

Pengaruh atraksi, fasilitas dan aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung di kebun teh Nglinggo Samigaluh

Efi Primadani^{a,1}, Viona Amelia^{b,2}, Dwi Yoso Nugroho^{c,3}

^{a, b, c} Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Yogyakarta, Indonesia

¹ efiprimadan@gmail.com; ² viona.amelia@stipram.ac.id; ³ chefyoso@stipram.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 29 Januari 2024

Direvisi: 18 Maret 2024

Disetujui: 20 Mei 2024

Tersedia Daring: 1 Juni 2024

Kata Kunci:

Atraksi

Aksesibilitas

Fasilitas

Kebun Teh Nglinggo

ABSTRAK

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi dengan berbagai destinasi wisata, salah satunya adalah Kebun Teh Nglinggo Samigaluh yang merupakan kawasan agrowisata yang tidak hanya mengedepankan perkebunan teh, tetapi juga dilengkapi dengan edukasi, penelitian dan atraksi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atraksi, fasilitas dan aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan teknik analisis regresi linier berganda, uji T dan uji F untuk menjawab hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis yaitu adanya pengaruh secara parsial atraksi dan fasilitas terhadap loyalitas pengunjung, namun tidak terdapat pengaruh secara parsial aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung Kebun Teh Nglinggo. Secara simultan diketahui bahwa atraksi, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung Kebun Teh Nglinggo. Sedangkan untuk koefisien determinasi (R^2) sebesar 57,5% yang berarti bahwa variabel loyalitas pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel atraksi, fasilitas dan aksesibilitas.

ABSTRACT

Keywords:

Attraction

Accessibility

Facilities

Nglinggo Tea Garden

The Special Region of Yogyakarta is a province with various tourist destinations, one of which is Nglinggo Samigaluh Tea Garden which is an agro-tourism area that not only prioritises tea plantations, but is also equipped with education, research and tourist attractions. This study aims to determine the effect of attractions, facilities and accessibility on visitor loyalty at Nglinggo Tea Garden. The study used a quantitative approach with a sample size of 100 respondents and multiple linear regression analysis techniques, T test and F test to answer the hypothesis. The results showed that hypothesis testing is the partial influence of attractions and facilities on visitor loyalty, but there is no partial influence of accessibility on visitor loyalty to Nglinggo Tea Garden. Simultaneously it is known that attractions, facilities and accessibility have a significant effect on the loyalty of visitors to Nglinggo Tea Garden. As for the coefficient of determination (R^2) of 57.5% which means that the visitor loyalty variable can be explained by the variables of attractions, facilities and accessibility.

©2024, Efi Primadani, Viona Amelia, Dwi Yoso Nugroho
This is an open access article under CC BY-SA license

