



**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, FASILITAS DAN AKSESIBILITAS
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG KE OBJEK WISATA
ISTANO BASA PAGARUYUNG KABUPATEN TANAH DATAR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*

Oleh:

WEWEL PUTRI YANI
NIM : 2130406028

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wewel Putri Yani
NIM : 2130406028
Program Studi : Pariwisata Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung”** merupakan karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiat dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Batusangkar, Agustus 2025
Saya yang Menyatakan,



Wewel Putri Yani
NIM. 2130406028

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Wewel Putri Yani NIM: 2130406028**
Dengan Judul **"Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar"**, Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Program Studi
Pariwisata Syariah



Siska Febriyanti, S.,M.Pd.E.
NIP. 198702222025212006

Batusangkar, Agustus 2025
Pembimbing


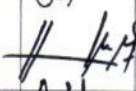
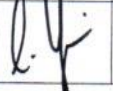


Febria Rahim, S.Pd., SE. ME.
NIP. 198902222023212045

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **Wewel Putri Yani NIM 2130406028** judul: **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung”** telah diuji dalam ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Kamis, 21 Agustus 2025 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Febria Rahim, S.Pd., SE., ME. NIP. 198902222023212045	Ketua Sidang/ Pembimbing		26/8-2025
2.	Dr. Novia Nengsih, M.A.Ek NIP.199011042019032008	Penguji I/ Anggota		26/8-25
3.	Harry Yulianda, M.M.Par NIP.198807132019031005	Penguji II/ Anggota		25/8-25

Batusangkar, Agustus 2025
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus
Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag. CRP
NIP. 197310072002121001

ABSTRAK

Wewel Putri Yani, NIM 2130406028, Judul Skripsi “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar” Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Permasalahan pokok dalam penelitian ini didasarkan pada data kunjungan yang menunjukkan terjadinya penurunan jumlah wisatawan ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung pada tahun 2023–2024. Serta aspek daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas yang belum optimal, sehingga berpotensi menurunkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata (X1), fasilitas (X2) dan aksesibilitas (X3) terhadap minat berkunjung ulang (Y) ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara pengisian kusioner/angket yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linear berganda.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung ulang dengan nilai t-hitung sebesar $8.847 > t\text{-tabel}$ sebesar 1.661 dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$, sehingga hipotesis H1 dapat diterima. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang dengan nilai t-hitung sebesar 1.925 $> t\text{-tabel}$ sebesar 1.661 dengan nilai signifikan $0.057 > 0.05$, sehingga hipotesis H2 ditolak. Aksesibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung ulang dengan nilai t-hitung sebesar $3.485 > t\text{-tabel}$ sebesar 1.661 dengan nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.05$, sehingga hipotesis H3 dapat diterima. Variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang dengan nilai F hitung sebesar $130.080 > F\text{ tabel}$ 2.70 dan signifikan $0.000 < 0.05$, sehingga hipotesis H4 dapat diterima.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Aksesibilitas, Minat Berkunjung Ulang

ABSTRACT

Wewel Putri Yani, Student ID 2130406028, Thesis Title: *The Influence of Tourist Attraction, Facilities, and Accessibility on Revisit Intention to Istano Basa Pagaruyung Tourist Attraction in Tanah Datar Regency*— Sharia Tourism Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Mahmud Yunus State Islamic University of Batusangkar.

The main issue in this research is based on visitor data indicating a decline in the number of tourists to the Istano Basa Pagaruyung tourist attraction in 2023–2024. This decrease is thought to be influenced by suboptimal aspects of tourist attraction, facilities, and accessibility, which potentially reduce tourists' revisit intention. This study aims to determine and analyze the influence of tourist attraction (X1), facilities (X2), and accessibility (X3) on revisit intention (Y) to the Istano Basa Pagaruyung tourist attraction. The research employed a quantitative method. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 97 respondents. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis.

The hypothesis testing results showed that partially, tourist attraction had a significant positive effect on revisit intention, with a t-value of $8.847 > t\text{-table } 1.661$ and a significance value of $0.000 < 0.05$, thus hypothesis H1 was accepted. Facilities did not significantly affect revisit intention, with a t-value of $1.925 > t\text{-table } 1.661$ and a significance value of $0.057 > 0.05$, hence hypothesis H2 was rejected. Accessibility had a significant positive effect on revisit intention, with a t-value of $3.485 > t\text{-table } 1.661$ and a significance value of $0.001 < 0.05$, so hypothesis H3 was accepted. Simultaneously, tourist attraction, facilities, and accessibility had a significant positive effect on revisit intention with an F-value of $130.080 > F\text{-table } 2.70$ and a significance value of $0.000 < 0.05$, thus hypothesis H4 was accepted.

Keywords: *Tourist Attractions, Facilities, Accessibility, Revisit Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Perumusan Masalah.....	12
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	13
F. Tujuan Penelitian	14
G. Definisi Operasional	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Landasan Teori.....	17
1. Pariwisata.....	17
2. Jenis-jenis Wisata.....	18
3. Minat Berkunjung Ulang Wisatawan.....	19
4. Daya Tarik Wisata	24
5. Fasilitas	26
6. Aksesibilitas.....	28
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	34
C. Kerangka Konseptual	36
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian	39

C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Pengembangan Instrumen.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Istano Basa Pagaruyung.....	50
1. Profil Istano Basa Pagaruyung.....	50
2. Struktur Organisasi Istano Basa Pagaruyung.....	59
B. Analisis Hasil Penelitian.....	60
1. Karakteristik Responden.....	60
2. Analisis Hasil Deskriptif.....	64
3. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas	65
4. Uji Asumsi Klasik.....	69
5. Analisis Regresi Linear Berganda	72
6. Uji Hipotesis	74
C. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Kunjungan Wisatawan Nusantara di Sumatera Barat	2
Tabel 1. 2 Kunjungan Wisatawan Tanah Datar	4
Tabel 1. 3 Kunjungan wisatawan Istana Basa Pagaruyung.....	5
Tabel 1. 4 Kondisi Fasilitas Istana Basa Pagaruyung	8
Tabel 2. 1 Penelitian Relevan.....	34
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian	39
Tabel 3. 2 Penilaian Skala Likert	42
Tabel 3. 3 Indikator Penelitian	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	63
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata (X1).....	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas (X3).....	67
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung Ulang (Y).....	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Daya Tarik Wisata (X1), Fasilitas (X2), Aksesibilitas (X3) dan Minat Berkunjung Ulang (Y)	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji Statistik-t)	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji Statistik-F)	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	37
Gambar 4. 1 Bagan Organisasi Istano Basa Pagaruyung.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Dalam usaha memperbesar sumber pendapatan asli daerah, maka program pengembangan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Pariwisata adalah komoditas yang dibutuhkan oleh individu karena dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis dan dapat mengetahui peninggalan sejarah dan budaya tertentu, kesehatan dan pariwisata spritualisme individu. (Kadir, 2020)

Menurut undang-undang No 10 Tahun 2009 wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang (wisatawan) dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Bab 1 Pasal 1). Dari pengertian ini orang yang berpergian ke suatu tempat untuk melakukan kegiatan wisata bisa dikatakan wisatawan.

Indonesia terletak pada kawasan khatulistiwa dan berada diantara Benua Asia dan Benua Australia serta antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia. Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar didunia yang terdiri lebih dari 17.000 pulau yang membentang dari sabang sampai merauke dan menyimpan aset kekayaan yang tak ternilai harganya. sehingga Indonesia kaya akan alam nya yang melimpah dan memiliki potensi yang bagus untuk dikembangkan terutama dalam objek wisata.

Potensi besar yang dimiliki pariwisata Indonesia tidak terlepas dari peran pariwisata Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki pemandangan alam yang indah, dimana hal tersebut dapat menjadi daya tarik bagi

wisatawan untuk berkunjung dan menikmati wisata alam tersebut. Ini membuktikan bahwa Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan utama pariwisata di Indonesia. Di daerah ini banyak terdapat objek wisata yang menarik (Rozalinda et al., 2019). Terhitung tingkat kunjungan wisatawan nusantara di Sumatera Barat pada tahun 2023 yaitu sebesar 11.234.179 juta jiwa, berikut tabel data tingkat kunjungan wisatawan nusantara di Sumatera Barat dibawah ini:

Tabel 1. 1
Tingkat Kunjungan Wisatawan Nusantara di Sumatera Barat

Tahun	Tingkat Kunjungan Jumlah Wisatawan Nusantara
2020	8.041.868
2021	4.785.886
2022	5.617.004
2023	11.234.179

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal memiliki kekayaan budaya serta potensi pariwisata yang luar biasa. Keindahan alam yang memukau, mulai dari perbukitan hijau, danau yang mempesona, hingga air terjun yang asri, berpadu dengan warisan budaya Minangkabau yang masih kental dan terjaga dengan baik. Potensi pariwisata ini tidak hanya terpusat di kota-kota besar, tetapi tersebar merata hampir di seluruh kabupaten dan kota di wilayah Sumatera Barat, menjadikannya sebagai destinasi unggulan yang menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Salah satu daerah yang memiliki kekayaan pariwisata yang sangat potensial adalah Kabupaten Tanah Datar.

Kabupaten Tanah Datar atau Luhak Nan Tuo merupakan salah satu kabupaten di provinsi Sumatera Barat, Indonesia, ibu kota Batusangkar. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 133.600 Ha (1.336 km²) dengan jumlah penduduk 374.431 jiwa pada 2021. Tanah Datar memiliki 14 kecamatan, 75 nagari, dan 395 jorong. Secara geografis wilayah Kabupaten Tanah Datar

berada di sekitar kaki gunung Merapi, gunung Singgalang, dan gunung Sago, dan diperkaya pula dengan 25 sungai.

Kabupaten Tanah Datar memiliki sejumlah objek wisata alam yang memukau, mencerminkan keindahan alam dan lanskap khas Minangkabau. Salah satu destinasi utamanya adalah Danau Singkarak, yang sebagian wilayahnya terletak di Tanah Datar. Danau ini merupakan danau terluas kedua di Pulau Sumatera, menawarkan panorama air yang luas dan tenang, serta udara yang sejuk. Selain itu, ada juga objek wisata Puncak Pato, sebuah perbukitan dengan pemandangan alam yang menakjubkan, populer sebagai lokasi untuk menikmati matahari terbit dan suasana pegunungan yang damai. Kemudian, ada juga air terjun Lembah Anai, meskipun secara administratif lebih dekat ke Padang Panjang, sering dianggap sebagai salah satu ikon wisata di jalur masuk ke Tanah Datar karena daya tarik visualnya yang memikat. Tidak kalah menarik, Nagari Pariangan yang terletak di lereng Gunung Marapi dikenal sebagai salah satu desa terindah di dunia versi majalah *Travel Budget*, karena keindahan alamnya yang asri dan rumah gadang tradisional yang masih lestari.

Selain keindahan alam, Kabupaten Tanah Datar kini aktif mengembangkan dan mempromosikan sektor pariwisatanya, terutama wisata budaya, yang menjadi daya tarik wisata utama bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang dikenal sebagai pusat kebudayaan Minangkabau, yang paling menonjol dan merupakan *iconic* Sumatera Barat yaitu Istana Basa Pagaruyung. Istana ini merupakan replika dari istana kerajaan Minangkabau yang pernah berdiri megah di Pagaruyung. Bangunannya didesain menyerupai rumah gadang bertingkat tiga dengan atap gonjong khas Minangkabau, menyerupai tanduk kerbau. Dalam interiornya, wisatawan dapat melihat berbagai koleksi benda adat, pakaian tradisional, serta informasi sejarah dan budaya Minangkabau. Istana Basa Pagaruyung juga menjadi tempat penyelenggaraan berbagai pertunjukan budaya, acara adat, dan aktivitas wisata seperti sesi foto dengan pakaian adat Minang.

Kabupaten Tanah Datar memiliki letak yang sangat strategis di wilayah Sumatera Barat karena berada di jalur penghubung antara beberapa kota penting seperti Padang, Bukittinggi, dan Solok. Posisi ini menjadikan Tanah Datar sebagai titik lintas utama arus barang, jasa, dan mobilitas penduduk, sehingga berperan penting dalam aktivitas ekonomi regional. Keunggulan geografis ini juga membuka peluang besar dalam pengembangan sektor pariwisata yang memudahkan wisatawan untuk menjangkau berbagai destinasi unggulan di wilayah ini. Hal ini dapat menjadi daya tarik wisata wisatawan untuk berkunjung dan menikmati wisata yang ada pada Kabupaten Tanah Datar, dilansir dari sumber Dinas Pariwisata (2024), dapat dilihat dari tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1. 2
Kunjungan Wisatawan Tanah Datar

Tahun	Jumlah Wisatawan Kabupaten Tanah Datar
2021	116.621
2022	955.042
2023	1.108.151
2024	1.181.936

Sumber : Dinas Pariwisata Tanah Datar, 2024

Data kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Tanah Datar menunjukkan peningkatan signifikan dari tahun 2021 hingga 2024, yaitu dari 116.621 menjadi 1.181.936 pengunjung. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas strategi promosi pariwisata yang dijalankan oleh pemerintah daerah, seperti peluncuran kalender event tahunan dan program "Satu Nagari Satu Event" yang melibatkan 36 nagari pada tahun 2024. Dalam upaya mendukung pengembangan pariwisata di Kabupaten Tanah Datar, pemerintah daerah telah menetapkan Peraturan Bupati Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pembentukan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Istana Basa Pagaruyung dan Pengelolaan Objek Wisata. Istana Basa Pagaruyung, yang terletak di Nagari Pagaruyung, Kecamatan Tanjung Emas, ikon budaya serta destinasi wisata

unggulan di Sumatera Barat. Meskipun Istano Basa Pagaruyung menjadi destinasi wisata unggulan, tetapi data menunjukkan bahwa adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan, sebagaimana terlihat pada tabel kunjungan wisatawan dibawah ini:

Tabel 1. 3
Kunjungan wisatawan Istano Basa Pagaruyung

Tahun	Jumlah Wisatawan Istano Basa Pagaruyung
2021	85.686
2022	322.397
2023	348.624
2024	251.168

Sumber : Dinas Pariwisata Tanah Datar, 2024

Data kunjungan wisatawan ke Istano Basa Pagaruyung dalam kurun waktu 2021 hingga 2024 menunjukkan tren yang fluktuatif. Pada tahun 2021, tercatat sebanyak 85.686 pengunjung, kemudian mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2022 menjadi 322.397 pengunjung, dan mencapai puncaknya pada tahun 2023 dengan 348.624 pengunjung. Namun, pada tahun 2024, jumlah kunjungan menurun menjadi 251.168 wisatawan. Penurunan ini mengindikasikan adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk tidak kembali berkunjung, sehingga penting untuk mengevaluasi kembali daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh destinasi.

Mengacu pada teori Yoeti (2002) Minat wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas. Daya tarik destinasi seperti keindahan alam, keunikan budaya lokal, warisan sejarah, serta keberagaman aktivitas rekreasi, terbukti memainkan peran penting dalam menciptakan kesan mendalam dan membangun hubungan emosional antara wisatawan dan destinasi yang dikunjungi. Daya tarik wisata yang kuat dapat membentuk citra destinasi yang positif dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas wisatawan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sugianto & Marpaung, 2019) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada pemandian air panas sumber padi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Selamet et al., 2024) yang menjelaskan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh positif terhadap Minat Kunjung Ulang di museum Semedo Tegal. Kedua penelitian ini menegaskan bahwa daya tarik wisata merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan dan keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung ke suatu destinasi.

Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juni 2025 dengan dua wisatawan, ditemukan sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan aspek daya tarik wisata di destinasi budaya Istan Basa Pagaruyung. Meskipun destinasi ini memiliki nilai historis dan kultural yang tinggi sebagai simbol kebesaran budaya Minangkabau, namun penyajiannya dinilai belum mampu mengoptimalkan potensi tersebut. Salah satu wisatawan, Amel (23 tahun) dari Rambatan, menyatakan bahwa daya tarik yang ditawarkan masih terasa terbatas, terutama karena minimnya konten atau elemen menarik yang dapat dinikmati secara mendalam selama kunjungan. Hal ini menyebabkan kunjungan terasa cepat selesai dan kurang membekas dalam ingatan.

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Ibuk Mariani (35 tahun) wisatawan dari Medan, yang menyoroti bagian dalam bangunan Istan yang terkesan kosong dan tidak dilengkapi dengan informasi atau penjelasan yang memadai. Ia juga mengungkapkan bahwa kurangnya koleksi benda bersejarah, artefak budaya, serta narasi interpretatif yang kuat menyebabkan pengalaman wisata menjadi kurang edukatif dan tidak meninggalkan kesan mendalam (Wawancara wisatawan, 25 Juni 2025).

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya elemen interpretatif dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisata budaya. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Saddhono et al. (2024) di Candi Borobudur menunjukkan bahwa keberadaan informasi yang memadai,

pemandu wisata yang kompeten, dan interaksi dengan masyarakat lokal berkontribusi besar dalam meningkatkan pemahaman dan kepuasan pengunjung terhadap warisan budaya Indonesia.

