

ORANG, PROSES, BUKTI FISIK, DAN MINAT WISATAWAN UNTUK KEMBALI MENGUNJUNGI WISATA BANTEN LAMA

Edy Arisondha¹
Fiesty Utami²

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Email : edy_arisondha@untirta.ac.id¹
Email : fiesty.utami@untirta.ac.id²

ABSTRAK

Pemerintah Provinsi Banten telah merevitalisasi wisata sejarah Banten Lama sejak 2018. Kawasan Wisata Banten Lama diharapkan dapat dijadikan pariwisata andalan di Kota Serang, sehingga mampu memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat pengaruh faktor orang, proses dan bukti fisik dalam menarik minat berkunjung kembali wisatawan di Kawasan Wisata Banten Lama. Penelitian ini menggunakan variabel orang, proses, dan bukti fisik sebagai variabel independen. Sedangkan minat berkunjung kembali wisatawan merupakan variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Banten Lama minimal satu kali kunjungan. Pengambilan sampel dengan teknik purposive sampling, dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Regresi Linear Berganda digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian. Dari hasil uji F diketahui faktor orang, proses dan bukti fisik secara simultan dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali wisata Banten Lama. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi orang, proses dan bukti fisik sebesar 0,000. Secara parsial variabel orang, proses dan bukti fisik berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Banten Lama. Selain itu, variabel proses memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke kawasan wisata Banten Lama dengan besar pengaruh 15.92%.

Kata Kunci: Orang; Proses; Bukti fisik; Kunjungan Kembali; Banten Lama.

ABSTRACT

Banten provincial government has been revitalizing the Banten Lama historical tourism since 2018. Banten Lama Tourism Area can be used as a mainstay of tourism in Serang City, so that it can empower and improve the welfare of the surrounding community. The purpose of this research is to see the influence of people, process and physical evidence in attracting the interest of tourist to revisit Banten Lama tourism area. This study uses person, process, and physical evidence as the independent variables. Meanwhile, the interest in visiting tourists again is the dependent variable. The population in this study were all tourists who had visited the tourist attraction of Banten Lama at least once. Sampling with purposive sampling technique, and obtained a sample size of 100 respondents. Multiple Linear Regression is used as a method of data analysis in research. From the results of the F test, it is known that the factors of person,

process and physical evidence can simultaneously influence tourists to return to the tourist area of Banten Lama. This is indicated by the significance value of the variable person, process and physical evidence of 0.000. Partially the variables of person, process and physical evidence affect the interest in returning to visit. In addition, the process variable has a dominant influence on the interest in returning tourists to the tourist area of Banten Lama with a large influence of 15.92%.

Keywords: *Person; Process; Physical Evidence; Revisit; Banten Lama.*

PENDAHULUAN

Di Indonesia Industri pariwisata dapat dijadikan sektor andalan, karena Indonesia memiliki potensi pariwisata yang belum dimaksimalkan. Namun, masih ditemukan beberapa kendala yang seringkali ditemui wisatawan, yaitu kurangnya infrastruktur, fasilitas, dan sumberdaya manusia yang belum mendukung. Padahal, jika dimaksimalkan tentu industri pariwisata memiliki keunggulan yaitu merupakan komoditas yang paling berkelanjutan serta menyentuh hingga ke level paling bawah masyarakat.

Banten merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang juga memiliki potensi pariwisata. Selain dikenal dengan kekayaan budayanya, Banten juga kaya akan objek wisata alam hingga wisata religi. Salah satu tempat yang menjadi ikon pariwisata di provinsi Banten adalah Kawasan Wisata Banten Lama yang terletak di Kota Serang. Kota ini sekaligus sebagai kota yang menjadi pusat pemerintahan Provinsi Banten. Berdasarkan data BPS Kota Serang, pada tahun 2019 terdapat total 12.790.408 wisatawan yang berkunjung ke Kota Serang yang terdiri dari wisatawan mancanegara sebanyak 631.000 orang dan wisatawan nusantara sebanyak 12.789.777 orang.

