

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, FASILITAS PARIWISATA,  
AKSESIBILITAS, PENGALAMAN WISATA TERHADAP  
NIAT BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN  
(STUDI PADA PENGUNJUNG KAWASAN  
WISATA TELAGA SARANGAN MAGETAN)**

***THE INFLUENCE OF TOURISM ATTRACTION, TOURISM FACILITIES,  
ACCESSIBILITY, TOURISM EXPERIENCE ON TOURISTS' REVISIT  
INTENTIONS (STUDY ON VISITORS TO THE AREA  
SARARAN MAGETAN LAKE TOURISM)***

**Dwie Sulistyono<sup>1</sup>, Sanaji<sup>2</sup>, Yessy Artanti<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri  
Surabaya

dwie.23138@mhs.unesa.ac.id<sup>1</sup>, sanaji@unesa.ac<sup>2</sup>, yessyartanti@unesa.ac.id<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of tourist attractions, tourism facilities, tourist accessibility, and tourism experience on tourists' intention to revisit Telaga Sarangan in Magetan Regency. This research employs a quantitative approach with a survey method through questionnaires filled out by 200 respondents. The collected data were analyzed using multiple regression analysis with the help of SPSS software. The results of the study indicate that tourist attractions do not affect tourists' intention to revisit Telaga Sarangan. Tourism facilities do not affect tourists' intention to revisit Telaga Sarangan. Tourist accessibility does not affect tourists' intention to revisit Telaga Sarangan. Tourism experience positively affects tourists' intention to revisit Telaga Sarangan. These findings suggest that although tourist attractions, facilities, and accessibility are not determining factors in tourists' decisions to revisit, a positive tourism experience plays a significant role in increasing revisit intention.*

**Keywords:** *Revisit Intention, Tourist Attraction, Tourism Facilities, Tourist Accessibility, Tourism Experience*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas wisata, dan pengalaman wisata terhadap niat berkunjung ulang wisatawan ke Telaga Sarangan di Kabupaten Magetan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang diisi oleh 200 responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Telaga Sarangan. Fasilitas pariwisata tidak berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Telaga Sarangan. Aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Telaga Sarangan. Pengalaman wisata berpengaruh positif terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Telaga Sarangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas tidak menjadi faktor penentu dalam keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung, pengalaman wisata yang positif memiliki peran signifikan dalam meningkatkan niat kunjungan ulang.

**Kata kunci:** Niat Berkunjung Ulang, Daya Tarik Wisata, Fasilitas Pariwisata, Aksesibilitas Wisata, Pengalaman Wisata

## PENDAHULUAN

Pembangunan nasional harus didukung oleh prakarsa daerah untuk memperkuat dan mengoptimalkan potensi sumber daya alam di daerah yang dimiliki untuk dikembangkan sesuai dengan skema pembangunan daerah dan pengembangan wilayah. Dalam konteks ini berbagai potensi dan sumber daya pariwisata diarahkan untuk meningkatkan kapasitas penataan dan pengembangan melalui pelaksanaan pembangunan yang komprehensif, fokus dan *integrated*. Banyak destinasi pariwisata yang potensial di Indonesia apabila dilihat dari sisi daya tarik alam yang dimilikinya, namun belum bisa dijual karena belum bisa bersaing dengan destinasi wisata lain di kawasan regional maupun internasional.

Pariwisata Indonesia tidak rentan terhadap krisis sehingga sektor pariwisata dan pasar dalam negeri dapat menjadi sabuk pengaman perekonomian nasional, krisis ekonomi dan ketidakpastian global diperkirakan akan berlangsung hingga beberapa tahun mendatang, sehingga potensi pariwisata di Indonesia bisa dioptimalkan dengan usaha yang sungguh- sungguh serta kerja sama antara para pemangku kepentingan pariwisata. Hal itu dikarenakan kunci pengembangan pariwisata ada di pemerintahan daerah. Pariwisata dapat memberi kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan mempunyai efek pengganda (*multiplier effect*) yang besar terhadap perkembangan ekonomi daerah.

Menurut UU No. 10 tahun 2009, kepariwisataan memiliki beberapa tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa

cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan memperlancar persahabatan antarbangsa. Pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif semakin menguat pascapandemi meski belum mencapai level prapandemi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada triwulan I 2023 secara kumulatif mencapai 2,5 juta kunjungan atau naik 508,87% dibandingkan periode sama tahun 2022. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pun memprediksi kunjungan wisman hingga akhir tahun ini bisa menembus kurang lebih sebanyak 9 juta kunjungan.

Pada Desember 2023, data BPS menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia mencapai 1,14 juta kunjungan. Jumlah ini naik sebesar 22,91 persen dibandingkan November 2023 (*month-to-month*) dan naik 20,17 persen dibandingkan bulan yang sama pada tahun lalu (*year-on-year*). Wisman yang berkunjung ke Indonesia pada Desember 2023 didominasi oleh wisman yang berasal dari Malaysia (18,45 persen), Singapura (16,41 persen), dan Australia (11,87 persen). Secara kumulatif, kunjungan wisman pada Januari hingga Desember 2023 meningkat 98,30 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2022. Peningkatan kunjungan ini utamanya tercatat pada pintu bandara Ngurah Rai dan Soekarno Hatta, masing-masing meningkat sebesar 143,64 persen dan 108,95 persen. Jumlah perjalanan wisatawan nasional (wisnas) selama tahun 2023 mencapai 7,52 juta perjalanan. Jumlah tersebut naik drastis sebesar 112,26 persen bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 3,54 juta perjalanan. Malaysia menjadi negara tujuan utama wisnas terbesar di tahun 2023 dengan

dikunjungi oleh 27,98 persen total wisnas.



