitas pendukung
- 3 Fasilitas penunjang

METODE PENELITIAN

Bukit Bintang merupakan objek wisata perbukitan yang terletak di desa Air Meles Atas Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Lokasinya berada 12 kilometer dari pusat kota Curup, sedangkan dari pusat kota Bengkulu 90 kilometer. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Bukit Bintang Rejang Lebong, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik incidental sampling yaitu pengambilan sampel secara acak setiap pengunjung yang berkunjung di obyek wisata Bukit Bintang Curup, akan diberikan kuesioner. karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel pada penelitian ini digunakan rumus yang dikemukakan oleh Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

- n = Banyaknya sampel
- Z = Distribusi normal standar ($\alpha = 0,05$)
- P = Proporsi sukses (50%)
- q = Proporsi gagal (50%)
- e = Error pengambilan sampel (e = 10%)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (50\%) \cdot (50\%)}{(10\%)^2}$$

$$= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$n = 96,04 = 100 \text{ responden}$

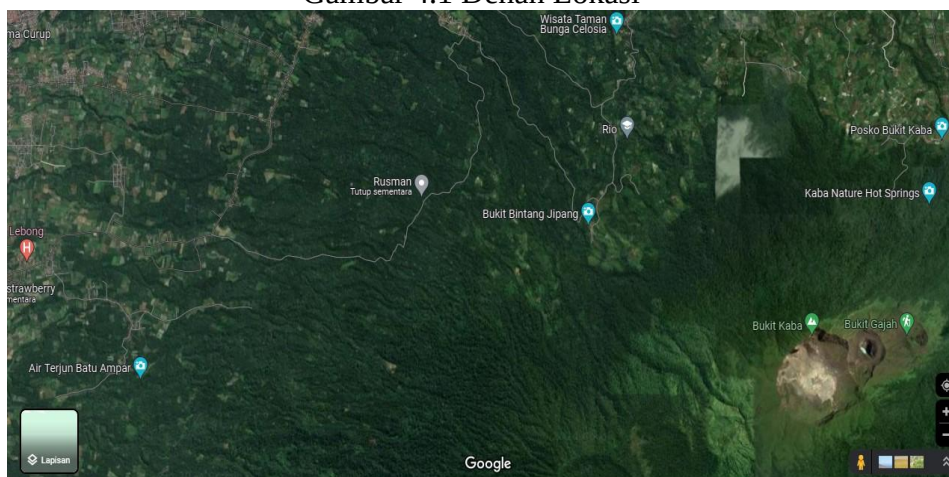
Data kuesioner yang terkumpul kemudian akan diolah menggunakan SPSS versi 26 untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan permasalahan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bukit bintang merupakan objek wisata perbukitan yang terletak di desa Air Air Meles Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu.

Gambar 4.1 Denah Lokasi



Kecamatan Selupu Rejang memiliki 13 Desa dan 3 Kelurahan, dimana salah satunya yaitu Desa Air Meles Atas. Adapun untuk batasan wilayah kecamatan Selupu Rejang yaitu :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan wilayah Taman Nasional Kerinci Seblat (TNKS)
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Padang Ulak Tanding, Sindang Kelingi
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Kabawetan Kepahiang
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Curup Timur dan Curup Utara

Karakteristik Responden

1. Data Usia
2. Jenis Kelamin
3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Seluruh Responden

No	Karakteristik	Jumlah N=100	Persentase (%)
1	Umur		
	< 20 Tahun	4	4%
	21-25 Tahun	55	55%
	26-30 Tahun	26	26%
	31-40 Tahun	12	12%
	> 40 Tahun	3	3%
2	Jenis kelamin		
	Laki-Laki	59	59%
	Perempuan	41	41%
3	Pendidikan Terakhir		
	SMA	54	54%
	S1	46	46%
	S2	-	-

Sumber data yang diolah 2024

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi

Tabel 4.2 tanggapan responden terhadap variabel lokasi (X1)

No.	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
1	Lokasi Objek wisata Bukit Bintang sudah beraspal	65	15	20	-	-	448	4,43
2	Terdapat papan penunjuk jalan yang jelas untuk menuju ke objek wisata Bukit Bintang	49	38	13	-	-	439	4,34
3	Jalan menuju objek wisata Bukit Bintang dapat diakses kendaraan bermobil dan motor	66	25	9	-	-	462	4,57
Rata - rata								4,44