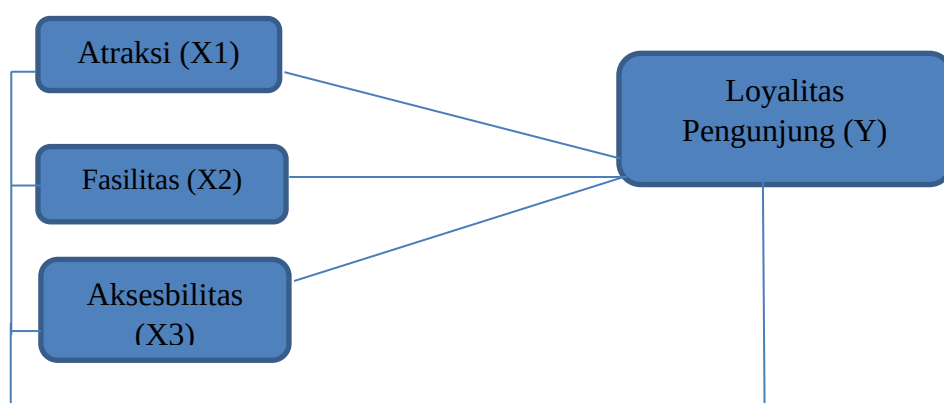


1. Pendahuluan

Perkembangan pariwisata Indonesia pasca pandemi telah banyak mengalami perubahan, salah satu trend yang muncul berfokus pada kegiatan pariwisata yang berkualitas dan memberikan pengalaman baru bagi wisatawan yang mengarah pada NEWA (Kemenparekraf, 2023). NEWA adalah abreviasi dari *nature*, *eco-tourism* dan *wellness tourism*, konsep ini merupakan konsep pariwisata pasca pandemi yang berfokus pada kelestarian alam dan lingkungan. Sejak ditetapkan status pasca pandemi, geliat pariwisata secara perlahan mulai bertumbuh, pencabutan kebijakan pembatasan sosial secara massif (PSBB) disambut baik oleh masyarakat yang sudah menantikan berwisata kembali (Radar, 2021). Adapun konsep NEWA ini juga bertujuan untuk mengendalikan jumlah dan perilaku wisatawan yang mengalami era *revenge tourism*. *Revenge tourism* adalah istilah yang muncul dikalangan media yang muncul pada tahun 2021 sebagai penggambaran situasi dunia yang dibuka kembali dan masyarakat diseluruh dunia secara bersamaan berkeinginan untuk kembali berwisata (Marcus, 2022). Dalam menanggapi situasi yang diperkirakan akan memperburuk kondisi destinasi pariwisata pasca pandemi, maka konsep pariwisata berkelanjutan berbasis NEWA digagas untuk meminimalisir kerusakan akibat aktifitas pariwisata yang berlebihan. Pada dasarnya pariwisata merupakan industri yang cepat bertumbuh namun ada sejumlah faktor penentu yang berperan sebagai stimulus untuk membantu sektor ini kembali diminati oleh wisatawan. Sarmigi dan Parasmala (2021) menyatakan bahwa salah satu alasan mengapa wisatawan memiliki motivasi untuk berkunjung ke suatu destinasi, adalah karena kawasan tersebut viral di media sosial selain itu pertimbangan atraksi yang ditawarkan beserta dengan amenitas/fasilitas dan aksesibilitasnya pun juga menjadi pertimbangan (Handayani, et al., 2019).

Daya tarik wisata menjadi faktor penting bagi wisatawan ketika memutuskan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Semakin menarik daya tarik wisata dengan berbagai keunikan dan keindahan objek wisata, maka jumlah pengunjung yang berkunjung akan semakin meningkat. Daya tarik wisata harus di rancang, dibangun dan di kelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan. Selain daya tarik wisata, perbaikan dan penilaian terhadap fasilitas dan aksesibilitas juga mempengaruhi kunjungan wisatawan (Rohayati & Karim, 2022). Kirom, et al., (2016) berpendapat bahwa faktor penting dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah adalah keberadaan daya tarik wisata yang memenuhi kriteria pengembangan daerah. Salah satu aspek yang harus dipertimbangkan adalah keunikan atraksi wisata yang dimiliki oleh kawasan tersebut dibandingkan dengan daerah lain. Dengan demikian, daerah tersebut harus memiliki daya tarik unik yang dapat memberikan kesan menyenangkan bagi para wisatawan. Hal ini mencakup pemandangan alam, kegiatan wisata, kesenian, serta berbagai atraksi wisata lainnya. Pengunjung yang tinggal lebih lama di suatu destinasi wisata memiliki kesempatan yang lebih besar untuk merasakan pengalaman yang lebih beragam. Hal ini disebabkan oleh kesadaran mereka dalam memanfaatkan fasilitas dan layanan yang tersedia di tempat tinggal mereka dan juga di sekitar wilayah tersebut (Parinusa et al., 2019). Dukungan fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan wisatawan juga dapat mempengaruhi minat dan kesetiaan wisatawan untuk berkunjung kembali (*loyal customers*). Kenihilan fasilitas atau kondisi fasilitas yang kurang memadai di kawasan wisata dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata tersebut atau beralih ke destinasi lain, oleh karena itu penting untuk memperhatikan penyediaan fasilitas di lokasi wisata (Yulianto & Wijayanti, 2020). Selain itu, aksesibilitas dan moda transportasi yang akan digunakan untuk mengunjungi tempat wisata serta lamanya waktu tiba ke tempat tujuan harus juga dipertimbangkan (Daulay, 2022).