**Gambar 1.** Perkembangan Pasriwisata Indonesia Desember 2023  
 Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia dan menjadi penyumbang devisa utama. *Organization for Economic Co-Operation and Development* (OECD) dalam laporan *Tourism Trends and Policies 2022* menyebutkan pada 2019, sektor pariwisata menyumbang 5,0% dari pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia. Namun, hantaman pandemi Covid-19 di 2020 mengakibatkan turunnya kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 56% yaitu menjadi hanya 2,2% dari total ekonomi (kemenkeu.go.id).

Kebijakan restriksi di berbagai negara guna mengendalikan penyebaran virus Covid-19 telah menyebabkan kunjungan wisman menurun tajam dari 16,1 juta di tahun 2019 menjadi hanya 4,0 juta di tahun 2020. Pada tahun 2021, kunjungan wisman bahkan kembali menurun tajam, hanya mencapai 1,5 juta kunjungan, atau turun sebesar 61,6 persen dibandingkan jumlah kunjungan wisman pada tahun 2020. Penurunan signifikan kunjungan wisman tersebut turut berdampak besar pada sektor-

sektor yang terkait erat, seperti akomodasi dan penyediaan makanan dan minuman (restoran), serta sektor transportasi. Imbas keterpurukan sektor pariwisata di masa pandemi juga dirasakan langsung oleh lebih dari 34 juta masyarakat yang menggantungkan hidup di sektor wisata dan ekonomi kreatif kala itu.

Beragam dukungan pemerintah melalui instrumen APBN pun dikerahkan untuk mendorong percepatan pemulihan industri pariwisata nasional. Upaya tersebut dilakukan melalui sejumlah program, antara lain pengembangan desa wisata, bantuan atau insentif ke pelaku usaha pariwisata, sertifikasi tempat-tempat wisata sesuai standar *Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability* (CHSE), dan penyediaan fasilitas vaksinasi Covid-19 di lokasi wisata. Di samping itu, dukungan pemerintah selama masa pandemi melalui program pemulihan ekonomi nasional (PEN) kepada sektor pariwisata juga signifikan dalam memberikan bantalan sekaligus mempersiapkan sektor tersebut dalam menyerap potensi kenaikan aktivitas

pariwisata dalam jangka menengah. Kembalinya kepercayaan pada sektor pariwisata juga tak lepas dari efektivitas upaya penanganan pandemi yang menegaskan bahwa Indonesia merupakan destinasi pariwisata yang sangat layak untuk dikunjungi kembali, terutama oleh wisman.

Transisi pandemi menjadi endemi menjadi momentum bagi pariwisata nasional untuk bangkit lebih kuat. Dikutip dari dokumen KEM PPKF 2023, *The International Air Transport Association* (IATA) memperkirakan bahwa angka perjalanan internasional akan tumbuh signifikan pada tahun 2023, dan berpotensi melampaui level prapandemi pada tahun 2024. Begitu pula dengan sektor penunjang pariwisata

seperti sektor jasa penyediaan akomodasi dan makan minum, serta sektor transportasi pun masing-masing diproyeksikan tumbuh pada rentang 6,6 – 7,3% dan 8,5 – 9,5% di 2023.

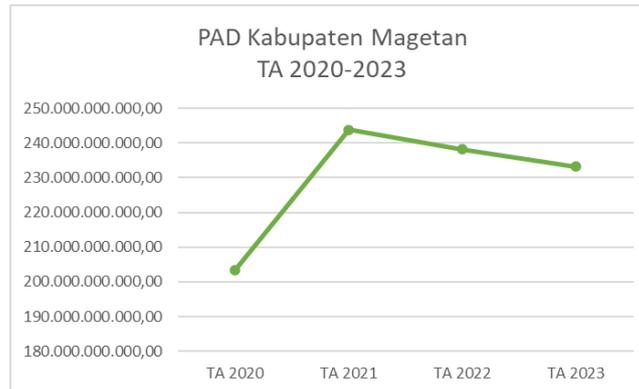
Berdasarkan provinsi asal, Jawa Timur tercatat memiliki jumlah perjalanan tertinggi pada 2022 sebesar 198,91 juta perjalanan, atau 27,07% dari total perjalanan wisatawan di Indonesia yang mencapai 734,86 juta perjalanan. Jumlah perjalanan dari Jawa Timur itu mengalami peningkatan 25,41% dibandingkan tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistiik, 2022). Adapun data jumlah jumlah kunjungan wisatawan disajikan dalam grafik berikut.



**Gambar 2.** Frekuensi Arus Perjalanan Wisatawan  
Sumber: (Badan Pusat Statistiik, 2022)

Kabupaten Magetan yang dijuluki sebagai *"The Nice of Java"* merupakan salah satu destinasi wisata yang populer di Jawa Timur (Henry, 2022). Selain itu Magetan juga memiliki julukan *"Kota Kaki Gunung"* karena letaknya di kaki Gunung Lawu (Rachmasari, 2023). Potensi wisata Magetan yang meliputi keindahan alam seperti Telaga Sarangan, pesona pegunungan Lawu, serta wisata budaya

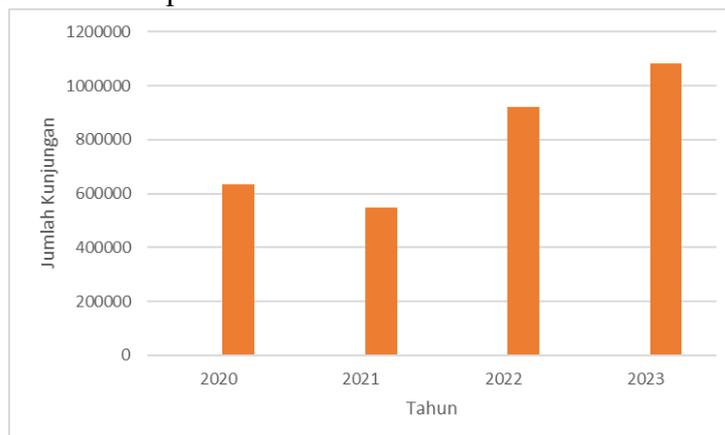
dan kuliner lokal, memiliki peran signifikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Magetan (Arwanashri, 2018). Di Kabupaten Magetan sendiri, pariwisata menjadi salah satu sektor penyumbang Pendapatan Asli Daerah yang tinggi (Arwanashri, 2018). Berikut disajikan data PAD Kabupaten Magetan tahun anggaran 2020-2023.



