

PENGARUH FASILITAS DAN PERILAKU PEDAGANG TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN SEBAGAI DASAR STRATEGI WISATA DI DANAU DENDAM TAK SUDAH

Nabila Alfia Angraeni¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu, Bengkulu
nabilaangraeni13112005@gmail.com

Fitria Wanda Marisa²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu, Bengkulu
fitriawanda132@gmail.com

Marisa Sri Rahayu³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu, Bengkulu
marisasrirahayu11@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of facilities and merchant behavior on tourist visiting interest at the Danau Dendam Tak Sudah tourism object in Bengkulu City. In this study, facilities are understood as the availability of physical supporting infrastructure at the tourist location, while merchant behavior includes the attitude, friendliness, and interaction of business actors toward visitors. Tourist visiting interest is measured based on indicators of the desire to revisit and recommend the destination. This research uses a quantitative method with an associative approach through surveys and data analysis using multiple linear regression techniques. The research sample consists of 100 tourists selected randomly (accidental sampling). The results showed that simultaneously, facilities and merchant behavior had a significant impact on tourist visiting interest. Partially, it was found that merchant behavior was proven to have a positive and significant impact, while facilities had an insignificant influence in this study. Based on the results of the analysis, it can be concluded that merchant behavior is the most dominant factor in increasing tourist visiting interest in Danau Dendam Tak Sudah. Therefore, tourism managers are expected to pay attention to social interaction factors and the quality of merchant services in addition to improving physical facilities in an effort to increase sustainable tourism appeal.

Keywords: *facilities; merchant behavior; interested in visiting tourists; tourism strategy; danau dendam tak sudah*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan perilaku pedagang terhadap minat kunjungan wisatawan pada objek wisata Danau Dendam Tak Sudah di Kota Bengkulu. Dalam penelitian ini, fasilitas dipahami sebagai ketersediaan sarana pendukung fisik di lokasi wisata, sementara perilaku pedagang mencakup sikap, keramahan, dan interaksi pelaku usaha terhadap pengunjung. Minat kunjungan wisatawan diukur berdasarkan indikator keinginan berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif melalui survei dan analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda. Sampel penelitian terdiri dari 100 wisatawan yang dipilih secara acak (accidental sampling). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan fasilitas dan perilaku pedagang memberikan dampak signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Secara parsial, ditemukan bahwa perilaku pedagang terbukti memberikan dampak positif dan signifikan, sementara fasilitas memiliki pengaruh yang tidak signifikan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Danau Dendam Tak Sudah. Oleh karena itu, pengelola wisata diharapkan dapat memperhatikan faktor interaksi sosial dan kualitas layanan pedagang di samping perbaikan fasilitas fisik dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata secara berkelanjutan.

Kata kunci: *fasilitas; perilaku pedagang; minat kunjungan wisatawan; strategi wisata; danau dendam tak sudah.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Provinsi Bengkulu memiliki berbagai potensi wisata alam yang menarik salah satunya adalah danau Dendam Tak Sudah yang dikenal dengan keindahan panorama alam serta suasana yang tenang dan asri. Keindahan tersebut menjadikan destinasi ini sebagai salah satu tujuan wisata yang diminati oleh kalangan anak muda yang ingin menikmati pemandangan alam sekaligus mengabadikan momen melalui media sosial.

Berdasarkan pengamatan, terdapat berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kondisi fasilitas dan perilaku pedagang disekitar kawasan wisata tersebut. Fasilitas yang tersedia masih tergolong kurang memadai dan belum terawat dengan baik, sehingga dapat

menurunkan minat kenyamanan wisatawan selama berkunjung. Menurut Kotler dan Keller (2016), fasilitas merupakan bagian dari physical evidence yang berperan dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Selain itu perilaku pedagang juga menjadi faktor yang memengaruhi persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa interaksi langsung antara wisatawan dan pelaku usaha berperan penting dalam membentuk pengalaman berwisata. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fasilitas dan perilaku pelaku usaha memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan.

