

PERAN ATRAKSI DAN AMENITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI LOMBOK

[The Role Of Attractions And Amenities In Tourist Visit Interest In Lombok]

Ridho Rafqi Ilhamalimy^{1)*}, I Ketut Kusuma Wijaya²⁾, Fermatika Oktavia Hanna³⁾,
Ahmad Fatoni Karim Amirullah⁴⁾, Sujeni⁵⁾

^{1,2,3,4)}Universitas Pendidikan Mandalika Lombok

⁵⁾Universitas Muhammadiyah Ahmad Dahlan Cirebon

¹⁾ridhorafqiilhamalimy@undikma.ac.id (corresponding), ²⁾iketutkusumawijaya@undikma.ac.id,

³⁾fermatikaoktaviiahanna@undikma.ac.id, ⁴⁾ahmadfatonikarimamirullah@undikma.ac.id,

⁵⁾sujeni@feshum.ummada.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atraksi dan amenities terhadap minat berkunjung wisatawan di destinasi wisata Lombok Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive dan accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda berbantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik atraksi maupun amenities berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Nilai signifikansi atraksi sebesar 0,002 dan amenities sebesar 0,032 mengindikasikan bahwa semakin menarik atraksi dan semakin memadai amenities yang tersedia, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung. Temuan ini menegaskan pentingnya sinergi pengembangan atraksi yang berkualitas dengan penyediaan amenities yang memadai sebagai strategi peningkatan daya saing destinasi wisata Lombok.

Kata Kunci: Atraksi; Amenitas; Minat Berkunjung; Pariwisata; Lombok.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of attractions and amenities on tourist interest in visiting West Lombok tourist destinations. The research method used was quantitative with an explanatory approach. Data were collected through a five-point Likert-type questionnaire from 100 respondents selected using purposive and accidental sampling techniques. Data analysis was performed using multiple linear regression using SPSS. The results showed that both attractions and amenities had a positive and significant effect on tourist visit intention. The significance value for attractions was 0.002 and for amenities was 0.032, indicating that the more attractive the attractions and the more adequate the amenities provided, the higher the tourist visit intention. This finding underscores the importance of synergizing the development of quality attractions with the provision of adequate amenities as a strategy to increase the competitiveness of Lombok tourist destinations.

Keywords: Attractions; Amenities; Visit Intention; Tourism; Lombok.

PENDAHULUAN

Pada era kini, sektor pariwisata telah menjadi salah satu penggerak ekonomi daerah yang sangat vital, termasuk bagi Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), khususnya Pulau Lombok. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh (Indayani et al., 2024), jumlah kunjungan wisatawan ke NTB pada tahun 2022 mencapai 3.049.556 orang, mengalami peningkatan signifikan sebesar 20,5 % dibandingkan tahun 2021 indikator pertumbuhan yang mencerminkan tingginya potensi destinasi wisata di

Lombok. Di sisi lain, data riil dari Dinas Pariwisata NTB mengungkapkan bahwa pada masa pandemi, kunjungan turun drastis, namun berhasil pulih dari 400.595 wisatawan di tahun 2020 menjadi 875.773 wisatawan di tahun 2021, meskipun masih jauh tertinggal dibanding Bali yang mencatat 1.050.505 kunjungan di 2020 dan melonjak menjadi 4.301.592 di 2021. Kondisi ini menunjukkan bahwa Lombok memiliki momentum pertumbuhan pariwisata yang positif pasca pandemi, namun masih menghadapi ketertinggalan dari destinasi unggulan seperti Bali. Dalam konteks ini, faktor daya tarik (atraksi) alam dan budaya setempat, serta amenities seperti akomodasi dan fasilitas pendukung menjadi determinan penting untuk meningkatkan minat kunjungan. Studi empiris di lokasi lain memberikan gambaran pentingnya variabel-variabel tersebut. Misalnya, penelitian oleh (Ismail & Rohman, 2019) di Pantai Gili Ketapang menemukan bahwa atraksi dan 'ancillary' (pelengkap) terbukti signifikan mempengaruhi kepuasan pengunjung; sementara amenities dan aksesibilitas tidak memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan, walaupun atraksi dan ancillary sekalipun kemudian terbukti memengaruhi loyalitas sikap (attitudinal loyalty) melalui mediasi kepuasan pengunjung (Ismail & Rohman, 2019).