Demikian pula, Wulansani et al. (2021) mengklasifikasikan wisatawan kawasan bersejarah ke dalam tiga kelompok, yaitu akan kembali, ragu-ragu, dan tidak ingin kembali, berdasarkan persepsi mereka terhadap kualitas visual, fasilitas, serta informasi yang tersedia. Adapun wisatawan yang merasa bahwa kawasan bersejarah yang dikunjungi tidak sesuai dengan ekspektasi, umumnya termasuk dalam kelompok yang ragu-ragu atau tidak ingin kembali karena tidak memperoleh pengalaman yang edukatif dan menyenangkan.

Selain itu, fasilitas yang memadai termasuk akomodasi yang nyaman, layanan makanan yang berkualitas, kebersihan lingkungan, serta sarana penunjang lainnya seperti pusat informasi dan ruang publik yang tertata mendukung kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengunjung selama perjalanan mereka (Fatmawati & Olga, 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Abdullah et al., 2024) bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang positif serta signifikan pada minat berkunjung kembali generasi z di pantai Ngurbloat. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Anggraita, 2023) juga menjelaskan juga bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Umbul Ponggok Klaten. Hal ini membuktikan bahwa adanya keterkaitan antara fasilitas dengan minat berkunjung ulang, karena semakin baik dan lengkap fasilitas wisata yang disediakan oleh para pengelola, maka akan meningkatkan minat berkunjung kembali pada suatu objek wisata.

Sebelum memutuskan untuk kembali, wisatawan biasanya akan memastikan terlebih dahulu apakah fasilitas yang tersedia bersih dan terawat atau justru sebaliknya. Hal ini disebabkan karena kebersihan merupakan salah satu indikator penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan. Adapun pandangan wisatawan mengenai kualitas dan keberadaan fasilitas yang tersedia di destinasi wisata Istano Basa Pagaruyung

merupakan aspek penting yang dapat mencerminkan tingkat kenyamanan dan kepuasan pengunjung selama melakukan aktivitas wisata.

Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, berikut ini disajikan hasil tanggapan wisatawan yang diperoleh melalui wawancara pada tanggal 25 Juni 2025, mengenai keberadaan dan kondisi fasilitas yang tersedia di destinasi wisata Istano Basa Pagaruyung. Rangkuman tanggapan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 4
Kondisi Fasilitas Istano Basa Pagaruyung

No	Fasilitas	Kondisi
1	Toilet	Kurang Baik
2	Musholla	Baik
3	Tempat untuk spot foto	Baik
4	Baju Adat	Baik
5	TIC (<i>Tourist Information Center</i>)	Baik, kurang bersih

Sumber: Wawancara dengan wisatawan, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa beberapa fasilitas penunjang kenyamanan wisatawan telah disediakan oleh pengelola Istano Basa Pagaruyung, termasuk di antaranya adalah fasilitas tempat ibadah. Namun demikian, berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan nusantara Ibuk Ananda (34 tahun) yang berasal dari Pekanbaru, meskipun fasilitas tempat ibadah telah tersedia, ukurannya masih relatif kecil dan belum mampu menampung jumlah wisatawan yang datang secara bersamaan. Akibatnya, kenyamanan dalam melaksanakan ibadah belum sepenuhnya tercapai, terutama pada saat kunjungan dalam jumlah besar.

Selain itu, keluhan juga datang dari wisatawan lokal bernama Dinda (22 tahun) yang menyoroti kondisi toilet umum di kawasan Istano. Ia mengeluhkan bahwa toilet dalam kondisi kurang bersih dan kurang terawat, bahkan dalam beberapa kasus air di toilet tiba-tiba mati, sehingga

menimbulkan ketidaknyamanan bagi para pengunjung yang ingin menggunakan fasilitas tersebut.

Keluhan serupa turut dikuatkan oleh hasil wawancara dengan salah satu pegawai Istano Basa Pagaruyung, yaitu Bapak Malin (40 tahun). Ia menjelaskan bahwa pengelola memang menghadapi kendala pada dua fasilitas utama, yaitu tempat ibadah yang relatif kecil dan toilet umum yang kurang terawat. Menurutnya, saat jumlah kunjungan sedang tinggi, ruang ibadah tidak mampu menampung banyak orang, sedangkan toilet umum sering mengalami gangguan teknis seperti ketersediaan air yang tidak stabil (Wawancara wisatawan, 25 Juni 2025).

Permasalahan ini selaras dengan hasil penelitian oleh (Gai et al., 2024) yang menyebutkan bahwa kualitas fasilitas dan infrastruktur fisik, termasuk kebersihan dan keberfungsian sarana umum, sangat berpengaruh terhadap daya saing destinasi budaya serta berperan dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Selain itu, temuan ini juga didukung oleh Laserna (2021) yang menekankan pentingnya dimensi fasilitas fisik seperti ketersediaan air, kebersihan toilet, dan ruang ibadah dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas serta memengaruhi niat kunjung ulang wisatawan pada situs-situs warisan budaya di Asia Tenggara.

Faktor lain yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi minat berkunjung ulang, yaitu aksesibilitas. Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan mencapai destinasi wisata, baik itu transportasi, petunjuk jalan, dan sebagainya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Abdullah et al., 2024) menjelaskan 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 ini sejalan dengan permasalahan lain yang turut menjadi sorotan dalam mengevaluasi kondisi aksesibilitas di kawasan destinasi wisata Istano Basa Pagaruyung. Aksesibilitas merupakan salah satu indikator

penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang nyaman, aman, dan ramah bagi semua kalangan, termasuk kelompok rentan seperti orang tua, anak-anak, dan penyandang disabilitas. Ketika akses fisik ke suatu destinasi tidak dirancang secara inklusif dan efisien, maka hal ini berpotensi menghambat mobilitas pengunjung serta menurunkan kepuasan mereka terhadap destinasi.

Salah satu permasalahan aksesibilitas yang menonjol terjadi pada tanggal 10 dan 11 Mei 2025, sebagaimana tercatat melalui akun media sosial Instagram @tanahdatarnet. Pada hari tersebut, terjadi lonjakan jumlah pengunjung yang signifikan. Namun, di balik tingginya antusiasme masyarakat, muncul tanggapan negatif yang disampaikan oleh beberapa wisatawan terkait perubahan sistem akses keluar kawasan Istano (@tanahdatarnet).

Seorang pengunjung bernama Didi menyampaikan keluhannya bahwa perubahan pintu keluar dilakukan tanpa mempertimbangkan aspek keselamatan dan kenyamanan. Ia menyoroti bahwa jalur keluar yang baru menjadi licin ketika diguyur hujan, sehingga berisiko menyebabkan kecelakaan, terutama bagi lansia dan anak-anak. Keluhan serupa juga disampaikan oleh Ibu Fadly Amran selaku wisatawan, yang menyarankan perlunya solusi ke depan berupa jalur keluar yang lebih dekat, aman, dan tidak memutar. Menurutnya, jalur yang terlalu jauh dan berliku menjadi hambatan tersendiri, terutama bagi pengunjung dengan keterbatasan fisik.

Permasalahan ini semakin diperkuat melalui observasi langsung yang dilakukan pada tanggal 25 Juni 2025, yang menunjukkan bahwa jalur akses keluar dari Istano Basa Pagaruyung memang cukup jauh, melelahkan, dan tidak ramah bagi pejalan kaki. Kondisi ini dipengaruhi oleh kontur jalan yang memiliki kemiringan tertentu, sehingga cukup menyulitkan pengunjung saat berjalan kaki dalam cuaca ekstrem seperti hujan atau terik matahari (Observasi Awal, 25 Juni 2025).

Permasalahan aksesibilitas seperti ini telah dibahas dalam beberapa penelitian terdahulu. Studi oleh Gai et al. (2024) menyatakan bahwa

aksesibilitas fisik dan infrastruktur pendukung yang kurang memadai menjadi salah satu faktor utama yang menghambat daya saing destinasi wisata budaya di Indonesia. Penelitian ini menekankan bahwa jalan yang terlalu jauh, medan yang tidak ramah pengguna, dan minimnya fasilitas keselamatan dapat menurunkan kenyamanan pengunjung dan menghambat niat kunjung ulang (Gai et al., 2024). Selain itu, penelitian oleh Ria et al. (2022) dalam konteks pengelolaan Istana Siak Sri Indrapura juga menemukan bahwa aksesibilitas dan penataan jalur sirkulasi yang tidak optimal menjadi keluhan utama wisatawan, terutama ketika tidak tersedia petunjuk arah, tempat duduk, dan pelindung cuaca yang layak. Penelitian ini menyarankan bahwa aspek aksesibilitas harus dirancang inklusif, dengan mempertimbangkan kenyamanan semua pengunjung tanpa terkecuali.

Menurut pandangan Yoeti (2002), aksesibilitas merupakan salah satu komponen pokok dalam industri pariwisata, karena tanpa kemudahan akses, objek wisata tidak akan mampu menarik atau mempertahankan kunjungan wisatawan meskipun memiliki daya tarik wisata yang baik. Oleh karena itu, evaluasi menyeluruh terhadap sistem sirkulasi pengunjung serta peningkatan infrastruktur akses menjadi langkah penting untuk meningkatkan kepuasan dan minat wisatawan dalam melakukan kunjungan ulang.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di objek wisata Istano Basa Pagaruyung, serta didukung oleh temuan dalam penelitian-penelitian sebelumnya, diketahui bahwa daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas merupakan faktor yang memiliki peran penting dalam membentuk minat berkunjung ulang wisatawan. Sejalan dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut melalui penelitian yang berjudul **"Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat didefinisikan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke Istano Basa Pagaruyung pada tahun 2023 - 2024
2. Kurangnya konten atau hal menarik yang dapat dinikmati selama melakukan kunjungan ke Istano Basa Pagaruyung.
3. Wisatawan menyatakan bahwa bagian dalam istano terkesan kosong dan minim informasi yang dapat menambah wawasan.
4. Tempat ibadah ukurannya masih relatif kecil dan belum mampu menampung jumlah wisatawan yang datang secara bersamaan.
5. Wisatawan mengeluhkan kondisi toilet umum yang kotor dan kurang terawat.
6. Wisatawan mengeluhkan bahwa jalur pintu keluar terlalu jauh dan menjadi licin saat diguyur hujan.

C. Batasan Masalah

Agar permasalahan yang dikaji dapat lebih terfokus, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan membahas :

1. Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar.
2. Pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar.
3. Pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar.
4. Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat ditemukan rumusan masalah yang membahas tentang Pengaruh Daya tarik wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas

Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar adalah sebagai berikut :

1. Apakah Daya Tarik Wisata Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar?
2. Apakah Fasilitas Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar?
3. Apakah Aksesibilitas Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar?
4. Apakah Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar?

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Bagi Tempat Destinasi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi tempat destinasi untuk menentukan cara dan strategi lebih lanjut dalam menarik keputusan wisatawan untuk berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung kedepannya sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan, serta dapat meningkatkan kunjungan wisatawan secara signifikan.

2. Bagi Kampus

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wacana ilmiah tentang peningkatan mutu wisatawan untuk berkunjung dan dapat menjadi koleksi kepustakaan yang dapat berguna sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya,. Bagi ilmu pariwisata, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai peningkatan mutu wisatawan dalam peningkatan keputusan wisatawan untuk berkunjung.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk pengembangan diri dan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama

perkuliahan ke dalam praktek yang sesungguhnya serta menambah wawasan baru mengenai masalah yang diteliti.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat di ambil tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang ke Objek Wisata Istanobasa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung ulang ke Objek Wisata Istanobasa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap minat kunjungan ulang ke Objek Wisata Istanobasa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang ke Objek Wisata Istanobasa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar.

G. Definisi Operasional

1. Daya tarik wisata

Dalam konteks pariwisata, daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung, baik berupa kekayaan alam, budaya, maupun hasil karya manusia (Ismayanti, 2020).

Dalam penelitian ini, daya tarik wisata merujuk pada daya tarik yang dimiliki oleh objek wisata Istano Basa Pagaruyung melalui beberapa indikator yang dikemukakan oleh Yoeti, diantaranya yaitu:

- a. *Natural Attractions*
- b. *Build Attractions*
- c. *Cultural Attractions*

2. Fasilitas

Dalam pariwisata, fasilitas merupakan segala bentuk sarana dan prasarana pendukung yang disediakan oleh destinasi untuk menunjang kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan wisatawan selama kegiatan wisata.

Dalam penelitian ini, fasilitas yang dimaksud adalah berbagai bentuk layanan dan sarana penunjang yang tersedia di objek wisata Istano Basa Pagaruyung, dianalisis melalui beberapa indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014:317), diantaranya yaitu:

- a. Perencanaan spasial
- b. Perencanaan ruangan
- c. Kelengkapan atau perabotan, serta tata cahaya dan warna

3. Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam konteks pariwisata merujuk pada kemudahan wisatawan dalam mencapai suatu destinasi, baik dari segi kondisi infrastruktur transportasi, petunjuk arah, maupun sarana pendukung lainnya yang memungkinkan perjalanan berlangsung lancar dan nyaman (Syafik, 2013).

Dalam penelitian ini, aksesibilitas yang dimaksud adalah segala bentuk kemudahan dan kelayakan akses menuju objek wisata Istano Basa Pagaruyung, dengan melalui beberapa indikator yang dikemukakan oleh Soekadijo (2003:107) yang terdiri dari:

- a. Saluran informasi
- b. Saluran kondisi jalan
- c. Akhir tempat suatu darmawisata

4. Minat Berkunjung Ulang

Dalam konteks pariwisata, minat berkunjung ulang (*revisit intention*) merujuk pada keinginan, kecenderungan, atau niat seseorang untuk kembali mengunjungi suatu destinasi wisata di masa mendatang setelah kunjungan sebelumnya.

Yang dimaksud dengan minat berkunjung ulang dalam penelitian ini merujuk pada kecenderungan atau keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi objek wisata Istano Basa Pagaruyung di masa mendatang, dengan melalui beberapa indikator yang dikemukakan oleh Cronin dan Taylor dalam buku Halil Ibrahim Karakan dan Kemal Birdir (2023) yang terdiri dari :

- a. Minat mengunjungi ulang
- b. Preferensi kunjungan
- c. Referensi kunjungan

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

Pariwisata, merupakan aktivitas dan proses meluangkan waktu, jauh dari rumah dalam upaya melakukan aktivitas perjalanan (travel), rekreasi, relaksasi, dan kesenangan, sambil memanfaatkan penyediaan layanan komersial. Pada dasarnya manusia selalu melakukan perjalanan. Perjalanan (travel) telah ada sejak zaman kehidupan primitif. Pada era ini kegiatan perjalanan dilakukan dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup seperti mencari makanan dan berburu binatang. Kemudian sejarah travel mulai berkembang, manusia melakukan perjalanan untuk tujuan perdagangan, menyebarkan agama, perang, migrasi, dan motivasi lain yang dianggap menarik. Di era Romawi, bangsawan kaya dan pejabat tinggi pemerintahan juga bepergian untuk bersenang-senang. (Eddyono, 2021)

Ada beberapa pengertian pariwisata menurut para ahli, diantaranya yaitu sebagai berikut :

- a. Menurut Robert McIntosh, pariwisata adalah gabungan dari interaksi antara pemerintah selaku tuan rumah pariwisata, bisnis, dan wisatawan.
- b. Menurut Herman V. Schulard, pariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan perekonomian secara langsung berhubungan dengan masuknya orang-orang asing melalui jalur lalu lintas di suatu negara, kota, dan daerah tertentu.
- c. Menurut Prof. Salah Wahab, pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar dan mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri ataupun di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari dan memperoleh kepuasan yang

beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya atau dimana ia tinggal. (Saleh, 2019)

Berdasarkan beberapa pengertian Pariwisata di atas, penulis simpulkan bahwa Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat lainnya, yang mana meninggalkan tempat semula dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan perjalanann atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

2. Jenis-jenis Wisata

Jenis wisata pada umumnya terbagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu :

- a. Daya tarik wisata wisata alam, merujuk pada segala keindahan dan keunikan yang ada di alam, baik di daratan maupun lautan, yang mampu menarik minat wisatawan. Wisata ini melibatkan kegiatan berkunjung ke tempat-tempat alami seperti pegunungan, pantai, hutan, danau, air terjun, serta kawasan alam lainnya yang menawarkan pemandangan indah, suasana yang tenang, dan pengalaman langsung dengan alam.
- b. Daya tarik wisata wisata budaya, Daya tarik wisata budaya merujuk pada pengertian budaya itu sendiri, yaitu hasil olah cipta rasa dan karsa manusia. Daya tarik wisata ini dibagi menjadi berwujud dan tidak berwujud. Daya tarik wisata ini bisa berupa situs bersejarah seperti candi atau istana, festival atau upacara adat yang menunjukkan tradisi lokal, seni pertunjukan seperti tari dan musik tradisional, serta kerajinan tangan khas daerah seperti batik atau tenun.
- c. Daya tarik wisata wisata buatan/ minat khusus, Daya tarik wisata buatan berkembang menjadi daya tarik wisata wisata minat khusus yaitu hasil kreasi artifisial yang tidak alami dan kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya. wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus dan

tertentu. Dengan demikian, para wisatawan minat khusus umumnya memiliki keahlian terlebih dahulu sebelum dia berkunjung. Contohnya, berburu, mendaki gunung, arung jeram, dan agrowisata. (Wirawan & Semara, 2021)

Wisata budaya adalah gerak atau kegiatan wisata yang dirangsang oleh adanya obyek-obyek wisata berwujud hasil-hasil seni budaya setempat, misalnya adat istiadat, upacara-upacara keagamaan, tata hidup masyarakat, peninggalan-peninggalan sejarah, hasil-hasil seni dan kerajinan rakyat, dan lain sebagainya. (Anwar, 2009).

