

**THE ROLE OF AUTHENTICITY AND HISTORICAL CULTURE IN INFLUENCE
REVISIT INTENTION MEDIATED BY VISITOR ENGAGEMENT
THE ASTANA GEDE KAWALI CIAMIS SITE**

**PERAN AUTHENTICITY DAN HISTORICAL CULTURE DALAM
MEMPENGARUHI REVISIT INTENTION YANG DIMEDIASI OLEH VISITOR
ENGAGEMENT SITUS ASTANA GEDE KAWALI CIAMIS**

Regina Rahma Purnama¹, Yadi Ernawadi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani^{1,2}

Jl. Terusan Jenderal Sudirman, Kota Cimahi, Jawa Barat, Indonesia^{1,2}

reginarahma_21p344@mn.unjani.ac.id¹, yadi.ernawadi@lecture.unjani.ac.id²

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of authenticity and cultural history on intention to revisit through the involvement of visitors to the Astana Gede Kawali Ciamis Site. To fulfill the purpose of this research, social exchange theory (SET) was used as the underpinning theory. A total of 100 respondents who had experience visiting the Astana Gede Kawali Ciamis Site participated in this research. The cross-sectional or one shot method was used to obtain data. The research instrument has been declared valid and reliable by including measurements outside the model, namely convergent validity, discriminant validity and composite reliability. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) using the Smart-PLS version 3.0 tool. Authenticity and historical culture have a positive influence on intention to revisit through visitor involvement. What differentiates this research from other research is the addition of a new hypothesis where historical culture is hypothesized to have a positive effect on revisit intention through visitor engagement.. It is hoped that the results of this research will provide benefits for further research and the Ciamis Regency Government Tourism Office regarding designing strategies that are relevant to improving the quality of these attributes. Future researchers are advised to explore other factors such as cultural events which can have a direct influence on revisit intention.

Keyword: Authenticity, Historical Culture, Visitor Engagement, Revisit Intention.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *authenticity* dan *historical culture* terhadap *revisit intention* melalui *visitor engagement* Situs Astana Gede Kawali Ciamis. Untuk memenuhi maksud penelitian ini maka digunakan *social exchange theory* (SET) sebagai *underpinning theory*. Sebanyak 100 responden yang berpengalaman mengunjungi Situs Astana Gede Kawali Ciamis berpartisipasi pada penelitian ini. Metode *cross-sectional* ataupun *one shot* digunakan guna memperoleh data. Instrumen penelitian sudah disebutkan reliabel serta valid dengan menyertakan pengukuran *outer model*, yaitu *composite reliability*, *discriminant validity*, serta *convergent validity*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *structural equation modelling* (SEM) dengan alat bantu Smart-PLS versi 3.0. *Authenticity* dan *historical culture* ditemukan memberi pengaruh positif pada *revisit intention* melalui *visitor engagement*. Yang menjadikan penelitian ini berbeda dengan penelitian lainnya yaitu berupa penambahan hipotesis baru di mana *historical culture* dihipotesiskan memberi pengaruh positif pada *revisit intention* lewat *visitor engagement*. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat untuk penelitian kedepannya serta Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Ciamis mengenai perancangan strategi yang sesuai terhadap peningkatan kualitas atribut tersebut. Peneliti selanjutnya disarankan mengeksplorasi faktor-faktor lainnya seperti *cultural event* yang dapat berpengaruh langsung terhadap *revisit intention*.

Kata Kunci: Authenticity, Historical Culture, Visitor Engagement, Revisit Intention

PENDAHULUAN

Seseorang mengalami kelelahan yang disebabkan oleh tuntutan kerja yang tinggi, tuntutan hidup yang berlebihan, serta rutinitas pekerjaan yang tidak seimbang (Hikmah et al., 2022)

Berwisata yaitu suatu pemuas kebutuhan manusia yang dapat meringankan rasa lelah (Hidayah et al., 2022). Dari berbagai jenis wisata yang ada, wisata budaya mempunyai daya tarik tersendiri

dan bisa memberikan tambahan pengetahuan bagi pengunjungnya seperti sejarah, tradisi, dan nilai-nilai (Choirunnisa et al., 2021). Dahulu di Indonesia terdapat kerajaan-kerajaan yang dikenal sampai ke mancanegara di mana peninggalan-peninggalannya dijadikan sebagai situs wisata budaya (Sofianto & Falah, 2020). Jawa Barat menjadi suatu provinsi yang kaya akan wisata budaya yang terhubung dengan peninggalan-peninggalan masa lampau termasuk tempat bersemayamnya tokoh-tokoh penting Kerajaan Sunda yang mencakup beberapa wilayah seperti Galuh Ciamis, Medang Hujung Cariang, Sumedang, Tasik, Tanjung, Jampang, Winduraja, Majaya Rajagaluh, dan Kalapa (Agustian, 2023). Salah satu situs peninggalan Kerajaan Galuh yang terkenal di Ciamis adalah Situs Astana Gede Kawali yang dianggap sakral oleh masyarakat lokal. Situs tersebut adalah sebuah tempat *kabuyutan* sehingga banyak dikunjungi wisatawan untuk mendapatkan cerita di masa lalu (Sofianto & Falah, 2020). Banyaknya kunjungan wisatawan ke situs tersebut diharapkan memberikan dampak pada meningkatnya kualitas kehidupan masyarakat berdasarkan indikator ekonomi (Kurniawan & Yessyana, 2024). Namun berdasarkan Data Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) diketahui bahwa skor IDSD Kabupaten Ciamis sebesar 4,49 lebih rendah dibandingkan dengan rata-rata IDSD seluruh kabupaten di Jawa Barat yaitu 4,69. Salah satu dimensi keberhasilan IDSD berdasarkan persepektif pasar diukur yang memakai nilai produk domestik regional bruto (PDRB) berdasarkan Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN, 2023). PDRB yaitu jumlah nilai tambah di suatu wilayah yang didapatkan dari seluruh bisnis di kawasan tersebut atau dapat diartikan sebagai hasil produksi seluruh jenis