Berdasarkan permasalahan dan hasil penelitian terdahulu, muncul pertanyaan mengenai bagaimana pengaruh fasilitas dan perilaku pedagang terhadap minat kunjungan wisatawan, serta faktor mana yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan perilaku pedagang terhadap minat kunjungan wisatawan serta

menjadikan hasil analisis tersebut sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan wisata yang lebih efektif.

KAJIAN TEORITIS

Menurut Philip Kotler dan Keller (2016), fasilitas yang memadai, bersih, dan tertata dengan baik dapat menciptakan kenyamanan serta pengalaman positif bagi konsumen. Fasilitas yang tidak terawat atau kurang memadai cenderung menimbulkan kesan negatif dan berpotensi menurunkan minat berkunjung wisatawan. Selain fasilitas, perilaku pedagang juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap pengalaman wisatawan.

Perilaku pedagang mencerminkan bagaimana sikap dan tindakan pelaku usaha dalam melayani wisatawan. Indrawan (2022) menyatakan bahwa perilaku pedagang yang tidak jujur dan kurang ramah dapat menurunkan tingkat kepuasan serta minat wisatawan untuk kembali berkunjung, begitu juga sebaliknya perilaku yang baik dan komunikatif dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pengunjung terhadap suatu destinasi wisata. Minat kunjungan wisatawan merupakan keinginan seseorang untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata, baik itu untuk pertama kalinya ataupun untuk berkunjung ulang. Minat ini

dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pengalaman yang dirasakan selama berwisata.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fasilitas dan perilaku pedagang berperan penting dalam memengaruhi minat kunjungan wisatawan. Andini *et al* (2024) menemukan bahwa fasilitas wisata yang kurang memadai dapat menurunkan tingkat kepuasan dan minat kunjungan wisatawan. Sementara itu, Anggani (2017) menyatakan bahwa perilaku pedagang dikawasan wisata berpengaruh terhadap kenyamanan dan persepsi wisatawan, yang mana perilaku kurang baik dapat menurunkan minat pengunjung. Perspektif manajemen strategi, fasilitas dan perilaku pedagang dikategorikan sebagai faktor internal yang memengaruhi daya saing suatu destinasi wisata. Menurut Tjiptono (2015) strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen melalui pengelolaan kualitas layanan yang optimal.

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan perilaku pedagang merupakan faktor yang memiliki peran yang penting dalam memengaruhi minat kunjungan wisatawan. Berdasarkan

uraian tersebut hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: fasilitas berpengaruh terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

H2: Perilaku Pedagang berpengaruh terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

H3: Perilaku Pedagang memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Fasilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan perilaku pedagang terhadap minat berkunjung wisatawan. Penelitian ini dilakukan pada objek wisata Danau Dendam Tak Sudah yang merupakan salah satu destinasi wisata di Kota Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengetahui objek wisata Danau Dendam Tak Sudah di Kota Bengkulu. Sampel penelitian ini terdiri dari responden yang pernah dan belum pernah berkunjung, tetapi memiliki pengetahuan mengenai objek wisata tersebut, baik dari kunjungan langsung ataupun informasi dari sosial media. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dimana responden yang ditemui

secara langsung dilokasi penelitian dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 sampel. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel yang telah ditetapkan, yaitu Fasilitas (X1), Perilaku Dagang (X2), dan Minat Kunjungan Wisatawan (Y). Pengukuran variabel digunakan dengan menggunakan skala likert dengan lima tingkat penilaian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kelayakan instrumen penelitian. Selanjutnya dilakukan uji analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan perilaku pedagang terhadap minat kunjungan wisatawan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan uji f, dengan seluruh proses analisis data dilakukan dengan program SPSS. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Uji Validitas

1. Berdasarkan data seluruh butir kuesioner pada variabel fasilitas (X1) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195) dengan tingkat signifikansi (0,005) pada

setiap pernyataan. Dengan demikian semua item kuesioner dinyatakan *valid*, sehingga kuesioner layak digunakan untuk diolah sebagai data penelitian.