Atraksi budaya merupakan segala sesuatu yang dihasilkan dari aktivitas manusia dan memiliki nilai budaya, seperti arkeologi, keramahan penduduk setempat, situs budaya dan sejarah, museum, serta festival budaya (Noho, 2018). Salah satu contoh atraksi budaya yang signifikan di Sumatera Barat adalah Istana Basa Pagaruyung. Istana Basa Pagaruyung menampilkan arsitektur tradisional Minangkabau dengan tiga lantai dan 72 tiang, serta atap gonjong yang khas. Selain itu, pengunjung dapat menikmati pemandangan alam yang indah di sekitar istana, termasuk perbukitan dan pegunungan yang menambah daya tarik wisata budaya ini.

Berdasarkan keterangan di atas, Istana Basa Pagaruyung termasuk ke dalam jenis wisata budaya. Sebagai pusat dokumentasi dan informasi kebudayaan Minangkabau, keberadaannya tidak hanya menjadi simbol kejayaan masa lalu, tetapi juga menjadi sarana edukasi yang memperkenalkan nilai-nilai adat, tradisi, serta arsitektur khas Minangkabau kepada generasi masa kini dan mendatang.

3. Minat Berkunjung Ulang Wisatawan

Menurut pandangan Yoeti (2002) bahwa hubungan antara daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dalam membentuk minat berkunjung ulang ke suatu objek wisata. Daya tarik wisata merupakan elemen inti dalam suatu destinasi wisata yang menjadi alasan utama wisatawan datang berkunjung.

Daya tarik ini mencakup berbagai aspek seperti keunikan budaya, keindahan alam, nilai sejarah, atraksi lokal, hingga pengalaman yang otentik dan berbeda dari tempat lain. Yoeti (2002) menjelaskan bahwa daya tarik yang kuat mampu menciptakan kesan mendalam dan pengalaman emosional yang positif bagi wisatawan. Ketika wisatawan memperoleh pengalaman yang menyenangkan, unik, dan memorable, hal tersebut akan meningkatkan tingkat kepuasan mereka dan membentuk persepsi positif terhadap destinasi tersebut. Pengalaman yang memberikan kesan positif ini kemudian menjadi motivasi psikologis yang kuat untuk kembali mengunjungi tempat tersebut di masa mendatang.

Dengan kata lain, semakin tinggi nilai daya tarik suatu destinasi – baik dari segi alam, budaya, maupun kegiatan wisata yang ditawarkan – maka semakin besar kemungkinan wisatawan memiliki minat untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, pengelolaan dan pengembangan daya tarik wisata secara berkelanjutan menjadi krusial dalam menciptakan *revisit intention* atau niat kunjungan ulang.

Selain daya tarik wisata, Fasilitas merupakan penunjang penting dalam menunjang kenyamanan wisatawan selama berada di destinasi. Fasilitas ini meliputi akomodasi, tempat makan, toilet umum, tempat parkir, pusat informasi, jalur pejalan kaki, tempat ibadah, serta infrastruktur digital seperti jaringan internet. Menurut Yoeti (2002), fasilitas yang lengkap, bersih, aman, dan mudah diakses akan menciptakan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan, sehingga memperkuat kepuasan selama perjalanan. Sebaliknya, kurangnya fasilitas yang memadai dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan mengurangi nilai positif dari pengalaman wisata yang seharusnya menyenangkan.

Ketika wisatawan merasa dilayani dengan baik melalui ketersediaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhannya, maka hal tersebut menciptakan rasa dihargai dan meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas destinasi. Dalam jangka panjang, persepsi ini akan membentuk loyalitas afektif, di mana wisatawan memiliki keterikatan emosional dan

kepercayaan terhadap destinasi tersebut, sehingga berpeluang besar untuk melakukan kunjungan ulang.

Di samping itu, aksesibilitas juga memiliki hubungan yang erat terhadap minat berkunjung ulang karena kemudahan dalam mencapai suatu destinasi sangat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap kenyamanan dan efisiensi perjalanan. Yoeti (2002) menekankan bahwa aksesibilitas yang baik merupakan kunci utama dalam menarik minat kunjungan ulang, karena akan memengaruhi efisiensi, kenyamanan, dan persepsi wisatawan terhadap pengalaman perjalanannya. Ketika wisatawan dapat mencapai suatu destinasi tanpa mengalami hambatan seperti kemacetan parah, biaya transportasi tinggi, atau kesulitan mendapatkan informasi, maka hal tersebut menciptakan kesan positif terhadap destinasi.

Destinasi yang mudah dijangkau memberikan rasa aman, nyaman, dan praktis bagi wisatawan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan selama perjalanan, tetapi juga mengurangi risiko kekecewaan yang dapat menghambat niat untuk kembali. Oleh sebab itu, peningkatan infrastruktur transportasi dan informasi arah menuju lokasi wisata menjadi elemen strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan pariwisata di suatu daerah.

Menurut Cronin dan Taylor dalam buku Halil Ibrahim Karakan dan Kemal Birdir (2023), minat beli ulang merupakan respons positif pelanggan terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan, yang pada akhirnya mendorong keinginan untuk kembali mengunjungi atau membeli produk dari perusahaan tersebut. Kualitas produk yang baik memiliki daya tarik tersendiri, sehingga mampu menciptakan kesan positif bagi pelanggan yang telah mengonsumsinya, dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang.

Sedangkan menurut Sopyan (2015), *revisit intention* merupakan keinginan kuat dari seorang pengunjung untuk kembali mengunjungi suatu tempat di masa mendatang sebagai respons langsung dari pengalaman

kunjungan sebelumnya. Niat ini muncul ketika pengunjung merasa bahwa kualitas produk dan layanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka. Ketika harapan tersebut terpenuhi, maka akan terbentuk kecenderungan untuk melakukan kunjungan ulang sebagai bentuk kepuasan konsumen. *Revisit intention* juga mencerminkan motivasi yang terus tertanam dalam benak konsumen, dan pada akhirnya, ketika kebutuhan serupa muncul di kemudian hari, konsumen cenderung akan mewujudkan niat tersebut melalui perilaku aktual, yakni dengan kembali mengunjungi destinasi yang sama (Lestari, 2023).

Berdasarkan pengertian di atas, penulis simpulkan bahwa minat berkunjung ulang dapat diartikan sebagai suatu bentuk perilaku atau niat perilaku yang mencerminkan keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi. Hal ini mencakup kecenderungan untuk melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi positif kepada orang lain (*word of mouth*), menetap lebih lama dari yang direncanakan, serta berbelanja melebihi ekspektasi awal.

Dalam penelitian ini, teori minat beli ulang dapat digunakan sebagai referensi minat kunjung ulang, karena minat kunjung ulang sama dengan minat membeli tiket masuk objek wisata tersebut. Minat membeli merupakan dorongan untuk melakukan pembelian atau dorongan untuk melakukan pembelian ulang pada konsumen yang pernah melakukan pengalaman pembelian sebelumnya.

Kesesuaian antara hasil yang diterima oleh konsumen dari produk yang dibelinya akan menumbuhkan rasa puas pada diri konsumen, rasa puas tersebut nantinya akan menumbuhkan minat untuk mengkonsumsi produk tersebut diwaktu yang akan datang.

Pada penelitian ini variabel minat beli ulang atau minat kunjung ulang dapat dibentuk dari 3 indikator menurut teori Cronin dan Taylor dalam buku Halil Ibrahim Karakan dan Kemal Birdir (2023), yaitu minat mengunjungi ulang, preferensi kunjungan, dan referensi kunjungan.

a. Minat Mengunjungi Ulang

Daya tarik yang menarik akan mengundang wisatawan, fasilitas yang lengkap akan mempertahankan kenyamanan selama kunjungan, dan aksesibilitas yang baik akan memudahkan perjalanan dan mengurangi hambatan untuk kembali. Ketika ketiga aspek ini terpenuhi dengan baik, persepsi kualitas layanan secara keseluruhan akan meningkat, mendorong rasa puas, dan akhirnya membentuk minat berkunjung ulang. Kepuasan inilah yang kemudian menjadi fondasi terbentuknya minat mengunjungi ulang (revisit intention).

Wisatawan yang puas cenderung memiliki ingatan positif terhadap kunjungan sebelumnya dan lebih mungkin untuk mempertimbangkan kembali destinasi tersebut di masa mendatang. Tidak hanya itu, kepuasan juga memicu perilaku loyal, seperti merekomendasikan destinasi kepada orang lain atau berbagi pengalaman positif di media sosial, yang pada akhirnya memperkuat citra destinasi. Dalam kerangka ini, minat mengunjungi ulang bukan hanya diukur dari keinginan rasional untuk kembali, tetapi juga dari keterikatan emosional dan kepercayaan terhadap kualitas layanan yang telah terbukti.

b. Preferensi Kunjungan

Preferensi kunjungan merupakan salah satu aspek penting dalam studi perilaku wisatawan yang mengacu pada kecenderungan individu untuk memilih suatu destinasi wisata dibandingkan dengan alternatif lainnya. Menurut teori Cronin dan Taylor, preferensi kunjungan dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dan pengalaman yang diterima selama kunjungan. Hal ini secara langsung berkaitan dengan kepuasan dan niat untuk berkunjung ulang ke destinasi tersebut. Dalam konteks pariwisata, preferensi kunjungan tidak hanya mencerminkan keinginan awal pengunjung, tetapi juga keputusan yang dibentuk oleh evaluasi terhadap daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas yang tersedia.

c. Referensi Kunjungan

Referensi kunjungan, dalam konteks penelitian pariwisata, mengacu pada rujukan atau sumber informasi yang digunakan oleh wisatawan dalam menentukan pilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi. Menurut teori Cronin dan Taylor, referensi kunjungan mencakup rekomendasi dari berbagai sumber seperti teman, keluarga, ulasan online, media sosial, dan pengalaman pribadi sebelumnya, yang berperan signifikan dalam membentuk keputusan wisatawan.

Dalam konteks ini, referensi kunjungan menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran destinasi wisata, karena informasi yang diterima melalui referensi ini lebih dipercaya dan dianggap lebih autentik dibandingkan dengan promosi langsung dari pihak pengelola destinasi. Oleh karena itu, pengelolaan reputasi dan pemberdayaan referensi kunjungan melalui media sosial dan testimonial menjadi fokus utama dalam meningkatkan daya tarik dan minat kunjungan ulang.

4. Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. (Kumala, dkk 2023)

Menurut Yoeti (2002), Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki kemampuan untuk menarik perhatian dan minat wisatawan agar datang dan mengunjungi suatu daerah tertentu. Daya tarik wisata ini mencakup berbagai unsur penting yang meliputi keindahan alam, kekayaan budaya, nilai sejarah, serta atraksi buatan manusia yang dirancang untuk memberikan pengalaman unik dan berbeda bagi wisatawan.

Keindahan alam seperti pegunungan, pantai, hutan, danau, serta keanekaragaman hayati menjadi faktor utama yang memikat wisatawan yang mencari keasrian dan ketenangan. Selain itu, kekayaan budaya yang

meliputi tradisi, kesenian, upacara adat, kuliner khas, dan kerajinan tangan lokal juga menjadi magnet yang kuat, karena wisatawan semakin mencari pengalaman autentik yang mencerminkan identitas lokal suatu daerah. Unsur sejarah, seperti situs bersejarah, bangunan peninggalan kuno, dan museum, berfungsi sebagai sarana edukasi sekaligus daya tarik wisata untuk wisatawan yang ingin mengenal perjalanan masa lalu sebuah komunitas atau negara.

Menurut World Tourism Organization (UNWTO, 2018), atraksi wisata atau daya tarik wisata merupakan elemen penting yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi, karena mencerminkan keunikan lokal yang mampu menarik wisatawan. Keunikan dan keaslian daya tarik ini tidak hanya menjadi alasan utama kunjungan awal, tetapi juga dapat menciptakan kesan mendalam yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung. Semakin kuat daya tarik suatu destinasi, semakin besar pula kemungkinan wisatawan memiliki niat untuk melakukan kunjungan ulang di masa depan.

Adapun Yoeti (2002) membagi daya tarik wisata atau atraksi wisata tersebut ke dalam tiga indikator, yaitu :

a. *Natural Attractions*

Merupakan jenis daya tarik wisata alam, atraksi wisata alam adalah jenis daya tarik yang berkaitan langsung dengan lingkungan dan sumber daya alam, seperti pemandangan alam, laut, pantai, danau, taman nasional, hutan lindung, air terjun, serta keanekaragaman flora dan fauna yang terdapat di suatu destinasi wisata.

b. *Build Attractions*

Build attraction merupakan jenis daya tarik wisata yang berasal dari bangunan atau karya buatan manusia, baik yang bersifat tradisional maupun modern. Daya tarik ini dapat berupa rumah adat atau bangunan *iconic* yang merepresentasikan identitas suatu daerah, seperti Jam Gadang di Bukittinggi, Tongkonan di Tana Toraja, dan Monas di Jakarta. Keunikan arsitektur dan nilai budaya yang terkandung

dalam bangunan tersebut menjadi elemen penting yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Keunikan arsitektur, nilai historis, dan simbol budaya yang terkandung di dalamnya dapat membangun keterikatan emosional wisatawan terhadap destinasi tersebut. Kesan positif dan pengalaman yang bermakna ini berperan penting dalam mendorong minat wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang.

c. *Cultural Attractions*

Salah satu elemen penting dalam objek wisata adalah kekayaan budaya yang dimilikinya, seperti tradisi, kesenian, dan peninggalan sejarah, termasuk cerita rakyat atau folklore (mitos). Contohnya dapat ditemukan pada tradisi lompat batu di Nias, legenda Tangkuban Perahu di Jawa Barat, dan kesenian Randai di Sumatera Barat (Pratama, 2023). Keunikan budaya lokal ini tidak hanya memperkuat identitas destinasi, tetapi juga menjadi daya tarik utama yang mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung dan bahkan mendorong keinginan mereka untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut.

5. Fasilitas

Menurut Yoeti (2002), 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.

Sedangkan menurut Bismark (2010) menyatakan bahwa kelengkapan fasilitas menjadi salah satu aspek yang diamati dan dipertimbangkan oleh wisatawan sebelum mengunjungi suatu destinasi. Fasilitas tersebut merupakan layanan yang disediakan oleh objek wisata untuk mendukung berbagai aktivitas pengunjung. Apabila sebuah objek wisata menyediakan fasilitas yang memadai, memenuhi standar pelayanan, dan mampu memberikan kepuasan

kepada pengunjung, maka hal ini dapat meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Lebih lanjut, Tjiptono (2014:317) mengidentifikasi bahwa kualitas fasilitas dalam suatu destinasi wisata dapat diukur melalui beberapa indikator utama. Adapun indikator-indikator tersebut meliputi:

a. Perencanaan spasial

Perencanaan spasial mengacu pada penataan tata letak area fisik secara menyeluruh dalam suatu destinasi wisata, baik ruang terbuka maupun tertutup. Ini mencakup bagaimana lokasi-lokasi penting seperti area parkir, pintu masuk, fasilitas umum (toilet, mushala, pusat informasi), dan tempat atraksi utama dirancang dan diorganisir. Perencanaan spasial yang baik akan mempertimbangkan aspek aliran pergerakan wisatawan, kenyamanan akses, keamanan, serta efisiensi penggunaan lahan, sehingga memudahkan wisatawan menjelajahi destinasi dengan lancar dan tanpa kebingungan.

b. Perencanaan ruangan

Berbeda dengan spasial, perencanaan ruangan lebih fokus pada penataan dan fungsi interior dari suatu fasilitas atau bangunan dalam destinasi wisata, seperti ruang tunggu, ruang informasi, atau area pameran. Hal ini meliputi ukuran ruang, pembagian zona fungsi dan kemudahan navigasi. Penataan ruang yang ergonomis dan ramah pengguna sangat penting untuk menciptakan suasana yang nyaman, efisien, dan mendukung aktivitas wisatawan, sehingga pengalaman mereka selama berada di dalam area tersebut menjadi lebih menyenangkan dan tidak membosankan.

c. Kelengkapan atau perabotan, serta tata cahaya dan warna.