usaha ekonomi yang dilihat dari jumlah nilai jasa serta barang akhir (neto) mengacu pada sumber yang sama. Dengan demikian, tinggi rendahnya nilai PDRB merupakan cerminan tinggi rendahnya produktivitas dari seluruh sektor seperti sektor pariwisata sebuah wilayah. Keberhasilan sektor pariwisata dapat digambarkan oleh besar kecilnya volume wisatawan yang berkunjung ke wilayah tertentu. Oleh karena itu, IDSD Ciamis yang berada di bawah rata-rata skor kabupaten yang berada di Jawa Barat mengindikasikan *revisit intention* yang lebih rendah ke objek wisata yang berada di Ciamis seperti Situs Astana Gede Kawali. Fenomena tersebut diperkuat oleh adanya data jumlah pengunjung Astana Gede Kawali yang dirilis oleh UPTD Pengelolaan Objek Wisata Kawali. Jumlah kunjungan wisatawan ke Situs Astana Gede Kawali mengalami penurunan 29% dari 26.610 kunjungan pada tahun 2022 menjadi 18.798. Penurunan kunjungan wisatawan ke Situs Astana Gede Kawali tersebut dapat mencerminkan menurunnya *revisit intention* ke Situs Astana Gede Kawali. Oleh karenanya, penelitian ini ditujukan guna memberi rekomendasi terhadap Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Ciamis untuk memahami berbagai faktor yang bisa meningkatkan *revisit intention* wisatawan pada situs tersebut.

Untuk memenuhi maksud penelitian ini maka digunakan *social exchange theory* (SET) sebagai *underpinning theory* yang pertama kali dicetuskan oleh Homans pada tahun 1958 yang akan menjadi landasan dalam mengusulkan model konseptual di mana *revisit intention* diposisikan sebagai variabel dependen. Adapun penelitian yang menggunakan SET yaitu pada penelitian Qurniawati (2019) pada bidang *religios tourism* di Temanggung. Kemudian, penggunaan SET pada

temuan González (2020) di bidang *tourism development*. Selain itu, SET pada bidang *tourism development* juga digunakan oleh Aryaningtyas et al. (2021) di Kampung Pelangi, Semarang. Temuan serupa di mana SET digunakan pada bidang *heritage tourism* di Jepang (Kurniasari, 2021). SET digunakan pada penelitian González et al. (2023) di bidang *town tourism*, Spanyol. Sejauh ini belum ditemukan penelitian yang mengangkat konteks *historical tourism* dengan menggunakan SET dalam menyelesaikan masalah penelitian. Dalam SET, Homans (1958) berasumsi bahwa teori ini menjelaskan hubungan individu-individu dengan objek sosial maupun non sosialnya yang di dalam hubungan tersebut terjadi pertukaran antara *reward* (manfaat) dan *cost* (pengorbanan). Manfaat yang diterima dari hasil interaksi dengan objek tertentu merupakan pendorong timbulnya respon konatif positif. *Reward* (manfaat) adalah keadaan di mana sesuatu yang didapatkan memiliki manfaat yang lebih besar dari pengorbanan yang dikeluarkan (Homans, 1961). Ketika seseorang mendapatkan manfaat, maka akan timbul respon konatif positif. Respon konatif positif adalah dampak hasil evaluasi dari interaksi antara individu dengan objek sosial maupun non-sosialnya berupa makna positif atau timbulnya perasaan afeksi. Konsep manfaat dalam penelitian ini dideduksi ke tingkat empirisasi sebagai variabel independen yaitu *authenticity* dan *historical culture*. Keterbatasan penelitian Suropto & Ernawadi (2024) adalah fokus kepada pemasaran pengalaman Jl. Asia-Afrika dan Jl. Braga yang tidak dapat digeneralisasikan ke *historical tourism* lainnya dengan elemen-elemen seperti pemakaman. Oleh karena itu, peneliti mengusulkan perluasan objek penelitian dalam konteks situs sejarah yaitu Astana Gede