**Gambar 1.** PAD Kabupaten Magetan  
Sumber: Pemerintah Kabupaten Magetan

Salah satu kawasan wisata populer di Kabupaten Magetan adalah Wisata Telaga Sarangan. Telaga Sarangan merupakan Daya Tarik Wisata (DTW) unggulan pada Kabupaten Magetan. Telaga Sarangan berada di lereng Gunung Lawu dengan ketinggian sekitar 1200 mdpl. Perjalanan ke Sarangan dapat ditempuh dari Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah dan juga dari Maospati Kab. Magetan Jawa Timur. Terdapat kawasan

hutan milik Perhutani, lahan penduduk dan lahan pertanian. Salah satu Destinasi Wisata yang berada di tengah pemukiman penduduk. Pada periode tahun 2020 hingga 2023, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Telaga Sarangan mencapai  $\pm$  808.549 wisatawan per tahun. Kenaikan jumlah wisatawan yang berkunjung berdampak pada potensi kenaikan PAD Telaga Sarangan.



**Gambar 2.** Grafik Jumlah Wisatawan yang Berkunjung di Telaga Serangan Periode 2020-2023

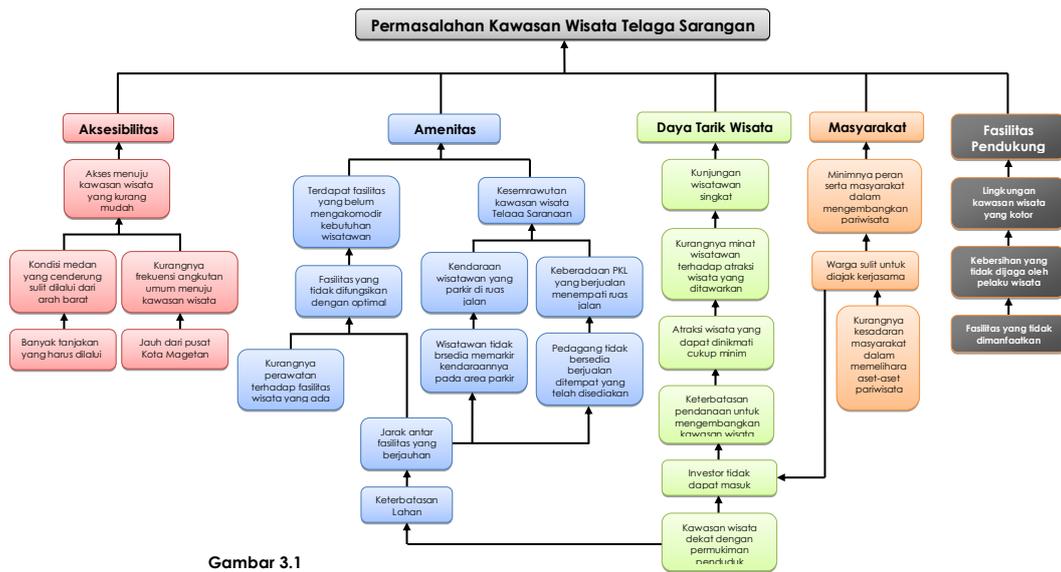
Sumber: Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Magetan, 2024



**Gambar 5.** Grafik Jumlah PAD dari Telaga Sarangan Periode 2020-2022  
 Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Magetan, 2023

Secara administrasi, Telaga Sarangan berada di Kelurahan Sarangan, Kecamatan Plaosan yang berjarak sekitar 16 km dari Pusat Kota Magetan. Kawasan Wisata Telaga Sarangan berbatasan dengan kawasan permukiman penduduk yang sebagian telah berkembang sebagai kegiatan perdagangan dan jasa (Hotel, villa, penginapan, restoran, depot, dll), kawasan hutan milik perhutani, serta lahan pertanian. Kawasan Telaga Sarangan berada pada kawasan perbukitan/ lereng dengan ketinggian bekisar antara 1.100 – 1.550 meter diatas permukaan laut. Selain itu, kondisi wilayah Telaga Sarangan memiliki karakteristik topografi yang berkontur, dimana semakin ke arah utara – barat semakin tinggi sedangkan ke arah selatan – timur semakin rendah.

Pemanfaatan lahan lebih difokuskan pada lahan di sekitar Telaga Sarangan. Secara umum, penggunaan lahan sekitar Telaga Sarangan dapat dibedakan menjadi; perdagangan dan jasa, perumahan, fasilitas umum, hutan, dan pertanian. Meskipun Telaga Sarangan memiliki potensi wisata yang besar dengan keindahan alamnya yang memukau, kenyataan yang ada menunjukkan pengelolaan dan pengembangan produk wisata Kabupaten Magetan dirasakan belum optimal bahkan intensitasnya sangat minim (Suyono, 2020). Permasalahan ini diperkuat dengan hasil Laporan Akhir Penataan dan Revitalisasi Kawasan Pariwisata Kabupaten Magetan tahun 2010 yang menunjukkan beberapa potensi permasalahan terkait Kawasan Wisata Telaga Sarangan yang diuraikan pada gambar berikut.