Kebun Teh Nglinggo adalah kawasan perkebunan teh yang kemudian dikembangkan sebagai kawasan wisata untuk meningkatkan nilai ekonomi kawasan tersebut. Pola kehidupan masyarakat sehari-hari yang tetap yang tetap mempertahankan keasrian, kebersihan serta dan suasana tenang menjadi nilai jual tersendiri yang unik dan tidak mudah ditiru oleh kompetitor lain. Melalui implementasi *Community Based Tourism (CBT)* di kawasan kebun teh Nglinggo, masyarakat lokal juga telah mengambil peran sebagai pelaku wisata yang turut merasakan manfaat ekonomi dan sosial sebagai dampak positif bertumbuhnya sektor pariwisata, sambil tetap menjaga kelestarian lingkungan dan budaya di kawasan tersebut (Wati, 2020). Kebun Teh Nglinggo ini terletak di dusun Nglinggo kabupaten Kulonprogo Daerah Istimewa Yogyakarta. Kebun Teh Nglinggo menjadi objek daya tarik wisata yang cukup menarik untuk dikunjungi, namun atraksi yang belum dikembangkan secara optimal, fasilitas yang masih jauh dari kriteria memadai ditambah dengan akses jalan menuju objek termasuk dalam kategori kurang layak, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh atraksi, amenitas, dan aksesibilitas yang saat ini telah tersedia terhadap loyalitas pengunjung. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



1. **H₀** : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara atraksi fasilitas dan aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo Samigaluh
2. **H₁** : Atraksi berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo Samigaluh.
3. **H₂** : Fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo Samigaluh.
4. **H₃** : Aksesibilitas berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo Samigaluh.
5. **H₄** : Atraksi, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh secara bersamaan terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo Samigaluh.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa daftar pernyataan atau kuesioner tertutup dan menggunakan skala *Likert* 1-5 yakni sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS) (Ghozali, 2016: 47) untuk mengukur jawaban yang diperoleh dari responden. untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung kawasan wisata kebun teh Nglinggo pada bulan Desember 2023-Februari 2024, yakni 2980 wisatawan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni pengambilan sampel

yang dilakukan berdasarkan pertimbangan yang terfokus pada tujuan tertentu, bukan berdasarkan random, area, atau strata (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS sebagai alat bantu. SPSS (Statistical Product and Service Solutions) adalah program pengolahan data statistik yang sangat berguna dalam pengambilan keputusan, terutama dalam bidang penelitian (Juliandi et al., 2018). Data yang telah terkumpul akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian melalui uji validitas & reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini yang menjadi karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan domisili atau wilayah yang didapatkan oleh peneliti berdasarkan data dari pengisian kuesioner yang sudah dibagikan kepada 100 responden. Berikut hasil jawaban kuesioner responden.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia & domisili :

Tabel 1 Jenis Kelamin responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	44	44%
2	Perempuan	56	56%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 2 Domisili Responden

No	Domisili	Jumlah	Persentase
1	Yogyakarta	97	97%
2	Daerah Luar	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 3. Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 17 tahun	5	5%
2	18 - 25 tahun	52	52%
3	26 - 35 tahun	42	42%
4	> 35 tahun	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2024

b. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan & pendidikan.

Tabel 4. Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	12	12%
2	Mahasiswa	19	19%
3	Wiraswasta	28	28%
4	PNS	4	4%
5	Pegawai Swasta	29	29%
6	Pengusaha	2	2%
7	Teknisi	0	0%
8	Buruh	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 5 Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	9	3%
2	SMA/K	49	49%
3	Universitas	42	42%
4	SD	0	0%
Jumlah		100	94%

Sumber: Data Primer, 2024

Uji Reliabilitas

Pada variabel atraksi, item pertanyaan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ disimpulkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan pada kuesioner dapat dikatakan valid dan bisa dipergunakan untuk alat ukur penelitian.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel Atraksi.