Selain itu, penelitian mengenai Kawasan Mandalika menunjukkan bahwa citra destinasi yang mencakup aspek atraksi, fasilitas, infrastruktur, dan transportasi berperan penting dalam membentuk kepuasan dan niat kunjung ulang (revisit intention) pengunjung (Mahayana et al., 2023). Demikian pula, penelitian di Nusliko Park, North Maluku (Muhammad et al., 2025), yang menyimpulkan bahwa pengalaman wisata (tourist experience) dan kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan kembali berkunjung, serta bahwa kepuasan menjadi mediator penting dalam hubungan tersebut. Adapun (Ilhamalimy et al., 2025) menemukan peran atraksi, amenities dan aksesibilitas sangat penting dalam membentuk minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata. Penelitian-penelitian ini secara tidak langsung menegaskan peran variabel-variabel yang akan dikaji dalam konteks Lombok secara lebih menyeluruh.

Lebih jauh, dari perspektif ekonomi lokal, penelitian oleh Rozikin (2016) menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan dan jumlah hotel memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Pulau Lombok menegaskan bahwa investasi di sektor pariwisata berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan ekonomi daerah. Data BPS NTB untuk bulan September 2024 menunjukkan rata-rata tingkat okupansi (TPK) hotel berbintang sebesar 51,58 %, meningkat hampir 10 poin dibanding tahun sebelumnya, dengan rata-rata lama menginap tamu hotel berbintang 2 hari, dan jumlah tamu menginap mencapai 114.475 orang, yang terdiri dari 66 % wisatawan domestik dan 34 % wisatawan mancanegara. Ini memperlihatkan bahwa pasokan amenities seperti hotel berbintang masih menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik wisata.

Kesenjangan antara kemampuan Lombok dalam menyediakan atraksi yang menarik dengan keterbatasan amenities yang memadai menimbulkan celah dalam literatur. Belum banyak penelitian empiris yang secara kuantitatif mengevaluasi peran relatif atraksi (alam, budaya, event) versus amenities (akomodasi, transportasi, fasilitas) terhadap minat berkunjung wisatawan di seluruh Pulau Lombok. Studi-studi terdahulu cenderung terbatas pada lokasi tertentu (seperti Mandalika atau Gili Ketapang) atau hanya menghitung dampak pada kepuasan tanpa mengeksplor pengaruh langsung terhadap minat berkunjung maupun minat berkunjung kembali.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menjawab gap tersebut dengan melakukan analisis empiris komprehensif mengenai pengaruh atraksi dan amenities terhadap minat berkunjung wisatawan di Lombok. Studi ini sangat penting baik dari segi akademik memperkaya literatur marketing pariwisata dan manajemen destinasi maupun dari perspektif praktik: hasilnya dapat dijadikan dasar rekomendasi bagi pemangku kebijakan dan pengelola pariwisata dalam merumuskan strategi pembangunan yang seimbang antara penguatan atraksi dan peningkatan amenities. Hal ini diharapkan mampu tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga memperkuat loyalitas dan kepuasan pengunjung jangka Panjang

METODE PENELITIAN

Strategi penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas (atraksi dan amenities) dan variabel terikat (minat berkunjung). Lokasi penelitian dilakukan pada destinasi unggulan di Pulau Lombok khususnya objek pariwisata yang ada

di Lombok Barat, objek penelitian adalah wisatawan yang sedang berkunjung mapupun yang ingin berujung ke beberapa wisata yang ada di Lombok Barat seperti kawasan pantai Senggigi, Sesaot dan Taman Narmada, Dari hasil perhitungan dengan rumus Moe, maka diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 97 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang di sebar dengan memanfaatkan google form kepada responden yang sesuai dengan kriteria populasi sasaran, kemudian Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *SPSS Statistical Program for Social Sciences 2.7*. Analisis Statistik Data dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pungujian Instrument Penelitian Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Atraksi