2. Berdasarkan data seluruh butir kuesioner pada variabel perilaku pedagang (X2) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195) dengan tingkat signifikansi (0,005) pada setiap pernyataan. Dengan demikian semua item kuesioner dinyatakan *valid*, sehingga kuesioner layak digunakan untuk diolah sebagai data penelitian.
3. Berdasarkan data seluruh butir kuesioner pada variabel Minat Kunjungan Wisatawan (Y) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195) dengan tingkat signifikansi (0,005) pada setiap pernyataan. Dengan demikian semua item kuesioner dinyatakan *valid*, sehingga kuesioner layak digunakan untuk diolah sebagai data penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji Realibititas Instrument yang diberikan kepada responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Fasilitas (X1)	0,823	Reliabel
Perilaku Pedagang (X2)	0,823	Realiabel
Minat Kunjungan Wisatawan (Y)	0,823	Realiabel

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan SPSS memberikan satu nilai Cronbach Alpha untuk seluruh item (14 item) .Karena seluruh indikator setiap variabel memiliki corrected item total correlation di atas r_{tabel} , maka masing-masing variabel dinyatakan reliabel

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.2

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.381	1.894		7.065	.000
	Fasilitas	-.175	.100	-.148	1.745	.084
	Perilaku Pedagang	.474	.075	.538	6.343	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda antara fasilitas (X1) dan perilaku pedagang (X2) terhadap minat kunjungan wisatawan (Y) diperoleh persamaan regresi $Y = 13.381 + -0,175X1 + 0,474X2$. Nilai konstantan sebesar 13.381 menunjukkan bahwa apabila variabel fasilitas dan perilaku pedagang bernilai nol, maka minat kunjungan wisatawan diperkirakan sebesar 13.381. Koefisien regresi fasilitas (X1)

sebesar -0,175 dengan nilai signifikansi 0,084, yang berarti fasilitas memiliki pengaruh negatif terhadap minat kunjungan wisatawan, namun pengaruh tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Perubahan pada fasilitas tidak memberikan dampak yang berarti terhadap minat kunjungan dalam penelitian ini. Sementara itu, koefisien regresi perilaku pedagang (X2) sebesar 0,474 dengan signifikansi 0,000. Menunjukkan bahwa perilaku pedagang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, yang berarti semakin baik perilaku pedagang, maka minat wisatawan untuk berkunjung juga akan meningkat secara nyata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat kunjungan wisatawan.

Hasil Uji t

Tabel 4.3

Uji t Variabel X1 -Y

coefficients ^a					
Model	UC		SC	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	20.141	1.853		10.871	.000
	fasilitas	-.150	.118	-.127	-1.2965	.029

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh hasil uji t untuk variabel fasilitas (X1) terhadap minat kunjungan wisatawan (Y), diperoleh nilai t hitung = 10.871 dan nilai signifikansi (sig.) = 0.000. Dengan derajat kebebasan (df) = 97 dan t tabel = 1,984, maka karena t hitung > t tabel dapat disimpulkan bahwa fasilitas (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan.

Tabel 4.4
Uji t Variabel X2 -Y

coefficients^a

Model	UC			SC	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10.797	1.193		9.048	.000
	Perilaku Pedagang	.468	.075	.0532	6.125	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), untuk variabel perilaku pedagang (X2) terhadap minat kunjungan wisatawan (Y), di peroleh t hitung = 9.048 dan nilai signifikansi (Sig.) = 0,000. Dengan derajat kebebasan (df) = 97 dan t tabel = 1,984, maka karena t hitung > t tabel dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang (X2) berpengaruh secara signifikansi terhadap minat kunjungan wisatawan.

Hasil Uji f

Tabel 4.5

Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	

1	Regr essio n	550. 043	2	275 .02 2	21. 24 0	.00
	Resi dual	125 5.99 7	9 7	12. 948		
	Tota l	180 6.04 0	9 9			
Dependent Variabel: Minat Kunjungan Wisatawan						
Predictors: (Constant), Perilaku Pedagang, Fasilitas						

Berdasarkan hasil analisis uji ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 21.240 (Sig.) sebesar 0.000. Dengan dfl = 2 dan df2 = 97, serta nilai F tabel = 3,90, maka karena: F hitung > F tabel dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas (X1) dan perilaku pedagang (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan.