Indikator ini mencakup unsur estetika dan kenyamanan fisik yang ditawarkan oleh fasilitas destinasi. Kelengkapan atau perabotan mengacu pada tersedianya furnitur dan perlengkapan yang menunjang kenyamanan pengunjung, seperti kursi, meja, rak informasi, tempat sampah, dan lainnya yang berfungsi optimal. Tata cahaya mencakup

pencahayaannya yang cukup dan nyaman, baik alami maupun buatan, yang tidak menyilaukan atau terlalu redup, serta membantu menonjolkan elemen penting dalam ruang. Sementara itu, tata warna mengacu pada pemilihan warna ruangan atau area terbuka yang dapat menciptakan suasana menyenangkan, menyegarkan, dan sesuai dengan tema destinasi. Kombinasi cahaya dan warna yang harmonis dapat mempengaruhi mood wisatawan, meningkatkan kepuasan emosional, serta menambah nilai estetis dari fasilitas yang disediakan.

6. Aksesibilitas

Menurut Yoeti (2002), aksesibilitas didefinisikan sebagai kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata, yang merupakan salah satu komponen utama dalam menunjang keberhasilan dan daya tarik wisata suatu destinasi. Aksesibilitas berperan sebagai jembatan awal bagi wisatawan dalam merasakan pengalaman wisata secara menyeluruh. Konsep ini mencakup berbagai aspek penting yang secara langsung memengaruhi kemampuan dan kemauan wisatawan untuk menjangkau destinasi tersebut. Di antaranya adalah infrastruktur transportasi, seperti jalan raya, bandara, terminal, dan pelabuhan, yang menjadi tulang punggung dalam kelancaran arus kunjungan wisatawan. Selain itu, jarak geografis turut menentukan tingkat kesulitan perjalanan; semakin dekat dan strategis letak suatu destinasi, maka akan semakin tinggi peluangnya untuk dikunjungi.

Tidak hanya itu, waktu tempuh juga menjadi pertimbangan utama, karena perjalanan yang terlalu lama atau melelahkan dapat mengurangi minat wisatawan untuk datang atau kembali. Biaya perjalanan yang terjangkau menjadi faktor penentu lainnya, terutama bagi wisatawan dengan anggaran terbatas. Sementara itu, ketersediaan moda transportasi baik dalam bentuk angkutan umum, transportasi daring, maupun kendaraan pribadi menentukan fleksibilitas dan kemudahan akses wisatawan dari berbagai kalangan. Semua aspek tersebut, jika tersedia dengan baik dan terintegrasi secara efisien, akan menciptakan pengalaman

perjalanan yang menyenangkan sejak awal, serta memperbesar kemungkinan kunjungan ulang ke destinasi yang bersangkutan

Sementara itu, dalam penelitian Nabila dan Widyastuti (2017), menjelaskan bahwa aksesibilitas tidak hanya dipahami sebagai kemudahan mencapai suatu tempat secara fisik, tetapi juga mencakup dimensi kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh yang dialami oleh wisatawan selama proses perjalanan. Dalam konteks ini, aksesibilitas dipahami secara lebih luas, mencakup persepsi subjektif wisatawan terhadap kualitas pengalaman mereka saat bepergian menuju destinasi. Misalnya, kondisi jalan yang aman, petunjuk arah yang jelas, serta kemudahan dalam berpindah antar moda transportasi akan meningkatkan rasa aman dan nyaman. Oleh karena itu, destinasi dengan tingkat aksesibilitas tinggi cenderung lebih menarik di mata wisatawan, karena mereka merasa perjalanan menjadi lebih lancar, bebas hambatan, dan menyenangkan.

Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat aksesibilitas suatu destinasi dalam hal kemudahan, kenyamanan, keamanan, dan efisiensi waktu tempuh maka semakin besar pula kemungkinan wisatawan memilih untuk datang dan melakukan kunjungan ulang. Aksesibilitas yang baik tidak hanya meningkatkan kunjungan wisata, tetapi juga memperkuat citra positif suatu destinasi dalam jangka panjang.

Menurut Soekadijo (2003:107), aksesibilitas tidak hanya terbatas pada kemampuan fisik untuk menjangkau suatu destinasi, tetapi mencakup berbagai elemen pendukung yang membentuk kemudahan wisatawan dalam merencanakan, mencapai, dan menikmati destinasi tersebut secara optimal. Tiga indikator utama yang dijadikan tolak ukur dalam menilai aksesibilitas suatu destinasi wisata meliputi :

a. Saluran informasi

Saluran informasi merujuk pada ketersediaan dan kemudahan akses terhadap informasi yang dibutuhkan wisatawan sebelum dan selama perjalanan. Informasi ini bisa mencakup berbagai aspek seperti lokasi destinasi, rute perjalanan, jadwal transportasi, kondisi cuaca,

harga tiket, fasilitas yang tersedia, serta informasi budaya dan sosial setempat. Ketersediaan informasi yang jelas, akurat, dan mudah diakses menjadi faktor krusial dalam membentuk persepsi awal wisatawan terhadap suatu destinasi.

Di era digital saat ini, saluran informasi mencakup berbagai platform seperti situs web resmi, media sosial, brosur/selebaran wisata, google maps, serta papan petunjuk di lokasi yang strategis. Saluran informasi yang baik tidak hanya membantu wisatawan dalam perencanaan perjalanan, tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri dan keamanan psikologis, karena mereka merasa siap dan terinformasi. Sebaliknya, keterbatasan informasi atau informasi yang membingungkan dapat menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung, atau bahkan menimbulkan kesan buruk terhadap destinasi tersebut. Maka dari itu, saluran informasi yang terkelola dengan baik berperan penting dalam meningkatkan aksesibilitas dan pengalaman wisata secara keseluruhan.

b. Saluran kondisi jalan

Saluran kondisi jalan mengacu pada kualitas dan ketersediaan infrastruktur transportasi darat yang menghubungkan wisatawan dengan destinasi tujuan, termasuk jalan raya, jembatan, trotoar, serta jalur alternatif seperti jalur sepeda atau pejalan kaki. Jalan yang dalam kondisi baik, datar, beraspal, cukup lebar, tidak berlubang, serta memiliki sistem drainase yang memadai akan memberikan rasa nyaman dan aman bagi pengemudi maupun penumpang.

Selain itu, faktor pendukung seperti penerangan jalan, rambu-rambu petunjuk arah, tempat pemberhentian kendaraan, dan area istirahat juga sangat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas. Jalan yang rusak, sempit, atau minim petunjuk arah akan menyulitkan perjalanan, meningkatkan risiko kecelakaan, dan menurunkan kualitas pengalaman wisata. Dengan demikian, saluran kondisi jalan yang baik sangat penting untuk memastikan kelancaran,

efisiensi, dan keamanan perjalanan menuju destinasi wisata. Infrastruktur jalan yang memadai juga meningkatkan citra positif suatu daerah sebagai destinasi wisata yang siap dan layak dikunjungi.

c. Akhir tempat suatu darmawisata

Indikator ini merujuk pada kemudahan untuk benar-benar mencapai titik akhir atau lokasi utama dari aktivitas wisata yang menjadi tujuan utama wisatawan. Meskipun secara umum suatu daerah wisata dapat diakses dengan mudah melalui jalur utama, dalam banyak kasus justru bagian terakhir dari perjalanan menuju spot atraksi inti seperti air terjun, puncak perbukitan, situs budaya, atau pantai tersembunyi seringkali menjadi tantangan tersendiri. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kondisi medan yang sulit dan terjal, terbatasnya transportasi lokal, tidak tersedianya jalur pejalan kaki yang aman dan nyaman, atau ketiadaan fasilitas pendukung seperti rambu arah, penerangan jalan, atau titik istirahat.

Dalam konteks ini, akhir tempat suatu darmawisata menggambarkan kualitas dan kelayakan akses tahap akhir yang harus dilalui wisatawan untuk benar-benar menikmati objek utama destinasi. Ketika destinasi tersebut menyediakan akses yang baik hingga titik tujuan seperti tersedianya jalur khusus bagi pejalan kaki, kendaraan pengantar menuju lokasi utama, fasilitas antar-jemput, jalur ramah disabilitas, serta jalur pendakian atau tangga yang aman dan terawat, maka hal ini akan menambah kenyamanan dan kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Akses yang lancar hingga ke titik akhir destinasi tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman, tetapi juga mencerminkan kesiapan dan profesionalisme pengelola destinasi dalam menyambut pengunjung dari berbagai kalangan, termasuk anak-anak, lansia, dan penyandang disabilitas.

Sebaliknya, apabila akses menuju titik akhir destinasi tergolong sulit, berisiko, atau bahkan membahayakan, maka akan menimbulkan ketidaknyamanan dan persepsi negatif terhadap destinasi tersebut,

terlepas dari sebaik apa pun fasilitas lain yang telah disediakan. Hambatan pada tahap akhir perjalanan ini dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan wisatawan untuk tidak kembali berkunjung atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, kemudahan akses menuju titik akhir destinasi wisata merupakan indikator penting dalam penilaian keseluruhan terhadap tingkat aksesibilitas suatu objek wisata, dan perlu mendapatkan perhatian serius dalam proses perencanaan dan pengelolaan destinasi pariwisata.

Adapun yang menjadi hubungan antara variabel x dengan variabel y adalah sebagai berikut :

1) Hubungan Daya Tarik Wisata dengan Minat Berkunjung Ulang Wisatawan

Menurut Yoeti (2002), daya tarik suatu destinasi pariwisata merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik ini dapat berupa keunikan alam, budaya, maupun pengalaman yang ditawarkan oleh suatu tempat wisata. Ketika daya tarik tersebut mampu memberikan kesan positif dan pengalaman yang menyenangkan, hal ini akan membentuk persepsi yang kuat dalam diri wisatawan dan mendorong munculnya minat untuk berkunjung kembali. Dalam pandangan teori Cronin dan Taylor, maka daya tarik wisata dapat dianggap sebagai salah satu elemen penting dalam persepsi kualitas layanan. Daya tarik mencakup keunikan, keindahan, fasilitas, dan pengalaman emosional yang diberikan oleh destinasi. Jika wisatawan menilai daya tarik tersebut tinggi, maka persepsi mereka terhadap kualitas layanan secara keseluruhan juga meningkat, hingga terciptanya niat berkunjung ulang.

2) Hubungan Fasilitas dengan Minat Berkunjung Ulang Wisatawan

Menurut Yoeti (2002), fasilitas yang memadai, nyaman, dan bersih akan memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan selama melakukan kunjungan. Kepuasan ini kemudian dapat memengaruhi penilaian wisatawan terhadap destinasi tersebut secara keseluruhan. Dalam konteks ini, fasilitas berperan sebagai salah satu elemen penting dalam membentuk persepsi kualitas layanan. Fasilitas yang memadai, nyaman, dan sesuai harapan seperti kebersihan, kelengkapan sarana, dan kemudahan akses akan meningkatkan persepsi positif wisatawan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Ketika persepsi ini tinggi, maka kepuasan pun meningkat, dan pada akhirnya mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Dengan demikian, fasilitas yang baik tidak hanya mendukung kenyamanan kunjungan, tetapi juga menjadi faktor strategis dalam menciptakan loyalitas wisatawan melalui peningkatan minat beli ulang.

3) Hubungan Aksesibilitas dengan Minat Berkunjung Ulang Wisatawan

Menurut Yoeti (2002), aksesibilitas merupakan faktor penting yang menentukan kemudahan wisatawan dalam mencapai suatu destinasi. Dalam pandangan teori ini, aksesibilitas dapat dipahami sebagai bagian dari kualitas layanan yang dirasakan wisatawan, karena menentukan kemudahan mereka dalam mencapai destinasi. Aksesibilitas yang baik akan meningkatkan kenyamanan, mengurangi hambatan kunjungan, serta memperkuat keyakinan wisatawan bahwa mereka dapat kembali dengan mudah di masa depan. Hal ini akan mendorong terciptanya kepuasan dan membentuk keinginan untuk melakukan kunjungan ulang.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Dalam rangka menetapkan permasalahan dalam melakukan penelitian, subyek penelitian, untuk selanjutnya melaksanakan penelitian dilapangan, peneliti perlu memperhatikan apakah yang akan di angkat peneliti ini sudah ada yang sama atau tidak baik dari segi aspek yang sama, metode ataupun lokasi, agar tidak terjadi pengulangan. Dibawah ini beberapa hasil penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

Tabel 2. 1
Penelitian Relevan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	(Abdullah et al., 2024)	Pengaruh Atraksi, Fasilitas, dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara	Penelitian sama-sama membahas tentang bagaimana pengaruh fasilitas dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu terletak pada objek yang dikaji. Penelitian terdahulu meneliti pada objek wisata Pantai di Ngurbloat Maluku Tenggara. Sementara itu, penelitian ini difokuskan pada Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung di Kabupaten Tanah Datar
2	(Kumala et al., n.d. 2023)	Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai	Penelitian sama-sama membahas tentang bagaimana pengaruh daya tarik dan aksesibilitas terhadap minat	Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek yang diteliti. Jika penelitian sebelumnya meneliti objek wisata alam

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun yang Pernah Berkunjung ke Tempat Wisata Telaga Ngebel)	berkunjung ulang, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif	seperti Telaga Ngebel, maka penelitian ini berfokus pada objek wisata budaya dan sejarah, yaitu Istano Basa Pagaruyung.
3	(Ria Murdani & Lidya Martha, 2023)	Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Carocok Painan	Penelitian sama-sama membahas tentang bagaimana pengaruh daya tarik dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek yang diteliti. Jika penelitian sebelumnya meneliti objek wisata seperti pantai Carocok Painan, maka penelitian ini berfokus pada objek wisata budaya dan sejarah, yaitu Istano Basa Pagaruyung.
4	(Suryani et al., 2022)	Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Pemandian Alam Swimbath Kabupaten Simalungun	Penelitian sama-sama membahas tentang bagaimana pengaruh daya tarik dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang, serta sama-sama menggunakan	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada perbedaan objek penelitian dan jumlah sampel yang digunakan. Penelitian terdahulu mengambil objek wisata pemandian alam swimbath Kabupaten

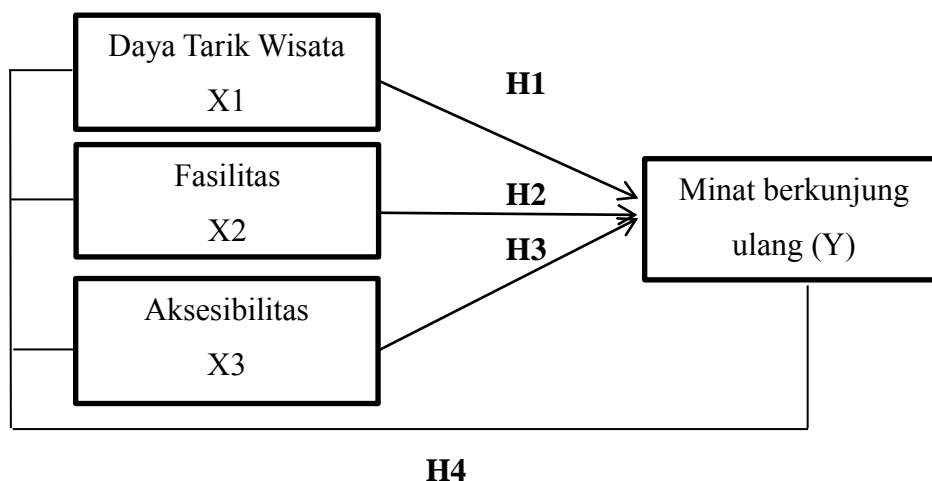
No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			pendekatan kuantitatif	Simalungun dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden, sedangkan penelitian ini mengambil objek wisata Istano Basa Pagaruyung dan menggunakan 97 responden sebagai sampel penelitian.
5	(Sugianto & Marpaung, 2019)	Pengaruh Word of Mouth (Wom), Daya Tarik Wisata, dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara	Penelitian sama-sama membahas tentang bagaimana pengaruh daya tarik dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang, serta sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada waktu dan tempat penelitian. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di objek wisata pemandian air panas sumber padi Kabupaten Bara dan waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2019. Sedangkan penelitian ini melakukan penelitian di objek wisata Istano Basa Pagaruyung dan waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2025

C. Kerangka Konseptual

Dalam metode penelitian kuantitatif, kerangka konseptual (*conceptual framework*) adalah suatu representasi visual atau naratif yang

menggambarkan hubungan antar variabel penelitian berdasarkan teori atau hasil penelitian terdahulu.

Adapun kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berfungsi sebagai pedoman dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, serta menjadi dasar dalam menyusun alur berpikir penelitian. Dengan demikian, kerangka penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai alur berpikir peneliti dalam mengkaji pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang. Kerangka penelitiannya sebagai berikut :



Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (1994:39) mengungkapkan bahwa hipotesis merupakan jawaban teoritis karena belum didasarkan pada fakta- fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Yam & Taufik, 2021). Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H_{01} = Daya tarik wisata tidak mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan

H_{a1} = Daya tarik wisata mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan

H_{02} = Fasilitas tidak mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan

H_{a2} = Fasilitas mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan

- H₀₃ = Aksesibilitas tidak mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan
- H_{a3} = Aksesibilitas mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan
- H₀₄ = Daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas tidak mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan
- H_{a4} = Daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan Dekriptif Kuantitatif yang akan meneliti pengaruh Daya tarik wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang pada Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung. Metode ini digunakan karena penulis berusaha memahami situs sosial secara mendalam dan berupaya menemukan pola untuk melahirkan teori.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Istano Basa Pagaruyung, Kecamatan Tanjung Emas, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Sedangkan waktu dalam penelitian ini yaitu berlangsung dari bulan Juli - Agustus tahun 2025.

