

Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Citra Destinasi terhadap Minat Berwisata

The Influence of Facilities, Location and Destination Image on Travel Interest

Hadad Muzakki¹, Saida Zainurossalamia²✉

¹Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

²Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉Corresponding author: saida.zainurossalamia.za@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berwisata pada objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu fasilitas, lokasi dan citra destinasi. adapun variabel terikat yaitu minat berwisata. Populasi dalam penelitian ini adalah 80 orang yang mengetahui tentang Labuan Cermin. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan non probability sampling. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, diperoleh secara langsung menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS 3.0, termasuk dalam pengujian validitas, reliabilitas, dan koefisien determinasi (R²), serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata, selanjutnya lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata dan citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata pada objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin.

Abstract

This study aims to examine how the influence of facilities, location and destination image on travel interest in Lake Dua Rasa Labuan Cermin tourist attraction. The independent variables in this study are facilities, location and destination image. while the dependent variable is travel interest. The population in this study were 80 people who knew about Labuan Cermin. This study uses purposive sampling and non probability sampling techniques. The type of data used is quantitative data, obtained directly using a questionnaire. Data analysis in this study was carried out using SEM-PLS 3.0, including testing validity, reliability, and the coefficient of determination (R²), as well as hypothesis testing. The results of this study show that facilities do not have a significant effect on travel interest, then location has a significant effect on travel interest and destination image has a significant effect on travel interest in the dua rasa Labuan Cermin lake tourist attraction.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Hadad Muzakki, Saida Zainurossalamia

Article history

Received 2025-01-31

Accepted 2025-03-15

Published 2025-04-30

Kata kunci

Fasilitas;
Lokasi;
Citra Destinasi;
Minat Berwisata.

Keywords

Facility;
Location;
Destination Image;
Travel Interest.

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan pemandangan alam yang indah dan sumber daya pendukung pariwisatanya yang dapat dikembangkan. Keindahan dan kekayaan alam geografi Indonesia memungkinkan pemerintah menjadikan industri pariwisata sebagai penggerak utama dalam pertumbuhan pendapatan negara. Tempat-tempat yang memiliki berbagai macam objek wisata, seperti mempunyai kekayaan dan keindahan alam yang memukau, berbagai keragaman flora dan fauna yang unik, serta warisan tradisi dan seni budaya yang khas, memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Potensi ini tidak hanya memberikan daya tarik bagi pengunjung, tetapi juga menciptakan dampak positif yang luas bagi pembangunan daerah. antara lain sebagai sumber devisa yang andal, membuka peluang kerja, mendorong investasi, dan meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar kawasan wisata.

Salah satu daerah dengan potensi wisata yang luar biasa adalah Kalimantan Timur, yang didukung oleh kekayaan warisan budaya, banyaknya suku dan adat istiadat, serta perilaku dan sopan santun penduduknya yang ramah. Selain itu, Kalimantan Timur memiliki banyak potensi alam untuk membantu pembangunan daerah dan memiliki kemampuan khusus untuk menarik wisatawan ke provinsi ini melalui objek wisata alam, budaya, dan ekspresi seninya. Salah satu daerah di Provinsi Kalimantan Timur dengan kekayaan alam yang signifikan adalah Kabupaten Berau, tempat ini patut diapresiasi karena keindahan alamnya. Wisata danau dua rasa Labuan Cermin adalah salah satu permata rahasia Berau yang cukup menarik bagi penduduk lokal dan wisatawan.