Di dalam Kawasan Wisata Banten Lama yang merupakan salah satu wisata yang terdapat di kota Serang ini, terdapat beberapa destinasi wisata yang bisa dikunjungi diantaranya Keraton Kaibon, Keraton Surosowan, dan Benteng *Spellwijk*. Selain itu, didalam kawasan wisata banten lama terdapat juga Masjid Agung Banten, Museum Kepurbakalaan Banten, dan *Vihara Avalokitesvara*.

Kawasan Wisata Banten Lama diharapkan dapat dijadikan pariwisata andalan di Kota Serang, sehingga mampu memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Selain itu juga kedepannya sektor ini mampu menumbuhkan usaha multisektor serta meningkatkan pendapatan daerah bagi kota Serang.

Perlu adanya penerapan strategi yang tepat agar kawasan Banten Lama bisa dijadikan pariwisata andalan di Kota Serang. Salah satunya melalui peningkatan jumlah pengunjung dengan mengatasi hambatan yang sering ditemui di Industri Pariwisata diantaranya masalah infrastruktur dan fasilitas pendukung serta sumberdaya manusianya sehingga dengan pengalaman berwisata di kawasan Banten Lama yang baik diharapkan wisatawan tidak hanya berkunjung sekali tetapi berminat untuk berkunjung kembali.

Untuk mencapai hal tersebut pihak pemerintah daerah perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang mampu menarik minat wisatawan untuk mau berkunjung kembali di kawasan wisata Banten Lama. Pariwisata merupakan jenis usaha jasa sehingga wisatawan dapat dikatakan sebagai konsumen jasa.

Berdasarkan pernyataan Booms dan Bitner (Lupiyoadi, 2013) unsur-unsur yang bisa dikendalikan dan bisa dikombinasikan untuk kepentingan komunikasi dengan konsumen jasa adalah: orang (*people*), lingkungan fisik dimana jasa diberikan atau bukti fisik (*physical evidence*), dan proses jasa itu sendiri (*process*).

Bukti fisik berpengaruh positif terhadap minat wisatawan untuk mengunjungi Pantai Carocok kembali. Namun, variabel orang berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat wisatawan untuk mengunjunginya tempat wisata tersebut kembali, dan variabel proses berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat wisatawan dalam mengunjungi Pantai Carocok kembali (Mulyati and Afrinata, 2018).

Penelitian lain menunjukkan bahwa variabel orang, proses dan bukti fisik memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali Pantai Kabupaten Gunung Kidul (Bachtiar, 2016).

Maka dari penjabaran latar belakang di atas, tentunya menarik untuk diteliti mengenai “Pengaruh Faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik dalam Menarik Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Kawasan Wisata Banten Lama”.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik secara simultan dan parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Kawasan Wisata Banten Lama Kota Serang. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh simultan, serta mengetahui Faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik yang berpengaruh dominan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di kawasan wisata Banten Lama Kota Serang.

TINJAUAN PUSTAKA

Bauran Pemasaran

Menurut J. Striss et al. , bauran pemasaran terdiri dari “7P”: *Price, Place, Product, People, Promotion, Process*, dan *Physical Evidence* (Bukova et al., 2017). Dalam pemasaran jasa, ada beberapa elemen yang dapat dikontrol dan bisa dikombinasikan untuk konsumen jasa. Elemen tersebut adalah antara lain: orang, lingkungan fisik dimana jasa tersebut diberikan, bukti fisik, dan proses jasa itu sendiri (Lupiyoadi, 2013).

Orang

Orang adalah pelaku-pelaku yang memiliki peran dalam menyajikan jasa dan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang (*people*) ialah seluruh pelaku yang berperan dalam penyajian jasa dan sehingga mempengaruhi persepsi pelanggan (Yazid, 2001). Adapun yang termasuk ke dalam elemen ini ialah konsumen, personil perusahaan, dan pendukung jasa lain dalam lingkungan jasa.

Proses

Yang dimaksud proses dalam pemasaran yaitu keseluruhan sistem yang berlangsung dalam penyelenggaraan dan menentukan mutu kelancaran penyelenggaraan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunaannya (Kotler and Amstrong, 2007).

Pendapat lain, mengatakan bahwa proses sebagai kumpulan kegiatan-kegiatan berupa prosedur, mekanisme, jadwal dari kegiatan atau pekerjaan yang

dilakukan, yang kemudian hasil jasa dari semua itu diberikan kepada pelanggan (Lupiyoadi, 2013).

Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan lingkungan organisasi yang menciptakan dan menyediakan jasa. Bukti fisik berupa tempat dimana pemberi jasa dan konsumen melakukan interaksi (Lupiyoadi, 2013). Bukti fisik ialah merupakan bukti fisik jasa yang mencakup semua hal berwujud berkenaan dengan suatu jasa (Yazid, 2001).

Minat Berkunjung Kembali

Kepuasan pelanggan merupakan prioritas yang paling utama (Brata, Husani and Ali, 2017). Keputusan untuk mengunjungi suatu daerah wisata kembali tentunya berkaitan dengan minat pelanggan. Pelanggan yang masih memiliki ketertarikan dengan suatu objek wisata tentu ingin mengunjungi kembali daerah tersebut.

Minat berkunjung kembali ialah ialah suatu perilaku yang timbul dikarenakan respon terhadap suatu objek, yang menggambarkan keinginan pelanggan berkunjung ulang (Umar, 2003).

Pengertian yang lain keputusan pembelian atau berkunjung merupakan suatu tahap proses pengambilan keputusan yang mana pelanggan secara real membeli produk atau jasa (Kotler and Armstrong, 2007). Adapun indikator yang mempengaruhi minat kunjung kembali wisatawan terdiri atas: adanya keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut, rela menceritakan kepuasannya terhadap destinasi tersebut kepada orang lain dan bersedia merekomendasikan/mengarahkan kepada calon pengunjung lain untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

Hubungan Orang, Proses dan Bukti Fisik terhadap Minat Berkunjung Kembali

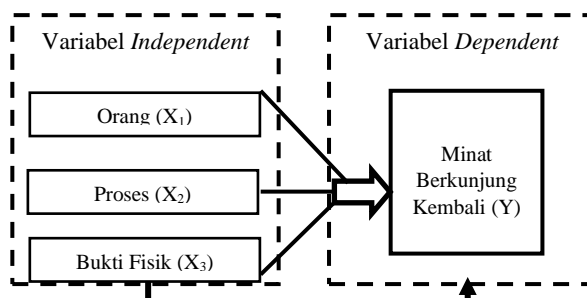
Penelitian di Bangkok membuktikan bahwa produk, orang, proses dan bukti fisik memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Sedangkan, harga, lokasi, dan promosi tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan (Xie, 2020). Hal ini merupakan hal yang menarik karena penelitian lainnya di objek wisata di Bangladesh menemukan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, kecuali promosi (Rahman *et al.*, 2019).

Variabel harga, promosi, lokasi, produk, orang, proses tidak berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap niat berkunjung ke Pantai Pasir Putih, sedangkan variabel bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap niat berkunjung ke Pantai Pasir Putih (Rachmawati, Didi and Simatupang, 2019). Sedangkan hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa orang, proses dan bukti fisik secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan berkunjung di Pantai Bulbul, dan hasilnya signifikan (Silaban, 2019).

Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir penelitian ini adalah dengan mengukur hubungan antara proses, orang dan bukti fisik terhadap minat wisatawan dalam berkunjung kembali

dimana variabel dependen (minat berkunjung kembali) dipengaruhi oleh variabel independen (proses, orang dan bukti fisik). Kerangka berpikir penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Kawasan Wisata Banten Lama terletak di kecamatan Kasemen, Kota Serang, Provinsi Banten. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif untuk dapat menjelaskan suatu fenomena empiris disertai dengan data statistik, karakteristik dan pola hubungan antar variabel.

Jenis dan Sumber Data

Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah orang, proses, dan bukti Fisik atau disebut variabel X. Adapun untuk variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Minat Berkunjung Kembali yang disebut variabel Y. Analisis data dilakukan melalui analisis regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS.

Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Didalam kuesioner berisi daftar pertanyaan yang relevan dengan variabel penelitian ini yang ditujukan kepada responden yang dijadikan sample. Pengukuran variabel dilakukan dengan cara pemberian skor pada masing-masing item pertanyaan. Skala pengukuran adalah Skala Likert dengan 5 interval.