Tabel 3. 1
Jadwal Kegiatan Penelitian

Uraian Kegiatan	Tahun 2025				
	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pembuatan Proposal					
Bimbingan proposal					
Seminar Proposal					
Penelitian					
Bimbingan Skripsi					
Munaqasah					

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:215) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Zulfikar et al., 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah melakukan kunjungan ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung, karena wisatawan tersebut dianggap memiliki pengalaman yang relevan untuk menilai daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas yang berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

2. Sampel

Menurut (Purwanza et al., 2022) Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Disini sampel harus benar-benar bias mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah menggunakan Rumus Lemeshow. Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020) perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Pendekatan pengambilan sampel berdasarkan rumus Lemeshow dapat dirumuskan:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan (error) 10% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapatkan untuk memudahkan penelitian digenapkan menjadi 97 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik *non-probability sampling* di mana pemilihan responden dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Mencakup wisatawan/pengunjung dalam rentang usia muda dan dewasa antara 17 hingga 60 tahun.
- b. Penelitian ini memfokuskan pada wisatawan yang telah melakukan kunjungan ulang minimal 2 kali, agar persepsi mereka terhadap daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas objek wisata dapat dinilai secara lebih mendalam berdasarkan pengalaman yang berulang dan bukan hanya dari kesan pertama saat kunjungan awal.

D. Pengembangan Instrumen

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini berupa angket skala Likert yang dirancang untuk menganalisis keputusan wisatawan dalam berkunjung ke Istano Basa Pagaruyung. Skala yang cocok dengan kuisioner adalah dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2023:152) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono, 2023)

Berikut ini adalah penjelasan 5 poin skala likert menurut (Sugiyono, 2018:152):

Tabel 3. 2
Penilaian Skala Likert

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Berikut ini merupakan instrumen penelitian yang berdasarkan pada variabel penelitian dengan menggunakan skala likert :

Tabel 3. 3
Indikator Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
1	Minat Berkunjung Ulang (Y)	1. Minat Mengunjungi Ulang 2. Preferensi Kunjungan 3. Referensi Kunjungan	1,2,3,4 5,6 7,8	(Halil dan Kemal, 2023)
2	Daya Tarik Wisata (X1)	1. <i>Natural Attractions</i> 2. <i>Build Attractions</i> 3. <i>Cultural Attractions</i>	9,10 11,12 13,14,15	(Yoeti, 2002)

3	Fasilitas (X2)	1. Perencanaan Spasial 2. Perencanaan Ruang 3. Kelengkapan atau Perabotan, serta tata cahaya dan warna	16,17,18, 19,20,21 22,23 24,25,26, 27,28	(Tjiptono, 2014)
4	Aksesibilitas (X3)	1. Saluran Informasi 2. Saluran Kondisi Jalan 3. Akhir Tempat suatu Darmawisata	29,30,31, 32,33 34,35 36,37,38, 39	(Soekadijo, 2003)

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kusioner

Kuesioner/angket merupakan metode pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara memberikan beberapa macam pernyataan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2017:142) kusioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kusioner dalam penelitian ini akan disebarkan kepada responden yang telah melakukan kunjungan ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung. Pemilihan responden tersebut bertujuan agar data yang diperoleh bersumber dari individu yang memiliki

pengalaman langsung, sehingga mampu memberikan penilaian yang objektif terhadap daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas yang memengaruhi minat berkunjung ulang.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan untuk menjawab berbagai rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali, (2021:66) Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Sebuah kuisisioner dianggap valid jika pertanyaannya pada kuisisioner mampu menggambarkan sesuatu yang akan diukur (Ghozali, 2021). Uji validitas dapat digunakan dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} : Koefesien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n : Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah skor total X

$\sum Y$: Jumlah skor total Y

$\sum XY$: Jumlah hasil kali perkalian antara X dan Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat dari X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dari Y

Ketentuan :

Kriteria keputusan item valid (sahih) jika r hitung $>$ r tabel. Data dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2021) reliabilitas yaitu cara mengukur sebuah angket yang di dalamnya berisi dari indikator dari sebuah konstruk. Tidak hanya itu Ghozali (2021, p.48) juga mengutarakan bahwa sebuah penelitian dianggap reliable apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ sedangkan jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ penelitian dianggap tidak reliable. Rumusnya dapat dilihat sebagai berikut:

$$r_{ac} = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Dimana:

$r a$: Koefisien reliabilitas alpha cronbach

K : Banyak butir pertanyaan /Item pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah/ total varians per butir pertanyaan

$\sum \sigma t^2$: Jumlah atau total varian

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Dilakukannya pengujian ini untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak biasa serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Asumsi klasik dilakukan meliputi :

a. Uji Normalitas

Sugiyono (2019:76) menyatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi memiliki distribusi yang bersifat normal atau tidak. Untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan asumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, uji normalitas diperlukan. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistic tidak valid dan statistic parametrik tidak dapat digunakan. Untuk masing-masing variabel, penelitian ini menggunakan uji normalitas kolmogrof-smirnov.

Uji normalitas yang baik apabila nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan normal sedangkan jika nilai signifikan $< \alpha = 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021:157) Multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi penelitian. Jika tidak, maka model regresi dianggap baik. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance dapat digunakan untuk mengidentifikasi gejala multikolinearitas. Tolerance dapat menentukan seberapa besar variabilitas variabel independen tertentu yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Untuk menguji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai berikut:

- 1) Jika tolerance > 0.10 dan VIF < 10 dan maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika tolerance < 0.10 dan VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksetaraan dalam variasi residual antara dua observasi dalam model regresi. Metode pengujian heteroskedastisitas yang dapat digunakan adalah uji Glejser. Uji Glejser adalah suatu hipotesis yang digunakan untuk menentukan apakah model regresi menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas dengan melakukan regresi terhadap residual absolut. Penentuan keputusan dengan uji Glejser didasarkan pada:

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data terjadi heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda menurut Ghozali (2021:8) sebuah metode statistik yang menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus dalam uji regresi linier berganda seperti dibawah ini:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

- Y : Minat Berkunjung Ulang
- α : Bilangan Konstanta
- b_1 : Koefisien Regresi Daya Tarik Wisata
- b_2 : Koefisien Regresi Fasilitas
- b_3 : Koefisien Regresi Aksesibilitas
- X_1 : Daya Tarik Wisata
- X_2 : Fasilitas
- X_3 : Aksesibilitas
- e : Faktor Kesalahan (eror)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji Parsial (t) menurut Ghozali (2021:148) bertujuan untuk mengukur seberapa besar dampak satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Dalam pengolahan uji-t dapat menggunakan SPSS, adapun rumusnya sebagai berikut:

$$t_o = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Dimana :

- b_i = Koefisien regresi X
- s_{b_i} = Koefisien standar atau koefisien regresi X
- t_o = Nilai yang dihitung/diobservasi

- 1) Jika nilai Sig. $\leq 0,05$, berarti satu variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai Sig. $> 0,05$, berarti satu variabel independent tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variable dependen.

b. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menentukan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Dengan uji F, kita menguji apakah secara kolektif variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Dalam rumus uji F digunakan taraf signifikan 5%.

$$F_0 = \frac{R^2 k - 1}{(1 - R^2) / (n - 1)}$$

Dimana :

F_0 : F hitung

R^2 : Koefisien determinan berganda

k : Banyak variabel independen

n : Besar sampel (banyak data)

Ketentuan :

1) H_1 diterima: jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

2) H_1 ditolak: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

c. Koefisien Determinasi (R-Square)

Jika nilai koefisien determinasi (R^2) yang mendekati sebuah satu variabel, berarti variabel- variabel independen memberikan sebuah informasi yang dibutuhkan untuk melihat variabel dependen Ghozali (2021:147). Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Dimana:

$ESS = \text{Expalnet Sum Square}$ (jumlah kuadrat yang jelas)

TSS = *Total Sum Square* (jumlah total kuadrat)

Dengan Ketentuan:

- 1) Besarnya koefisien determinasi R square berada diantara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$.
- 2) Semakin besar (R^2) yang diperoleh dari hasil perhitungan (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Istana Basa Pagaruyung

1. Profil Istana Basa Pagaruyung

Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu dari 19 kabupaten/kota di Provinsi Sumatera Barat dengan ibu kota Batusangkar. Kabupaten ini terletak di tengah provinsi dengan luas wilayah 1.336 km² dan dikenal sebagai daerah agraris, di mana lebih dari 70% penduduknya bekerja di sektor pertanian, seperti tanaman pangan, perkebunan, perikanan, dan peternakan. Selain itu, sektor pariwisata dan industri kecil yang berkembang di wilayah ini juga umumnya berbasis pada potensi pertanian dan budaya lokal. Tanah Datar yang dikenal dengan sebutan “Luhak Nan Tuo” dipercaya sebagai asal-usul masyarakat Minangkabau, tepatnya dari Nagari Tuo Pariangan, Kecamatan Pariangan, yang menjadi salah satu daya tarik sejarah dan budaya di Sumatera Barat.

Istano Basa Pagaruyung terletak di Nagari Pagaruyung, Kecamatan Tanjung Emas, dan merupakan simbol kebesaran Kerajaan Minangkabau pada masa lampau. Bangunan ini berfungsi ganda sebagai rumah tinggal keluarga kerajaan sekaligus pusat pemerintahan di bawah kepemimpinan Rajo Alam dengan sistem Tali Tigo Sapilin dan Tungku Tigo Sajaringan. Menurut catatan sejarah, istano ini telah mengalami tiga kali kebakaran, yakni pada tahun 1804 saat Perang Padri, tahun 1966, dan tahun 2007 akibat sambaran petir. Pembangunan kembali istano telah dilakukan beberapa kali, dan versi terakhirnya diresmikan pada Oktober 2013. Saat ini, Istana Basa Pagaruyung berdiri sebagai replika dari istana asli dengan tetap mempertahankan arsitektur tradisional Minangkabau yang sarat filosofi budaya.

Bangunan Istana Basa Pagaruyung memiliki tiga lantai, 72 tonggak, dan 11 gonjong, serta dipenuhi ukiran Minangkabau dengan 58 motif berbeda yang melambangkan filosofi alam dan kehidupan. Lantai

pertama berfungsi sebagai ruang utama dan singgasana raja, sekaligus memiliki tujuh kamar untuk putri raja yang telah menikah. Lantai kedua difungsikan sebagai kamar putri raja yang belum menikah dan ruang bersantai keluarga kerajaan, sedangkan lantai ketiga atau mahligai digunakan untuk menyimpan alat kebesaran dan harta pusaka kerajaan. Arsitektur bangunan ini dibangun dari kayu dengan teknik pasak tradisional, sedangkan atap gonjong menggunakan ijuk yang melengkung seperti tanduk kerbau, yang menjadi simbol khas Rumah Gadang Minangkabau. Keunikan ini menjadikan Istana Basa Pagaruyung sebagai ikon arsitektur budaya Minangkabau dan salah satu destinasi wisata budaya unggulan di Sumatera Barat.

Sebagai objek wisata budaya, Istana Basa Pagaruyung telah dilengkapi dengan taman yang luas, area parkir, surau, rangkiang besar, tabuh larangan, serta jalan setapak berbatu yang mempercantik lingkungan istana. Koleksi di dalamnya mencakup replika furnitur, keramik, senjata pusaka, tongkat kerajaan, hingga nisan tua yang mencerminkan sejarah Kerajaan Pagaruyung. Di bagian halaman juga terdapat patung kerbau dan kuda putih sebagai simbol kekuatan dan kejayaan Minangkabau, serta prasasti Adityawarman yang memperkuat nilai sejarah lokasi ini. Kemudahan akses menuju lokasi dengan kendaraan roda dua, roda empat, maupun transportasi tradisional seperti bendi, menjadikan Istana Basa Pagaruyung sebagai primadona pariwisata Tanah Datar yang terus menarik wisatawan untuk mengenal sejarah dan budaya Minangkabau secara langsung.

Bangunan Istana Basa Pagaruyung terdiri atas 3 utama. Setiap unsur tersebut memiliki arti dan makna tersendiri yang tercermin dalam konstruksi bangunan Istana Basa Pagaruyung, sebagaimana dijelaskan berikut ini :

a. Kerangka Dasar

1) Bantu Sandi

Batu Sandi, yaitu tempat berdirinya masing-masing tiang, keberadaan batu sandi memiliki sebuah kaum untuk masing-masingnya, sebuah batu sandi melambangkan kesepakatan dan kesatuan anggota kaum untuk memilih salah seorang laki-laki dalam kaum yang bersangkutan untuk menjadi pemimpin, suri teladan, penasehat, wakil dan pelindung mereka.

2) Tiang

Bangunan Istana Basa Pagaruyung terdiri dari 72 buah tiang, 3 lantai dan 11 gonjong. Pengelompokan tiang bangunan Istana Basa Pagaruyung dibagi menjadi 6 kelompok, masing-masing kelompok mewakili dan melambangkan peran yang berbeda sesuai dengan letak dan fungsi masing-masing.

- a) Tiang Panagua Alek, yaitu deretan pertama dari depan yang melambangkan peran penghulu kaum sebagai penasehat dari setiap pertemuan, kegiatan sosial dan keramaian di tengah-tengah masyarakat, deretan tiang panagua alek juga dinamakan tiang tapi.
- b) Tiang Temban, yaitu deretan kedua dari depan yang mewakili dan melambangkan keramah-tamahan, suka menerima tamu dan suka menolong tanpa membedakan agama, bangsa dan warna kulit, tapi berdasarkan saling pengertian.
- c) Tiang Panjang, deretan ketiga dari depan yang mewakili dan melambangkan kemampuan pemimpin, cendikiawan Minangkabau dalam mengorganisir, memimpin, menciptakan, memberi, menjaga dan melindungi stabilitas, persatuan dan kesatuan kerajaan dalam semua aspek kehidupan, deretan tiang panjang juga dinamakan tiang Simajolelo.
- d) Tiang Puti Bakuruang, deretan keempat dari depan yang mewakili batas ruangan satu dengan yang lain dan melambangkan batas-

batas ruang gerak dan tanggung jawab urang sumando dirumah istrinya, tiang putih bakuruang juga dinamakan tiang biliak.

- e) Tiang Suko Dilabo, deretan tiang paling belakang yang mewakili kaum wanita sebagai ibu, pendamping suami, pelaksana adat dan kebudayaan, ia melambangkan komitmen kaum wanita untuk menyajikan yang terbaik yang bisa mereka lakukan demi kelangsungan hidup, keutuhan keluarga, kaum, adat dan kebudayaan Minangkabau.
- f) Tiang Salek, istilah tiang salek berarti deretan tiang yang dipasang antara rasuak atas dan bawah, ia terletak antara tiang putih bakuruang dan tiang dapua tapi dibalik kain kelambu di dalam kamar, tiang salek mewakili dan melambangkan peran generasi muda dan generasi penerus masyarakat Minangkabau dan merelakan Adat dan Kebudayaan Minangkabau akan diwariskan.

b. Unsur Utama Istano Basa Pagaruyung

1) Batu Tapakan

Batu Tapakan merupakan sebuah batu yang cukup lebar yang diletakkan depan jenjang, ia mewakili "*Front Office*" dari Istano. Batu tapakan tempat sebelum naik rumah gadang, dahulunya masyarakat Minangkabau tidak mengenal istilah "alas khaki", disini disediakan sebuah "Guci" yaitu tempat air dan dilengkapi dengan gayung air (Cibuak).

2) Janjang

Janjang dengan anak janjang, tanggo dan tangan-tangan janjang adalah jalan atau sarana masuk kedalam bangunan Istano Basa Pagaruyung dan akan mewakili serta melambangkan sistim demokrasi Minangkabau yang disalurkan melalui mufakat dengan prosesnya yang dikenal dengan istilah "Bajanjang naiak batanggo turun" istilah ini mempunyai 2 kelompok kata dan dua makna yang berbeda keduanya adalah "bajanjang naiak" "batanggo turun".

3) Anak Janjang

Anak janjang Istano Basa Pagaruyung ada 11 buah. Keberadaan janjang melambangkan kedudukan empat dari kelarasan Koto Piliang dan empat dari kelarasan Bodi Caniago. Sedangkan 3 lagi melambangkan kedudukan Rajo Nan Tigo Selo, yaitu : Rajo Adat, Rajo Ibadat dan Rajo Alam.

4) Tanggo

Yaitu selebar kayu vertikal antara anak janjang ke anak janjang yang lebih rendah, ia mewakili kekuatan keputusan mufakat pada masing-masing tingkat mufakat yang disahkan dan diperkuat oleh keputusan pimpinan disetiap tingkat pemerintahan.