Gambar 3.1 Akar Permasalahan Kawasan Wisata Telaga Sarangan

Gambar 6. Identifikasi Potensi Masalah Kawasan Wisata Telaga Sarangan  
Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Magetan, 2010

Berikut merupakan uraian terkait potensi permasalahan pada Telaga Sarangan, antara lain:

a. Permasalahan terkait daya tarik wisata, antara lain:

- 1) Kunjungan wisatawan yang singkat hal ini disebabkan karena kurangnya minat wisatawan terhadap atraksi wisata yang ditawarkan;
- 2) Atraksi wisata yang dinikmati cenderung minim dikarenakan keterbatasan pendanaan untuk mengembangkan kawasan wisata;
- 3) Investor tidak dapat masuk, dikarenakan kawasan wisata Telaga Sarangan berada di dekat dengan permukiman penduduk.

b. Permasalahan terkait amenitas/sarana dan prasarana wisata, antara lain:

- 1) Terdapat fasilitas yang belum mengakomodir kebutuhan wisatawan dikarenakan fasilitas yang tidak difungsikan dengan optimal;
- 2) Kurangnya perawatan terhadap fasilitas yang ada, kesemrawutan

di Kawasan Wisata Telaga Sarangan, hal ini disebabkan kendaraan wisatawan yang memarkirkan kendaraannya di ruas jalan atau tidak pada area parkir. Selain itu dikarenakan keberadaan PKL yang berjualan di ruas jalan sehingga berdampak pada sirkulasi kendaraan di kawasan wisata;

- 3) Jarak antar fasilitas yang berjauhan, hal ini dikarenakan keterbatasan lahan untuk pengembangan pada Kawasan Wisata Telaga Sarangan;
- 4) Lingkungan kawasan wisata yang kotor, hal ini dikarenakan kebersihan yang tidak dijaga oleh pelaku wisata yang tidak memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan.

c. Permasalahan terkait aksesibilitas wisata, antara lain:

- 1) Akses menuju kawasan wisata Telaga Sarangan yang kurang mudah, hal ini dikarenakan kondisi medan yang cenderung sulit untuk dilewati terutama dari arah barat yang harus melalui banyak tanjakan;

- 2) Kawasan Wisata Telaga Sarangan ini juga berjarak cukup dari pusat Kota Magetan sehingga frekuensi angkutan umum yang menuju kawasan wisata cukup minim.
- d. Permasalahan terkait Masyarakat berupa minimnya peran serta masyarakat terhadap pengembangan Kawasan Wisata Telaga Sarangan, hal ini dikarenakan warga sulit untuk diajak kerjasama karena memiliki kepentingannya masing-masing dan disebabkan pula karena kurangnya kesadaran masyarakat dalam memelihara aset-aset kawasan.

Dalam mengembangkan sebuah kawasan wisata, ada 3 komponen produk yang tidak bisa dilepaskan yaitu daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas (Suleman et al., 2020). Ketiga komponen ini sangat penting dalam membuat sebuah kawasan wisata menjadi menarik (Suleman et al., 2020). Daya tarik merujuk pada hal-hal unik dan menarik yang ditawarkan oleh destinasi wisata (Suleman et al., 2020). Berdasarkan grafik di atas, Telaga Sarangan memiliki daya tarik wisata yang besar. Hal tersebut dibuktikan dengan fluktuasi jumlah wisatawan yang berkunjung yang cenderung meningkat dalam periode 2020-2023. Selain itu, topografi Telaga Sarangan yang berada di lereng pegunungan menjadi daya tarik bagi wisatawan. Topografi suatu destinasi adalah elemen kunci yang mendefinisikan daya tariknya (Reitsamer et al., 2016). Beberapa kondisi yang diinginkan dari destinasi yang menarik termasuk cuaca, suhu, curah hujan, intensitas sinar matahari, pantai (panjang, kepadatan), kualitas air laut, kekayaan pedesaan, cagar alam alami yang dilindungi, danau, gunung, gurun dan variasi serta keunikan flora dan fauna (Viet et al., 2020), dan hal ini telah direfleksikan pada destinasi wisata

Telaga Sarangan. Adapun penelitian terdahulu menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali (Ćulić et al., 2021; Reitsamer et al., 2016). Namun terdapat beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap niat untuk berkunjung kembali (Nastabiq & Soesanto, 2021; Suleman et al., 2020; Yunfin et al., 2023).

Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan mencapai destinasi wisata, baik itu transportasi, petunjuk jalan, dan sebagainya. Sedangkan fasilitas merujuk pada fasilitas yang disediakan untuk kenyamanan wisatawan, seperti akomodasi, restoran, toilet, dan sebagainya. Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa aksesibilitas dan fasilitas berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali (N. Chen & Funk, 2010; Chin, 2018; Fetra et al., 2023; Suleman et al., 2020). Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa aksesibilitas dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap niat untuk berkunjung kembali (Al Gazzally et al., 2023; Islam & Savitri, 2023; Lestyaningsih & Pramudyo, 2023).

*Memorable Tourism Experience* (MTEs) adalah faktor yang memiliki pengaruh positif terhadap pengalaman emosi "*fun*" ketika wisatawan melakukan perjalanan wisata (X. Chen et al., 2020). MTEs mencakup elemen-elemen seperti kenikmatan (hedonisme), kebaruan (*novelty*), makna (*meaningfulness*), dan interaksi sosial (X. Chen et al., 2020). Pengalaman emosi "*fun*" yang tinggi merupakan hasil dari MTEs yang positif, yang meliputi percikan emosi positif dan pengalaman (X. Chen et al., 2020). Ketika wisatawan mengalami pengalaman emosi "*fun*"

yang tinggi selama perjalanan mereka, mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk berkunjung kembali ke tujuan wisata yang mereka kunjungi (X. Chen et al., 2020). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan positif antara *memorable tourism experience* (pengalaman) dan niat untuk berkunjung kembali (Aziz, 2020; X. Chen et al., 2020; Noerhanifati, Griandini, Monoarfa, et al., 2020; Nugraheni & Dirgantara, 2023). Berbanding terbalik dengan beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pengalaman tidak berpengaruh terhadap niat untuk berkunjung kembali (Martalia et al., 2022; Sari & Najmudin, 2021). Berdasarkan pemaparan hasil penelitian terdahulu, terdapat *research gap* yang menunjukkan adanya perbedaan (inkonsistensi) hasil penelitian pada variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap niat untuk berkunjung kembali. Sehingga peneliti ingin meneliti dan mengambil beberapa variabel independen dari penelitian-penelitian sebelumnya yang masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian.