Kecamatan Biduk-biduk, Kabupaten Berau, Desa Labuan Kelambu Kalimantan Timur merupakan rumah bagi wisata danau dua rasa Labuan Cermin. Kecamatan Biduk-biduk secara umum terkenal dengan objek wisata labuan cerminnya yang menjadi salah satu surga wisata alam yang sudah dikenal hingga mancanegara. Pesona alam yang indah mampu memukau para pecinta dunia wisata untuk berlama-lama menikmati keindahan danau yang memberikan pemandangan indah di antara hijaunya pepohonan hutan yang mengelilingi lokasi danau dua rasa Labuan Cermin. Danau ini memiliki dua jenis air, yaitu air asin (air laut) di dasar dan air tawar di permukaan. Kedua jenis air tersebut tidak saling bercampur, melainkan terpisah secara alami, fenomena alam ini disebut juga dengan *Meromictic lake*. Objek wisata ini disebut danau dua rasa Labuan Cermin karena memiliki 2 jenis air yang berbeda dan airnya begitu jernih dan berkilau bak cermin. Pengunjung harus membayar Rp400.000 untuk menyewa perahu di dermaga agar bisa sampai ke Danau Labuan Cermin. Perahu tersebut dapat menampung hingga 10 penumpang pulang pergi, termasuk biaya asuransi pengunjung. Pengunjung dapat melakukan kegiatan menyelam, snorkeling, dan berenang selama berada di Labuan Cermin. Bagi yang tidak bisa berenang, tersedia penyewaan pelampung serta perahu air yang bisa di gunakan untuk mengelilingi danau dan melihat keindahan alamnya.

Fasilitas memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik, mendukung aktivitas, dan memenuhi kebutuhan dalam berbagai konteks, mulai dari wisata hingga aktivitas organisasi/instansi. Fasilitas yang baik dan lengkap dapat menjadi faktor kunci dalam mencapai tujuan dan meningkatkan kualitas pengalaman pengguna atau pengunjung. Labuan Cermin sendiri masih belum memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai seperti kurangnya tempat pembuangan sampah, kurangnya kelengkapan fasilitas untuk berenang dan snorkling, serta kurang terawatnya toilet umum. Padahal untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang sedang berwisata, fasilitas wisata merupakan pelengkap yang diperlukan bagi destinasi wisata (Sarim & Wiyana, 2017).

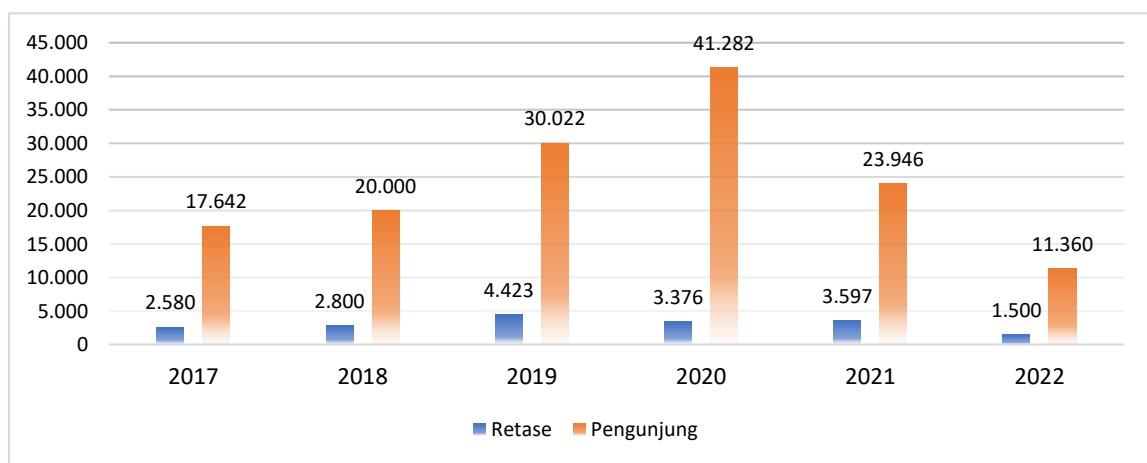
Lokasi adalah suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dan menghasilkan barang dan jasa. Lokasi adalah salah satu faktor yang diperhatikan konsumen untuk menemukan obyek wisata yang diinginkan, maka lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat membuat konsumen atau pengunjung mudah menemukan lokasi obyek wisata tersebut sehingga dapat menguntungkan bagi penyedia transportasi, penyedia lahan parkir serta memperoleh keuntungan penjualan bagi penjual yang berjualan di sekitar arah menuju lokasi obyek wisata tersebut. Labuan cermin sendiri memiliki lokasi yang cukup jauh dari perkotaan dan memakan waktu sekitar 5 jam dari ibu kota Berau. Padahal lokasi yang baik adalah lokasi yang strategis di mana pelanggan dapat dengan mudah,

aman, dan nyaman mencapai tempat usaha (restoran, kompleks ritel, dan lain-lain), serta area parkir yang luas (Hardiansyah et al., 2019).