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,813	0,1966	VALID
X1.2	0,897	0,1966	VALID
X1.3	0,839	0,1966	VALID
X1.4	0,876	0,1966	VALID
X1.5	0,913	0,1966	VALID

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

Pada variabel atraksi, item pertanyaan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ disimpulkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan pada kuesioner dapat dikatakan valid dan bisa dipergunakan untuk alat ukur penelitian.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,882	0,1966	VALID
X2.2	0,818	0,1966	VALID
X2.3	0,909	0,1966	VALID
X2.4	0,882	0,1966	VALID
X2.5	0,892	0,1966	VALID

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

Pada variabel fasilitas dari setiap pertanyaan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dapat diartikan bahwa seluruh butir pertanyaan pada kuesioner dapat dinyatakan valid.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel Aksesibilitas

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,794	0,1966	VALID
X3.2	0,696	0,1966	VALID
X3.3	0,804	0,1966	VALID
X3.4	0,771	0,1966	VALID
X3.5	0,852	0,1966	VALID

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

Pada variabel aksesibilitas dari setiap pertanyaan menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan valid dan dipergunakan untuk alat ukur penelitian.

Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pengunjung

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,869	0,1966	VALID
Y.2	0,823	0,1966	VALID
Y.3	0,884	0,1966	VALID
Y.4	0,939	0,1966	VALID
Y.5	0,896	0,1966	VALID

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

Pada variabel loyalitas pengunjung dari setiap pertanyaan menghasilkan nilai rhitung > rtabel sehingga pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid serta dapat digunakan untuk instrumen penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 9. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.856	1.542		.556	.580		
X1	.392	.104	.318	3.777	.000	.605	1.652
X2	.549	.093	.529	5.906	.000	.535	1.870
X3	-.008	.071	-.008	-.112	.911	.830	1.205

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

Nilai tolerance atraksi yaitu 0,605, fasilitas sebesar 0,535 dan aksesibilitas sebesar 0,830 > nilai tolerance 0,01. Selanjutnya, dapat juga diketahui dari nilai VIF pada masing-masing variabel yaitu < 10 seperti nilai variabel atraksi sebesar 1.652, variabel fasilitas sebesar 1,870 serta nilai aksesibilitas sebesar 1,205. Maka kesimpulannya adalah penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Tabel 10. Uji Heterokedastitis

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.251	.081		3.103	.003
X1	.006	.005	.129	1.055	.294
X2	-.017	.005	-.450	-3.473	.000
X3	.001	.004	.035	.337	.737

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

Uji Heterokedastisitas

Pada uji heterokedastisitas tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi variabel penelitian yang mana nilai si X1 yaitu 0,294, X2 yaitu 0,100 dan X3 yaitu 0,737. Dapat disimpulkan hasil nilai sig tersebut > 0,05.

Tabel 11. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.856	1.542		.556	.580		
	X1	.392	.104	.318	3.777	.000	.605	1.652
	X2	.549	.093	.529	5.906	.000	.535	1.870
	X3	-.008	.071	-.008	-.112	.911	.830	1.205

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

Nilai Konstant

b1 = 0,856 jika terjadi peningkatan sebesar 1% variabel atraksi, maka loyalitas pengunjung juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,856 dengan asumsi variabel independen lain tetap.

b2 = 0,392 fasilitas mengalami peningkatan sebesar 1%, maka loyalitas pengunjung mengalami peningkatan sebesar 0,392 dengan asumsi independen lain tetap atau konstan.

b3 = 0,08 jika aksesibilitas mengalami peningkatan sebesar 1%, maka loyalitas pengunjung mengalami peningkatan sebesar 0,08 dengan asumsi independen lain tetap atau konstan.

Uji T

Tabel 12. Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.856	1.542		.556	.580		
	X1	.392	.104	.318	3.777	.000	.605	1.652
	X2	.549	.093	.529	5.906	.000	.535	1.870
	X3	-.008	.071	-.008	-.112	.911	.830	1.205

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

1. Hasil thitung pada variabel atraksi (X1) sebesar 3,777 sedangkan ttabel sebesar 1,661 dimana $3,777 > 1,661$. Nilai signifikansi yang dihasilkan juga yaitu $0,00 < 0,05$.