Sumber data yang diolah 2024

Adapun hasil analisis penelitian responden pada table 4.2 terhadap variable Lokasi (X1) memiliki nilai tertinggi yaitu 4,57 dan memiliki rata-rata terendah yaitu 4,34.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas (X2)

Tabel 4.3 tanggapan responden terhadap variabel Fasilitas (X2)

No.	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
1	Toilet umum di wisata Bukit Bintang bersih	30	40	30	-	-	403	3,99
2	Terdapat tempat Ibadah untuk wisatawan Bukit Bintang	56	30	14	-	-	445	4,40
3	Terdapat pos penjaga Bukit bintang untuk menjaga keamanan pengunjung	35	51	14	-	-	424	4,19
Rata – rata								4,19

Sumber data yang diolah 2024

Adapun hasil analisis penelitian responden pada table 4.3 terhadap variable Fasilitas (X2) memiliki nilai tertinggi yaitu 4,19 dan memiliki rata-rata terendah yaitu 3,99.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X3)

Tabel 4.4 tanggapan responden terhadap variabel promosi (X3)

No.	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
1	Informasi tentang bukit bintang dapat diketahui melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook	35	51	14	-	-	424	4,19
2	Informasi tentang wisata Bukit Bintang dapat diketahui lewat teman, keluarga yang sudah berkunjung kesana	34	50	16	-	-	421	4,16
3	Promosi yang dilakukan wisata Bukit Bintang sudah menjangkau ke berbagai kota.	65	15	20	-	-	448	4,43
4	Promosi wisata Bukit Bintang melalui media sosial bersifat menarik sehingga mampu mempengaruhi wisatawan	52	36	12	-	-	443	4,38
Rata – rata								4,29

Sumber data yang diolah 2024

Adapun hasil analisis penelitian responden pada table 4.4 terhadap variable Promosi (X3) memiliki nilai tertinggi yaitu 4,43 dan memiliki rata-rata terendah yaitu

4,16.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tarik (Y)

Tabel 4.5 tanggapan responden terhadap variabel Daya Tarik (Y)

No.	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
1	Wisata Bukit Bintang menarik karena pemandangan yang indah,sejuk dan bersih	64	22	14	-	-	455	4,50
2	Wisata Bukit Bintang menarik karena tersedianya penginapan untuk beristirahat para wisatawan	66	25	9	-	-	462	4,57
3	Wisata Bukit Bintang indah menarik karena terdapat warung makan dan tempat parkir yang luas serta mushola untuk wisatawan	48	33	19	-	-	432	4,27
4	Wisata Bukit Bintang menarik karena terdapat berbagai macam transportasi untuk menuju ke Bukit Bintang	53	35	12	-	-	444	4,39
Rata – rata								4,43

Sumber data yang diolah 2024

Adapun hasil analisis penelitian responden pada table 4.5 terhadap variable Daya Tarik (Y) memiliki nilai tertinggi yaitu 4,50 dan memiliki rata-rata terendah yaitu 4,27.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas jawaban responden tetang pengaruh Lokasi Fasilitas dan Promosi terhadap Daya Tarik pengunjung Objek wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong yang diperoleh peneliti adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6 Uji Validitas Daya Tarik

No	Pernyataan	R-hitung	R-tabel (n-2)	Keterangan
1	Y1	,694''	0,1654	Valid
2	Y2	.787''	0,1654	Valid
3	Y3	.796''	0,1654	Valid
4	Y4	.578''	0,1654	Valid

Sumber : Hasil Penelitian dan Data Diolah,2024

Berdasarkan Tabel 4.6 terdapat 4 pernyataan variable Daya Tarik (Y) semuanya dinyatakan valid artinya pernyataan yang terdapat di dalam variabel Daya Tarik dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga pernyataan dapat digunakan dalam penelitian

ini dan terbukti dengan Rhitung lebih besar dari Rtabel (0,1654).