Citra destinasi merupakan gambaran atau pengetahuan objektif yang mencakup beragam aspek, seperti budaya, tradisi, keindahan alam, dan pusat kerajinan. Citra destinasi bersifat subjektif dan dapat bervariasi antara individu, tergantung cara pandang dan perbandingan yang digunakan oleh setiap orang. Selain itu, citra destinasi juga dinamis dan dapat berubah seiring dengan perkembangan waktu. Labuan Cermin sendiri memiliki citra yang di kenal dengan danau dua rasa yaitu tawar dibagian atas dan asin dibagian dasar dengan air yang begitu jernih layaknya cermin. Oleh sebab itu citra destinasi pada wisata Labuan Cermin harus dijaga, sebab menjaga kepercayaan wisatawan, menjaga kenyamanan, keamanan dan kepuasan dari pengunjung akan dapat meningkatkan rasa loyal dari pengunjung sehingga wisatawan akan sendirinya mempromosikan lokasi wisata kepada rekan, teman, dan kerabatnya. Sehingga berdampak pada minat untuk berkunjung ke objek wisata tersebut (Charli & Putri, 2020).

Minat berwisata pada dasarnya muncul dari dorongan pribadi seseorang, yakni keinginan untuk mengunjungi tempat atau wilayah yang menarik perhatiannya. Dalam konteks pariwisata, konsep ini diadaptasi dari teori tentang minat membeli suatu produk. Oleh karena itu, beberapa aspek dalam teori minat beli juga dapat diterapkan untuk memahami minat seseorang dalam berwisata (Suwarduki et al., 2016). Minat berwisata memiliki peran penting bagi pengembangan objek wisata karena dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, yang berdampak langsung pada peningkatan pendapatan sektor pariwisata, seperti dari tiket masuk, akomodasi, dan sektor pendukung lainnya. Tidak hanya itu, objek wisata yang populer dapat meningkatkan citra positif wilayah tersebut, sehingga dikenal lebih luas sebagai destinasi unggulan. Dengan demikian, memahami dan memenuhi kebutuhan wisatawan menjadi kunci untuk menjaga dan meningkatkan minat berwisata di suatu objek wisata.

Alasan peneliti menggunakan objek ini berdasarkan temuan masalah terkait fasilitas yang dimiliki objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin masih belum memadai seperti kurangnya tempat pembuangan sampah, kurangnya kelengkapan fasilitas untuk snorkling, dan kurang terawatnya toilet umum. Kedua, Labuan cermin sendiri memiliki lokasi yang cukup jauh dari perkotaan dan memakan waktu sekitar 5 jam dari ibu kota Berau. Ketiga, seekor buaya pernah ditemukan di Labuan Cermin, menimbulkan kekhawatiran bagi para pengunjung, mengganggu keselamatan mereka dan membuat citra pada wisata tersebut menjadi kurang baik. Berdasarkan permasalahan tersebut diduga bahwa menjadi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung di objek wisata Labuan Cermin, berikut adalah data pengunjung wisatawan pada objek wisata Labuan Cermin yang tersaji pada Gambar 1.