Penelitian terdahulu yang meneliti kunjungan ulang ke festival sebagian besar berfokus pada niat perilaku untuk memprediksi perilaku sebenarnya. *Theory of Planned Behavior* (TPB) digunakan dalam menganalisis fenomena tersebut, kerangka kerja teori perilaku yang direncanakan (TPB) menunjukkan bahwa, selain penilaian evaluatif, kontrol perilaku yang dirasakan oleh individu dan pengaruh sosial penting dalam menjelaskan perilaku seseorang (Choo et al., 2016).

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan *memorable tourism experience* (pengalaman) merupakan aspek yang penting untuk mengembangkan suatu destinasi wisata.

Kondisi terjadinya fluktuasi naik turunnya tingkat kunjungan wisatawan ke Telaga Sarangan (Gambar 4) dapat dikarenakan oleh kurangnya minat wisatawan terhadap atraksi yang ditawarkan, fasilitas dan aksesibilitas yang belum memadai dapat berdampak pada niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kawasan Wisata Telaga Sarangan. Selain itu, hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa masih ada perbedaan (inkonsistensi) hasil penelitian. Hal ini menjadi sangat menarik bagi peneliti dan menjadi latar belakang untuk melakukan pengkajian lebih lanjut tentang faktor apa saja yang mempengaruhi daya tarik, fasilitas, aksesibilitas dan *memorable tourism experience* (pengalaman) terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali. Topik dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Pariwisata, Aksesibilitas, Pengalaman Wisata terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan”.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan data berupa angka-angka dengan perhitungan statistik. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang didasarkan pada penggunaan teknik statistik untuk mengetahui aspek-aspek tertentu pada populasi atau sampel yang diteliti (Suárez et al., 2017). Penelitian kuantitatif mencoba untuk mengukur dan menilai dari suatu fenomena tertentu (Suárez et al., 2017). Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang merupakan penelitian terhadap suatu masalah berupa fakta saat ini dari suatu populasi. Tipe penelitian ini berkaitan dengan pendapat terhadap individu, kelompok atau organisasi, serta prosedur.

Penelitian ini dilakukan di Kawasan Wisata Telaga Sarangan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur. Penggunaan data dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan yang dijawab langsung oleh responden melalui kuisisioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Telaga Sarangan dengan kriteria sebagai berikut.

1. Pernah mengunjungi Kawasan Wisata Telaga Sarangan minimal 1 (satu) kali.
2. Wisatawan yang berusia sekitar 17-60 tahun.

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan berjumlah sebanyak 200 responden. Teknik *non-probabilty sampling* digunakan dalam penelitian ini

karena tidak setiap orang berpeluang menjadi responden. Menurut Malhotra (2015:277), teknik *non-probabilty sampling* mengandalkan *judgement* atau penilaian dari peneliti untuk menyaring karakter responden yang cocok dengan yang dibutuhkan oleh peneliti.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian diperoleh melalui kuisisioner kepada responden. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan cara peneliti mendatangi Kawasan Wisata Telaga Sarangan kemudian membagikan kuisisioner kepada responden yang memenuhi persyaratan secara langsung.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *multiple linear regression analysis*. Dalam penelitian ini, alat yang digunakan untuk mengolah data penelitian menggunakan aplikasi SEM PLS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengujian Validitas Data

Validitas alat ukur dapat diuji dengan mengkorelasikan skor total dari semua pernyataan dalam instrumen yang diberikan kepada para wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Wisata Telaga Sarangan sebagai sampel penelitian (Ghozali, 2016). Data tabulasi kemudian

dilakukan analisis faktor untuk pengujian dengan metode korelasi sederhana (Ghozali, 2016). Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa data yang diperoleh sudah valid karena memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation*  $>0,30$  (Gujarati, 2007).

**Tabel 1.** Pengujian Validitas

Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
DTW-1	0,515	Valid
DTW-2	0,493	Valid
DTW-3	0,601	Valid
FP-1	0,663	Valid
FP-2	0,616	Valid
FP-3	0,511	Valid
FP-4	0,468	Valid
FP-5	0,395	Valid
FP-6	0,591	Valid
FP-7	0,573	Valid
AW-1	0,669	Valid
AW-2	0,675	Valid
AW-3	0,670	Valid
AW-4	0,554	Valid
PW-1	0,746	Valid
PW-2	0,750	Valid

PW-3	0,769	Valid
NBU-1	0,624	Valid
NBU-2	0,685	Valid
NBU-3	0,504	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Analisis SEM-PLS juga dilakukan sebagai perbandingan dari analisis regresi linier berganda. Dalam analisis SEM-PLS, terdapat pengujian *outer model* yang dilakukan untuk melihat validitas dan reliabilitas model penelitian (Hair et al., 2017). Pengujian validitas dapat dilihat melalui *convergent validity* dan *discriminant*

*validity*. Pengujian *convergent validity* dilakukan dengan melihat kriteria nilai dari *outer loadings*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat nilai *outer loadings* dibawah 0,7 yakni indikator X2-1, X2-4, X2-5. Kemudian dilakukan penghapusan pada indikator-indikator tersebut sehingga dihasilkan nilai *outer loadings* sebagai berikut.

**Tabel 2.** Nilai *Outer Loadings*

	X1	X2	X3	X4	Y
X1-1	0.870				
X1-2	0.794				
X1-3	0.896				
X2-2		0.802			
X2-3		0.749			
X2-6		0.849			
X2-7		0.837			
X3-1			0.834		
X3-2			0.849		
X3-3			0.847		
X3-4			0.758		
X4-1				0.908	
X4-2				0.931	
X4-3				0.901	
Y-1					0.909
Y-2					0.905
Y-3					0.844

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator telah memiliki nilai *outer loadings* lebih dari 0,7 (Hair et al., 2017). Hal tersebut mengindikasikan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi syarat *convergent validity* dan valid.