Variabel	Simbol	r-hitung	r-kritis	Keterangan
Atraksi (X1)	AT1	0,867	0.30	Valid
	AT2	0,890	0.30	Valid
	AT3	0,870	0.30	Valid
	AT4	0,846	0.30	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa seluruh pernyataan variabel Atraksi (X1) memiliki r-hitung lebih dari r-kritis (0.30). Dengan demikian, seluruh pernyataan variabel Atraksi dapat digunakan pada uji selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Amenitas

Variabel	Simbol	r-hitung	r-kritis	Keterangan
Amenitas (X2)	AM1	0,859	0.30	Valid
	AM2	0,871	0.30	Valid
	AM3	0,877	0.30	Valid
	AM4	0,719	0.30	Valid
	AM5	0,783	0.30	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa seluruh pernyataan variabel Amenitas (X2) memiliki r-hitung lebih dari r-kritis (0.30). Dengan demikian, seluruh pernyataan variabel Amenitas dapat digunakan pada uji selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung

Variabel	Simbol	r-hitung	r-kritis	Keterangan
Minat Berkunjung (Y)	MB1	0,821	0.30	Valid
	MB2	0,833	0.30	Valid
	MB3	0,890	0.30	Valid
	MB4	0,910	0.30	Valid
	MB5	0,932	0.30	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa seluruh pernyataan variabel Minat Berkunjung (Y) memiliki r-hitung lebih dari r-kritis (0.30). Dengan demikian, seluruh pernyataan variabel Minat Berkunjung dapat digunakan pada uji selanjutnya.

Uji Reliabilitas

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	14

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 4. di atas, menunjukkan bahwa nilai reliability ri sebesar 0,781 sedangkan rb 0,60 mengidentifikasi bahwa terjadi gejala reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator atau pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten, dikarenakan seluruh variabel penelitian ini memperoleh nilai ri lebih besar dari nilai rb.

Analisis Regresi Linier Berganda Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

**Tabel 5. hasil uji hipotesis secara parsial (Uji T) Coefficients^a
Unstandardized Coefficients**

Model		B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	Constant)	7.947	1.033		7.535	.000
	Atraksi	.283	.062	.235	3.055	.002
	Amenitas	.165	.074	.213	2.012	.032

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 5 diketahui bahwa nilai Konstanta yang dihasilkan bernilai positif 7947 jika nilai variabel atraksi dan amenitas dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka nilai minat berkunjung akan semakin berkurang dengan kata lain dapat diartikan bahwa minat berkunjung akan rendah apabila Pariwisata di Lombok tidak memperhatikan atraksi dan amenitas.

$$Y = 7.947 + 0,283X_1 + 0,165X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut, jika variabel X_1 meningkat, dengan asumsi variabel X_2 tetap, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,283. Jika variabel X_2 meningkat, dengan asumsi variabel X_1 tetap, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,165. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda maka di dapat hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) pada Tabel 5 di atas, jika H_0 diterima dan H_a ditolak, jika t -hitung < t -tabel untuk $\alpha = 0,05$, maka secara parsial berpengaruh terhadap Minat Berkunjung dan jika H_0 ditolak dan H_a diterima, jika t -hitung > t -tabel untuk $\alpha = 0,05$, maka tidak ada pengaruh parsial terhadap Minat Berkunjung, pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel akan dijelaskan berikut ini:

1. Variabel atraksi memiliki nilai β sebesar 0,283 dan tingkat signifikansi 0,002. Di mana tingkat signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05. Artinya, secara parsial atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung
2. Variabel faktor sosial memiliki nilai β sebesar 0,165 dan tingkat signifikansi 0,032. Di mana tingkat signifikansi 0,032 lebih kecil dari 0,05. Artinya, secara parsial amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Pembahasan