Gambar 1. Jumlah Wisatawan Danau Dua Rasa Labuan Cermin 2017-2022

Selain mengangkat permasalahan terkait fenomena gap pada objek wisata, penelitian ini juga didasari oleh adanya riset gap. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Nurdiana & Santoso, 2023) menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat

berwisata, sedangkan studi oleh (awaluddin & Haryati Intisari, 2021) menemukan hasil sebaliknya, yakni fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung. Penelitian mengenai lokasi objek wisata juga menunjukkan hasil yang beragam, di mana (Fajrin et al., 2021) menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwisata, sementara (Hidayanti & Masyhudi, 2020) menyatakan tidak ada pengaruh signifikan lokasi terhadap minat berwisata. Demikian pula, studi tentang citra destinasi oleh (Charli & Putri, 2020) menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap minat berwisata, namun (Isman et al., 2020) mendapatkan hasil berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh signifikan citra destinasi terhadap minat berwisata.

Fasilitas objek wisata adalah berbagai fasilitas yang berada di tempat wisata dan dapat digunakan oleh pengunjung selama mereka berkunjung. Jika fasilitas yang disediakan cukup lengkap dan mampu memenuhi kebutuhan pengunjung, hal ini akan menumbuhkan minat mereka untuk berwisata lagi. Berdasarkan hasil penelitian Tanjung et al., (2022) yang menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwisata, semakin baik fasilitas maka minat berwisata akan semakin kuat.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan pada wisatawan objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin yang berlokasi di Labuan Kelambu, kecamatan Biduk-biduk, Kabupaten Berau. Penelitian ini hanya berfokus pada analisis pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berwisata di objek wisata danau dua Labuan Cermin. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif untuk mengukur suatu pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berwisata pada objek wisata Labuan Cermin. Populasi penelitian ini adalah semua wisatawan di Kalimantan Timur.

Pada penelitian ini menggunakan rumus hair dalam menentukan jumlah sampel. Dalam buku (Ferdinan, 2014), untuk menghitung jumlah minimal sampel yaitu $N = \text{Jumlah Indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$. Penelitian ini terdiri dari 16 Indikator, maka jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 80 sampel responden. pengambilan sampel dilakukan dengan menyebar kuesioner melalui google form, mencakup pertanyaan tentang fasilitas, lokasi dan citra destinasi yang melibatkan 80 responden yang mengetahui tentang objek wisata labuan cermin. Sampel ini diambil menggunakan teknik purposive sampling.

Analisis data ini dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS, termasuk dalam pengujian validitas, reliabilitas, dan koefisien determinasi (R^2), serta pengujian hipotesis mengenai pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berwisata. Hipotesis pertama yang diuji adalah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata, Hipotesis kedua yang diuji adalah lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata, serta Hipotesis ketiga yang diuji adalah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia dan sumber informasi tentang Labuan Cermin. Berikut Karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan hasil penyebaran kuesioner.

Tabel 1. Karakteristik responden

karakteristik		jumlah	Perssen (%)
Jenis kelamin	Pria	30	37,5%
	Wanita	50	62,5%
Usia	17-25 Tahun	67	83,75%
	26-35 Tahun	9	11,25%
	36 Tahun keatas	4	5%
Informasi labuan cermin	Media sosial	21	26,25%
	Kerabat atau Keluarga	59	73,75%

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa mayoritas pengunjung objek wisata Labuan Cermin adalah wanita, kelompok usia muda juga mendominasi pengunjung. Selain itu, sebagian besar wisatawan mengetahui keberadaan wisata Labuan Cermin melalui rekomendasi dari kerabat atau keluarga.

3.1.2. Uji Validitas

Uji ini dilaksanakan guna mengetahui item pertanyaan benar, tepat, atau cermat untuk mengukur variabel yang diteliti. Sebuah indikator dianggap memiliki convergen validity yang baik jika outer loadingnya lebih dari 0.7. Berikut merupakan nilai outer loading untuk setiap indikator pada variabel penelitian ini:

