

PENGARUH FASILITAS WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA HIU PAUS BOTUBARANI

Febriyanti Putri Hamid¹, Tineke Wolok², Andi Juanna³

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia²

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia³

E-mail: febriyanti_s1manajemen@mahasiswa.ung.ac.id¹

Abstract: This research aims to find out how much influence tourist facilities and destination image have on the decision to visit the Botubarani whale shark tourist attraction. The population of this study is tourists or visitors who have visited the Botubarani Whale Shark tourist attraction, the number of which is unknown and can be said to be infinite. The sampling technique taken in this research used the Probability Sampling Methods technique. Data collection techniques in this research used questionnaires and interviews. The analytical test tool used in this research is multiple linear regression. The data analysis method uses the SPSS 22 application. The results of the research show that, (1) tourist facilities influence the decision to visit the Botubarani whale shark tourist site, (2) the destination image influences the decision to visit the Botubarani whale shark tourist, (3) the tourist facility image of the destination simultaneously has a positive influence on the decision to visit the Botubarani whale shark tourist. This means that the two influences of these variables can mutually influence each other and strengthen the presence of tourists visiting the botubarani whale shark. So if tourists increase, regional income will increase in line with the higher number of visits.

Keywords: Tourist Facilities, Destination Image, Visiting Decision

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Hiu Paus Botubarani. Populasi penelitian ini adalah wisatawan atau pengunjung yang pernah mendatangi tempat wisata di Hiu Paus Botubarani yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan tidak terhingga. Teknik pengambilan sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling Methods*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Alat uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini regresi linier berganda. Metode analisis data menggunakan aplikasi SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) fasilitas wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan hiu paus botubarani, (2) citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan hiu paus botubarani, (3) fasilitas wisata citra destinasi simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan hiu paus botubarani. Artinya, kedua pengaruh dari variabel tersebut dapat saling mempengaruhi satu sama lain dan memperkuat adanya kunjungan wisatawan di hiu paus botubarani. Sehingga jika wisatawan meningkat maka pendapatan daerah pun akan meningkat sejalan dengan jumlah kunjungan yang semakin tinggi.

Kata Kunci: Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

Kekayaan alam yang melimpah dan budaya yang beragam memberikan keindahan tersendiri bagi Indonesia. Namun banyak potensi sumber daya alam yang belum dimanfaatkan secara optimal, termasuk pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu kawasan yang menjadi fokus pemerintah untuk meningkatkan kondisi perekonomian negara, dimana Indonesia memiliki beragam wisata dan budaya yang terbentang dari seluruh penjuru Merauke, mulai dari destinasi wisata yang kaya akan keindahan, wisata alam maupun buatan, wisata budaya dan kuliner, perjalanan dan sebagainya. Salah satunya di Provinsi Gorontalo yang memiliki banyak destinasi wisata terkenal dan banyak dikunjungi wisatawan.

Dalam mengembangkan suatu destinasi wisata, perlu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi peradaban destinasi wisata tersebut. Menurut Pendit (2017:14), Faktor-faktor tersebut berkaitan dengan tiga hal pokok yang perlu dimiliki suatu kawasan yang luas untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, yaitu mempunyai daya tarik yang mudah dijangkau dengan

mobil (aksesibilitas) Dan menyediakan tempat untuk dikunjungi wisatawan. Salah satu destinasi wisata yang dimiliki daerah ini adalah wisata bahari. Desa Botubarani dapat disebut sebagai desa wisata bahari sebab desa ini memiliki wilayah pesisir dengan daya tarik alam dari pesisir pantai dan lautnya. Keistimewaan desa ini yaitu terletak di pesisir Teluk Tomini.

Daya tarik utama kawasan Pantai Botubarani adalah wisata Hiu paus (*Rhincodon typus*), jenis Hiu Paus ini meliputi jenis ikan raksasa yang didomestikasi sehingga dapat terus mendekat dan berinteraksi dengan manusia. Keberadaan Hiu Paus ini sangat menarik minat wisatawan ke desa Botubarani karena desa ini merupakan salah satu destinasi utama di Kabupaten Bone Bolango. Kegiatan wisata yang berlangsung di desa Botubarani tetap berjalan dengan baik, wisata Hiu Paus merupakan ekowisata bahari yang mengutamakan kelestarian lingkungan dan pemanfaatan sumber daya manusia dan budaya, sehingga Destinasi ini juga cukup ramai di kunjungi oleh wisatawan nusantara hingga mancanegara demi mendapatkan keindahan alam dan menjadikan salah satu tempat wisata yang bisa bersantai ketika berada di hiu paus botubarani.

Tabel 1 Data kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara pada Hiu Paus Botubarani tahun 2020-2022

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
2020	8.455	525	8.980
2021	12.332	26	12.358
2022	7.415	649	8.064
Jumlah	28.202	1.200	29.402

Sumber : Dinas Parawisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Bone Bolango

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan pada destinasi wisata hiu paus botubarani mengalami penurunan. Hal ini nampak pada tahun 2020 wisatawan berjumlah 8.980 orang dan di tahun 2021 wisatawan mengalami peningkatan yang berjumlah 12.358 orang yang tadinya di 2020 hanya terdapat 8.980 orang, kemudian jumlah wisatawan di tahun 2022 menurun dratis menjadi 8.064 orang. Selain itu, jumlah wisatawan juga dapat menurun dikarenakan informasi yang kurang memadai dapat menghambat potensi pengunjung untuk memahami dan menghargai nilai serta daya tarik yang ditawarkan oleh destinasi wisata.