5) Tangan-tangan Janjang

Tangan-tangan Janjang mewakili dan melambangkan norma-norma dalam pelaksanaan demokrasi melalui mufakat, norma-norma tersebut harus dilandasi oleh Laggam Adat, Undang-undang Luhak dan Agama Islam untuk mencapai hasil yang maksimal dan sekaligus untuk menghindari masyarakat dan kerajaan dari ruang kehancuran sebagai akibat hasil-hasil proses demokrasi yang tidak mengikuti norma-norma yang semestinya.

6) Beranda

Beranda mempunyai 4 buah tiang yang berdiri disebelah kanan dan kiri janjang, ke empat tiang tersebut melambangkan bahwa pada mulanya hanya ada empat buah suku kecil dalam masyarakat Minangkabau yang terdiri dari Suku Koto, Piliang, Bodi dan Caniago.

7) Surambi Papek

Surambi papek adalah sebuah ruangan sempit yang terletak antara tanggo paling atas dengan pintu masuk kedalam ruangan Istano. Ruang ini mewakili wilayah kerajaan Minangkabau pada masa awal keberadaannya.

8) Gonjong

Gonjong pada Istana Basa Pagaruyung keterpaduan dan kekuatan dari keterpaduan seluruh rakyat dengan pemerintah. Gonjong dipasang pada atap yang ditinggikan dengan ujung runcing, keberadaan gonjong diujung runcing atap menyerupai Mahkota dikepala Raja.

9) Singgasana (Kedudukan Bundo Kanduang)

Letaknya di lantai dasar sejajar dengan pintu masuk, disini terpajang foto Raja Pagaruyung terakhir yaitu Sultan Alam Bagagarsyah. Singgasana ini dilingkari dengan tirai yang terjuntai disisi kanan, kiri dan depan. Disinilah Bundo Kanduang duduk sambil melihat-lihat siapa yang datang, atau yang belum datang apabila ada rapat dan mengatur segala sesuatu di atas rumah.

10) Biliak

Biliak-biliak (kamar) ini dihuni oleh putri-putri raja yang sudah menikah (berkeluarga), biliak pertama atau yang paling kanan dihuni oleh putri tertua Raja yang sudah menikah dan seterusnya dihuni oleh adik-adik yang sudah menikah pula. Istana Basa Pagaruyung mempunyai 9 ruang, satu ruangan digunakan sebagai tempat jalan kedapur yang disebut dengan "Selasar", biliak pertama dimulai dari kanan waktu masuk ke rumah (Istano) sebelah kanan tersebut juga dikenal dengan "pangkal rumah" dan biliak terakhir berada disebelah kiri yang disebut juga dengan "ujung rumah".

11) Anjuang Rajo Babandiang

Berada dibagian kanan atau pangkal rumah (Istano) dan mempunyai 3 langgam (tingkat) fungsi anjungan ini adalah sebagai tempat sidang.

12) Anjuang Perak

Anjuang perak berada disebelah kiri atau ujung Istana, fungsinya sebagai tempat Bundo Kanduang (Ibu Suri) mengadakan rapat yang bersifat kewanitaan pada langgam Pertama, sebagai

tempat beristirahat pada lenggam kedua dan sebagai tempat tidur ibu Suri pada lenggam tiga.

13) Bandua Tapi

Bandua tapi adalah ruangan yang mula-mula ditemui pengunjung setelah memasuki bangunan utama dari arah surambi papek, ia meliputi ruangan antara tiang panagua. Alek dan tiang temban sepanjang bangunan, ruangan ini adalah tempat duduk penghulu kaum sewaktu datang mengunjungi anggota kaumnya dengan posisi duduk membelakangi jendela. Posisi duduk seperti itulah yang melambangkan perhatian, pengawasan, kepedulian dan tanggung jawab yang bersungguh-sungguh dari penghulu kaum kepada kaumnya.

14) Bandua Tengah

Bandua tengah adalah ruangan bagian belakang yang ditinggikan adalah tempat bagi para sumando bersama keluarga. Ia melambangkan bahwa masyarakat Minangkabau memberikan penghormatan dan penghargaan yang tinggi terhadap sumando.

15) Labuah Tengah

Labuah Tengah adalah sebuah ruangan lepas persegi empat yang dibentuk oleh empat buah tiang, dua tiang pada deretan Tiang Temban dan dua tiang pada deretan tiang panjang. ruang ini langsung terletak didepan Singgasana dan juga membagi ruangan Istanu menjadi dua bagian, kedua ruangan tersebut adalah disebelah kiri dan kanan.

16) Labuah Gajah

Labuah Gajah adalah ruangan yang terletak antara Bandua Tapi dan Bandua Tengah, keberadaan ruangan ini dinamakan Labuah Tengah, ruangan Labuah terpisah jadi dua bagian, yang terletak disebelah kanan dari u masuk dinamakan dar "Pangka dan yang disebelah kiri dinamakan "Ujuang".

17) Dinding

Dinding adalah unsur yang tak kalah pentingnya dibandingkan unsur-unsur penting lainnya karena ia menutupi semua kerangka bangunan Istana Basa Pagaruyung dari semua sisi.

18) Jendela

Jendela berperan untuk melambangkan bahwa masyarakat Minangkabau selalu secara aktif mengawasi dan mengikuti perkembangan setiap langkah anggota keluarga atau kaumnya yang berada di tengah-tengah masyarakat atau perubahan-perubahan yang ada didalam ataupun diluar lingkungan mereka namun mereka sangat selektif dalam menerima perkembangan, kemajuan dan perubahan tersebut karena mereka sangat banyak belajar dari apa yang mereka lihat, dengar dan rasakan dalam kehidupan mereka seperti yang di gambarkan oleh ungkapan "Alam Takambang Jadi Guru".

19) Anjuangan Paranginan

Anjung paranginan berada pada lantai 2 (dua), berfungsi sebagai tempat putri raja yang belum menikah (berkeluarga/gadis pingitan).

20) Mahligai

Mahligai berada di lantai 3 (tiga), ruangan ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan alat-alat kebesaran raja, seperti mahkota Kerajaan yang dahulunya disimpan dalam sebuah peti khusus yang dinamakan Aluang Bunian.

21) Dapua (Dapur)

Dapur terletak pada bagian belakang rumah gadang. Dapur mempunyai dua ruangan. Ruangan sebelah kanan berfungsi sebagai tempat memasak, dengan perkakas atau alat-alat dapur yang serba tradisional. Sedangkan ruang sebelah kiri berfungsi sebagai tempat para dayang yang berjumlah dua belas orang. Dapur Istana Basa Pagaruyung dibuat terpisah dengan utama dan dihubungkan dengan salasar.

c. Unsur Penunjang Istana Basa Pagaruyung

1) Surau

Surau letaknya dibelakang Istana, fungsinya sebagai tempat shalat, belajar, mengaji (membaca Al-quran) dan tempat tidur putra raja yang telah akil baligh atau yang telah berumur tujuh tahun keatas. Disamping mengaji disini mereka diajarkan tentang Undang-undang adat, hukum syarak, sejarah, seni budaya dan bela diri.

2) Rangkiang Patah Sambilan

Rangkiang Patah Sambilan berada di halaman Istana, Rangkiang ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan padi. Rangkiang di Istana Basa Pagaruyung adalah simbol kemakmuran dan kekuasaan Alam Minangkabau.

3) Tanjuang Mamutuih

Tanjung Mamutuih berada pada sisi kanan bangunan Istana, dan terdapat sebuah pohon beringin yang dilingkari oleh batuan yang tersusun rapi. Lokasi ini berfungsi sebagai sebagai tempat bermain anak raja, seperti main layang-layang, main sepak tekong.

4) Pincuran Tujuh

Pincuran Tujuh terletak dibelakang dapur yang meupakan tempat pemandian keluarga raja. Tapiian tampek mandi atau pemandian ini mempunyai tujuh buah pincuran yang terbuat dari batang sampir.

5) Tabuah Larangan

Tabuah atau dikenal juga dengan Beduk, merupakan sebuah gendang yang dibuat dari kulit sapi atau kulit kambing, tabuah biasanya digunakan juga sebagai menandakan masuknya waktu sholat di Masjid atau surau.

Di Istana Basa Pgaruyung terdapat dua buah tabuah yang disebut juga dengan Tabuah Larangan, yaitu :

- a) Tabuah manggaga di bumi, yaitu tabuah yang berfungsi untuk menyampaikan pengumuman dan pemberitahuan kepada

masyarakat, seperti adanya bencana alam, kebakaran, dan lain sebagainya.

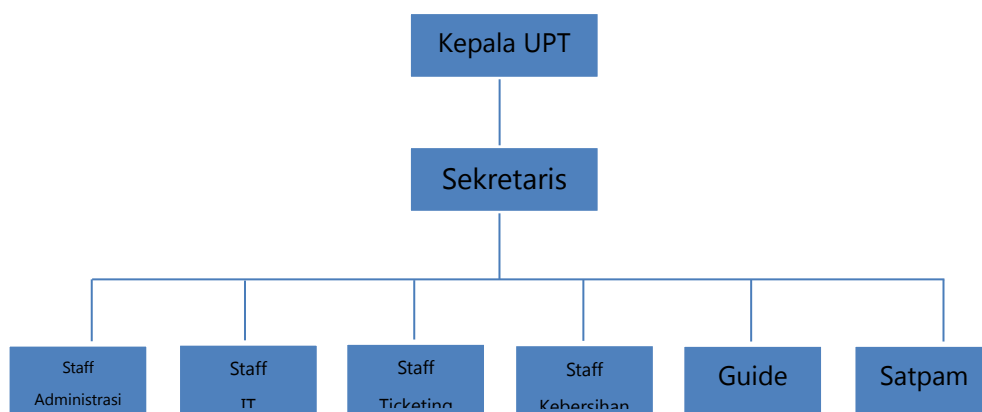
- b) Tabuah mambang diawan, tabuah yang berfungsi untuk menyampaikan pengumuman dan pemberitahuan kepada Basa Nan Ampek Balai, Rajo Tigo Selo untuk mengadakan rapat/musyawarah, serta untuk menyampaikan berita gembira.

6) Taman Istano Basa Pagaruyung

Taman Istano Basa Pagaruyung mewakili dan melambangkan semua potensi dan fasilitas daerah Minangkabau agar tampil lebih dikenal, lebih dihormati, lebih dikagumi, lebih cemerlang, lebih Berdaya guna dalam berbagai aspek kehidupan produktif, lebih, potensial, lebih berarti dan lebih bersebut memperindah Minangkabau dalam arti yang berbangsa dan bernegara, karena potensi dan fasilitas tersebut memperindah Minangkabau (Brosur Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar).

2. Struktur Organisasi Istano Basa Pagaruyung

Unit Pelaksana Teknis (UPT) Istano Basa Pagaruyung dibawah langsung oleh DinasPariwisata Kabupaten Tanah Datar. Berikut adalah stuktur organisasi beserta tugas dan wewenang Istano Basa Pagaruyung:



Gambar 4. 1

Bagan Organisasi Istano Basa Pagaruyung

- a. Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) sebagai pemimpin yang bertugas untuk mengelola dan menjalankan organisasi.

- b. Sekretaris memiliki tugas untuk membantu kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) dalam menjalankan tugasnya.
- c. Staff Administrasi bertugas untuk mengelola laporan, dokumen dan tugas personil yang diperlukan untuk memastikan bahwa kegiatan di Istando Basa Pagaruyung berjalan dengan lancar.
- d. Staff *Information Technology* (IT) memiliki tugas yang berkaitan dengan teknologi dan informatika seperti membantu melakukan instalasi, pengujian dan pemeliharaan berbagai sistem komputer dan memberikan dukungan teknis terhadap masalah yang berkaitan dengan *Information Technology* (IT), Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT), Sekretaris Unit Pelaksana Teknis (UPT), Staff Administrasi, Staff *Information Technology* (IT), Staff Ticketing, Staff Kebersihan, Guide dan Satpam.
- e. Staff Ticketing memiliki tugas untuk menyambut wisatawan untuk pertama kali dan melayani wisatawan dalam pembelian tiket.
- f. Staff Kebersihan bertanggung jawab dengan kebersihan tempat wisata secara keseluruhan.
- g. Guide bertugas sebagai pemandu wisata.
- h. Satpam bertugas untuk menjaga keamanan dan ketertiban tempat wisata.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merujuk pada ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki oleh responden yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2019:131). Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 97 orang dengan karakteristik yaitu dari wisatawan objek wisata Istando Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar, berusia muda dan dewasa dari usia 17 tahun hingga 60 tahun.

- a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki – Laki	34	35%
2.	Perempuan	63	65%
Total		97	100

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 63 orang atau sebesar 65%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 34 orang atau 35%. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi perempuan dalam penelitian ini lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti ketertarikan atau keterlibatan perempuan yang lebih besar terhadap topik penelitian, ketersediaan waktu, atau motivasi personal dalam memberikan tanggapan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	17-19 Tahun	5	5,2%
2.	20-29 Tahun	62	63,9%
3.	30-39 Tahun	15	15,5%
4.	40-49 Tahun	9	9,3%
5.	50-60 Tahun	6	6,1%
Total		97	100

Berdasarkan data pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan rentang usia 20–29 tahun merupakan kelompok yang paling dominan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 62 orang atau 63,9% dari total 97 responden. Jumlah ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan usia muda yang umumnya berada pada fase aktif dalam pendidikan tinggi, awal karier, atau kegiatan sosial.

Kelompok umur 17–19 tahun berada di posisi paling sedikit, yaitu hanya sebanyak 5 orang (5,2%), yang kemungkinan besar masih berada pada jenjang pendidikan menengah atau awal pendidikan tinggi. Sementara itu, kelompok usia 30–39 tahun menyumbang 15,5%, usia

40–49 tahun sebesar 9,3%, dan kelompok usia 50–60 tahun berjumlah 6,1% dari total responden.

Dominasi kelompok umur 20–29 tahun ini mengindikasikan bahwa populasi muda lebih tertarik atau lebih mudah dijangkau dalam pelaksanaan penelitian ini. Hal ini bisa disebabkan oleh tingkat aksesibilitas yang tinggi terhadap teknologi (misalnya penyebaran kusioner secara daring), atau karena topik penelitian lebih relevan bagi kelompok usia tersebut. Oleh karena itu, dalam menafsirkan hasil penelitian, perlu dipertimbangkan bahwa sebagian besar persepsi dan tanggapan berasal dari kalangan muda.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	BUMN	0	0
2.	Pelajar/Mahasiswa	58	59,8%
3.	Ibu Rumah Tangga	10	10,3%
4.	PNS	17	17,5%
5.	Wiraswasta/Wirusaha	7	7,2%
6.	Lainnya	5	5,2%
Total		97	100

Berdasarkan data pada tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari kelompok pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 58 orang atau 59,8% dari total 97 responden. Hal ini menunjukkan bahwa kalangan muda yang sedang menempuh pendidikan merupakan kelompok yang paling aktif atau paling mudah dijangkau dalam penelitian ini.

Kelompok pekerjaan dengan jumlah responden terbanyak kedua adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS), yaitu sebanyak 17 orang atau 17,5%. Disusul oleh kelompok Ibu Rumah Tangga dengan 10 responden (10,3%), Wiraswasta/Wirusaha sebanyak 7 orang (7,2%), dan kategori Lainnya sebanyak 5 orang (5,2%). Sementara itu, tidak terdapat responden yang berasal dari kalangan pegawai BUMN.

Tingginya partisipasi dari kalangan pelajar/mahasiswa kemungkinan besar dipengaruhi oleh kemudahan akses terhadap media survei (misalnya secara online), serta relevansi topik penelitian dengan kehidupan atau minat mereka. Sedangkan partisipasi Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang juga cukup signifikan menunjukkan adanya ketertarikan dari kalangan profesional dalam pemerintahan terhadap isu yang diteliti.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

No.	Jumlah Kunjungan	Jumlah	Persentase (%)
1.	2 Kali	33	34,0%
2.	3 – 4 Kali	48	49,5%
3.	> 5 Kali	16	16,5%
Total		97	100

Berdasarkan data pada tabel 4.4 di atas, responden yang paling banyak berasal dari kelompok yang melakukan kunjungan sebanyak 3–4 kali, yaitu sebanyak 48 orang atau 49,5% dari total 97 responden. Hal ini menunjukkan bahwa hampir separuh responden sudah memiliki pengalaman yang cukup terhadap objek wisata yang diteliti, yaitu Istando Basa Pagaruyung. Frekuensi kunjungan ini mencerminkan adanya ketertarikan lanjutan dan kemungkinan telah merasakan manfaat dari aspek daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas.