Tabel 2. Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	X1.1	0,809	Valid
	X1.2	0,831	Valid
	X1.3	0,776	Valid
	X1.4	0,872	Valid
Lokasi (X ₂)	X2.1	0,727	Valid
	X2.2	0,783	Valid
	X2.3	0,728	Valid
	X2.4	0,747	Valid
	X2.5	0,857	Valid
Citra Destinasi (X ₃)	X3.1	0,785	Valid
	X3.2	0,883	Valid
	X3.3	0,902	Valid
Fasilitas (X ₁)	Y1.1	0,891	Valid
	Y1.2	0,882	Valid
	Y1.3	0,924	Valid
	Y1.4	0,884	Valid

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa variabel fasilitas, Lokasi, Citra Destinasi dan minat Berwisata memiliki nilai outer loading berkisar antara 0,727 sampai dengan 0,902. Hal ini membuktikan bahwa indikator dari masing-masing variabel valid karena memiliki nilai diatas 0,7 sehingga bisa dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Tabel 3. Average variance extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	0,661	Valid
Lokasi (X ₂)	0,593	Valid
Citra Destinasi (X ₃)	0,737	Valid
Minat Berwisata (Y)	0,801	Valid

Syarat dari konstruk dengan validitas yang baik harus memiliki nilai diatas 0,5. Berdasarkan Tabel 2, variabel fasilitas memiliki nilai AVE sebesar 0,661 (lebih dari 0,5), variabel Lokasi memiliki nilai AVE senilai 0,593 (lebih dari 0,5) dan variabel citra destinasi memiliki nilai AVE sebanyak 0,737 (lebih dari 0,5) serta variabel minat berwisata memiliki nilai AVE sebesar 0,801 (lebih dari 0,5). Sehingga bisa artikan bahwa variabel fasilitas, Lokasi, Citra Destinasi dan minat Berwisata memiliki nilai AVE diatas 0,5 sehingga keempat variabel sudah memenuhi syarat

3.1.3. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi atau kestabilan instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau variabel. Hasil uji nilai realibilitas berdasarkan *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* sebagai berikut.

Tabel 4. Cronbach's Alpha dan composite realibility

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Realibility	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	0,898	0,921	Reliabel
Lokasi (X ₂)	0,828	0,876	Reliabel
Citra Destinasi (X ₃)	0,820	0,893	Reliabel
Minat Berwisata (Y)	0,917	0,942	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa hasil dari *Output Cronbach Alpha* dari variabel fasilitas, lokasi, citra destinasi dan minat berwisata memiliki nilai diatas 0,70 sehingga keempat variabel memenuhi syarat reliabel. *Composite Reliability* dari variabel fasilitas, lokasi, citra destinasi dan minat berwisata juga memiliki nilai lebih dari 0,70 dimana membuktikan bahwa keempat dari variabel memenuhi syarat reliabel. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tingkat keandalan semua variabel laten adalah baik.

3.1.4. Uji R-Square

digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam sebuah model regresi. Dalam konteks SEM-PLS, nilai R-Square menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil uji nilai *R-square* bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. R-Square

Variabel	R-square
Minat Berwisata (Y)	0,741

Berdasarkan tabel 5, nilai R-square yang diperoleh untuk variabel Minat Berwisata sebesar 0,741 menunjukkan bahwa 74,1% dari minat tersebut dapat disebabkan oleh Fasilitas dan Lokasi serta Citra Destinasi, sedangkan 25,9% lainnya dapat disebabkan oleh variabel lain selain yang diteliti.

3.1.5. Uji Path Coefficient

Uji ini digunakan dalam analisis SEM-PLS untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan langsung antara variabel laten dalam model struktural. Hasil uji *Path Coefficient* tersebut disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Path Coefficient

Variabel	Original Sample	sample Mean	Standard Deviation	T-Statistics	P Values
Fasilitas (X ₁) → Minat Berwisata (Y)	-0,016	-0,008	0,083	0,189	0,850
Lokasi (X ₂) → Minat Berwisata (Y)	0,250	0,242	0,105	2,384	0,017
Citra Destinasi (X ₃) → Minat Berwisata (Y)	0,684	0,689	0,092	7,468	0,000