2. Hasil thitung pada variabel fasilitas (X2) yaitu 5,906 $> 1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

3. Hasil nilai thitung pada variabel aksesibilitas (X3) yaitu sebesar $-0,112 < 1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,911 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa 56 variabel aksesibilitas tidak mempengaruhi loyalitas pengunjung.

Uji F

Tabel 13 .Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	540.442	3	180.147	45.647	.000 ^b
	Residual	378.868	96	3.947		
	Total	919.310	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Olah Data SPS 22, 2024

Diketahui bahwa nilai Fhitung yaitu 45,647 dan Ftabel 2,70 ($45,647 > 2,70$) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dinyatakan bahwa variabel independen pada penelitian ini yaitu atraksi (X1), fasilitas (X2) dan aksesibilitas (X3) secara simultan (bersamaan) terdapat

pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di Kebun Teh Nglinggo Samigaluh.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 14. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.575	1.98659

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2024

Nilai adjusted R Square sebesar 0,575 (57,5%). Artinya variabel atraksi, fasilitas dan aksesibilitas dapat mempengaruhi loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo Samigaluh sebesar 57,5%. Selebihnya 42,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor variabel lain.

3.1. Pengaruh Atraksi Terhadap Loyalitas Pengunjung Kebun Teh Nglinggo

Hasil penelitian dengan uji statistik t (parsial) pada variabel atraksi diperoleh nilai sig sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai *thitung* $3,777 > 1,661$, artinya H1 diterima dan H0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel atraksi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo. Berdasarkan penjabaran di atas dapat disimpulkan pada penelitian ini terdapat pengaruh antara atraksi terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nurbaeti (2022) bahwa atraksi merupakan ketersediaan daya tarik di sebuah destinasi wisata dapat berupa daya tarik alam maupun daya tarik dari masyarakat dan budayanya, yang bertujuan untuk menarik minat para wisatawan. Dari hasil temuan penelitian ini juga didapati bahwa wisatawan sangat antusias untuk mengunjungi Kebun Teh Nglinggo yang terbukti pada distribusi jawaban responden pada pertanyaan variabel atraksi sebesar 3,520 yang mengunjungi Kebun Teh Nglinggo. Kebun Teh Nglinggo memberikan pengalaman aktivitas alam kepada wisatawan yang berkunjung sekaligus melakukan aktivitas keseharian masyarakat lokal yang jarang ditemui oleh wisatawan. Atraksi merupakan faktor yang paling menarik dan utama bagi wisatawan sebagai alasan kuat untuk pergi ke destinasi wisata tersebut karena meliputi berbagai macam atraksi seperti atraksi alam, budaya dan buatan. Dengan keragaman atraksi Kebun Teh Nglinggo yang memikat wisatawan tentu berdampak pada loyalitas pengunjung karena seperti diketahui bahwa loyalitas terjadi karena terpenuhinya ekpektasi yang diharapkan terhadap produk atau jasa.

Berdasarkan hasil penelitian langsung ke lapangan, peneliti menemukan beberapa atraksi yang menjadi faktor utama terjadinya loyalitas wisatawan baik untuk datang kembali maupun promosi kepada wisatawan lainnya adalah karena atraksi wisata area Kebun Teh Nglinggo yang beragam. Wisatawan dapat menikmati Bukit Ngisis, Gardu Pandang (spot foto berupa bangunan permanen yang dilengkapi dengan atap, pegangan dan pijakan), puncak widosari, air terjun grojogan serta kegiatan untuk menyelusuri bahkan memetik daun teh Kebun Teh Ngilinggo yang dikenakan biaya tiket masuk sebesar Rp 15.000 dengan adanya tambahan produk teh sangrai. Hal ini membuat loyalitas pengunjung ke Kebun Teh Nglinggo meningkat. Selain promosi yang dilakukan yaitu produk yang dapat dikonsumsi seperti Teh Sangrai, maka dapat berdampak pada loyalitas pengunjung. Dapat dibuktikan dari salah satu indikator loyalitas pengunjung yakni adanya pembelian ulang, kebiasaan mengkonsumsi produk dan menyukai merek/produk. Hal ini terjadi kepada wisatawan Kebun Teh Nglinggo dimana wisatawan condong untuk membeli produk dari Kebun Teh Ngilonggi yaitu Teh Sangrai.