Hiu Paus memiliki habitat pelagis yang bahwa hiu paus lebih banyak menghabiskan waktu di permukaan atau kolom perairan lepas hingga perairan pantai, bahkan kadang masuk ke daerah laguna (Rahman et al 2017). Hiu Paus itu tersendiri berjarak sekitar 10 meter dari pinggir pantai. adalah yang membuat hiu paus itu tetap bertahan yaitu makanan seperti plankton (*ikan-ikan kecil*), banyaknya wisatawan yang datang berinteraksi di pagi hari, kualitas air diantaranya suhu, kecerahan dan musim ikan nikel (*Awaous melancebalus*). Seluruh individu yang ada di hiu paus botubarani itu jantandan pasti untuk masa- masa kawin hiu paus tersebut akan mencari betina. Dan tidak memungkinkan dia akan tetap stay, akan tetapi hiu paus tersebut pasti akan imigrasi. Setiap hiu paus tersebut pergi pasti akan selalu ada yang bergantian.

Dua tahun terakhir ini secara trend hiu paus masih tetap stay tidak pernah migrasi, ini tentu menjadi jaminan untuk nanti bisa kita kembangkan. Kemunculan hiu paus ke permukaan laut berkaitan dengan tingkah laku hiu paus. Hiu paus akan berenang dan muncul di permukaan laut untuk mencari makanannya, akan tetapi hiu paus juga akan menyelam ke dalam kolom air untuk mengikuti kemana makanannya pergi. Umumnya hiu paus menghabiskan waktu diperairan dangkal kurang dari 50 m atau di dekat permukaan karena hiu paus adalah hiu pemakan plankton dan merupakan hewan filter feeder. Kecenderungan hiu paus melakukan penyelaman di perairan dalam diduga untuk mengikuti pergerakan makannannya ataupun untuk medeteksi kondisi suatu perairan (Ranintyari et al, 2018). Wisata Hiu Paus di Desa Botubarani, Provinsi Gorontalo, Kabupaten Bonebolango menjadi salah satu tujuan wisata yang cukup populer di Gorontalo, akan tetapi akses jalan untuk masuk masih perlu pembenahan.

Ketika membahas pariwisata, hal ini mungkin mengacu pada lingkungan fisik destinasi, termasuk hal-hal seperti kebersihan area, tata letak hotel, atau daya tarik objek wisata secara keseluruhan. Pelanggan dapat memahami kualitas layanan berdasarkan fitur nyata ini (Wolok, et al., 2024). Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu Fasilitas Wisata yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan Citra Destinasi. Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu obyek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas- aktivitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka hal ini akan menarik wisatawan untuk dapat berkunjung kembali pada tempat wisata tersebut (Ecopreneur et al., 2019). Artinya fasilitas yang baik di sediakan oleh pengelola wisata agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Wisata hiu paus memiliki beberapa fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola wisata. Penyewaan perahu berperan penting dalam memungkinkan wisatawan melihat hiu paus lebih dekat. Selain itu, wisatawan yang menyukai *snorkeling* dan *diving* dapat memperoleh pengalaman hebat bersama hiu paus. Penjualan cenderamata berperan penting dalam penyediaan banyak perhiasan khas yang berhubungan dengan hiu paus, seperti gantungan kunci buatan tangan dan cenderamata lainnya dengan desain atau gambar hiu.

Pengunjung berkesempatan membawa pulang oleh-oleh unik dan istimewa sebagai bukti pengalamannya saat berkunjung ke *Whale Shark Resort*. Mereka juga menyediakan penginapan di kawasan wisata hiu paus, agar wisatawan yang berkunjung dapat memanfaatkan layanan hoemestay yang di sediakan. citra destinasi wisata hiu paus tidak luput dari kiritikan dari wisatawan. Berkaitan dengan fasilitas yang terdapat pada Hiu Paus Botubarani, adanya keluhan tentang fasilitas sarana dan prasarana tersebut, seperti fasilitas yang digunakan masih terbatas, keterbatasan tempat parkir sehingga membuat jalanan macet, keterbatasan tempat istirahat dan beberapa UMKM yang perlu dikembangkan.

Untuk mengatasi berbagai keluhan tentang kurangnya fasilitas, pengelola wisata dapat melakukan evaluasi menyeluruh tentang kebutuhan pengunjung dan memperbaiki atau menambah fasilitas yang kurang. Selain itu, komunikasi terbuka dengan wisatawan juga penting. Pengelola wisata harus siap untuk menerima umpan balik dari pengunjung dan bertindak atas keluhan atau saran yang diberikan. Dengan cara ini, mereka dapat meningkatkan fasilitas sesuai dengan kebutuhan pengunjung sehingga pengunjung lebih tertarik untuk berkunjung di Wisata Hiu Paus Botubarani .

Selain itu, destinasi wisata menjadi faktor yang penting dalam keberhasilan suatu destinasi dalam keberhasilan suatu destinasi dalam menarik wisatawan untuk berkunjung. Destinasi wisata yang baik dapat membantu wisatawan dalam melihat keistimewaan dan keindahan suatu destinasi yang dikunjungi. Menurut Hsu, Cau & Li (2014) Destinasi wisata merupakan faktor penting dalam destinasi pariwisata seperti gambaran perjalanan yang lebih baik dari destinasi yang membawa lebih banyak wisatawan ketujuan destinasi.