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata ke objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin dimana nilai nilai pada P-Values sebanyak 0,850 (lebih dari 0,05) dan nilai T-statistics hanya mencapai 1,89 (kurang dari 1,96), artinya hipotesis pertama pada penelitian ini dinyatakan ditolak. Variabel lokasi memiliki nilai P-Values adalah 0,000 (kurang dari 0,05) dan nilai T-statistics setinggi 2,384 (lebi dari 1,96), sehingga hipotesis kedua dinyatakan diterima. Penelitian ini juga menemukan variabel citra destinasi memiliki nilai P-Values sejumlah 0,017 (kurang dari 0,05) T-statistics sebanyak 7,468 (lebih dari 1,96). Sehingga hipotesis ketiga dinyatakan diterima.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berwisata

Penelitian ini menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan fasilitas terhadap minat berwisata pada objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas yang ada pada objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin tidak berdampak secara signifikan pada keinginan para wisatawan berkunjung ke objek wisata tersebut. Hasil ini dapat

disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah meskipun fasilitas penting, bukanlah satu-satunya faktor penentu dalam memengaruhi minat berwisata. Terbukti pada hasil jawaban responden prasurvey bahwa tujuan utama mereka mengunjungi objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin adalah untuk rekreasi dan bersantai, sementara alasan responden lainnya mengunjungi tempat tersebut karena keindahan alamnya dan keunikan wisatanya. Akan tetapi pihak pengelola wisata danau dua rasa Labuan Cermin juga harus tetap melakukan evaluasi untuk meningkatkan kualitas fasilitas yang ada, mulai dari kebersihan fasilitas ruang ganti pakaian, toilet, tempat penitipan barang serta kelengkapan fasilitas alat-alat snorkling agar kualitasnya meningkat dan cukup baik untuk menarik minat wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh awaluddin & Haryati Intisari, (2021) mendukung hasil penelitian ini bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengunjung. Dengan kata lain, fasilitas yang disediakan tidak memiliki hubungan yang signifikan atau pengaruh yang besar terhadap keputusan seseorang untuk mengunjungi tempat tersebut.

3.2.2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Berwisata

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap minat berwisata di objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa lokasi memiliki peran penting dalam mempengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi wisata danau dua rasa Labuan Cermin. Lokasi yang strategis serta mudah diakses cenderung lebih meningkatkan daya tarik bagi calon wisatawan daripada lokasi wisata yang sulit dijangkau oleh para wisatawan. Kemudahan dalam menjangkau lokasi memberikan pengalaman yang lebih nyaman, sehingga wisatawan lebih termotivasi untuk mengunjungi tempat tersebut. Pernyataan tersebut selaras dengan hasil jawaban responden penelitian ini yaitu rata-rata menjawab sangat setuju bahwa wisata danau dua rasa Labuan Cermin memiliki aksesibilitas yang mudah untuk ditempuh. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fajrin et al., (2021) menunjukkan bahwa Ada pengaruh yang kuat antara lokasi dan minat untuk berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki peran penting dalam menarik minat wisatawan. Lokasi yang tidak sulit untuk diakses akan meningkatkan keinginan orang untuk datang, yang berarti semakin mudah lokasi dijangkau, semakin tinggi minat pengunjung untuk berkunjung.