Pengaruh Atraksi Terhadap Minat Berkunjung

Hasil nilai signifikansi sebesar 0,002, artinya 0,002 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, atraksi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. semakin menarik, unik, dan berkualitas

atraksi yang ditawarkan di suatu destinasi, maka semakin tinggi pula kecenderungan wisatawan untuk datang atau melakukan kunjungan ulang. atraksi merupakan salah satu motivator utama dalam perilaku wisatawan karena menjadi alasan pertama mereka memilih suatu destinasi. Atraksi yang memikat baik berupa keindahan alam, keunikan budaya, event khusus, maupun aktivitas rekreasi mampu menciptakan daya tarik emosional dan pengalaman yang berkesan. Oleh karena itu, ketika kualitas dan keberagaman atraksi meningkat, persepsi positif wisatawan juga ikut naik, sehingga mendorong mereka untuk memutuskan berkunjung atau bahkan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Lastiarna Praninta Berutu et al., 2024) menemukan atraksi merupakan variable dominan yang dapat mempengaruhi minat berkunjung, kemudian (Ismadi & Suwitho, 2024) atraksi memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung, Adapun (Sari et al., 2018) menemukan atraksi dapat mempengaruhi wisatawan muda atau wisatawan baru untuk berkunjung, sejalan dengan (Dwiatmojo et al., 2024; Ilhamalimy et al., 2025) menemukan atraksi sangat penting dalam membangun pariwisata karena merupakan titik awal menarik perhatian dan minat wisatawan.

Pengaruh Amenitas Terhadap Minat Berkunjung

Hasil nilai signifikansi sebesar 0,032, artinya 0,032 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, amenities berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Artinya, adalah kualitas dan ketersediaan fasilitas penunjang di destinasi wisata (seperti akomodasi, transportasi, restoran, toilet umum, pusat informasi, fasilitas parkir, hingga jaringan internet) memiliki peran penting dalam membentuk minat wisatawan untuk berkunjung.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Siahaan, Yesa April, Anggun Tiur Ida Sinaga, 2024) menemukan bahwa amenities berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, kemudian (Hasanah et al., 2023) menemukan fasilitas pariwisata yang baik dapat berperan penting dalam membentuk minat wisatawan untuk berkunjung, kemudian (Ilhamalimy et al., 2025) peran amenities yang terdiri dari ketersediaan fasilitas yang lengkap sangat mempengaruhi wisatawan dalam memilih dan memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut, sama halnya dengan penelitian oleh (Mohamad Bagus Chanif Muslim, 2022) fasilitas dari suatu destinasi wisata merupakan pelengkap dari atraksi wisata yang dapat mempengaruhi minat wisatawan berkunjung.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut:

Penelitian ini menunjukkan bahwa baik atraksi maupun amenities berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata di Lombok Barat. Mengindikasikan bahwa semakin berkualitas atraksi yang ditawarkan baik berupa keindahan alam, keunikan budaya, maupun event khusus serta semakin lengkap dan nyaman amenities yang tersedia seperti akomodasi, transportasi, restoran, dan fasilitas pendukung lainnya maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung. Temuan ini menegaskan pentingnya keseimbangan antara peningkatan daya tarik destinasi dan penyediaan fasilitas yang memadai guna mendorong minat kunjungan, termasuk potensi kunjungan ulang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Daerah dan Pengelola Destinasi: Perlu memperkuat pengembangan atraksi wisata berbasis potensi lokal seperti wisata alam, budaya, dan event tematik yang dapat menarik segmen wisatawan berbeda.
2. Peningkatan Amenitas: Penyediaan fasilitas pendukung seperti akomodasi yang terjangkau dan berkualitas, fasilitas kebersihan, pusat informasi wisata, area parkir memadai, serta akses internet yang stabil perlu menjadi prioritas.
3. Kolaborasi Stakeholder: Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat lokal diperlukan untuk menjaga kualitas atraksi dan amenities, sekaligus mendorong inovasi layanan wisata.