Akan tetapi, ketika masyarakat sekitar kurang terlibat dalam pengelolaan destinasi pariwisata, hal itu bisa mengakibatkan kurangnya dukungan, kurangnya pemahaman tentang kebutuhan wisatawan, dan kurangnya penghargaan terhadap pentingnya menjaga kualitas destinasi. Ini semua dapat berdampak negatif pada citra destinasi. Maka, untuk meningkatkan citra destinasi pariwisata, penting bagi pengelola wisata untuk secara aktif melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan, pengembangan program-program pariwisata, dan kegiatan-kegiatan yang berkelanjutan. Ini dapat dilakukan melalui dialog terbuka, pelatihan, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat setempat.

Dengan meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat lokal, pengelola wisata dapat membangun dukungan yang lebih kuat, meningkatkan pemahaman tentang kebutuhan dan harapan wisatawan, serta menjaga kualitas dan keberlanjutan destinasi pariwisata. Hal ini pada gilirannya dapat membantu meningkatkan citra destinasi dan daya tarik wisata yang lebih baik.

Dengan demikian, memperbaiki fasilitas dan pelayanan, pengelola wisata dapat memperbaiki citra destinasi mereka dan meningkatkan kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di masa mendatang.

Dari latar belakang diatas peneliti menemukan penelitian serupa, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan fasilitas dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung. Salah satunya penelitian yang di lakukan oleh Gede Bagus Pramahesta Adi Putra, Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari (2023) menunjukkan bahwa Fasilitas dan citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu tempat penelitian yang sangat berbeda yaitu penelitian Gede Bagus Pramahesta Adi Putra, Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari (2023) di lakukan Kabupaten Tabanan di wisata taman sari Buwana Tradisional Farming sedangkan penelitian ini di lakukan di Gorontalo tepatnya di Hiu Paus Botubarani.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif dengan menggunakan Kusioner sebagai metode dalam pengumpulan data, dimana peneliti ini diharapkan dapat menjelaskan pengaruh fasilitas wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata hiu paus botubarani.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Agar penelitian ini dikatakan valid maka peneliti menggunakan alat ukur yang mengandung keterkaitan dengan tujuan penelitian, agar mampu mengungkapkan suatu gejala yang sebenarnya yaitu valid atau tidak valid. Kevalidan penelitian ini menggunakan teknik korelasi product moment, yang di aplikasikan dengan program IBM SPSS Statistic.

Adapun langkah-langkah untuk mengetahui validitas instrument dengan menggunakan rumus di atas, adalah berawal dari penyebaran kuesioner variabel yang diberikan kepada 96 responden untuk diketahui hasilnya. Kuesioner yang disebar merupakan pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda dengan 5 alternatif jawaban, dan skor jawaban yang diberikan 5, 4, 3, 2, dan 1. Instrument dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0,05). Uji validitas data digunakan untuk mengukur apakah suatu data yang sudah diperoleh melalui instrumen penelitian yakni kuesioner penelitian itu menunjukkan valid atau tidak valid. Adapun acuan yang diambil untuk mengukur suatu data jika data tersebut valid dengan menggunakan analisis person correlation. Jika data Rhitung lebih besar dari Rtabel maka data tersebut dapat dikatakan valid, nilai dari Rtabel itu sendiri adalah 0,198 untuk yang peneliti memakai sampel responden sebanyak 96 responden.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Fasilitas Wisata)

Item Pernyataan	r – hitung	r – tabel	Keterangan
Ketersediaan Tempat Parkir			
Pernyataan 1	0,623	0, 198	Valid
Pernyataan 2	0,776	0, 198	Valid
Pernyataan 3	0,739	0, 198	Valid
Ketersediaan Tempat Duduk di Ruang Tunggu Penumpang			
Pernyataan 4	0,540	0, 198	Valid
Pernyataan 5	0,834	0, 198	Valid
Pernyataan 6	0,545	0, 198	Valid
Pernyataan 7	0,666	0, 198	Valid
Ketersediaan Toilet Gratis			
Pernyataan 8	0,761	0, 198	Valid
Pernyataan 9	0,793	0, 198	Valid
Pernyataan 10	0,636	0, 198	Valid
Ketersediaan Mushola/Tempat Ibadah			
Pernyataan 11	0,783	0, 198	Valid
Pernyataan 12	0,719	0, 198	Valid
Pernyataan 13	0,773	0, 198	Valid
Ketersediaan Fasilitas Penunjang			
Pernyataan 14	0,777	0, 198	Valid
Pernyataan 15	0,796	0, 198	Valid
Pernyataan 16	0,766	0, 198	Valid

Sumber : Data Primer, diolah (2024)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Citra Destinasi)

Item Pernyataan	r – hitung	r – tabel	Keterangan
Cognitvie Image			
Pernyataan 1	0,825	0, 198	Valid
Pernyataan 2	0,845	0, 198	Valid
Pernyataan 3	0,686	0, 198	Valid
Pernyataan 4	0,649	0, 198	Valid
Unigue Image			
Pernyataan 5	0,725	0, 198	Valid
Pernyataan 6	0,783	0, 198	Valid
Pernyataan 7	0,795	0, 198	Valid
Pernyataan 8	0,765	0, 198	Valid
Affective Image			
Pernyataan 9	0,820	0, 198	Valid
Pernyataan 10	0,842	0, 198	Valid
Pernyataan 11	0,812	0, 198	Valid
Pernyataan 12	0,703	0, 198	Valid