Kawali. Berdasarkan hasil observasi dan studi literatur di bidang arkeologi pada situs Astana Gede Kawali, ditemukan bahwa situs tersebut terdapat makam tokoh kerajaan dan tokoh penyebar agama Islam. Selain itu, situs tersebut menyimpan cerita sejarah masa lampau yang kini menjadi kepercayaan masyarakat lokal menurut pihak penjaga Astana Gede Kawali. Maka dari itu, peneliti mengusulkan hipotesis *historical culture* berpengaruh positif terhadap *visitor engagement* sebagai kebaruan dalam model konseptual. *Authenticity* adalah persepsi pengunjung terhadap keaslian elemen masa lampau pada situs yang dapat memberikan nilai emosional dan intelektual untuk memuaskan pengunjung (Park et al., 2019). *Historical culture* berdasarkan pendekatan teori antropologi budaya (1988) didefinisikan sebagai pemahaman terhadap cerita yang diwariskan dari generasi ke generasi melalui elemen-elemen pada situs yang dapat memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk belajar, memahami, dan menginterpretasikan cerita tersebut. Di sisi lain, konsep respon konatif positif yang ditimbulkan dari manfaat diturunkan pada tingkat empirisasi sebagai variabel intervening yaitu *visitor engagement*. Menurut Rasoolimanesh et al. (2019) *visitor engagement* didefinisikan sebagai perasaan terikat berupa hubungan emosional terhadap pengalaman pengunjung ketika mengunjungi situs tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi nilai *authenticity* dan *historical culture*, maka semakin kuat *visitor engagement*. Oleh karena itu, adanya hubungan sebab-akibat antara manfaat dan respon konatif positif sehingga diusulkan hipotesis yaitu:

H1: *authenticity* berpengaruh positif terhadap *visitor engagement*

H2: *historical culture* berpengaruh positif terhadap *visitor engagement*

Di sisi lain, Homans mengemukakan proposisi yang menyatakan jika tindakan yang dilakukan oleh individu mendapatkan manfaat bagi dirinya, maka individu tersebut cenderung akan melakukan tindakan yang dilakukan sebelumnya. Tindakan yang dilakukan oleh individu digambarkan sebagai pengorbanan yang ditukarkan dengan manfaat yang diperoleh. Pengorbanan didefinisikan sebagai sesuatu yang dikeluarkan oleh individu bisa berupa biaya, tenaga, atau suatu tindakan untuk menukarnya dengan manfaat yang telah didapatkan dari hasil interaksi pada suatu objek (Homans, 1958). Konsep pengorbanan dalam penelitian ini dideduksi pada tingkat empiris sebagai variabel dependen yaitu *revisit intention* yang diartikan menjadi perilaku ataupun niat pengunjung guna kembali mengunjungi suatu situs berdasarkan hasil evaluasi pengalaman sebelumnya (Abbasi et al., 2021). Jika manfaat yang tercermin dalam *authenticity* dan *historical culture* merupakan faktor-faktor timbulnya suatu tindakan yang akan dilakukan kembali yang tercermin dalam *revisit intention*, maka semakin tinggi nilai *authenticity* dan *historical culture* maka semakin kuat *revisit intention*. Selain itu, pada hasil penelitian tingkat empiris yang ditemukan oleh Zhou et al. (2022) menemukan bahwasanya *revisit intention* diberi pengaruh dari *authenticity* pada Dujiangyan Irrigation, China. Dengan demikian, ada hubungan sebab-akibat dari variabel independen terhadap variabel dependen maka peneliti mengusulkan hipotesis sebagai berikut:

H3: *authenticity* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*.

H4: *historical culture* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*.

Dalam buku *Sociological Theory* yang disusun oleh Ritzer (2010) terdapat kutipan dari Homans 1974 yang berasumsi bahwa semakin tinggi nilai hasil suatu manfaat yang didapatkan oleh seseorang, semakin besar pula kemungkinan suatu tindakan tersebut akan diulangnya. Nilai hasil dari manfaat yang diperoleh dikategorikan sebagai respon konatif positif akibat dari manfaat yang dihasilkan merupakan pendorong terjadinya pengorbanan yang bisa berupa biaya, tenaga, atau suatu tindakan. Pernyataan tersebut menggambarkan bagaimana manfaat yang dirasakan dari suatu tingkah laku dapat menimbulkan respon konatif seseorang secara positif. Jika respon konatif positif yang tercermin dalam *visitor engagement* merupakan pendorong timbulnya pengorbanan yang tercermin dalam *revisit intention*, maka semakin tinggi nilai *visitor engagement* maka semakin kuat *revisit intention*. Selain itu, pada penelitian tingkat empiris yang dilakukan oleh Putra & Ernawadi (2023) menemukan bahwasanya *revisit intention* diberi pengaruh langsung oleh *visitor engagement* kepada wisatawan Candi Borobudur di Jawa Tengah. Hafiyah & Trihantoro (2024) juga menemukan bahwasanya *visitor engagement* memberi pengaruh signifikan serta positif kepada *revisit intention* pada wisatawan domestik Waduk Sermo, Kulon Progo, Yogyakarta. Dengan demikian, terdapat hubungan sebab akibat antara variabel mediasi dan variabel dependen sehingga peneliti mengusulkan hipotesis yaitu:

H5: *visitor engagement* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*.