3.2.3. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berwisata

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan citra destinasi terhadap minat berwisata di objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa bagaimana destinasi wisata danau dua rasa Labuan Cermin dipersepsikan (citra) calon pengunjung memainkan peran penting dalam keinginan mereka untuk mengunjungi tempat tersebut. Hasil ini dapat dijelaskan melalui peran citra destinasi sebagai faktor psikologis yang membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu tempat. Ketika sebuah destinasi mampu menciptakan citra yang positif dan baik melalui promosi, pengalaman pengunjung sebelumnya, maupun daya tarik alam dan budaya, hal ini cenderung meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung. Destinasi dengan citra yang kuat dan positif memberikan kesan kepercayaan dan daya tarik emosional, yang pada akhirnya memotivasi wisatawan untuk memilih destinasi tersebut dibandingkan destinasi lainnya. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil pada penelitian ini yang dimana responden rata-rata menjawab sangat setuju bahwa wisata danau dua rasa Labuan Cermin citra memiliki citra yang baik karena menawarkan berbagai aktivitas rekreasi yang beragam dan menarik, seperti berperahu, snorkling, berenang dan hiking serta memiliki keunikan danau yang tidak ditemukan di danau lain yang membuat wisatawan merasa diberikan pengalaman yang menarik serta menyenangkan. Hasil Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Charli & Putri, 2020) menunjukkan bahwa citra destinasi wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan wisatawan untuk mengunjunginya. Artinya, Faktor utama yang mendorong seseorang untuk mengunjungi tempat wisata adalah bagaimana tempat itu digambarkan. Jadi, jika citra destinasi wisata bagus, itu akan mendorong seseorang untuk mengunjungi tempat tersebut.

4. Simpulan

Menurut hasil penelitian dan analisis yang berhubungan dengan pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berwisata di objek wisata danau dua rasa labuan cermin, dapat disimpulkan bahwa secara parsial fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwisata pada objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin, sedangkan lokasi dan citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwisata pada objek wisata danau dua rasa Labuan Cermin. Terkait dengan hal tersebut peneliti menyarankan bahwa agar pihak pengelola wisata danau dua rasa Labuan Cermin melakukan evaluasi untuk meningkatkan dan melengkapi kualitas fasilitas yang ada, mulai dari kebersihan, estetika, hingga kenyamanan dan keamanan agar kualitasnya meningkat dan cukup baik untuk menarik minat wisatawan. Peneliti juga menyarankan bahwa agar pihak pengelola terus meningkatkan aksesibilitas jalan yang baik, memasang papan penunjuk arah yang jelas dan menyediakan tempat parkir yang luas, serta menjaga kebersihan area sekitar lokasi wisata agar memberikan citra yang baik bagi wisatawan yang berkunjung. Peneliti juga merekomendasikan pihak pengelola untuk terus meningkatkan citra destinasi Danau Dua Rasa Labuan Cermin, fokus pada pengelolaan kebersihan, promosi daya tarik wisata yang unik (air dua rasa) serta keunggulannya lewat sosial media, peningkatan fasilitas wisatawan, serta terus menjaga keindahan alamnya. Semakin baik fasilitas, lokasi dan citra destinasi maka akan semakin berdampak baik pada pula terhadap minat berwisata. Hasil pada penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya serta memperluas cakupan variabel independen yang diduga memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Labuan Cermin, seperti variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, dan harga tiket.

Daftar Pustaka

- Awaluddin, & Haryati Intisari. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Water Boom Arema Raya Kota Bima. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 5 No 2, 93-105. <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal EKOBISTEK*, 9(2), 40-48.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40-47. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90-107. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Hidayanti, A. A., & Masyhudi, L. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik dan Lokasi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 129-144.
- Isman, Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 30-36. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>
- Nadia, S., & Othman, L. (2021). Pengaruh Lokasi Wisata dan Bauran Promosi terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Croco Lityre Waterpark Desa Sungai Lala Kecamatan Sungai Lala Kabupaten Indragiri Hulu. *JAB*, 12(1).
- Nurdiana, & Santoso, A. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, dan Keamanan terhadap Minat Berwisata Di Objek Wisata Telaga Ngebel. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 40-47. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5076>
- Sarim, & Wiyana, T. (2017). Pengaruh Fasilitas Wisatawan terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 3(2), 294-374. <http://journal.ubm.ac.id>

- Sianipar, M. (2019). Effect of Product, Price, Location and Tourism Promotion of Interest in Visiting Lake Toba Tourist Attraction. *Enrichment: Journal of Management*, 9(2), 18–22. www.enrichment.iocspublisher.org
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (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 (JAB)*, 37(2), 1–10.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatricia, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 146–156.
- Umma Latifa Nur, A., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1), 2077–2084. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.2747/http>