Interval pengukuran:

- 1= Sangat Tidak Setuju,
- 2= Tidak Setuju,
- 3= Netral,
- 4= Setuju, dan
- 5= Sangat Setuju.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berwisata ke kawasan wisata Banten Lama paling tidak 1 kali. Teknik Sampling yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling* yaitu dengan menentukan sendiri kriteria sampel yang akan diambil oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti menentukan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan

yang pernah berkunjung ke kawasan wisata Banten Lama minimal 1 kali kunjungan. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dengan demikian, responden minimal untuk penelitian ini adalah 40 responden. Dalam penelitian ini diambil 100 responden yang dijadikan sampel dalam hal ini responden yang sudah pernah berkunjung ke Kawasan wisata banten lama.

Metode Analisis Data

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah berupa uji normalitas dan uji heterokedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *dependent*, *independent* atau keduanya memiliki distribusi yang normal, apakah mendekati normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah *Kolmogorov – Smirnov*. Selanjutnya dilakukan uji heteroskedastisitas menguji ada tidaknya perbedaan varians residual antara suatu pengamatan ke periode pengamatan yang lainnya. Gambar pola di *Scatterplot* menunjukkan ada atau tidaknya hereoskedastisitas. Regresi dianggap memenuhi heteroskedastisitas jika penyebaran antara titik data tidak menggambarkan suatu pola.

Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh faktor orang, proses dan bukti fisik terhadap minat berkunjung kembali, maka dilakukanlah analisis dengan Regresi Linear Berganda dengan alat analisis SPSS. Berikut ini adalah persamaan regresi yang digunakan:

Rumus 1. Model Persamaan Regresi

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- Y = (Minat Berkunjung Kembali),
- a = (Konstanta),
- b = (Koefisien Regresi),
- X₁ = (Orang),
- X₂ = (Proses), dan
- X₃ = (Bukti Fisik).

Uji F dan Uji T

Uji F dilakukan untuk mengetahui koefisien regresi faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan tingkat signifikansi 5 % atau tingkat keyakinan 95 % kemudian ditarik kesimpulan dari hipotesis apabila nilai F hitung < 0,05 artinya faktor Proses, Orang dan Bukti Fisik secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali namun apabila nilai F hitung > 0,05 artinya faktor Proses, Orang dan Bukti Fisik tidak mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Selanjutnya Uji t adalah nilai koefisien regresi yang menunjukkan keeratan pengaruh parsial dari setiap faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik

terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan tingkat signifikansi 5 % atau tingkat keyakinan 95 % selanjutnya menarik kesimpulan yaitu apabila nilai sig t hitung < 0,05 artinya faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali dan apabila nilai sig t hitung > 0,05 artinya faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik secara parsial tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Koefisien determinasi (R^2)

Nilai dari koefisien determinasi (R^2) menunjukkan presentase besar pengaruh faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik terhadap Minat Berkunjung Kembali. Nilai R^2 berbeda antara 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 1 artinya indikator yang menunjukkan semakin kuatnya kemampuan menjelaskan perubahan variabel X terhadap variabel Y.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

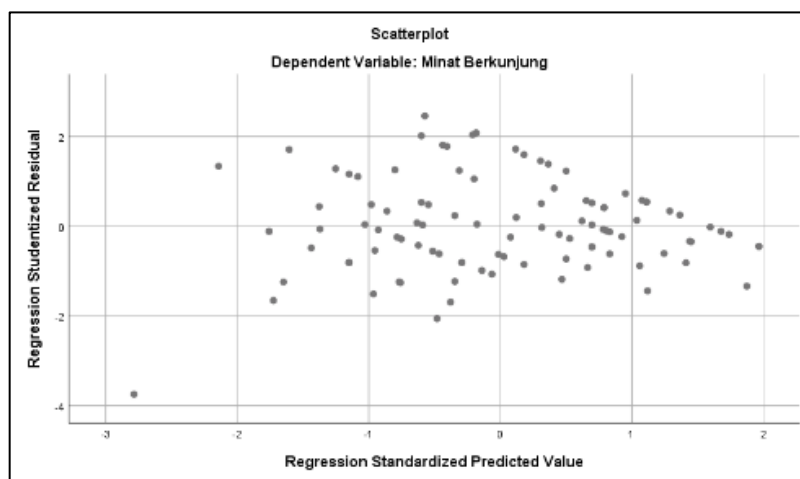
Tabel 1. Hasil Tes Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	Normal Parameters ^{a,b}
	Std. Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	Most Extreme Differences
	Positive	
	Negative	
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari Tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini terlihat dari hasil uji diperoleh nilai sig 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka dapat diketahui variabel *independent* (Orang, Proses, Bukti Fisik) dan variabel *dependent* (Minat Berkunjung Kembali) berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Diketahui tidak terbentuk pola yang jelas dalam grafik *scatterplot*, titik-titik tersebar di atas serta dibawah angka 0 sumbu Y, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Maka dapat diketahui tidak terdapat heterokedastisitas variabel *independent* (Orang, Proses, Bukti Fisik) dan variabel *dependent* (Minat Berkunjung Kembali).