3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas pengunjung Kebun Teh Nglinggo

Berdasarkan hasil pengujian uji t (parsial) didapati nilai *thitung* variabel fasilitas (X2) yaitu 5,906 > 1,661 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Pada hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa pengujian fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo. Sehingga pernyataan tersebut membuktikan bahwa hipotesis 2 peneliti diterima bahwa jika fasilitas yang disediakan dan dilayankan kepada wisatawan memuaskan, maka dapat membuat kelayakan atau kesetiaan wisatawan di Kebun Teh Nglinggo. Ekspektasi wisatawan terkait variabel fasilitas baik fasilitas umum dan wisata yang disediakan di Kebun Teh Nglinggo cukup baik. Hal ini dapat dibuktikan dari distribusi jawaban responden pada pertanyaan variabel fasilitas yaitu 3,284. Fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung yang dapat dibuktikan dari kenyamanan wisatawan dalam menggunakan fasilitas di Kebun Teh Nglinggo. Temuan peneliti di lapangan juga membuktikan bahwa wisatawan merasa puas terhadap fasilitas yang ada di Kebun teh Nglinggo. Fasilitas wisata seperti jalan setapak, spot foto, area parkir, mushola, tempat istirahat, toilet dan lain sebagainya menjadi hal utama yang dirasakan oleh pengunjung karena merasakan bahwa kelengkapan fasilitas tersebut memudahkan wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Listyawati (2020) "*Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan*". Bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan di Yogyakarta karena kelengkapan fasilitas dan jenis fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan di Kebun Teh Nglinggo karena fasilitas yang tersedia beragam, sesuai jenis dan kebutuhan wisatawan di Kebun Teh Nglinggo karena seperti diketahui bahwa letak destinasi ini berada di atas perbukitan dan suasana alam yang asri dan cuaca dingin sehingga fasilitas yang disediakan pun harus disesuaikan dengan keadaan alam Kebun Teh Nglinggo.

3.3 Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Pengunjung Kebun Teh Nglinggo

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada variabel aksesibilitas (X3) pada penelitian ini adalah didapatkan hasil nilai *thitung* pada variabel aksesibilitas (X3) yaitu sebesar $-0,112 < 1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,911 > 0,05$. Sehingga aksesibilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas mencakup kemudahan waktu, biaya dan usaha yang diperlukan untuk melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain atau kawasan lain (Prajalani, 2017). Selain dari faktor jarak, tingkat kemudahan untuk mencapainya juga harus dipertimbangkan. Tujuan juga bisa dipengaruhi oleh faktor lain, seperti waktu tempuh dan biaya. Biaya perjalanan, intensitas penggunaan lahan, dan pendapatan orang yang terlibat dalam melakukan sesuatu perjalanan (Sendi, 2020).

Terkait dengan hasil lapangan, aksesibilitas untuk menepuh Kebun Teh Nglinggo cukup baik dan terpenuhi. Meskipun jarak tempuh yang cukup jauh hal ini dikarenakan letak Kebun Teh Nglinggo yang berada di perbatasan Yogyakarta dan Jawa Tengah tetapi pemenuhan aksesibilitas lengkap dan memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan. Namun kondisi akses yang begitu curam dan menanjak harus memberikan kewaspadaan kepada wisatawan yang berkunjung. Hal ini terlihat dari letak Kebun Teh Nglinggo yang berada di atas perbukitan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ningtyas *et al* (2020) bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh pada loyalitas wisatawan secara langsung, artinya kondisi jalan yang tidak baik, tidak mempengaruhi tingkat loyalitas wisatawan terhadap kebun teh Nglinggo untuk berkunjung kembali atau membeli produk hasil perkebunan teh di kawasan wisata tersebut.