Uji Reliabilitas

Disini pengukuran hanya dilakukan dengan pernyataan atau korelasi antar jawaban pernyataan. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah Alpa Cronbach. Menurut Imam Ghazali (2005), suatu variable dikatakan reliabel apabila :

- *Alpa Cronbach* > 0.60 maka reliabel
- *Alpa Cronbach* < 0.60 maka tidak reliabel

Berikut hasil yang diperoleh penulis.

Tabel 4.10 Reliabilitas Berdasarkan variabel

Variabel	Cronbach Alpa	Keterangan
Daya Tarik (Y)	0,678	Reliabel, Cronbach Alpa >0,6
Lokasi (X1)	0,601	Reliabel, Cronbach Alpa >0,6
Fasilitas (X2)	0,606	Reliabel, Cronbach Alpa >0,6
Promosi (X3)	0,606	Reliabel, Cronbach Alpa >0,6

Sumber : Hasil Penelitian dan Data Diolah,2024

Dari hasil *output reliability statistic* di atas diperoleh nilai *Alpa Cronbach* untuk empat variable memiliki nilai *Alpa Cronbach* yang lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variable dikatakan reliabel.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji persyaratan yang dilakukan untuk uji regresi menggunakan metode estimasi Ordinal Least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang hasilnya memenuhi asumsi akan memberikan hasil Best Linier Unbiased Estimator (BLUE). Dan sebaliknya, jika uji asumsi tidak memenuhi kriteria asumsi, maka model regresi yang diuji dapat memberikan makna bias dan akan menjadi sulit untuk diinterpretasikan.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data peneliti ketiga variabel terdistribusi secara normal Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan sample *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS for Windows* versi 25, data dikatakan terdistribusi normal jika nilai $p > 0,05$. adapun uji normalitas tersebut dapat dilihat pada:

**Tabel 4.11 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76762333
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.043

Negative	-.083
Test Statistic	.083
Asymp. Sig. (2-tailed)	.083 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Penelitian dan Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel *output SPSS* tersebut, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2tailed) sebesar 0,083 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	X1	0,790	1,267	Non Multikolonieritas
2	X2	0,113	8,833	Non Multikolonieritas
3	X3	0,120	8,348	Non Multikolonieritas

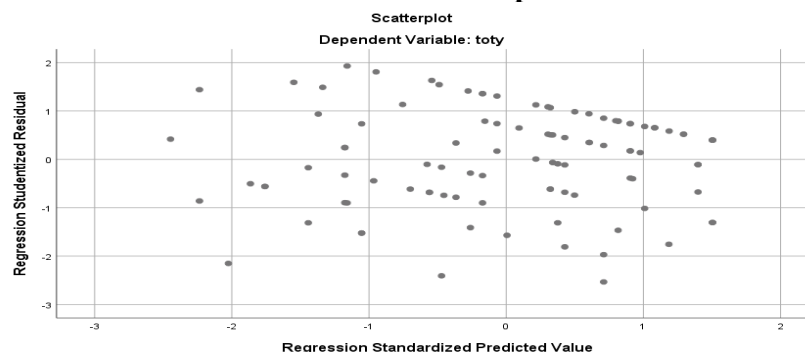
Sumber : data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai tolerance diatas 0,1 dan VIF dibawah 10, dengan demikian dapat disimpulkan variabel pada penelitian ini bebas dari multikolonieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya Heterokedastisitas pada suatu model dapat dari pola gambar scatterplot. Pada model regresi berganda tidak terdapat Heterokedastisitas jika tidak titik-titik menyebar diatas atau dibawah atau sekitar angka 0 pada sumbu Y. deteksi dengan melihat ada tidaknya pada grafik berikut.

Gambar 4.2 Scatterplot



Dari gambar diatas, grafik tersebut dapat terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun di pola angka nol (0) pda sumbu Y, maka disimpulkan tidak terjadi Heterokedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	5.345	1.484		3.603
	TOT_X1	.499	.119	.417	4.196
	TOT_X2	.092	.144	.073	.638
	TOT_X3	.266	.128	.254	2.074