SET menjelaskan bahwa manfaat yang diterima menjadi pendorong

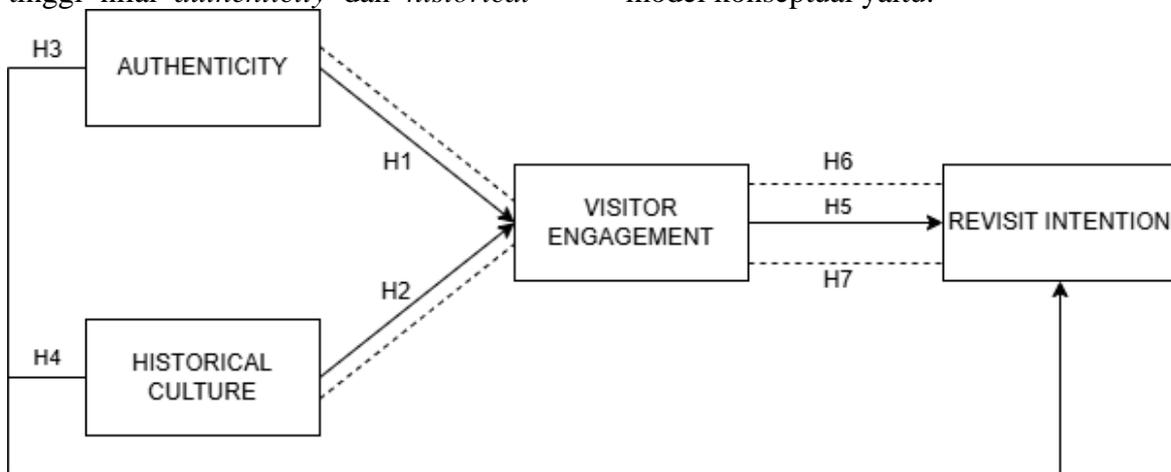
timbulnya respon konatif positif, semakin bernilai respon konatif positif yang didapatkan maka semakin kuat tindakan masa lampau akan diulangnya, semakin sering seseorang mendapatkan manfaat yang menyebabkan timbulnya respon konatif positif, adanya respon konatif positif berperan sebagai pendorong individu untuk melakukan tindakan yang sama yang disebut pengorbanan. Dengan demikian, respon konatif positif memiliki peran dalam memediasi hubungan manfaat dengan pengorbanan. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai *authenticity* dan *historical*

culture yang didapatkan oleh pengunjung, maka semakin kuat *revisit intention* yang dimediasi oleh *visitor engagement* sebagai respon konatif positif. Maka, peneliti mengusulkan hipotesis yaitu:

H6: *visitor engagement* memediasi pengaruh *authenticity* terhadap *revisit intention*

H7: *visitor engagement* memediasi pengaruh *historical culture* terhadap *revisit intention*

Menurut penjelasan dalam kerangka teoritis tersebut bisa diusulkan model konseptual yaitu:



Gambar 1 Model Konseptual

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini memakai metode survei sebagai metode penelitiannya. Berdasarkan Effendi & Tukiran (2012) metode survei merupakan metode penelitian yang pengambilan data dari sampel yang memakai kuesioner yang memiliki tujuan guna menguraikan hubungan kausalitas serta melakukan uji hipotesis. Instrumen penelitian sudah dinyatakan valid serta reliabel lewat pengukuran *outer model* yang tersusun dari *composite reliability*, *discriminant*

validity, dan *convergent validity*. Alat bantu yang dipakai untuk ketiga tahap tersebut yaitu Smart-PLS versi 3.0. keseluruhan *loading factor* $\geq 0,50$ yang berarti seluruh ukuran masing-masing variabel bisa dipakai guna mengukur apa yang akan diukur. Kemudian, menurut *discriminant validity* diperoleh nilai *cross loading* yakni nilai korelasi manifes variabel terhadap korelasi masing-masing variabel laten, lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi yang lain.

Tabel 1. Loading Factor dan Nilai Composite Reliability

Variabel Manifest	Loading Factor	Composite Reliability
<i>Authenticity</i>		0.848

Keaslian batu telapak tangan dan kaki Prabu Niskala Wastukencana di situs ini terjaga dengan baik.	0.699	
Keaslian prasasti tulisan sunda kuno di situs ini terjaga dengan baik.	0.711	
Keaslian punden berundak di situs ini terjaga dengan baik.	0.612	
Keaslian kolam Cikawali di situs ini masih terjaga dengan baik.	0.517	
Keaslian batu tempat disemayamkannya abu Putri Diah Pitaloka terjaga dengan baik.	0.678	
Keaslian makam Raden Singacala terjaga dengan baik.	0.729	
Keaslian makam Pangeran Usman terjaga dengan baik.	0.702	
Historical Culture		0.841
Menyimpan cerita tentang tokoh Diah Pitaloka memberikan manfaat bagi saya.	0.814	
Menyimpan cerita tentang tokoh Raden Singacala memberikan manfaat bagi saya.	0.844	
Menyimpan cerita tentang tokoh Pangeran Usman memberikan manfaat bagi saya.	0.789	
Menyimpan cerita tentang orang yang mampu mengangkat batu panggih agar keinginannya terkabul memberikan manfaat bagi saya.	0.557	
Menyimpan cerita tentang batu sanghyang bangkok yang tidak bisa dihancurkan memberikan manfaat bagi saya.	0.555	
Visitor Engagement		0.851
Saya merasa terhubung dengan peradaban manusia pada zaman dahulu.	0.631	
Saya merasa takjub dengan peradaban manusia pada zaman dahulu.	0.744	
Saya merasa segala sesuatu yang berhubungan dengan situs ini menarik.	0.627	
Saya merasa terikat secara emosional dengan situs ini.	0.721	
Saya harus menjaga kebersihan situs.	0.599	
Saya harus melestarikan peninggalan-peninggalan yang ada di situs ini.	0.788	
Revisit Intention		0.842
Saya bersedia mengunjungi kembali situs ini.	0.870	
Saya bersedia merekomendasikan situs ini kepada orang lain.	0.830	
Saya bersedia meluangkan waktu untuk mengunjungi situs ini.	0.729	