Pengujian *discriminant validity* dilakukan dengan melihat kriteria dari *Fornell-Larcker Criterion* dan tabel *Cross Loading* yang harus memiliki nilai

konstruk laten yang lebih tinggi dari nilai konstruk laten variabel lain (Hair et al., 2017). Berdasarkan data hasil pada tabel di bawah, masing-masing nilai konstruk laten memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai konstruk laten lainnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kriteria dari *Fornell-Larcker Criterion* telah terpenuhi.

**Tabel 3.** Fornell-Larcker Criterion

	X1	X2	X3	X4	Y
X1	0.854				
X2	0.331	0.810			
X3	0.600	0.535	0.823		
X4	0.593	0.526	0.678	0.914	
Y	0.442	0.428	0.493	0.703	0.887

Sumber: Data diolah, 2024

Kriteria lain dari pengujian *discriminant validity* adalah melihat nilai dari *cross loadings*. Nilai *cross loadings* dianggap memenuhi syarat apabila masing-masing nilai konstruk laten memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai konstruk

laten lainnya. Berdasarkan tabel di bawah, dapat diketahui bahwa nilai *cross loadings* masing-masing konstruk lebih tinggi dari nilai konstruk laten lainnya, sehingga telah memenuhi kriteria nilai *cross loadings*.

**Tabel 4.** Nilai *Cross Loadings*

	X1	X2	X3	X4	Y
X1-1	0,870	0,215	0,547	0,456	0,360
X1-2	0,794	0,264	0,463	0,488	0,271
X1-3	0,896	0,352	0,525	0,568	0,462
X2-2	0,300	0,802	0,480	0,506	0,359
X2-3	0,242	0,749	0,378	0,341	0,301
X2-6	0,235	0,849	0,450	0,466	0,336
X2-7	0,289	0,837	0,420	0,384	0,382
X3-1	0,610	0,387	0,834	0,634	0,395
X3-2	0,571	0,404	0,849	0,621	0,391
X3-3	0,481	0,489	0,847	0,550	0,477
X3-4	0,296	0,482	0,758	0,418	0,341
X4-1	0,586	0,446	0,620	0,908	0,647
X4-2	0,523	0,467	0,618	0,931	0,647
X4-3	0,517	0,529	0,621	0,901	0,633
Y-1	0,403	0,358	0,429	0,657	0,909
Y-2	0,452	0,456	0,499	0,683	0,905
Y-3	0,302	0,308	0,369	0,507	0,844

Sumber: Data diolah, 2024

### Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha*. Instrumen dianggap reliabel jika nilai

*Cronbach's Alpha* > 0,7. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 5.** Pengujian Reliabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Daya tarik wisata	3	0,819	Reliabel
Fasilitas pariwisata	7	0,844	Reliabel
Aksesibilitas wisata	4	0,841	Reliabel
Pengalaman wisata	3	0,898	Reliabel
Daya tarik wisata	3	0,860	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Pengujian reliabilitas bisa dinilai melalui *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Hasil pengukuran dikatakan

andal apabila skor dari *cronbach's alpha* dan *composite reliability* >0,70. Berikut disajikan hasil pengujian reliabilitas.

**Tabel 6.** Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Daya tarik wisata	3	0,819	Reliabel
Fasilitas pariwisata	7	0,844	Reliabel
Aksesibilitas wisata	4	0,841	Reliabel
Pengalaman wisata	3	0,898	Reliabel
Daya tarik wisata	3	0,860	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat karena melebihi nilai 0,7 sehingga variabel penelitian ini sudah reliabel.

**Uji Hipotesis**

Uji Hipotesis dengan analisis SEM-PLS ditunjukkan pada table berikut.

**Tabel 7.** Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1 -> Y	0.040	0.051	0.067	0.596	0.551
X2 -> Y	0.083	0.084	0.056	1.474	0.141
X3 -> Y	-0.012	0.003	0.087	0.135	0.892
X4 -> Y	0.644	0.627	0.089	7.248	0.000

Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil pengujian parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa:

1. Daya Tarik Wisata (X1) tidak berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Ulang (Y);
2. Fasilitas Pariwisata (X2) tidak berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Ulang (Y);
3. Aksesibilitas Wisata (X3) tidak berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Ulang (Y);
4. Pengalaman Wisata (X1) berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Ulang (Y).

**PENUTUP**

Penelitian ini meneliti pengaruh daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, pengalaman wisata terhadap niat berkunjung ulang

wisatawan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuisioner kepada wisatawan yang berkunjung di Wisata Telaga Sarangan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan sebagai berikut.

1. Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Telaga Sarangan. Meskipun terdapat pengaruh positif, kekuatan dari pengaruh tersebut tidak mencapai tingkat signifikansi statistik yang memadai. Penolakan hipotesis ini dapat disebabkan oleh keunikan yang kurang dari daya tarik Telaga Sarangan, perubahan preferensi wisatawan dari waktu ke waktu, serta kurangnya minat wisatawan terhadap atraksi yang ditawarkan.

2. Fasilitas pariwisata tidak berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Telaga Sarangan. Analisis statistik menunjukkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara fasilitas pariwisata dan niat berkunjung ulang wisatawan. Meskipun fasilitas yang tersedia mungkin memenuhi kebutuhan dasar wisatawan, kurangnya pengalaman yang memuaskan selama kunjungan pertama, keterbatasan dalam jenis atau jumlah fasilitas, dan kurangnya perhatian terhadap kebersihan lingkungan dapat menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi.
3. Aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Telaga Sarangan. Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara aksesibilitas dan niat berkunjung ulang wisatawan. Kondisi medan yang sulit dan jarak yang jauh antara Telaga Sarangan dengan pusat kota dapat menjadi faktor yang mempengaruhi.
4. Pengalaman wisata berpengaruh positif terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Telaga Sarangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berkunjung ulang. Pengalaman yang positif, keberagaman aktivitas, rekomendasi dari orang lain, serta perasaan keakraban dengan destinasi dapat menjadi faktor-faktor yang memengaruhi.