Regresi Linear Berganda Uji F (secara simultan)

Tabel 2. Hasil Uji Regresi

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	537.397	3	179.132	42.319	.000 ^b
Residual	406.363	96	4.233		
Total	943.760	99			

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari hasil uji F, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka diperoleh kesimpulan Proses, Orang dan Bukti Fisik secara simultan berpengaruh terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Kembali ke kawasan Banten Lama.

Uji t (secara parsial)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.760	1.278		2.160	.033
Orang	.316	.113	.259	2.788	.006
Proses	.455	.107	.418	4.258	.000
Bukti Fisik	.215	.093	.193	2.308	.023

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari hasil uji t diketahui nilai signifikansi Orang adalah $0,006 < 0,05$, Proses adalah $0,000 < 0,05$, dan Bukti Fisik adalah $0,023 < 0,05$, maka dapat dilihat bahwa variabel Proses, Orang dan Bukti Fisik memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali wisatawan dikawasan wisata Banten Lama.

Besarnya Pengaruh Variabel Secara Simultan (R^2) dan Pengaruh Variabel Parsial (r^2)

Besarnya Pengaruh Variabel Secara Simultan (R^2)

Besarnya pengaruh secara simultan dapat dilihat dari tabel Model Summary berikut:

Tabel 4. Model Summary

R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square*100
.56	.556	2.057	55,6%

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Harga, Promosi, Produk, Orang, Tempat, Proses
 b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel *Model Summary*^b diketahui secara simultan besarnya pengaruh pengaruh Proses, Orang dan Bukti Fisik terhadap Minat Berkunjung Kembali ialah sebesar 55,6%. Hal ini menunjukkan Faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik cukup memberikan informasi untuk memprediksi minat wisatawan untuk berkunjung kembali walaupun ada faktor lainnya yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.

Besarnya Pengaruh Secara Parsial (r^2)

Tabel 5. Koefisien

Model	Correlations			r^2	$r^2 * 100$
	Zero-order	Partial	Part		
1 (Constant)					
Orang	.640	.274	.187	0.075076	7,51%
Proses	.705	.399	.285	0.159201	15,92%
Bukti Fisik	.567	.229	.155	0.052441	5,24%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel *Coefficients^a*, diketahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat berkunjung kembali adalah variabel Proses, besarnya pengaruh sebesar 15,92%. Sementara besarnya pengaruh orang adalah 7,51% dan Bukti Fisik 5,24%.

Dari hasil uji F diketahui bahwa faktor proses, orang, dan bukti fisik secara simultan dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali ke kawasan wisata banten lama hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi variabel orang, proses dan bukti fisik 0,000 yang lebih kecil dari nilai F hitung 0,05. Hal ini senada dengan hasil penelitian yang menyatakan people, process dan physical evidence secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di Pantai Bulbul. Secara bersama-sama pengaruh people, process dan physical evidence memiliki pengaruh yang positif dan signifikan (Silaban, 2019).

Dari hasil uji t nilai signifikansi Orang adalah 0,006, Proses adalah 0,000 dan bukti fisik adalah 0,023 maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Orang, Proses dan Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali wisatawan dikawasan wisata banten lama ditunjukkan dengan nilai yang lebih kecil dari nilai t hitung 0,005. Hal ini menarik karena berbeda dengan hasil penelitian yang diketahui variabel orang, proses tidak berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap niat berkunjung ke Pantai Pasir Putih, sedangkan variabel bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap niat berkunjung ke Pantai Pasir Putih (Rachmawati, Didi and Simatupang, 2019).

Faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik memiliki pengaruh sebesar 55,6% terhadap minat berkunjung kembali sehingga cukup memberikan informasi untuk memprediksi minat wisatawan untuk berkunjung kembali walaupun ada faktor lainnya yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini. Sementara variabel Proses merupakan yang memiliki pengaruh dominan dengan besarnya pengaruh sebesar 15,92%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Faktor proses, orang dan bukti fisik secara simultan dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali ke kawasan wisata Banten

Lama. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi variabel proses, orang dan bukti fisik 0,000 yang lebih kecil dari nilai F hitung 0,05.

Secara parsial variabel Orang, Proses dan Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali wisatawan dikawasan wisata banten lama tingkat signifikansi Faktor Orang $0,006 < 0,05$ dengan besarnya pengaruh adalah 7,51%, tingkat signifikansi Proses $0,000 < 0,05$ dengan besarnya pengaruh adalah 15,92% dan tingkat signifikansi Bukti Fisik $0,023 < 0,05$ dengan besarnya pengaruh adalah 5,24%.

Besarnya pengaruh secara simultan dari proses, orang dan bukti fisik terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali adalah 55,6%. Variabel proses mempunyai pengaruh dominan terhadap minat berkunjung kembali, dengan besarnya pengaruh 15,92%.

Faktor proses, orang dan bukti fisik dari hasil penelitian dianggap mampu menarik minat berkunjung kembali wisatawan ke kawasan wisata banten lama. Sehingga dapat dijadikan landasan dalam meningkatkan pengalaman pengunjung dari segi Orang, Proses dan Bukti Fisik

Bukti Fisik merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kecil dalam penelitian ini yaitu sebesar 5,24% maka bagi pihak pengelola kawasan Banten Lama agar dapat memperhatikan sarana fisik penunjang wisata sehingga mampu meningkatkan minat wisatawan untuk mau berkunjung kembali.

Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah variabel yang dianggap mampu mempengaruhi minat berkunjung kembali karena dari hasil penelitian ini faktor Orang, Proses dan Bukti Fisik memiliki pengaruh sebesar 55,6% terhadap minat berkunjung kembali maka masih ada faktor lainnya yang belum dijadikan variabel dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bachtiar, M. L. (2016) 'Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunungkidul (Studi pada mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)', *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(1), pp. 40–49.
- Brata, B. H., Husani, S. and Ali, H. (2017) 'The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta', *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), pp. 357–374.
- Bukova, B. *et al.* (2017) 'The Usage of Cognitive Maps in the Comparison of Marketing Mix of Railway Passenger Transport', *Procedia Engineering*. Elsevier, 187, pp. 498–503.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2007) 'Prinsip–Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga'. Jakarta. Buchari, Alma. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. CV. Alfabeta.
- Lupiyoadi, R. (2013) 'Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Ketiga)', *Jakarta: Salemba Empat*.
- Mulyati, Y. and Afrinata, M. (2018) 'Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata

- Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik)', *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI dan MANAJEMEN BISNIS/ e-ISSN: 2548-9836*, 6(2), pp. 191–200.
- Rachmawati, V., Didi, S. and Simatupang, R. A. (2019) 'PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG (STUDI KASUS: PANTAI PASIR PUTIH KABUPATEN MANOKWARI)', in *Conference on Public Administration and Society*.
- Rahman, M. *et al.* (2019) 'Effective Factors of Service Marketing Mix on Tourist Satisfaction: A Case Study', *Asian Social Science*, 15(7).
- Silaban, P. H. (2019) 'Pengaruh Orang, Bukti Fisik dan Proses terhadap Kepuasan Wisatawan pada Destinasi Wisata Pantai Bulbul', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), pp. 87–100.
- Umar, H. (2003) 'Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, hal. 233', *PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*.
- Xie, Y. (2020) 'The relationship among marketing mix, customer satisfaction and customer loyalty of Chinese tourists to budget hotel of central Bangkok'.
- Yazid, M. (2001) 'Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi', *Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UI*.