a. Dependent Variable: TOT_Y

Sumber, data yang diolah 2024

$$Y = 5.345 + 0,499 + 0,092 + 0,266$$

Berdasarkan rumus persamaan regresi linier berganda diatas, maka menunjukkan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (*a*) sebesar 5.345 menunjukkan bahwa ketika variabel independen X1, X2, X3 nol atau tidak ada maka keputusan berkunjung sebesar 5.345 satuan.
- 2) Lokasi nilai Koefisien Regresi (*b1*) sebesar 0,499 menunjukkan bahwa ada pengaruh yang searah antara variabel lokasi X1 dengan daya tarik (Y). Apabila Lokasi ditingkatkan sebesar satu satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka Daya Tarik Objek Wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong akan naik sebesar 0,499 dengan asumsi variabel independen yang lain (fasilitas dan promosi) tetap.
- 3) Fasilitas nilai Koefisien Regresi (*b2*) sebesar 0,092 menunjukkan bahwa ada pengaruh yang searah antara variabel Fasilitas X2 dengan Daya Tarik (Y). Apabila promosi ditingkatkan maka Daya Tarik menjadi meningkat. Nilai koefisien *b2* sebesar 0,112 artinya apabila fasilitas dinaikkan sebesar satu satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka Daya Tarik Objek wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong akan naik sebesar 0,112 dengan asumsi variabel independen yang lain (lokasi dan promosi) tetap.
- 4) Promosi nilai Koefisien Regresi (*b3*) sebesar 0,266 menunjukkan bahwa ada pengaruh yang searah antara variabel promosi X3 dengan Daya Tarik (Y). Apabila Promosi ditingkatkan maka Daya Tarik menjadi meningkat. Nilai koefisien *b3* sebesar 0,266 artinya apabila fasilitas dinaikkan sebesar satu

satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka Daya Tarik Objek Wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong naik sebesar 0,266 dengan asumsi variabel independen yang lain (fasilitas dan lokasi) tetap.

Uji F (Simultan)

Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.715	3	59.905	24.789	.000 ^b
	Residual	231.995	96	2.417		
	Total	411.710	99			

a. Dependent Variable: TOT_Y

b. Predictors: (Constant), TOT_X3, TOT_X2, TOT_X1

Sumber data yang diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian uji F menggunakan SPSS diatas, dapat diketahui pengujian secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 24.789 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan pada F_{tabel} dikolom 3 lajur df (n_1) = $k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df(N_2) = n - k = 100 - 3 = 97$ diperoleh nilai 2,70. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $24.789 > 2,70$ jadi dapat diambil keputusan bahwa H_0 ditolak. Sehingga model regresi yang dihasilkan sesuai, dikarenakan nilai sig = 0,000 < 0,05 sehingga secara simultan (bersama sama) Lokasi, Fasilitas, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Bukit Bintang.

Uji T (Parsial)

Table 4.15 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	5.345	1.484		3.603
	TOT_X1	.499	.119	.417	4.196
	TOT_X2	.092	.144	.073	.638
	TOT_X3	.266	.128	.254	2.074

a. Dependent Variable: TOT_Y

Sumber data yang diolah 2024

1. Pengaruh variable Lokasi (X1) terhadap Daya Tarik Wisata (Y) dari analisis didapat nilai sig variable (X1) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4.196 > (1.984)$) dapat disimpulkan bahwa variable Lokasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap variable Daya Tarik (Y).

2. Pengaruh variable Fasilitas (X2) terhadap Daya Tarik Wisata (Y) dari analisis didapat nilai sig variable (X2) sebesar $0,525 > 0,05$ dan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($0,638 < (1,984)$) dapat disimpulkan bahwa variable Fasilitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variable Daya Tarik (Y).
3. Pengaruh variable Promosi (X3) terhadap Daya Tarik Wisata (Y) dari analisis didapat nilai sig variable (X3) sebesar $0,41 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,074 > (1,984)$) dapat disimpulkan bahwa variable Lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap variable Daya Tarik (Y).