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Berkunjung)

Item Pernyataan	r - hitung	r - tabel	Keterangan
Destination Area			
Pernyataan 1	0,512	0, 198	Valid
Pernyataan 2	0,688	0, 198	Valid
Pernyataan 3	0,611	0, 198	Valid
Travelling Mode			
Pernyataan 4	0,647	0, 198	Valid
Pernyataan 5	0,666	0, 198	Valid
Pernyataan 6	0,707	0, 198	Valid
Time and Cost			
Pernyataan 7	0,612	0, 198	Valid
Pernyataan 8	0,703	0, 198	Valid
Pernyataan 9	0,682	0, 198	Valid
Travel Agent			
Pernyataan 10	0,750	0, 198	Valid
Pernyataan 11	0,752	0, 198	Valid
Pernyataan 12	0,722	0, 198	Valid
Service Source			
Pernyataan 13	0,628	0, 198	Valid
Pernyataan 14	0,640	0, 198	Valid
Pernyataan 15	0,631	0, 198	Valid

Sumber : Data Primer, diolah (2024)

Hasil analisis data pada tabel 2, tabel 3 dan tabel 4 menunjukkan bahwa dari banyaknya pernyataan nyayang digunakan dalam mengukur variabel. Fasilitas Wisata, Citra Destinasi dan Keputusan Berkunjung kembali secara keseluruhan berdasarkan pernyataan tersebut dikatakan valid karena nilai r-hitung > r-tabel. Dan juga data tersebut melebihi dari nilai R tabel (0,198) maka dikatakan valid dan berhak untuk melaju ke pengolahan berikutnya.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Uji reliabilitas digunakan untuk suatu kuesioner yang sudah reliabel dan sudah menghasilkan jawaban yang konsisten dengan menggunakan analisis Cronbach Alpha. Adapun kriteria penilaian itu dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0.6 jika nilainya dibawah 0.6 maka penilaian tersebut tidak reliabel

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas Wisata (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	16

Sumber : Data Primer, diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5, bahwasanya nilai koefisien reliabilitas untuk variabel Fasilitas Wisata(X1) sebesar 0,935. Berdasarkan tabel 4.9 diatas telah diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0.935 artinya lebih besar dari 0.6 maka dari itu instrument penelitian variabel fasilitas wisata sudah reliabel.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Citra Destinasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	12

Sumber : Data Primer, diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.10, bahwasanya nilai koefisien reliabilitas untuk variabel Citra Destinasi (X2) sebesar 0,938. Sehingga, pada pengujian reliabilitas yang didasarkan pada pernyataan secara keseluruhan telah memenuhi syarat reliabilitas. Berdasarkan tabel 4.10 diatas telah diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0.938 artinya lebih besar dari 0.6 maka dari itu instrument penelitian variabel citra destinasi sudah reliabel.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Berkunjung (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	15

Sumber : Data Primer, diolah (2024)

Berdasarkan tabel 7, bahwasanya nilai koefisien reliabilitas untuk variabel Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,909. Sehingga, pada pengujian reliabilitas yang didasarkan pada pernyataan secara keseluruhan telah memenuhi syarat reliabilitas. Berdasarkan tabel 4.11 diatas telah diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0.909 artinya lebih besar dari 0.6 maka dari itu instrument penelitian variabel keputusan berkunjung sudah reliabel.

Analisis Statistik Deskriptif

Sebelum data di analisis dengan pendekatan inferensial statistic, yang meliputi permodelan regresi, uji hipotesis dan koefisien determinasi, data dianalisis terlebih dahulu dengan statistic deskriptif. Salah satu analisis yang dilakukan adalah analisis statistik deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam suatu model penelitian. Data yang diperoleh merupakan hasil dari jawaban responden terkait variabel yaitu: Fasilitas Wisata (X1), Citra Destinasi (X2) dan Keputusan Berkunjung (Y) pada wisata hiu paus botubarani. Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini berdasarkan jawaban responden dari kuesioner penelitian yang bagikan sebagai berikut :

Tabel 8 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Observasi	Nilai Minimum	Nilai Maximum	Nilai Mean	Standard Deviasi
Fasilitas Wisata(X1)	96	30	80	63.22	10.489
Citra Destinasi (X2)	96	29	60	51.20	7.251
Keputusan Berkunjung (Y)	96	45	75	67.54	6.389

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa variabel Fasilitas Wisata, Citra Destinasi dan Keputusan Berkunjung memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata (mean), sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi data dari variabel hampir sama.