Kelompok responden dengan kunjungan sebanyak 1–2 kali menempati urutan kedua, yaitu sebanyak 33 orang atau 34,0%. Kelompok ini kemungkinan baru mulai mengenal objek wisata dan bisa memberikan masukan dari sudut pandang pengalaman awal. Sementara itu, responden yang sudah melakukan kunjungan lebih dari 5 kali hanya berjumlah 16 orang atau 16,5%, yang dapat dikategorikan sebagai pengunjung loyal. Meski jumlahnya lebih sedikit, kelompok ini penting karena dapat memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang berhasil membuat mereka terus kembali, seperti kenyamanan, aksesibilitas, atau daya tarik khusus dari objek wisata.

2. Analisis Hasil Deskriptif

Nilai standar yang digunakan dalam menentukan persebaran data pada suatu sampel dan melihat seberapa dekat data-data tersebut dengan nilai mean. Semakin besar nilai standard deviation maka semakin tidak akurat dengan mean, sebaliknya semakin kecil nilai standard deviation maka semakin akurat dengan mean. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya Tarik Wisata	97	17.00	35.00	25.0000	3.60555
Fasilitas	97	34.00	64.00	47.8351	6.06163
Aksesibilitas	97	28.00	52.00	40.3814	4.83357
Minat Berkunjung Ulang	97	16.00	38.00	29.0928	4.12079
Valid N (listwise)	97				

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan analisis statistik deskriptif variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Daya Tarik Wisata (X1)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum variabel daya tarik wisata pada objek wisata Istando Basa Pagaruyung sebesar 17,00 sedangkan nilai maksimum daya tarik wisata pada objek wisata Istando Basa Pagaruyung sebesar 35,00 dengan nilai rata-rata daya tarik wisata pada objek wisata Istando Basa Pagaruyung sebesar 25,00 dengan standar deviasi sebesar 3,60. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karenan nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

b. Fasilitas (X2)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum variabel fasilitas pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 34,00 sedangkan nilai maksimum fasilitas pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 64,00 dengan nilai rata-rata fasilitas pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 47,83 dengan standar deviasi sebesar 6,06. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karenan nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

c. Aksesibilitas (X3)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum variabel aksesibilitas pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 28,00 sedangkan nilai maksimum aksesibilitas pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 52,00 dengan nilai rata-rata aksesibilitas pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 40,38 dengan standar deviasi sebesar 4,83. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karenan nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

d. Minat Berkunjung Ulang (Y)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum variabel minat berkunjung ulang pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 16,00 sedangkan nilai maksimum minat berkunjung ulang pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 38,00 dengan nilai rata-rata minat berkunjung ulang pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung sebesar 29,09 dengan standar deviasi sebesar 4,12. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karenan nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

3. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan dalam

kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur untuk kuesioner tersebut. Dalam 30 uji validitas, setiap pertanyaan atau pernyataan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing pertanyaan/pernyataan dengan total/jumlah keseluruhan tanggapan pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam setiap variabel.

Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Nilai r hitung ini nantinya yang akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pernyataan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan r hitung terhadap nilai r tabelnya. Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata (X1)

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.850	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.830	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.876	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.722	0.361	Valid
Pernyataan 5	0.912	0.361	Valid
Pernyataan 6	0.844	0.361	Valid
Pernyataan 7	0.825	0.361	Valid

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel daya tarik wisata memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel daya tarik wisata adalah valid, sehingga instrumen kuesioner ini layak digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
----------	----------	---------	------------

Pernyataan 1	0.869	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.800	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.883	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.733	0.361	Valid
Pernyataan 5	0.874	0.361	Valid
Pernyataan 6	0.673	0.361	Valid
Pernyataan 7	0.855	0.361	Valid
Pernyataan 8	0.909	0.361	Valid
Pernyataan 9	0.728	0.361	Valid
Pernyataan 10	0.817	0.361	Valid
Pernyataan 11	0.898	0.361	Valid
Pernyataan 12	0.869	0.361	Valid
Pernyataan 13	0.804	0.361	Valid

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel fasilitas memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel fasilitas adalah valid, sehingga instrumen kuesioner ini layak digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas (X3)

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.902	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.735	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.869	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.860	0.361	Valid
Pernyataan 5	0.838	0.361	Valid
Pernyataan 6	0.831	0.361	Valid
Pernyataan 7	0.877	0.361	Valid
Pernyataan 8	0.700	0.361	Valid
Pernyataan 9	0.790	0.361	Valid

Pernyataan 10	0.832	0.361	Valid
Pernyataan 11	0.450	0,361	Valid

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel aksesibilitas memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel aksesibilitas adalah valid, sehingga instrumen kuesioner ini layak digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

Tabel 4. 9
Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung Ulang (Y)

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.916	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.754	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.885	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.824	0.361	Valid
Pernyataan 5	0.801	0.361	Valid
Pernyataan 6	0.872	0.361	Valid
Pernyataan 7	0.892	0.361	Valid
Pernyataan 8	0.748	0.361	Valid

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel minat berkunjung ulang memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel minat berkunjung ulang adalah valid, sehingga instrumen kuesioner ini layak digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2021, p.48) mengutarakan bahwa sebuah penelitian dianggap reliable apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60 sedangkan jika nilai Cronbach's Alpha $<$ 0,60 penelitian dianggap tidak reliable.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas Daya Tarik Wisata (X1), Fasilitas (X2),
Aksesibilitas (X3) dan Minat Berkunjung Ulang (Y)

Variabel	Nilai Cronbach'S Alph	Nilai Batas	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0.952	0.60	Reliabel
Fasilitas	0.967	0.60	Reliabel
Aksesibilitas	0.954	0.60	Re liabel
Minat Berkunjung Ulang	0.957	0.60	Reliabel

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel, yaitu daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas dan minat berkunjung ulang seluruhnya memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Nilai ini mengacu pada kriteria umum dalam pengujian reliabilitas, di mana instrumen dikatakan memiliki tingkat keandalan yang cukup apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi angka 0,60.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner pada masing-masing variabel tersebut memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan pada variabel-variabel tersebut adalah reliabel, dan layak untuk digunakan dalam proses pengumpulan data pada penelitian selanjutnya.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang baik apabila nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan normal sedangkan jika nilai signifikan $< \alpha = 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas sampel menggunakan *one*

sample kolmogrov-smirnov. Uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0000000
	Std. Deviation	1.80775499
	Absolute	.042
Most Extreme Differences	Positive	.038
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.412
Asymp. Sig. (2-tailed)		.996

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi distribusi normal. Hal ini terlihat dari nilai probabilitas (signifikansi) sebesar 0,996 yang lebih besar dari tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 atau 5%.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal. Kesesuaian distribusi normal ini penting untuk dipenuhi karena merupakan salah satu syarat utama dalam berbagai analisis statistik parametrik yang digunakan pada tahap pengujian selanjutnya. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka model yang digunakan dalam penelitian ini dianggap layak dan sah untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021:157) Multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi penelitian. Jika tidak, maka model regresi dianggap baik.

Untuk menguji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai berikut:

- 1) Jika tolerance > 0.10 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika tolerance < 0.10 dan VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.004	1.678		-.598	.551		
1 Daya Tarik Wisata	.693	.078	.606	8.847	.000	.441	2.268
Fasilitas	.084	.044	.123	1.925	.057	.503	1.987
Aksesibilitas	.217	.062	.255	3.485	.001	.388	2.580

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 4.12 di atas, diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel daya tarik wisata sebesar 2.268, fasilitas sebesar 1.987, dan aksesibilitas sebesar 2.580. Seluruh nilai VIF tersebut berada di bawah angka 10, yang menunjukkan tidak adanya indikasi multikolinearitas. Selain itu, nilai tolerance masing-masing variabel juga berada di atas 0.10, yaitu daya tarik wisata sebesar 0.441, fasilitas sebesar 0.503, dan aksesibilitas sebesar 0.388. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi ini..

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksetaraan dalam variasi residual antara dua observasi dalam model regresi. Metode pengujian heteroskedastisitas yang dapat digunakan adalah uji Glejser. Penentuan keputusan dengan uji Glejser didasarkan pada:

(Constant)	-1.004	1.678						
1								
Daya Tarik Wisata	.693	.078	.606	8.847	.000	.441	2.268	
Fasilitas	.084	.044	.123	1.925	.057	.503	1.987	
Aksesibilitas	.217	.062	.255	3.485	.001	.388	2.580	

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$= - 1.004 + 0.693 + 0.084 + 0.217$$

Hasil dari analisis regresi pada tabel 4.13 di atas, dapat dijelaskan bahwa :

- Berdasarkan tabel Coefficients di atas, diperoleh nilai konstanta (*intercept*) sebesar -1,004. Nilai ini menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen, yaitu Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas, dianggap bernilai 0, maka nilai variabel dependen, yaitu minat berkunjung ulang diperkirakan sebesar -1,004.
- Nilai koefisien dari variabel daya tarik wisata sebesar 0.693 dan bertanda positif yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan daya tarik wisata sebesar 1% akan meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan sebesar 0.693 atau 69,3% dengan variabel lain dianggap tetap. Koefisien positif ini mencerminkan bahwa semakin kuat daya tarik wisata yang dirasakan oleh wisatawan, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk kembali berkunjung di masa mendatang.
- Nilai koefisien regresi variabel fasilitas sebesar 0,084 dengan tanda positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas di Istano Basa Pagaruyung sebesar 1% akan meningkatkan berkunjung ulang sebesar 8,4% yang memiliki arah hubungan positif terhadap minat berkunjung ulang wisatawan. Artinya, meskipun fasilitas yang ada lengkap dan tertata rapi, keberadaannya belum menjadi faktor penentu yang mendorong wisatawan untuk kembali mengunjungi objek wisata Istano Basa Pagaruyung.
- Nilai koefisien dari variabel aksesibilitas sebesar 0.217 dan bertanda positif yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan aksesibilitas

sebesar 1% akan meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan sebesar 0.217 atau 21,7%. Koefisien positif ini mencerminkan bahwa semakin bagus aksesibilitas menuju objek wisata Istano Basa Pagaruyung, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk kembali berkunjung di masa mendatang.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji parsial (Uji Statistik-t) bertujuan untuk menguji masing-masing variabel independen yaitu variabel daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas secara parsial apakah berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung ulang. Untuk mencari pada Uji Statistik t nilai signifikan $< \alpha = 0.05$ atau nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Parsial (Uji Statistik-t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.004	1.678		-.598	.551		
1 Daya Tarik Wisata	.693	.078	.606	8.847	.000	.441	2.268
Fasilitas	.084	.044	.123	1.925	.057	.503	1.987
Aksesibilitas	.217	.062	.255	3.485	.001	.388	2.580

a. Dependent Variable: Niat Berkunjung Ulang

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan Uji Parsial (t) pada tabel 4.14 di atas, maka hasilnya diuraikan sebagai berikut :

1) Pengaruh variabel daya tarik wisata (X1) terhadap minat berkunjung ulang (Y)

Pengujian pertama memiliki nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ atau nilai $t\text{-hitung}$ sebesar $8.847 > t\text{-tabel}$ sebesar 1.661. Dengan demikian hipotesis H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima, yang artinya variabel daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung

ulang pada objek wisata Istando Basa Pagaruyung. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus daya tarik wisata Istando Basa Pagaruyung maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke objek wisata tersebut.

2) Pengaruh variabel fasilitas (X₂) terhadap minat berkunjung ulang (Y)

Pengujian ke-dua menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0.057 yang lebih besar dari 0.05, serta nilai t-hitung sebesar 1.925 yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1.661. Dengan demikian, hipotesis nol H₀2 diterima, dan hipotesis alternatif H_a2 ditolak. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka secara statistik variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istando Basa Pagaruyung. Artinya, fasilitas yang tersedia meskipun lengkap dan bersih, belum mampu menjadi faktor pendorong utama bagi wisatawan untuk kembali berkunjung.

3) Pengaruh variabel aksesibilitas (X₃) terhadap minat berkunjung ulang (Y)

Pengujian ke-tiga menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas memiliki nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.05$ atau nilai t-hitung sebesar $3.485 > t\text{-tabel}$ sebesar 1.661. Dengan demikian hipotesis H₀3 ditolak dan H_a3 diterima, yang artinya variabel aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Istando Basa Pagaruyung. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa semakin lancar aksesibilitas menuju Istando Basa Pagaruyung maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke objek wisata tersebut.

b. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Dengan uji F, kita menguji apakah secara kolektif variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Dalam rumus uji F digunakan taraf signifikan 5%. Dengan ketentuan:

- 1) H1 diterima: jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
- 2) H1 ditolak: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Tabel 4. 15
Hasil Uji Simultan (Uji Statistik-F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1316.439	3	438.813	130.080	.000 ^b
Residual	313.726	93	3.373		
Total	1630.165	96			

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan hasil uji simultan (uji statistik F) pada tabel 4.15 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas adalah sebesar 0.000, yang berarti lebih kecil dari nilai alpha (0.05). Selain itu, nilai F-hitung sebesar 130.080 lebih besar dibandingkan F-tabel sebesar 2.70. Dengan demikian, hipotesis H_{04} ditolak dan hipotesis H_{a4} diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung ulang ke objek wisata Istando Basa Pagaruyung.

Kesimpulannya, hasil uji F ini membuktikan bahwa variabel daya tarik wisata yang bagus, fasilitas yang lengkap, dan aksesibilitas yang mudah dilalui bisa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan ke objek wisata Istando Basa Pagaruyung.

c. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Pengujian koefisien determinasi atau Adjusted R^2 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas dalam menjelaskan minat berkunjung ulang wisatawan ke objek wisata Istando Basa Pagaruyung.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.899 ^a	.808	.801	1.83668	1.471

a. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Fasilitas, Daya Tarik Wisata

b. Dependent Variable: Niat Berkunjung Ulang

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 22, 2025

Berdasarkan hasil ujian koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.16 di atas, dapat diperoleh nilai R-Square sebesar 0.808 atau 80.8% variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini, yaitu daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas, mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen, yaitu minat berkunjung ulang, sebesar 80,8%. Dengan kata lain, sebagian besar variasi minat berkunjung ulang wisatawan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut.

Sementara itu, sisanya sebesar 19,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai R^2 yang tinggi ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki tingkat kelayakan yang baik, karena sebagian besar perubahan pada minat berkunjung ulang dapat dijelaskan oleh variabel yang diuji.

C. Pembahasan

Hasil penelitian ini merupakan pengujian dari “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar”. Setelah dilakukan pengujian dengan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, hipotesis dan uji koefisien determinasi maka akan ditelaah lebih lanjut mengenai pengaruh masing-masing variabel.

1. Pengaruh daya tarik wisata (X1) terhadap minat berkunjung ulang (Y) ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung

Berdasarkan analisis statistik secara parsial, variabel Daya Tarik Wisata (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar $8.847 > t\text{-tabel } 1.661$ dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung. Hal tersebut berarti bahwa semakin bagus daya tarik wisata Istano Basa Pagaruyung maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke objek wisata tersebut. Temuan ini diperkuat dengan data lapangan, di mana sebanyak 48 orang atau 49,5% dari total 97 responden telah mengunjungi Istano Basa Pagaruyung sebanyak 3–4 kali. Persentase ini menunjukkan bahwa hampir separuh dari responden memiliki pengalaman berulang, yang mengindikasikan ketertarikan kuat terhadap destinasi tersebut.

Faktor utama yang mendorong kunjungan ulang ini adalah kekuatan daya tarik wisata yang dimiliki oleh Istano Basa Pagaruyung. Dari segi alam, kawasan ini menawarkan keindahan lingkungan yang masih asri dan atmosfer yang tenang, menciptakan suasana yang nyaman bagi wisatawan. Selain itu, daya tarik budaya menjadi poin penting, terutama melalui bangunan utama yakni Istano Basa yang memiliki arsitektur megah dan khas Minangkabau. Bentuk bangunan yang unik, nilai sejarah yang terkandung di dalamnya, serta kekayaan budaya lokal yang ditampilkan memberikan pengalaman wisata yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memperkaya wawasan dan emosi pengunjung. Hal ini menciptakan kesan mendalam yang memotivasi wisatawan untuk kembali di kemudian hari.

Hasil ini sejalan dengan konsep minat berkunjung ulang yang dikemukakan oleh Cronin dan Taylor dalam buku Halil Ibrahim Karakan & Kemal Birdir (2023), yang menyatakan bahwa minat untuk kembali muncul ketika wisatawan merasa puas dan tertarik pada pengalaman yang diberikan. Dalam konteks ini, daya tarik wisata menjadi salah satu faktor utama yang membentuk persepsi positif wisatawan terhadap suatu

destinasi. Keindahan visual, nilai sejarah, dan kekayaan budaya yang disajikan oleh Istano Basa Pagaruyung menciptakan pengalaman yang memorable, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya loyalitas pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas daya tarik wisata memiliki kontribusi yang besar dalam membangun retensi pengunjung di sektor pariwisata.