4. Promosi dan Branding: Promosi destinasi perlu memanfaatkan media digital untuk menonjolkan keunggulan atraksi dan amenitas Lombok, sehingga mampu bersaing dengan destinasi lain seperti Bali.
5. Riset Lanjutan: Penelitian selanjutnya dapat mengkaji peran variabel lain seperti aksesibilitas, citra destinasi, dan pengalaman wisatawan sebagai faktor penentu minat berkunjung secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiatmojo, A. R., Kamarudin, K. H. Bin, & Nyura, Y. (2024). the Influence of Tourist Attraction Positioning on Tourist Decisions To Visit the 'Xyz' in Samarinda, Indonesia. *Planning Malaysia*, 22(4), 320–328. <https://doi.org/10.21837/pm.v22i33.1551>
- Hasanah, H., Ayu Putri Widawati, I., Made Eka Mahadewi, N., & Pariwisata Bali, P. (2023). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Citra Destinasi terhadap Kunjungan ke Kawasan Taman Purbakala Bukit Siguntang di Kota Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 757–776.
- Ilhamalimy, R. R., Suhud, U., & Wibowo, S. F. (2025). *The Shift of Tourism Destinations from Bali to Lombok : A Conceptual Analysis of Tourism Security and Competitiveness*. 5(2), 134–139.
- Indayani, I. F., Ayu, L., Aulia, A., Utami, K. J., & Saksono, H. (2024). Memetakan Pola Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Nusa Tenggara Barat untuk Pengembangan Bisnis Kepariwisataaan. *Aletheia: Jurnal Sosial & Humaniora, Inovasi, Ekonomi, Dan Edukasi*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.63892/aletheia.1.2024.11-20>
- Ismadi, I., & Suwitho, S. (2024). the Effect of Tourism Attraction and Tourist Experience on Revisit Intention Mediated By Tourist Satisfaction (a Study At Mount Bromo Tourist Destination, East Java). *International Conference of Business and Social Sciences*, 3(1), 474–486. <https://doi.org/10.24034/icobuss.v3i1.401>
- Ismail, T., & Rohman, F. (2019). The role of attraction, accessibility, amenities, and ancillary on visitor satisfaction and visitor attitudinal loyalty of gili ketapang beach. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 12(2), 149–165.
- Lastiarna Praninta Berutu, Ade Putera Arif Panjaitan, Tio RJ Nadeak, Masniar Hernawaty Sitorus, & Maringan Sinambela. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Seribu Tangga Delleng Sindeka Kecamatan Salak Kabupaten Pakpak Bharat. *Journal of Creative Student Research*, 2(5), 211–232. <https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i5.4360>
- Mahayana, I. P. G. A. P., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2023). The Effect of Tourist Satisfaction Mediating the Relationship between the Influence of Destination Image on Intention to Revisit at Mandalika International Circuit, Lombok. *European Modern Studies Journal*, 7(3), 41–48. [https://doi.org/10.59573/emsj.7\(3\).2023.5](https://doi.org/10.59573/emsj.7(3).2023.5)
- Mohamad Bagus Chanif Muslim. (2022). Pengaruh Atraksi, Aktivitas, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 74–87. <https://doi.org/10.56910/jvm.v8i1.200>
- Muhammad, M. H., Hidayanti, I., Haji, S. A., & Sabuhari, R. (2025). The Influence of Tourist Experience on Revisit Decisions with the Mediation of Tourist Satisfaction. *IRJEMS International Research Journal of Economics and Management Studies*, 4(5), 277–285. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V4I5P136>
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–22. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13762>
- Siahaan, Yesa April, Anggun Tiur Ida Sinaga, I. P. B. (2024). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Pantai Arofan Desa Tigaras Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, Vol.1(6), 48–59. <https://doi.org/10.61722/jinu.v1i6.2768>