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data primer, 2024)

Keseluruhan *loading factor* > 0,05 seperti yang disebutkan dalam tabel 1. Oleh karenanya, seluruh indikator bisa dipakai menjadi ukuran dari masing-masing variabel sebagaimana disampaikan Ghozali (2014) bahwa nilai *loading factor* 0,50 – 0,60 disebutkan cukup memadai. Kemudian, nilai

composite reliability > 0,70 menjelaskan bahwasanya ukuran dari masing-masing variabel bisa diandalkan sebagaimana disampaikan (Ghozali & Latan, 2015) jika nilai *composite reliability* > 0,70 maka instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang baik. Maka, instrumen

penelitian ini bisa disebutkan sebagai alat pengumpulan data yang konsisten.

Nilai *cross loading* menjelaskan besarnya korelasi dari masing-masing variabel *manifest* terhadap korelasi masing-masing variabel laten yang berbeda dalam model yang sama. Jika

nilai korelasi variabel *manifest* terhadap variabel laten tertentu lebih tinggi daripada korelasinya terhadap variabel laten yang lain maka instrumen dikatakan mempunyai nilai *discriminant* yang baik (Hair et al., 2021).

Tabel 2. Nilai Cross Loading

	<i>Authenticity</i> (A)	<i>Historical Culture</i> (HC)	<i>Visitor Engagement</i> (VS)	<i>Revisit Intention</i> (RI)
A.1	0.699	0.442	0.522	0.252
A.2	0.711	0.505	0.492	0.222
A.3	0.612	0.333	0.285	0.123
A.4	0.517	0.332	0.231	0.019
A.5	0.678	0.354	0.380	0.125
A.6	0.729	0.312	0.375	0.141
A.7	0.702	0.368	0.420	0.093
HC.1	0.483	0.814	0.626	0.191
HC.2	0.470	0.844	0.648	0.193
HC.3	0.412	0.789	0.573	0.157
HC.4	0.381	0.557	0.360	0.177
HC.5	0.331	0.555	0.389	0.234
VS.1	0.294	0.485	0.631	0.380
VS.2	0.472	0.497	0.744	0.281
VS.3	0.407	0.435	0.627	0.302
VS.4	0.455	0.550	0.721	0.311
VS.5	0.372	0.433	0.599	0.276
VS.6	0.494	0.619	0.788	0.398
RI.1	0.194	0.259	0.472	0.870
RI.2	0.204	0.236	0.364	0.830
RI.3	0.167	0.103	0.286	0.724

Sumber: Output SMART-PLS versi 3.0 (Data primer, 2024)

Kemudian menurut tabel 2 disebutkan bahwasanya nilai *cross loading* menurut hasil uji *discriminant validity*. Tabel menjelaskan bahwasanya instrumen penelitian mempunyai *discriminant validity* yang baik disaat korelasi dari berbagai variabel *manifest* serta berbagai variabel laten lebih tinggi dibandingkan korelasi terhadap variabel laten yang lain.

Langkah selanjutnya yakni mengetahui *effect size* menurut nilai *f-square* yang dipakai guna menguraikan

seberapa besar kekuatan pengaruh variabel independen kepada variabel dependen yang digolongkan menurut kriteria nilai *f-square* < 0,02 tidak terdapat pengaruh, nilai *f-square* > 0,02 – 0,15 pengaruh kecil, nilai *f-square* > 0,15 – 0,35 pengaruh sedang serta nilai *f-square* > 0,35 pengaruh besar (Hardsiman, 2021). Seluruh nilai *f-square* yang dijelaskan dalam tabel 4 berbentuk dalam rentang yang sesuai terhadap nilai koefisien jalur seperti yang diuraikan dalam tabel 7.

Tabel 3. F-Square

	A	HC	VS	RI
A			0.122	0.002
HC			0.551	0.021

VS	0.225
RI	

Sumber: Output SMART-PLS versi 3.0 (Data primer, 2024)

Goodness of Fit (GoF) yaitu ukuran Tunggal guna memberikan validasi performa gabungan antara model struktural (*inner model*) serta model pengukuran (*measurement/outer model*) dengan semuanya. Nilai GoF

terbentang dari 0 – 1 yang mana interpretasi nilai 0,1 (GoF kecil), 0,25 (GoF moderate) serta 0,36 (GoF besar) (Cohen, 1988). Berikut hasil nilai GoF dalam penelitian ini yaitu.