Uji Normalitas Data

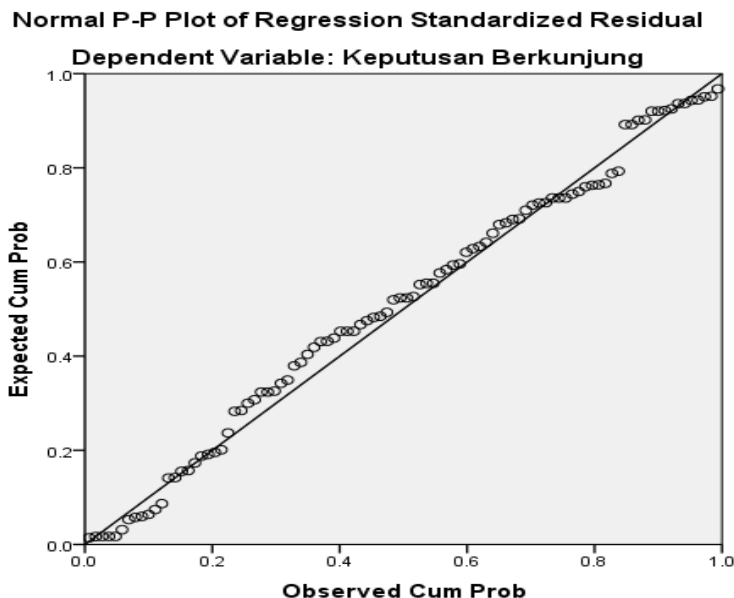
Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas maka tahap selanjutnya adalah uji asumsi klasik, yang dimana langkah awal dalam uji asumsi klasik ini dengan melakukan uji normalitas data. Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diuji itu berdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan uji kolmogorv-smirnov (KS) dengan persyaratan sebagai berikut : apabila nilai asymp sig (2-tailed) atau nilai probabilitas diatas angka 0.05 maka data tersebut dapat disimpulkan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan SPSS sebagai berikut :

Tabel 9 Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.26284536
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.054
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji SPSS dari tabel 9 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas sebesar 0.200 yang berada diatas 0.05 maka demikian data yang diolah menggunakan SPSS oleh peneliti yaitu berdistribusi normal. Tetapi selain dari itu ada unsur lain yang juga menunjukkan data berdistribusi normal jika hasil dari P Plot data dapat tersebar disekitar garis diagonal. Hasil pengujian adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Hasil Uji P-Plot Normalitas Data

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah alat untuk menguji apakah pada suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Dapat dilihat bahwa multikolinearitas merupakan kondisi yang menyalahi suatu model regresi, penyebab adanya multikolinearitas adalah terdapat korelasi hubungan yang kuat antar dua variabel bebas atau lebih (Dewanata & Jakarta, 2022). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*), jika nilai *Tolerance* > 0.1 atau nilai *VIF* < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 10 Uji Multikolineritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	14.363	5.977		2.403	.018		
	Fasilitas Wisata	.559	.067	.653	8.353	.000	.722	1.384
	Citra Destinasi	.291	.122	.186	2.374	.020	.722	1.384

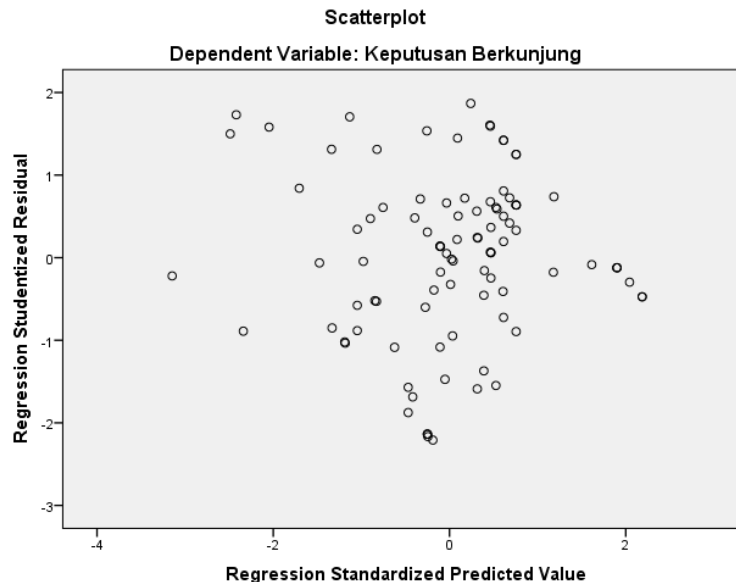
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Dari tabel 10 diatas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dari kedua variabel tersebut berada di atas 0.1 dan kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot*, jika terdapat pola titik-titik tertentu yang teratur maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas. Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas, maka dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Pengujian ini dikenal dengan uji *glejser*.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil dari gambar 2 dapat dilihat bahwa pengujian heteroskedastisitas menunjukkan pola titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang tertentu dan jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Pengujian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen (fasilitas wisata dan citra destinasi) terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung). Apabila nilai sig t lebih besar dari 0.05 maka Ho diterima demikian sebaliknya jika nilai sig t lebih kecil dari 0.05 maka Ho ditolak. Validitas adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien kolerasi dikatakan valid apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Uji validitas dapat diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Tabel 11 Uji Parsial (Uji-t)

Model		Coefficients ^a				T	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta			Tolerance	VIF
		B	Std. Error						
1	(Constant)	14.363	5.977		2.403	.018			
	Fasilitas Wisata	.559	.067	.653	8.353	.000	.722	1.384	
	Citra Destinasi	.291	.122	.186	2.374	.020	.722	1.384	

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Hipotesis diterima jika t-hitung lebih besar daripada t-tabel, diketahui bahwa t-tabel dari pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti adalah 1.66088. Berdasarkan tabel 4.15 diatas, H1 (fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung) diterima dan H2 (citra destinasi terhadap keputusan berkunjung) diterima. Untuk menentukan t-tabel digunakan lampiran statistika tabel t, dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ atau bisa juga menggunakan excel yaitu = Tin(Probability;df) maka diperoleh t-tabel 1.66088.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan secara bersama sama (simultan) apakah ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengambil keputusan hipotesis diterima atau ditolak dengan membandingkan nilai signifikansi (alpha) sebesar 5% (0.05). berikut adalah hasil uji F dalam penelitian ini :

Tabel 12 Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1449.521	2	724.761	66.644	.000 ^b
	Residual	1011.385	93	10.875		
	Total	2460.906	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas Wisata

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F-tabel berada pada taraf signifikansi < 0.05 sedangkan nilai F-hitung sejumlah 66.644. dapat ditarik kesimpulan bahwa F-hitung (66.644) $>$ F-tabel (3,091191), artinya Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji t atau biasa dikenal dengan sebutan uji persial adalah uji yang digunakan untuk menunjukan seberapa jauh suatu variabel idependen secara individual dan persial dapat menerangkan variasi variabel terikat. Hasil uji t bisa dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance)(Nurhayati, 2017). Jika probilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial.

Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terkait.

Tabel 13 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	14.363	5.977
Fasilitas Wisata	.559	.067
Citra Destinasi	.291	.122

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.16 dapat disajikan dalam bentuk persamaan regresi standardized sebagai berikut: $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$.

$$Y = 14.363 + 0,559 + 0,291 + e.$$

Berdasarkan model persamaan diatas maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 14.363 artinya nilai variabel Keputusan Berkunjung (Y). Variabel Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi dianggap konstan
2. Koefisien regresi variabel Fasilitas Wisata (X1) sebesar 0,559 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara Fasilitas Wisata dengan Keputusan Berkunjung. Artinya setiap Fasilitas Wisata (X1) meningkat sebesar 100 persen maka Keputusan Berkunjung akan meningkat sebesar 55,9 persen dan berlaku juga sebaliknya.
3. Koefisien regresi variabel Citra Destinasi (X2) sebesar 0,291 maka menyatakan bahwa adanya pengaruh antara Citra Destinasi dengan Keputusan Berkunjung. Artinya setiap Citra Destinasi (X2) meningkat sebesar 100 persen maka Keputusan Berkunjung akan meningkat sebesar 29,1 persen dan berlaku juga sebaliknya.

Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel yang ada. Koefisien determinasi juga dapat diartikan kemampuan dari variabel independe (X) yang dapat mempengaruhi variabel dependen (Y). Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai R-Squared.

Tabel 14 Tabel Uji Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 ^a	.589	.580	3.298	2.098
a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas Wisata					
b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung					

Sumber : Data Penelitian Diolah (2024)

Dari tabel 14 diperoleh nilai koefisien determinan R = 0,767 yang menunjukkan tingkat hubungan antara fasilitas wisata dan citra destinasi terhadap pengambilan keputusan berkunjung. Sedangkan R square (R²) diperoleh sebesar 0,589 yang artinya pengaruh variabel independen yang terdiri dari fasilitas wisata dan citra destinasi terhadap pengambilan Keputusan Berkunjung sebesar 0,589 atau 58,9%. Sedangkan sebesar 0,411 atau 41,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Pertimbangan untuk masing-masing faktor atribut produk dalam mempengaruhi pelanggan untuk menentukan keputusan berkunjung adalah (Muhammad & Sisilia, 2020) yaitu : Faktor lokasi, faktor citra fasilitas, faktor nilai estetika, faktor kualitas pelayanan dan kualitas wisata yang diberikan oleh perusahaan kepada pengunjung untuk memenuhi kebutuhannya.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi yang arti lainnya kemudahan. Fasilitas merupakan hal yang penting dan diperlihatkan dalam sebuah usaha jasa. Dalam usaha jasa penilaian dari konsumen erat kaitannya demi majunya suatu usaha. Menurut (Tina Rahmadayanti & Kholid Murtadlo, 2020) Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang.

Menurut Wiratini M et al., (2018), fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat pengunjung merasa nyaman memang penting namun bukan fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Kesimpulan yang dapat diambil adalah fasilitas adalah segala sesuatu yang ditempati serta dinikmati oleh para karyawan dan sengaja disediakan untuk dipakai dan dipergunakan serta dinikmati oleh pengunjung yang melaksanakan kegiatan rekreasi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tina Rahmadayanti, Kholid Murtadlo 2020). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan regresi linier berganda. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan kunjungan ke wisata Curug Goa Jalmo. Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Non-probability Sampling Technique dengan cara pengambilan sampel Purposive sampling. Besarnya sampel sebanyak 133 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner.

"Fasilitas wisata merupakan sarana kemudahan bagi wisatawan yang datang ke suatu tempat wisata. Fasilitas ini mencakup bagian kebutuhan yang dibutuhkan sebagai sarana untuk memenuhi keinginan wisatawan. Fasilitas wisata juga digunakan sebagai salah satu cara untuk menjaga ketertiban, kenyamanan dan kebersihan pada suatu tempat wisata. Selanjutnya menurut teori Spillane dalam (Mahendra & Kemala, 2023) dinyatakan bahwa fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu: 1) Fasilitas Utama. Merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di suatu objek tertentu; 2) Fasilitas pendukung, sarana yang dalam proporsinya

Keputusan berkunjung wisatawan merujuk pada konsep keputusan pembelian konsumen yang diadaptasi menjadi keputusan berkunjung wisatawan, seperti penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa teori keputusan berkunjung wisatawan sama dengan keputusan pembelian konsumen. Menyatakan bahwa keputusan berkunjung wisatawan sama dengan keputusan pembelian. Keputusan berkunjung merupakan sebuah proses dimana seseorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Proses pengambilan keputusan sangatlah penting karena dalam melakukan perjalanan wisata seorang pengunjung terlebih dahulu menyiapkan mental, jarak tempuh berapa lama, ke tempat wisata mana dan lain-lain

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang berfungsi memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah kunjungan wisata yang dikunjunginya. Fasilitas pelayanan adalah sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak wisata berupa layanan dari karyawan ataupun fasilitas yang tersedia. Berdasarkan penelitian terdahulu penelitian dari Nizar, (2017), menjelaskan bahwa Fasilitas pelayanan wisata memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Sesuai pada objek wisata Curug Goa Jalmo sendiri yang mana fasilitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung.

Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung

Citra pada suatu destinasi wisata dikenal dengan istilah destination image (citra destinasi), sehingga citra destinasi dapat diartikan sebagai keyakinan, kesan dan pikiran emosional individu maupun kelompok terhadap tempat wisata tertentu (Safitri et al., 2020) yang tercermin dan tersimpan dalam ingatan wisatawan, terbentuknya citra destinasi yaitu dari gabungan berbagai faktor yang ada pada destinasi seperti cuaca, pemandangan alam, keamanan, keramah-tamahan dan lain sebagainya. Menyatakan bahwa terdapat dua dimensi untuk mengukur citra destinasi, yaitu sebagai berikut. (1) Citra destinasi kognitif, yaitu penilaian rasional (pemikiran) yang menjelaskan keyakinan dan informasi yang dimiliki seseorang tentang suatu destinasi wisata, (2) Citra destinasi afektif, adalah gambaran emosi atau perasaan wisatawan mengenai suatu destinasi wisata.

Citra yaitu seperangkat keyakinan, ide, serta tayangan seseorang mengenai objek wisata. Ketika seorang wisatawan akan membuat suatu keputusan maka citra adalah kenyataan yang diandalkan dalam mengunjungi suatu objek wisata, karena wisatawan cenderung memilih produk terkenal atau yang telah digunakan oleh banyak orang dibandingkan mengunjungi suatu objek wisata yang mereka tidak tahu sebelumnya, sikap serta tindakan wisatawan terhadap suatu objek wisata sangat dipengaruhi oleh citra dari suatu objek wisata. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa hubungan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung "citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung"

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rubianto et al., 2023). Temuan dalam penelitian ini, pada variabel citra destinasi ini valid atau diterima, bahwa pada variabel Citra Destinasi diperoleh nilai t hitung sebesar 5,494 dengan tingkat nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ dan nilai koefisien regresi 0,413 hal ini menunjukkan bahwa variabel Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada objek wisata Watu rumpuk di Kabupaten Madiun.

Pengertian lain dari citra destinasi adalah gambaran atau pandangan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai suatu tempat tujuan wisata. Menurut dari Eddyono (2020, p. 93), citra destinasi merujuk pada persepsi keseluruhan yang dimiliki oleh individu atau kelompok orang terhadap suatu lokasi wisata tertentu. Sebelum wisatawan membuat keputusan untuk mengunjungi suatu tempat wisata, mereka akan mempertimbangkan sejauh mana citra positif atau negatif dari destinasi tersebut. Dengan kata lain, pandangan ini akan mempengaruhi keputusan mereka apakah akan mengunjungi atau tidak ke tempat wisata tersebut

Untuk meningkatkan keputusan berkunjung sebaiknya lebih memperhatikan citra destinasi. Agar citra destinasi wisata hiu paus botubarani di Provinsi Gorontalo dapat meningkatkan keputusan berkunjung masyarakat untuk berkunjung ke wisata hiu paus botubarani atau minimal dapat mempertahankan kesan yang telah dibangun untuk pengunjung maka sebaiknya pihak pengelola wisata hiu paus botubarani berinovasi dengan menghadirkan hiburan berupa live music, outbound atau budaya etnic penduduk setempat disamping keindahan alam yang telah disuguhkan.

Pengaruh Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa fasilitas wisatadan citra destinasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Hiu Paus Botubarani. Artinya, kedua pengaruh yang sangat signifikan dengan variabel tersebut. Daya tarik produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua pelanggan, daya tarik pada kategori produk semakin bertambah untuk mereka, meningkatkan kemungkinan bilamana pelanggan akan mengadopsi pembaharuan dan melakukan pembelian (Makawoka et al., 2022).

Citra destinasi (destination image) adalah representasi dari keseluruhan persepsi terhadap destinasi dan dibentuk dari informasi masa lalu terhadap destinasi itu. Citra destinasi merupakan persepsi dari wisatawan potensial terhadap suatu destinasi. Berdasarkan pengertian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa citra destinasi yaitu penilaian dan perasaan seseorang terhadap suatu objek. Dalam kaitannya dengan pariwisata bisa diartikan citra destinasi adalah penilaian dan perasaan seseorang terhadap destinasi wisata.

Keputusan berkunjung wisatawan merujuk pada konsep keputusan pembelian konsumen yang diadaptasi menjadi keputusan berkunjung wisatawan. Temuan dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 66,644 dengan tingkat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yaitu terdapat pengaruh secara bersama-sama Fasilitas Wisata, Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung pada objek wisata Hiu Paus Botubarani Provinsi Gorontalo.

Fasilitas wisata dan Citra Destinasi sangatlah berpengaruh terhadap kemajuan wisata yang menjadi daya tarik pengunjung, jika tempat wisata dapat memaksimalkan fasilitas yang ada dan dapat meningkatkan citra wisata.

KESIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa fasilitas wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisata hiu paus botubarani. Hal tersebut berarti, bahwa setiap promosi wisatawan meningkatnya keputusan berkunjung sangat berhubungan erat dengan fasilitas wisata. Dengan kata lain, ketika fasilitas wisata bisa di manfaatkan dengan baik dan dapat dipakai untuk menarik pengunjung wisatawan agar tertarik dan berkunjung ke tempat wisata hiu paus

botubarani, maka hal tersebut dapat meningkatkan pemasukan dan keuntungan bagi masyarakat sekitar jika pengunjung wisata hiu paus mengalami kenaikan yang signifikan.

Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan hiu paus botubarani. Artinya, ketika pengelola wisata dapat memanfaatkan keindahan citra destinasi atau kelebihan dari tempat wisata hiu paus botubarani maka itu akan meningkatkan data tarik pengunjung. Citra destinasi merupakan persepsi dari wisatawan potensial terhadap suatu destinasi.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa fasilitas wisata citra destinasi simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan hiu paus botubarani. Artinya, kedua pengaruh dari variabel tersebut dapat saling mempengaruhi satu sama lain dan memperkuat.

adanya kunjungan wisatawan di hiu paus botubarani. Sehingga jika wisatawan meningkat maka pendapatan daerah pun akan meningkat sejalan dengan jumlah kunjungan yang semakin tinggi. Maka dari itu citra destinasi dan fasilitas wisata sangat mempengaruhi jumlah peningkatan pengunjung.

SARAN

Disarankan pengelola wisata hiu paus botubarani lebih memperbanyak informasi melalui media sosial dan memperkuat citra destinasi serta menjaga fasilitas wisata agar dapat menarik perhatian pengunjung untuk datang berkunjung. Perlu memperbanyak iklan-iklan dan mempromosikan semua jenis daya tarik wisata serta mengoptimalkan daya tarik tersebut yang membuat wisata hiu paus botubarani lebih dikenal oleh masyarakat. Serta mengikutsertakan karyawan dalam memperluas informasi, meningkatkan citra destinasi dan menjaga fasilitas yang ada di hiu paus botubarani, sehingga dari dalam diri pengunjung timbul suatu respon emosional yang berpengaruh kepada keputusan berkunjung.

Bagi kalangan akademisi diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian ilmiah lainnya, yang memiliki judul yang sama yaitu pengaruh fasilitas wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata hiu paus botubarani. Tetapi akan lebih baik lagi jika peneliti yang akan datang menambahkan variabel lainnya agar mendukung hasil penelitian menjadi lebih baik lagi, dan dapat ditemukan faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung.

Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambah indikator ataupun mengganti indikator yang tidak mendukung penelitian ini. Menambahkan teknik pengumpulan data, misalnya menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga hasil data yang didapatkan akan lebih lengkap dan dapat memperbaiki hasil penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanti, Ester. Hidayah, Syarifah. ZA, Saida Zainurossalamia. 2020. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda. *Jurnal Manajemen*. Vol. 12, No. 1
- Bakhtiar, M. Rifki. Sunarka, Puji Setya. 2020. Faktor Peningkatan Kepuasan Wisatawan Dengan Bus Wisata Tingkat. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol. 7 No. 1.
- Eraku, Sunarty Suly. Pambudi, Moch. Rio, dan Kobi, Wiwin. 2023. Inovasi Berkelanjutan: Memperkuat Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Wisata Hiu Paus yang Berkelanjutan di Desa Botubarani. *Geosfera: Jurnal Penelitian Geografi (GeoJPG)*. Vol. 2, No. 1.
- Irawan, Mohamad Rizal Nur, Sayekti, Levia Inggrit, Ekasari, Ratna. 2021. Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Jurnal Ecopreneur*. Vol. 4, No. 5.
- Malikhah, Siti. 2023. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Puncak Becici Yogyakarta. Vol. 7 No. 1
- Maulidiah, Eka Putri, Survival, Budiantono, Bambang. 2023. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Pelanggan. *Jurnal Economia*. Vol. 2, No. 3.
- Putra, Gede Bagus Pramahesta Adi. Wulandari, Ni Luh Adisti Abiyoga. 2023. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol. 3 No. 2.
- Putri, Fabyola Yovita. 2022. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitaswisata, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Vol. 17 No. 2.

- Putri, Ratna Acintya, Farida, Naili dan Dewi, Reni Shinta. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Saleh, Triyana Sefya, Mooduto, Sitti Rahmatia, Baderan, Dewi Wahyuni K. 2023. Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Ekowisata Hiu Paus Desa Botubarani, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango. *Spizaetus: Jurnal Biologi dan Pendidikan Biologi*.
- Suwarduki, Puspa Ratnaningrum. Yulianto, Edy M. Mawardi, Kholid. 2016. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada *Followers* Aktif Akun *Instagram* Indtravel Yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 37 No. 2.
- Rafika, Aulia dan Nugroho, Edi Suswardji. 2021. Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Taman Sri Baduga Kabupaten Purwakarta. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*. Vol. 4, No. 2.
- Tineke Wolok, Sri Indriyani S. Dai, Bambang Supriadi dan Robiyati Podungge. 2024. *Marketing Management Model Design of Bongo Religious Tourism Village in Gorontalo Province*. *Journal of Ecohumanism*. Vol. 3 No. 6.