Uji koefisien Determinasi

Table 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.437	.419	1.55455

a. Predictors: (Constant), TOT_X3, TOT_X1, TOT_X2

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel SPSS diatas dapat diketahui bahwa R Square yang diperoleh sebesar 0,437 menunjukkan bahwa hubungan X1, X2, X3 terhadap Y memiliki hubungan positif. Nilai R square yang diperoleh sebesar 0,437 artinya 43,7% sisanya 56,3% dipengaruhi oleh faktor lain selain Lokasi, Fasilitas dan Promosi yang tidak masuk didalam model.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel lokasi Fasilitas, Promosi dan Daya Tarik di objek wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Daya Tarik di Objek Wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong.
2. Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara Fasilitas terhadap Daya Tarik di Objek Wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong.
3. Adanya pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Daya Tarik di Objek Wisata Bukit Bintang kabupaten Rejang Lebong.
4. Berdasarkan hasil pengujian uji F terdapat pengaruh antara variabel lokasi ((X1), Fasilitas ((X2), dan Promosi ((X3) terhadap variabel Daya Tarik (Y) diperoleh nilai Fhitung sebesar 24.789 lebih besar dari Ftabel 2,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi, Fasilitas, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik di Objek Wisata Bukit Bintang Kabupaten Rejang Lebong.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka saran yang dapat direkomendasikan untuk penelitian-penelitian selanjutnya adalah:

1. Untuk lebih meningkatkan potensi yang ada dikarenakan objek wisata alam saat ini menjadi salah satu destinasi wisata yang diminati masyarakat. Hendaknya diperbaiki akses menuju objek wisata untuk memudahkan pengunjung yang ingin berwisata. Penambahan petunjuk arah dan juga marka jalan disepanjang jalan menuju objek wisata perlu diperhatikan.
2. Kepuasan pengunjung menjadi faktor utama dalam usaha sektor jasa. Fasilitas menjadi salah satu faktor yang penting diperhatikan. Perbaikan fasilitas yang ada perlu dilakukan dikarenakan adanya potensi yang cukup baik di objek wisata Bukit Bintang dibutuhkan kerjasama antara pengelola dan pihak desa untuk mengembangkan potensi yang ada.
3. Untuk memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi maka perlu diperhatikan media promosi yang ada khususnya media sosial sehingga pengunjung dari luar daerah dapat mengetahui objek wisata dan memutuskan untuk berkunjung di objek wisata Bukit Bintang

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraeni, P. W.P. (2022). Pengaruh Daya tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Yang Dimediasi Oleh Memorable Tourism Experience. 9(1), 180
- Haryoko, S., Aryati. I., & Damayanti. R. (2020). Potensi Pariwisata Keraton Kasunanan Sukarta Di Tinjau Dari Daya Tarik, Lokasi Dan Promosi. 4(1) 155-156.
- Husein Umar. (2005), *Riset Sumber Daya manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 126
- Ghazali, I (2009). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, A. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Martaleni, 2017. Pemasaran Pariwisata Di Indonesia, Malang
- Nurbeti, Rahmanita, M. Rtnaningtyas, H & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisata Di Objek Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 10(2).269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Putri, A, Susmita, A.D & Muliani, A. (2023). Strategi Promosi Dan Pengembangan 5 Objek Wisata Unggulan Desa Telagah Kabupaten Langkat. 5(5), 2327-2331.
- Rahmadayanti, T. Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, Dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*. 12(1) 125-136
- Rukaja, A. Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitatif Research Approach. 79.
- Saifudin Azwar (2014). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 10-11
- Sangadji, M.A., & Sopiah (2010). *Metode penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Peneitian*. Yokyakarta: CV, Andi Offset, 145.
- Siboro, A. K., Sasmita,M. E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi Dan

- Fasilitas Terhadap kepuasan Konsumen Bakmi Golek dewi *Sartika. Ikraith-Ekonomika*. 3(4).
- Supriyono, *Akuntansi Keperilakuan* (Yogyakarta: Gadjah mada University Press, 2018). 49
- Sutopo, Y., & Slamet. A., (2017). *Statistika Inferensial*. Jakarta : CV, Andi Offset. 107.
- Tanjung, A., Bintarti, S & Nurpatiria, E., (2022). Pengaruh Daaya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electric Word of Mounth Terhadap Minat Kunjung Pada situ Rawagede. *Ikraith-Ekonomika* 2(5)
- Triyono, Dasmadi., & Dkk (2021). Pengaruh Promosi, Biaya, fasilitas, Akreditasi Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru. *Ekobis: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*. 9(2) 222
- Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif* (Sebuah pengantar), 42.