#### DAFTAR PUSTAKA

Al Gazzally, A. D. U., Arinastuti, Muntahanah, S., & Masita, T. E. (2023). Pengaruh Electronic Word Of

- Mouth (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul Bengkok Kabupaten Banyumas. *Majalah Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (MIMB)*, 20(1). <http://mimb-unwiku.com/index.php/mimb>
- Alnawati, D. E., Nurhidayah, & Novianto, A. S. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu)*.
- Anggraeni, P. W. P., Antara, M., & Sari, N. P. R. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Yang Dimediasi Oleh Memorable Tourism Experience. *JUMPA*, 9(1).
- Arwanashri, A. (2018). *Implementasi Perda No. 15 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Magetan tahun 2012-2032, terhadap Perkembangan Kepariwisata di Kabupaten Magetan*.
- Aziz, Z. A. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Pengalaman Pengunjung terhadap Loyalitas Pengunjung yang Dimediasi oleh Kepuasan Pengunjung (Survey pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). In *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* (Vol. 17, Issue 2). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/view/32470>
- Badan Pusat Statistiik. (2022). *Frekuensi Arus Perjalanan Wisatawan*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Perkembangan Pariwisata Desember 2023*.
- Barus, N. S., Kencana, I. P. E. N., & Sukarsa, K. G. (2013). *Pengelompokkan Kabupaten di Provinsi Bali Berdasarkan Perkembangan Fasilitas Pariwisata*.
- Cahyanti, M. M. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi pada wisatawan*

- “Kampung Warna Warni” di Kota Malang).
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153–163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- Chen, N., & Funk, D. C. (2010). Exploring destination image, experience and revisit intention: A comparison of sport and non-sport tourist perceptions. *Journal of Sport and Tourism*, 15(3), 239–259. <https://doi.org/10.1080/14775085.2010.513148>
- Chen, X., Cheng, Z. feng, & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su12051904>
- Chien, M. C. (2017). An empirical study on the effect of attractiveness of ecotourism destination on experiential value and revisit intention. *Applied Ecology and Environmental Research*, 15(2), 43–53. [https://doi.org/10.15666/aecer/1502\\_043053](https://doi.org/10.15666/aecer/1502_043053)
- Chin, C. H. (2018). The Impact of Accessibility Quality and Accommodation Quality on Tourists’ Satisfaction and Revisit Intention to Rural Tourism Destination in Sarawak: The Moderating Role of Local Communities’ Attitude. *Global Business and Management Research: An International Journal*. <https://www.researchgate.net/publication/328899252>
- Choo, H., Ahn, K., & Petrick, J. F. (2016). An integrated model of festival revisit intentions: Theory of planned behavior and festival quality/satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(4), 818–838. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2014-0448>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. (2014). *Business research methods*.
- Ćulić, M., Vujičić, M. D., Kalinić, Č., Dunjić, M., Stankov, U., Kovačić, S., Vasiljević, Đ. A., & Anđelković, Ž. (2021). Rookie tourism destinations—the effects of attractiveness factors on destination image and revisit intention with the satisfaction mediation effect. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13115780>
- Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Magetan. (2023). *Jumlah PAD dari Telaga Serangan Periode 2020-2022*.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fetra, R., Pradiani, T., & Faturrahman. (2023). The Influence of Price, Facilities, and Service Quality on Re-Staying Interest. *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)*, 4(2), 184–193. <https://doi.org/10.34306/ajri.v4i2.867>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.).
- Gujarati, D. N. (2007). *Dasar-dasar Ekonometrika* (1st ed.). Erlangga.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, (2nd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123–133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>
- Henry. (2022, January 7). *6 Fakta Menarik Magetan, Kabupaten Berjudul The Nice of Java*. Liputan6.
- Hidayat, T. T. N., Chalil, & Sutomo, M. (2017). *Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Niat*

- Berkunjung Kembali ke Telaga Tamping*. 3(2), 201–212.
- Islam, P. I., & Savitri, F. M. (2023). *Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah di Makam Syekh Abu Bakar Jepara*. 3(1), 2776–7434. <https://doi.org/10.21274>
- Jeon, H. (2013). The Effect of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Revisit Intention of Beauty Salon Franchise Stores. *Fashion Business*, 17(3), 109–121. <https://doi.org/10.12940/jfb.2013.17.3.109>
- Junaida, E. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Word of Mouth terhadap Keputusan Wisata .... *JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS*, 10.
- Khairi, M., & Darmawan, D. (2021). The Relationship between Destination Attractiveness, Location, Tourism Facilities, and Revisit Intentions. In *Journal of Marketing and Business Research* (Vol. 1, Issue 1).
- Kim, H.-B. (1998). Perceived Attractiveness of Korean Destinations. *Annals Of Tourism Research*, 25(2), 340–361.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Lee, H., Lee, J., Chung, N., & Koo, C. (2018). Tourists' happiness: are there smart tourism technology effects? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(5), 486–501. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1468344>
- Lestyarningsih, D., & Pramudyo, A. (2023). *Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta*.
- Lin, C. H. (2014). Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, and Self-Health Perception on the Revisit Intention of Hot Springs Tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 38(2), 243–265. <https://doi.org/10.1177/1096348012451460>
- Liu, R. X., Kuang, J., Gong, Q., & Hou, X. L. (2003). Principal component regression analysis with SPSS. *Computer Methods and Programs in Biomedicine*, 71(2), 141–147. [https://doi.org/10.1016/S0169-2607\(02\)00058-5](https://doi.org/10.1016/S0169-2607(02)00058-5)
- Magetan Regency Culture & Tourism Office. (2024). *Jumlah Wisatawan yang Berkunjung di Telaga Serangan Periode 2020-2023*.
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. R. (2022). *Destinasi dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi*. 10(3), 817–829.
- Martalia, D., Sudiarta, I. N., & Mananda, I. GPB. S. (2022). *Pengaruh Pengalaman terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Nusantara pada Masa Pandemi Di Taman Nasional Baluran*.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2011). *IBM SPSS Exact Tests*.
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif*.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). *The destination product and its impact on traveller perceptions*.
- Mursid, A., & Anoraga, P. (2022). Halal destination attributes and revisits intention: the role of destination attractiveness and perceived value. *International Journal of Tourism Cities*, 8(2), 513–528. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2021-0040>
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). *Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Pongok di Kabupaten Klaten*.