Temuan penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Abdullah et al., 2024) dengan judul penelitian “Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara” yang menemukan hasil bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara, yang memperkuat temuan bahwa daya tarik yang kuat mendorong loyalitas pengunjung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak hanya berfungsi sebagai pemicu kunjungan awal, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas jangka panjang wisatawan. Dalam konteks destinasi wisata bahari seperti Pantai Ngurbloat, daya tarik yang dimaksud mencakup keindahan pantai yang eksotis, pasir putih yang bersih, kejernihan air laut, serta ragam aktivitas wisata yang ditawarkan. Hal ini memperkuat kesimpulan bahwa daya tarik wisata tidak hanya penting sebagai pemicu kunjungan pertama, tetapi juga sebagai faktor penentu dalam membangun hubungan jangka panjang dengan wisatawan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berkunjung ulang ke Istano Basa Pagaruyung. Kombinasi antara keindahan alam, kekayaan budaya, dan kualitas pengalaman yang ditawarkan membentuk kesan positif dan rasa puas bagi wisatawan. Hal ini tidak hanya mendorong wisatawan untuk kembali, tetapi juga memperkuat posisi Istano Basa Pagaruyung sebagai destinasi wisata budaya unggulan di Sumatera Barat. Oleh karena itu, upaya untuk menjaga dan meningkatkan kualitas daya

tarik wisata perlu terus dilakukan agar mampu mempertahankan loyalitas pengunjung serta mendukung keberlanjutan sektor pariwisata daerah.

2. Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap minat berkunjung ulang (Y) ke objek wisata Istana Basa Pagaruyung

Berdasarkan analisis statistik secara parsial, variabel Fasilitas (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar $1.925 > t\text{-tabel } 1.661$ dengan nilai signifikan sebesar $0.057 > 0.05$ yang artinya H_02 diterima dan H_a2 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istana Basa Pagaruyung. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun fasilitas di destinasi ini sudah lengkap, tertata rapi, dan memenuhi standar kenyamanan wisatawan, keberadaan fasilitas tersebut tidak menjadi faktor utama yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung.

Hasil ini juga diperkuat oleh pengamatan langsung dan data lapangan, yang menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang datang ke Istana Basa Pagaruyung lebih tertarik pada aspek daya tarik utama destinasi, seperti keunikan arsitektur bangunan istana, nilai historis, dan kekayaan budaya Minangkabau yang ditampilkan. Fasilitas penunjang seperti tempat parkir, toilet umum, tempat ibadah, kantin, serta area istirahat memang tersedia dan cukup layak, namun bagi sebagian besar pengunjung, fasilitas-fasilitas tersebut hanya berfungsi sebagai pendukung kenyamanan, bukan sebagai penentu keputusan untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kualitas pengalaman wisata lebih dipengaruhi oleh konten utama dari destinasi, bukan oleh fasilitas fisik yang tersedia.

Selain itu, dalam wawancara dan observasi terhadap sejumlah responden, beberapa pengunjung menyatakan bahwa mereka akan tetap kembali meskipun fasilitas tidak mengalami peningkatan signifikan, selama objek utama seperti bangunan Istana tetap terjaga keaslian dan keindahannya. Mereka datang karena ingin kembali merasakan nuansa budaya dan sejarah yang kental, bukan semata-mata karena kenyamanan

fasilitas. Hal ini memperkuat kesimpulan bahwa motivasi untuk berkunjung ulang ke destinasi budaya seperti Istano Basa Pagaruyung lebih banyak didorong oleh faktor emosional dan pengalaman kultural, dibandingkan dengan faktor fisik seperti fasilitas umum.

Jika dikaitkan dengan teori minat berkunjung ulang dari Cronin dan Taylor, fasilitas yang disediakan merupakan bagian dari kualitas pelayanan yang dapat mendukung kepuasan wisatawan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada belum menjadi faktor yang menonjol dalam memengaruhi minat kunjungan ulang. Hal ini kemungkinan disebabkan karena pengunjung ke destinasi budaya seperti Istano Basa Pagaruyung lebih mengutamakan pengalaman budaya dan sejarah, dibandingkan fasilitas pendukung yang sifatnya sekunder. Dengan demikian, teori Cronin dan Taylor tetap relevan, namun pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung ulang bersifat tidak langsung, biasanya melalui kepuasan wisatawan yang diperoleh dari keseluruhan pengalaman berwisata.

Temuan penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hakim dan Lestari (2021). Dalam penelitian yang berfokus pada objek wisata berbasis budaya di Keraton Yogyakarta tersebut, ditemukan bahwa ketersediaan fasilitas bukan merupakan faktor utama yang mendorong minat kunjung ulang wisatawan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik wisatawan yang berkunjung ke destinasi budaya, di mana motivasi utama mereka lebih terpusat pada pengalaman edukatif, nilai sejarah, dan kekayaan budaya yang ditawarkan destinasi tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun fasilitas merupakan elemen penting dalam menunjang kenyamanan selama kunjungan, namun dalam konteks destinasi budaya seperti Istano Basa Pagaruyung, fasilitas tidak berperan besar dalam membentuk loyalitas atau minat berkunjung ulang wisatawan.

3. Pengaruh Aksesibilitas (X3) terhadap minat berkunjung ulang (Y) ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung

Berdasarkan analisis statistik secara parsial, variabel Aksesibilitas (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar $3.485 > t\text{-tabel } 1.661$ dengan nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kelancaran aksesibilitas menuju Istano Basa Pagaruyung berperan penting dalam meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan. Aksesibilitas yang baik tercermin dari ketersediaan sarana transportasi yang memadai, petunjuk arah yang jelas, serta kondisi jalan yang layak, sehingga mempermudah wisatawan untuk mencapai lokasi wisata. Semakin mudah proses perjalanan menuju destinasi, maka semakin besar kemungkinan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang.

Hasil pengamatan langsung dan wawancara dengan beberapa wisatawan menunjukkan bahwa akses jalan menuju Istano Basa Pagaruyung saat ini cukup memadai. Jalan utama menuju lokasi dalam kondisi baik, terdapat petunjuk arah yang jelas dari berbagai titik strategis, dan transportasi umum atau layanan transportasi daring juga tersedia. Hal ini tentu mempermudah wisatawan dalam menjangkau lokasi, baik bagi yang berasal dari daerah sekitar maupun dari luar provinsi. Namun demikian, kendala masih ditemukan pada aksesibilitas informasi digital, terutama karena website resmi Istano Basa Pagaruyung saat ini tidak aktif. Dalam era digital seperti sekarang, website resmi menjadi salah satu sumber informasi utama bagi calon wisatawan untuk mencari tahu terkait harga tiket, jam operasional, kegiatan budaya yang sedang berlangsung, fasilitas yang tersedia, hingga rute perjalanan.

Dalam perspektif teori Cronin dan Taylor dalam buku Halil Ibrahim Karakan & Kemal Birdir (2023) aksesibilitas termasuk ke dalam elemen *service quality* yang mendukung pembentukan persepsi positif

wisatawan. Kemudahan akses memberikan rasa nyaman dan mengurangi hambatan psikologis untuk melakukan perjalanan ulang. Dalam konteks penelitian ini, hasil yang signifikan menunjukkan bahwa aksesibilitas menjadi salah satu bentuk layanan yang meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya memperkuat minat berkunjung ulang. Hal ini sejalan dengan teori yang menekankan bahwa persepsi positif terhadap kualitas layanan destinasi akan mendorong perilaku loyal, termasuk kunjungan kembali.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan (Kumala et al., n.d. 2023) dengan judul “Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Masyarakat Madiun yang Pernah Berkunjung ke Tempat Wisata Telaga Ngebel)” di mana aksesibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan ulang karena pengunjung menganggap jalan yang dilalui menuju lokasi mudah untuk ditempuh dan mudah ditemukan oleh wisatawan, sehingga akan meningkatkan kepuasan pengunjung serta mendorong timbulnya niat untuk melakukan kunjungan ulang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas memiliki peran penting dalam mendorong minat berkunjung ulang ke Istano Basa Pagaruyung, baik dari sisi fisik maupun informasi. Jalan yang baik dan transportasi yang memadai memang mempermudah wisatawan dalam menjangkau lokasi, namun akses terhadap informasi resmi yang mudah diakses dan terpercaya juga sangat menentukan pengalaman awal wisatawan, yang akan memengaruhi keputusan mereka untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, penguatan aksesibilitas tidak hanya perlu difokuskan pada infrastruktur, tetapi juga pada optimalisasikan informasi digital yang mendukung promosi dan pelayanan wisata secara menyeluruh.

4. Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1), Fasilitas (X2) dan Aksesibilitas (X3) terhadap minat berkunjung ulang (Y) ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung

Berdasarkan hasil uji F (uji simultan) diperoleh nilai F hitung sebesar 130.080 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang menunjukkan bahwasanya variabel daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki peran penting dalam membentuk keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wulandari (2020), dan menemukan bahwa daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang di Pantai Losari Makassar, yang menunjukkan bahwa kombinasi ketiga faktor tersebut merupakan determinan penting loyalitas wisatawan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Kabupaten Tanah Datar", maka dapat disimpulkan melalui serangkaian analisis statistik, baik secara parsial maupun simultan, ditemukan bahwa daya tarik wisata dan aksesibilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung ulang, sementara fasilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini dibuktikan dengan hasil sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa semakin bagus daya tarik wisata Istano Basa Pagaruyung maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke objek wisata tersebut. Dengan demikian hipotesis H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung dengan nilai signifikan $0.057 < 0.05$ yang berarti bahwa fasilitas yang tersedia, meskipun lengkap dan bersih, belum mampu menjadi faktor pendorong utama bagi wisatawan untuk kembali berkunjung ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung. Dengan demikian, hipotesis nol (H_{02}) diterima, dan hipotesis alternatif (H_{a2}) ditolak.
3. Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung dengan nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.05$ atau nilai t-hitung sebesar $3.485 > t\text{-tabel}$ sebesar 1.661. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa semakin lancar aksesibilitas menuju Istano Basa Pagaruyung maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke objek wisata tersebut. Dengan demikian hipotesis H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

4. Daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh pada minat berkunjung ulang ke objek wisata Istana Basa Pagaruyung, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas adalah sebesar 0.000, yang berarti lebih kecil dari nilai alpha (0.05).

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyusun beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait. Saran-saran ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengelolaan, pengembangan, serta pengambilan keputusan dan kebijakan di masa yang akan datang, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan minat berkunjung ulang wisatawan di Objek Wisata Istana Basa Pagaruyung, diantaranya yaitu:

1. Saran untuk Pengelola Istana Basa Pagaruyung
 - a. Pengelola disarankan untuk terus menjaga keaslian bentuk dan ornamen bangunan istano, serta mengembangkan kegiatan wisata berbasis budaya, seperti pertunjukan seni tradisional, edukasi sejarah Minangkabau, dan pameran budaya lokal untuk memperkaya pengalaman wisatawan.
 - b. Pengelola perlu memastikan fasilitas dasar seperti toilet, area parkir, mushola, dan kantin tetap terawat dan bersih, meskipun tidak menjadi prioritas dalam strategi promosi.
 - c. Pengelola perlu mengaktifkan kembali website resmi dan mengisinya dengan informasi yang lengkap dan terkini, seperti harga tiket masuk, jam operasional, agenda budaya, galeri foto, testimoni pengunjung, dan peta lokasi. Integrasi dengan media sosial juga penting untuk memperluas jangkauan promosi dan memberikan respons cepat kepada calon wisatawan.

2. Saran untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar

Aksesibilitas fisik menuju Istana Basa Pagaruyung saat ini cukup baik, namun berdasarkan observasi dan wawancara, terdapat beberapa jalur alternatif dan jalan penghubung antar objek wisata di sekitar istano yang perlu ada perbaikan. Oleh karena itu, Dinas Pariwisata dan pihak terkait diharapkan untuk melakukan perbaikan dan pelebaran jalan, terutama pada ruas-ruas yang mengalami kerusakan atau sempit. Hal ini akan meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan ketika melakukan kunjungan ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., Teniwut, R. M. K., & Susanty, I. I. D. A. R. (2024). Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 7(1), 1–11.
- Anggraita, L. (2023). Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (Bismak)*, 3(2), 93–103.
- Anwar, K. (2009). Potensi Wisata Budaya Situs Sejarah Peninggalan Kerajaan Majapahit Di Trowulan Mojokerto. *Library.Uns.Ac.Id*, 1-117.
- Azizah, R. Idan AS. Fathor. 2023. Peran Pemasaran Digital, Fasilitas, Kepuasan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar (Brosur). Komplek Benteng Van der Capellen Batusangkar.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Faradila, N. E. (2024). *Pengaruh Promosi, Fasilitas, Aksesibilitas, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Objek Wisata Banyuurip Mangrove Center Gresik)*. 13(2), 1–23.
- Fatmawati, I., & Olga, F. (2023). Investigating The Determining Factors Of Tourist Revisit Intention In A Natural-Based Tourism Destination. *E3s Web Of Conferences*, 444, 1–18.
- Gai, A. M., Mahmudin, T., Violin, V., Utama, A. N. B., & Apramilda, R. (2024). *Analysis of the effect of cultural tourism development, accessibility and economic policy on tourism competitiveness in Indonesia*. International Journal of Engineering, Science and Information Technology.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate (10th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim & Lestari (2021). Pengaruh Atraksi, Harga Tiket dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang pada Objek Wisata Berbasis Budaya di Keraton Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*.
- Ismayanti. (2020). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Univeritas Sahid.
- Kadir, S. (2020). *Ekonomi Pariwisata (Pengantar Dan Prospek)*. Cv. Literasi Nusantara Abadi : Malang.

- Karakan, H. I., & Birdir, K. 2023. Revisit Intention: A Key Concept in Tourism.
- Kumala, D. N. T., Sidanti, H., & Setiawan, H. (N.D.). Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun Yang Pernah Berkunjung Ke Tempat Wisata Telaga Ngebel). *Simba, September 2023*.
- Laserna, M. G. H. (2021). *Service quality assessment of selected heritage sites in Cambodia, Indonesia, and Philippines by tourists towards the development of service delivery improvement plan*.
- Lestari, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study Kasus Pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*.
- Lestari, P. A. B. (2023). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Wisatawan Pantai Tuing (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Miranda, Awaliyah, F., Adinasa, M. N., & Febrianti, T. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawandi Agrowisata Eptilu. *Jsep: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 20(2)*, 173–186.
- Nabila, A.D., & Widiyastuti, D. (2017) Kajian Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Ponggok Di Kabupaten Klaten.
- Noho, Y. (2018). Pengemasan Warisan Budaya Tak Benda "paiya Lohungo Lopoli" Sebagai Atraksi Wisata Budaya Gorontalo . *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal Aksara Volume04, 179-192*.
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., & Renggo, Y. R. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. In *Sustainability (Switzerland)*. Media Sains Indonesia.
- Ria, B. S. N., Arsyelan, F., Lastariani, E., Wibowo, Y., (2022). *Model of cultural tourism at the Siak Sri Indrapura Palace tourism object, Riau*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*.
- Ria Murdani, & Lidya Martha. (2023). Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *Nawasena : Jurnal Ilmiah Pariwisata, 2(1)*, 64–81.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Cv Budi Utama.

- Rozalinda, R., Nurhasnah, N., & Ramadhan, S. (2019). Industri Wisata Halal Di Sumatera Barat: Potensi, Peluang Dan Tantangan. *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 45.
- Saddhono, K., Sukmono, I. K., Saputra, A., & Wardana, M. A. W. (2024). *The charm of Borobudur Temple architecture: Perspectives of foreign narrators in understanding Indonesian cultural heritage*. International Society for the Study of Vernacular Settlements.
- Selamet, Hartoyo, & Setiana, T. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Di Museum Semedo Tegal. *Manajerial Dan Bisnis Tanjung Pinang*, 7(1).
- Soekadijo (2003). Manajemen Pariwisata. Media Utama. Bandung.
- Sugianto, & Marpaung, H. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (Wom) , Daya Tarik Wisata , Dan Fasilitas Terhadap Minat Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Universitas Asahan*.
- Sugiyama et al. (2024). Tourist Satisfaction and Revisit Intention: The Role of Attraction, Accessibility, and Facilities of Water Park Tourism. *Jurnal Internasional*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (Ed.); 5th Ed.). Alfabeta.
- Suryani (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Parangtritis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Lokal*.
- Syafik. (2013). *Analisis Tentang Aksesibilitas Dan Kunjungan Wisatawan Di Obyek Wisata Bukit Surowiti Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik*. 205–212.
- Tjiptono. (2014). Pemasaran Jasa. Cetakan Pertama. Jakarta.
- Wirawan, P. E., & Semara, I. M. T. (2021). Modul Pengantar Pariwisata. In *Ipb Internasional Press*.
- Wulandari. (2020). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Pantai Losari Makassar. *Jurnal Manajemen Pariwisata*.
- Wulansani, N. L., Kusuma, H. E., & Riska, A. S. (2021). *Studi kategorisasi pengunjung kawasan bersejarah berdasarkan preferensi, persepsi, keinginan berkunjung kembali, kegiatan dan mitra*. Review of Urbanism and Architectural Studies.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2), 96–102.

Yoeti, A. (2002). Pengantar Ilmu Pariwisata. Jakarta

Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., & Kawan, Dan Kawan.
(2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widina Media Utama.