3.4 Pengaruh Atraksi, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Pengunjung Kebun Teh Nglinggo

Berdasarkan hasil uji F (parsial) yang dilakukan, hasil uji menunjukkan bahwa nilai *Fhitung* yaitu 45,647 dan *Ftabel* 2,70 ($45,647 > 2,70$) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independen pada penelitian ini yaitu atraksi (X1), fasilitas (X2) dan aksesibilitas (X3) secara simultan (bersamaan) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung (Y) di Kebun Teh Nglinggo Samigaluh. Hal ini berarti bahwa hipotesis 4 diterima karena atraksi, fasilitas dan aksesibilitas secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di Kebun Teh Nglinggo. Hasil pengujian koefisiensi determinasi (R^2) pada *adjusted R* sebesar (57,5%). Nilai koefisiensi determinasi tersebut menunjukkan besaran keefektifan dari ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Audistiana *et al* (2017) bahwa fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Handayani (2019) dalam penelitiannya juga menyimpulkan bahwa fasilitas, aksesibilitas dan atraksi secara simultan dan positif berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data pada penelitian dan juga penjelasan pembahasan yang telah dijabarkan, peneliti mengambil kesimpulan pada penelitian ini bahwa atraksi dan fasilitas yang disediakan dapat meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap Kebun The Nglinggo. Atraksi beragam yang diperoleh wisatawan memuaskan ekspektasi mereka dan sesuai harapan, begitu juga dengan fasilitas baik fasilitas wisata ataupun umum lengkap dan mempermudah wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata. Tetapi aksesibilitas yang tidak mudah untuk mencapai Kebun The Nglinggo memberikan dampak bahwa wisatawan tidak terlalu puas dengan keadaan akses menuju destinasi.

4. Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2006). Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta
- Audistiana, A., Widiani, M. E., & Negoro, B. K. (2017). Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Delta Fishing Sidoarjo. *E-Journal Manajemen" BRANCHMARCK*, 3(3), 26-38.
- Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1-19.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Handayani, I. et al. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(2):123-133.DOI: 10.30596/jimb.v20i2.3228
- Juliandi, A., Manurung, S., & Satriawan, B. (2018). *Mengolah data penelitian bisnis dengan SPSS*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Kemenparekraf. (2023). Wisata Berbasis NEWA: Tren Pariwisata Pascapandemi. Diakses melalui <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/wisata-berbasis-newa-tren-pariwisata-pascapandemi>.



- Kirom, N., et al. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(3), 536-546.
- Listyawati, I. H. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 6(2), 35-44.
- Marcus, L. (15 Mei 2022). Revenge travel: How vacation vengeance became a thing. CNN. Diakses melalui <https://edition.cnn.com/travel/article/revenge-travel-explainer/index.html>
- Ningtiyas, E. A., & Alvianna, S. (2021). Analisis pengaruh attraction, accessibility, amenity, ancillary terhadap minat berkunjung wisatawan melalui loyalitas wisatawan sebagai variabel mediasi. *Media Wisata*, 19(1), 83-96.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Amrullah, A., Ratnaningtyas, H., & Nurmalingda, E. (2022). Pengaruh Komponen 4A terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. *Jurnal Kawistara*, 12(3), 354-367.
- Radar, Putu.B. (4 Januari 2021). Melihat Peluang Pariwisata Pasca Pandemi. Kompas. Diakses melalui <https://travel.kompas.com/read/2021/01/04/164735527/melihat-peluang-pariwisata-pasca-pandemi>.
- Parinusa, M., et al. (2019). Analisis Determinan Lama Tinggal Wisatawan Homestay Studi Kasus Kabupaten Raja Ampat Provinsi Papua Barat. *Jurnal Pesona Pariwisata*, 4(1) 11-23. DOI: <https://doi.org/10.26905/jpp.v4i1.2471>
- Rohayati, W., & Karim, N. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Pendidikan Tentang Potensi Pariwisata Di Kabupaten Sarolangun. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(4)
- Sarmigi, E., & Parasmala, E. (2021). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. *Al-Dzhab*, 2(2), 93-105. DOI: <https://doi.org/10.32939/dhb.v2i2.946>.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wati, D.K. (2020). Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat Dalam Pengembangan Agrowisata Kebun Teh Nglinggo Kulon Progo Yogyakarta (Doctoral Dissertation) Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta.
- Yulianto, A & Wijayanti, A. (2020). Strategi Pemeliharaan Dan Pengembangan Fasilitas Wisata Bagi Kenyamanan Pengunjung Pule Payung Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 144-154. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php>