Tabel 4 Goodness Of Fit (GoF)

	AVE	R-Square
<i>Authenticity</i>	0.446	
<i>Historical Culture</i>	0.523	
<i>Visitor Engagement</i>	0.657	0.246
<i>Revisit Intention</i>	0.474	0.593
Rata-rata	0.525	0.419

Sumber: Output SMART-PLS versi 3.0 (Data primer, 2024)

$$\text{Nilai GoF} = \sqrt{\text{rata-rata AVE} \times \text{rata-rata R-square}}$$

$$\text{Nilai GoF} = \sqrt{0,525 \times 0,419}$$

$$\text{Nilai GoF} = 0.469$$

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai GoF sejumlah 0.469, hal itu menyebutkan bahwasanya performa gabungan dari *inner model* serta *outer model* pada penelitian ini bisa digolongkan menjadi kategori GoF besar. Evaluasi model struktural (*inner model*) yang dilakukan dari pengujian *f-square* serta GoF sudah diketahui bahwasanya model yang dibentuk pada penelitian ini yaitu kuat. Dengan demikian, pengujian hipotesis bisa dilaksanakan memakai metode *bootstrapping* pada aplikasi Smart PLS.

Penelitian ini menggunakan sampel populasi yang sudah pernah mengunjungi Situs Astana Gede Kawali Ciamis dengan usia minimal 17 tahun yang dianggap telah mempunyai kemampuan kognitif yang cukup guna menjawab seluruh pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 responden seperti yang tertera pada tabel 3. Teknik penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan karakteristik responden yang berusia minimal 17 tahun serta pernah mengunjungi Situs Astana Gede Kawali minimal satu kali.

Tabel 5. Profil Responden

DESKRIPSI	ANGKA	
	JUMLAH	PERSENTASE
Jenis Kelamin		
Laki-laki	41	40,6%
Perempuan	60	59,4%
Usia		
17-25 tahun	50	49,5%
>26-35 tahun	15	14,9%
>36-45 tahun	16	15,8%
>45 tahun	20	19,8%
Domisili		
Kabupaten Ciamis	93	93,1%

Di Luar Ciamis

7

6,9%

Pada penelitian ini menggunakan jenis data primer yakni data yang didapatkan dengan langsung dari responden yang sudah pernah mengunjungi Situs Astana Gede Kawali minimal satu kali. Teknik pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini yakni dengan *one shot study* ataupun *cross sectional* sebab data hanya dikumpulkan hanya pada satu periode waktu tertentu. Pengumpulan data dilaksanakan dengan membagikan kuesioner secara langsung bertemu dengan responden memakai *google forms*. Teknik analisis data yang dipakai yakni *structural equation modelling* (SEM) yang memakai alat bantu Smart-PLS versi 3.0.

Menurut hasil uji kecocokan model dengan fitur model fit dalam SEM-PLS, disebutkan bahwasanya *standardized root mean square residual*

(SRMR) sejumlah $0.0811 < 0.10$ serta *normal fit indeks* (NFI) 0.478 yang ada di antara 0.00-1.00 yang artinya model disebutkan cocok (*fit*) oleh karenanya bisa dipakai guna analisis lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Berdasarkan uji model fit sebelumnya yang menjelaskan bahwasanya model yang diusulkan sesuai oleh karenanya bisa dipakai menjadi dasar untuk menguji hipotesis statistik. Prosedur *bootstrapping* dipakai dalam menetapkan status hipotesis yang melakukan perbandingan t-statistik dengan t-tabel 1.66088, kemudian melakukan perbandingan *p-value* dengan α 0.05 dalam pengujian satu arah. Hasil pengujian 7 hipotesis statistik dituangkan dalam tabel 6 yaitu:

Tabel 6. Hasil Hipotesis Statistik

Deskripsi Hipotesis	Koefisien Jalur	T-Statistik	P-Value	Deskripsi
H1 A → VS	0.273	2.638	0.009	Didukung data empiris
H2 HC → VS	0.580	5.619	0.000	Didukung data empiris
H3 A → RI	0.050	0.342	0.732	Tidak didukung data empiris
H4 HC → RI	0.191	1.357	0.176	Tidak didukung data empiris
H5 VS → RI	0.646	4.462	0.000	Didukung data empiris
H6 A → VS → RI	0.176	2.096	0.037	Didukung data empiris
H7 HC → VS → RI	0.374	3.371	0.001	Didukung data empiris

Sumber: Output SMART-PLS versi 3.0 (Data primer, 2024)

Menurut hasil pengujian yaitu *authenticity* memberi kontribusi pada adanya *revisit intention* melalui *visitor engagement* di urutan kelima dengan koefisien jalur 0.176. Temuan ini menjelaskan bahwasanya adanya

keaslian batu telapak tangan dan kaki Prabu Niskala Wastukencana, keaslian prasasti tulisan sunda kuno, keaslian punden berundak, keaslian kolam Cikawali, keaslian batu tempat disemayamkannya abu Putri Diah