- Nastabiq, M., & Soesanto, H. (2021). The Effect of Destination Attractiveness, Destination Service Quality and Tourist Satisfaction on the Intention of Revisit to Kota Lama Semarang. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(2). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Nguyen, T. T. D., Pham, T. M. L., Le, T. T., Truong, T. H. L., & Tran, M. D. (2020). Determinants influencing tax compliance: The case of Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(2). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.v017.no2.65>
- Noerhanifati, S., Griandini, D., & Monoarfa, T. A. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Wisata dan Pengalaman Berwisata terhadap Intensi Mengunjungi Kembali pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1).
- Noerhanifati, S., Griandini, D., Monoarfa, T. A., Mangun, J. R., Raya, M., & Timur, J. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Wisata dan Pengalaman Berwisata terhadap Intensi Mengunjungi Kembali Pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang. In *Jurnal Industri Pariwisata* (Vol. 3, Issue 1).
- Nugraheni, V. F., & Dirgantara, I. M. B. (2023). *Analisis Pengaruh Pengalaman Wisata yang Berkesan (Memorable Tourism Experience) terhadap Destination Loyalty*.
- Nur, M., Salim, M., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwilingi Brebes*. 2(4).
- Nurbaeti, Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Pantouw, P., & Pangemanan, S. S. (2014). The Effect of Destination Image and Tourist Satisfaction on Intention to Revisit In Lembah Hill Resort. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2021, Pub. L. No. 4 (2021).
- Rachmasari, I. (2023, December 12). 5 Fakta Menarik Magetan, Keindahan Alam di Kaki Gunung Lawu Artikel ini telah diterbitkan di halaman SINDOnews.com pada Selasa, 12 Desember 2023 - 11:49 WIB oleh Intan Rachmasari dengan judul "5 Fakta Menarik Magetan, Keindahan Alam di Kaki Gunung Lawu." SINDOnews.
- Rahmania, A. T., Abrian, Y., Panjang, A., Rahmania, A. T., & Abrian, Y. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Atribut Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Ke Destinasi Wisata Alahan Panjang*. 2(3).
- Reitsamer, B. F., Brunner-Sperdin, A., & Stokburger-Sauer, N. E. (2016). Destination attractiveness and destination attachment: The mediating role of tourists' attitude. *Tourism Management Perspectives*, 19, 93–101. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.05.003>
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata Hijau Bilebante yang Dimediasi oleh Kepuasan Wisatawan*.
- Sari, W. A., & Najmudin, M. (2021). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan dan Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali

- di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 12(1), 49–58.
- Simanihuruk, M. (2019). Tourist Attraction and Tourist Facilities Intentions to Visitor Satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village. *E-Journal of Tourism*, 210. <https://doi.org/10.24922/eot.v6i2.53472>
- Sthapit, E., & Coudounaris, D. N. (2018). Memorable tourism experiences: antecedents and outcomes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), 72–94. <https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1287003>
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. *Tourism Management*, 53, 40–60. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.006>
- Suanmali, S. (2014). *Factors Affecting Tourist Satisfaction: An Empirical Study in the Northern Part of Thailand*. <https://doi.org/10.1051/C>
- Suárez, E., Calvo-Mora, A., Roldán, J. L., & Periañez-Cristóbal, R. (2017). Quantitative research on the EFQM excellence model: A systematic literature review (1991–2015). *European Research on Management and Business Economics*, 23(3), 147–156. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.05.002>
- Suleman, N. R., Ariesta, D., & Sukotjo, E. (2020). The Effect Of Attraction, Accessibility And Facilities On Destination Images And It's Impact On Revisit Intention In The Marine Tourism Of The Wakatobi Regency. *Article in International Journal of Scientific & Technology Research*. [www.ijstr.org](http://www.ijstr.org)
- Suyono, B. (2020). Analisis Kepuasan Wisatawan Telaga Sarangan Magetan Berdasarkan Tourism Experience. *EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Syahputra, S., & Anjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Experiential Marketing terhadap Niat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar).
- Teguh, R., Djamhur, S., Devi, H., & Azizah, F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 25, Issue 1).
- Viet, B. N., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249>
- Wei, C., Zhao, W., Zhang, C., & Huang, K. (2019). Psychological factors affecting memorable tourism experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 619–632. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1611611>
- Wibowo, S. F., Sazali, A., & P, K. R. A. (2016). The Influence of Destination Image And Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village. In *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |* (Vol. 7, Issue 1). [www.kemenpar.go.id/userfiles/Ranking%20pariwisata%202014%20final%281%29.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/Ranking%20pariwisata%202014%20final%281%29.pdf)
- Yunfin, M., Kusumah, E. P., MS, M., & Reniati, R. (2023). Revisit Intention Framework: Is It Real that Cultural Contact and Destination Attractiveness Can Have Direct Impact? *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 10(2), 205–218. <https://doi.org/10.24252/minds.v10i2.36478>

- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. I. (2016). Pengaruh Customer Experience terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *THE) Journal*, 1.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 326–336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>