PENGUJIAN HIPOTESIS KETIGA (H3)

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel Coefficients, diketahui bahwa variabel fasilitas memiliki nilai Standardized Coefficient (Beta) sebesar -0,148, sedangkan variabel perilaku

pedagang memiliki nilai sebesar 0,538. Hal ini menunjukkan bahwa variabel perilaku pedagang memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel fasilitas terhadap minat kunjungan wisatawan. Dengan demikian, variabel perilaku pedagang merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat kunjungan wisatawan, sehingga hipotesis ketiga (H3) dinyatakan diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh fasilitas dan perilaku pedagang terhadap minat kunjungan wisatawan di Danau Dendam Tak Sudah, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas dan perilaku pedagang terhadap minat kunjungan wisatawan. Hal ini dibuktikan melalui uji F dengan nilai F hitung sebesar 21,240, yang lebih besar dari F tabel 3,90, serta tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Kombinasi kedua variabel ini mampu menjelaskan variasi minat kunjungan sebesar 30,5%, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,305. Secara parsial, perilaku pedagang ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan

wisatawan, dengan nilai t hitung 6,125 yang lebih besar dari t tabel 1,984 dan signifikansi 0,000. Artinya, keramahan, kejujuran, dan sikap komunikatif para pedagang di area wisata Danau Dendam Tak Sudah sangat menentukan keinginan wisatawan untuk datang kembali. Sebaliknya, secara parsial, fasilitas menunjukkan pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, dengan nilai t hitung -1,265 dan signifikansi 0,209 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kondisi fisik fasilitas saat ini belum menjadi pendorong utama minat wisatawan, sehingga diperlukan evaluasi mendalam terkait fungsionalitas dan kualitas sarana yang ada. Perilaku pedagang ditemukan sebagai variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat kunjungan wisatawan dibandingkan variabel fasilitas dalam konteks penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, D. (2017). Analisis perilaku pedagang kaki lima terhadap kawasan Pantai Padang. *Jurnal Menara Ilmu*, 11(78), 42–51. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/278>
- Andini, S. W., Salahuddin, M., & Wijaya, P. A. (2024). Pengaruh fasilitas penunjang kawasan wisata terhadap kepuasan pengunjung (Studi kasus wisata Pantai Ampenan). *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(1), 533–542. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i1.2165>
- Fuah, R. G., Lobang, M. R., & Kause, M. Y. (2025). Persepsi pengunjung terhadap aktivitas pedagang di kawasan Taman Wisata Kelapa Lima, Kota Kupang. *Triwikrama: Jurnal Ilmu*.
- Indrawan, F. (2022). Perilaku pedagang ekowisata Danau Dendam Tak Sudah. *Repository IAIN Bengkulu*. <https://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/9324>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Makarim, I. A., & Pradana, B. I. (2022). Pengaruh pemasaran digital, word of mouth, dan online customer review terhadap minat kunjungan wisatawan. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*.
- Purwanto, N. H., & Raharja, S. A. S. (2020). Bauran pemasaran dan perilaku pengunjung wisata minat khusus di objek wisata Kali Suci Caving dan Tubing. *Jurnal Ilmu Lingkungan*.
- Samosir, M. T., & Ismayuni, T. U. (2023). Pengaruh fasilitas dan promosi terhadap minat pengunjung di Pantai Bali Lestari Kabupaten Serdang Bedagai. *Gema Wiralodra*, 14(1), 271–279. <https://journal.unwir.ac.id/index.php/gemawiralodra/article/view/1474>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sukriani, S. (2019). Perilaku pedagang kecil di wisata Waetuo Kab. Pinrang: Relasi terhadap persaingan dagang. *Repository IAIN Parepare*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Wijana, P. A., & Pratama, I. P. A. P. (2025). Studi perilaku penggunaan media sosial wisatawan milenial dalam pencarian informasi daya tarik wisata di Kabupaten Badung.
- Yandi, A., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan (literature review).