Pitaloka, keaslian tempat persemayaman Raden Singacala, dan keaslian tempat persemayaman Pangeran Usman yang disebabkan oleh adanya perasaan terhubung dengan peradaban manusia pada zaman dahulu, perasaan takjub dengan peradaban manusia pada zaman dahulu, perasaan tertarik pada segala sesuatu yang ada pada situs, perasaan terikat secara emosional dengan situs, perasaan memiliki terhadap situs, dan perasaan harus melestarikan peninggalan peninggalan masa lampau yang dirasakan pengunjung Situs Astana Gede Kawali menimbulkan kesediaan untuk berkunjung kembali pada situs tersebut, kesediaan guna memberikan rekomendasi situs terhadap orang lain, dan kesediaan meluangkan waktu untuk mengunjungi situs Astana Gede Kawali Ciamis. Kemudian, pada hasil pengujian yaitu *historical culture* memberikan kontribusi kepada timbulnya *revisit intention* lewat *visitor engagement* dalam urutan ketiga dengan koefisien jalur 0.374. Temuan ini menjelaskan bahwasanya adanya kebermanfaatan menyimpan cerita tokoh Diah Pitaloka, kebermanfaatan menyimpan cerita tokoh Raden Singacala, kebermanfaatan menyimpan cerita tokoh Pangeran Usman, kebermanfaatan menyimpan cerita tentang orang yang mampu mengangkat batu panggih maka keinginannya akan terkabul, dan kebermanfaatan menyimpan cerita tentang batu sanghyang bangkok tidak bisa dihancurkan, memberikan dampak pada timbulnya adanya perasaan terhubung dengan peradaban manusia pada zaman dahulu, perasaan takjub dengan peradaban manusia pada zaman dahulu, perasaan tertarik pada segala sesuatu yang ada pada situs, perasaan terikat secara emosional dengan situs, perasaan memiliki terhadap situs, dan perasaan harus melestarikan peninggalan peninggalan masa lampau yang

dirasakan pengunjung ketika mengunjungi Situs menimbulkan kesediaan untuk berkunjung kembali pada situs tersebut, kesediaan guna memberikan rekomendasi situs terhadap orang lain, dan kesediaan meluangkan waktu guna mengunjungi situs Astana Gede Kawali Ciamis. Inferensi logis dari hasil pengujian tersebut menjelaskan bahwasanya hasil penelitian ini mendukung proposisi keempat dari SET yang menyatakan bahwa manfaat yang diterima menjadi pendorong timbulnya respon konatif positif, semakin bernilai respon konatif positif yang didapatkan maka semakin kuat tindakan masa lampau akan diulanginya, semakin sering seseorang mendapatkan manfaat yang menyebabkan timbulnya respon konatif positif, adanya respon konatif positif berperan sebagai pendorong individu untuk melakukan tindakan yang sama yang disebut pengorbanan. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai *authenticity* dan *historical culture* yang didapatkan oleh pengunjung, maka semakin kuat *revisit intention* melalui evaluasi afeksi yang tercermin pada *visitor engagement* sebagai respon konatif positif. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat hasil temuan yang dilakukan oleh Zhou et al. (2022) yang menemukan bahwasanya *revisit intention* diberi pengaruh dari *authenticity* pada Dujiangyan Irrigation, China. Kemudian, hasil dari penelitian mendukung temuan yang dilakukan oleh Putra & Ernawadi (2023) yang menemukan bahwasanya *revisit intention* diberi pengaruh langsung oleh *visitor engagement* pada wisatawan Candi Borobudur di Jawa Tengah. Serta, memperkuat temuan Hafiya & Trihantoro (2024) yang menemukan bahwasanya *visitor engagement* memberi pengaruh positif serta signifikan pada *revisit intention* pada

pada wisatawan domestik Waduk Sermo, Kulon Progo, Yogyakarta.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini merupakan tindak lanjut dari temuan Surtanto & Ernawati (2024). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwasanya *authenticity* dan *historical culture* memberi pengaruh positif pada *visitor engagement*. Kemudian, *authenticity* dan *historical culture* tidak memiliki pengaruh secara langsung pada *revisit intention*. Selain itu, *authenticity* dan *historical culture* ditemukan berpengaruh terhadap *revisit intention* melalui *visitor engagement*.

Saran

Peneliti selanjutnya disarankan dapat mengeksplorasi variabel independen lainnya seperti *cultural event* untuk mengetahui pengaruh langsung kepada *revisit intention*. Sehubungan tujuan penelitian ini yakni guna memberi solusi dari *revisit intention* yang rendah, penting bagi Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Ciamis guna mengetahui berbagai faktor yang bisa menyebabkan *revisit intention* meningkat. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwasanya niat berkunjung kembali diberi pengaruh dari *authenticity* dan *historical culture* melalui *visitor engagement*. Berikut merupakan program yang dirancang oleh Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Ciamis untuk meningkatkan *authenticity* dan *historical culture*:

Pertama, Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Ciamis mampu merancang program pemasaran pengalaman yang sesuai terhadap *authenticity*. Ukuran *authenticity* diantaranya yakni keaslian batu telapak tangan dan kaki, prasasti, punden berundak, kolam Cikawali, batu tempat persemayaman tokoh-tokoh. Program

yang disarankan untuk dirancang adalah melakukan restorasi elemen-elemen yang ada pada situs agar tetap terjaga keasliannya dengan menggunakan teknologi konservasi modern untuk memastikan bahwa struktur fisik tetap kokoh tanpa mengubah nilai historisnya. Selain itu, implementasikan teknologi seperti pengatur suhu dan kelembaban untuk melindungi elemen-elemen bersejarah yang ada pada situs tersebut seperti keaslian batu telapak tangan dan kaki Prabu Niskala Wastukencana, prasasti tulisan sunda kuno, dan batu tempat disemayamkannya abu Putri Diah Pitaloka.

Kedua, Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Ciamis bisa merancang program pemasaran pengalaman yang sesuai terhadap *historical culture*. Ukuran *historical culture* diantaranya yakni kebermanfaatan menyimpan cerita tokoh Diah Pitaloka, cerita tokoh Raden Singacala, cerita tokoh Pangeran Usman, cerita tentang orang yang mampu mengangkat batu panggih maka keinginannya akan terkabul, dan cerita tentang batu yang tidak bisa dihancurkan. Maka, program yang disarankan untuk meningkatkan *historical culture* adalah membangun aplikasi atau panduan digital interaktif yang memungkinkan pengunjung mempelajari lebih lanjut tentang prasasti, tulisan kuno, atau cerita tokoh Diah Pitaloka, Raden Singacala, dan Pangeran Usman, dan mitos-mitos batu yang ada melalui fitur seperti AR (*Augmented Reality*).

DAFTAR PUSTAKA

Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of*

- Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311.
<https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Abdillah & Jogiyanto. (2011). Partial least square (PLS), alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis.
- Agustian, M. N. (2023). Resiprositas dalam pelaksanaan tradisi potangan.
- Aryaningtyas, A. T., Aprilliyani, R., & Soehari, H. (2021). Pengembangan kawasan Kampung Pelangi Semarang: persepsi dan dukungan masyarakat. *In Jumpa* (Vol. 8, Issue 1).
- Baal, V. J. (1988). Sejarah dan pertumbuhan teori antropologi budaya.
- BRIN. (2023). IDSD menggambarkan kondisi daya saing daerah. <https://www.brin.go.id/news/119442/idsd-untuk-menggambarkan-kondisi-daya-saing-daerah>
- Chin. (1998). The partial least squares aproach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*.
- Choirunnisa, I., Karmilah, M., & Rahman (2021). Strategi pengembangan pariwisata budaya studi kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung. *In Jurnal Kajian Ruang* (Vol. 1, Issue 2). <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>
- Cohen, J. (1988). Statistical power analysis for the behavioral science (2nd ed). *Lawrence Erlbaum Associates*
- Davlembayeva, D., & Alamanos, E. (2023). Social exchange theory. <https://open.ncl.ac.uk>
- Effendi, & Tukiran. (2012). metode penelitian survei.
- Enayat, T., Ardebili, M. M., Kivi, R. R., Amjadi, B., & Jamali, Y. (2020). A computational approach to homans social exchange theory.
- Ferdinand. (2014). metode penelitian manajemen.
- Ghozali, & Latan. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan smart PLS 3.0.
- Ghozali, 2014. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. *Badan Penerbit UNDIP, Semarang*
- González, del M. M. V., Epelt, N. G., & Coromina, L. (2023). Residents' perceptions of tourism social exchange relations: a case study in a small heritage town. *Investigaciones Turisticas*, 25, 100–120.
<https://doi.org/10.14198/INTURI.19376>
- H, Yamin S & Kurniawan. (2011). partial least square path modeling. salemba infotek
- Hafiya, A. I., & Trihantoro, J. (2024). peran visitor engagement dan destination image terhadap revisit intention yang dimediasi oleh memorable tourism experiences. 13, 2024.
- Hair, Joseph, William, Black, Barry, Babin, & Rolph. (2021). multivariate data analysis.
- Hardisman. (2021). Analisis partial least square structural equation modelling (PLS-SEM). *Bintang Pustaka Madani*
- Hidayah, K., Rizki, D., & Malikussaleh, P. (2022). Persepsi masyarakat daerah terhadap wisatawan di Objek Wisata Gunung Burni Telong Kabupaten Bener Meriah.
- Hikmah, N., Fauziyah, N. K., Septiani, M., & Lasari, D. M. (2022). Healing sebagai strategi coping stress melalui pariwisata. *Indonesian Journal of Tourism*

- and *Leisure*, 3(2),
<https://doi.org/10.36256/ijtl.v3i2.308>
- Homans, G. C. (1961). *Social behavior: its elementary forms*. New York: *Harcourt Brace Jovanovich*. p. 13.
- Homans, G. C. (1958). *Social behavior as exchange*.
<http://www.journals.uchicago.edu/t-and-c>
- Kurniasari, K. (2021). Pariwisata budaya berkelanjutan: persepsi masyarakat lokal. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1),
<https://doi.org/10.37535/104001120215>
- Kurniawan, R., & Yessyana, Y. (2024). Analisis pengaruh cultural heritage, responsiveness dan communication terhadap revisit intention ke Destinasi Wisata Eks. *In Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 4, Issue 3).
- Nunkoo, R. (2016). toward a more comprehensive use of social exchange theory to study residents' attitudes to tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 588–596.
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30303-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30303-3)
- Park, E., Choi, B. K., & Lee, T. J. (2019). The role and dimensions of authenticity in heritage tourism. *Tourism Management*, 74, 99–109.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.03.001>
- Putra, G. D., & Ernawadi, Y. (2023). Kontribusi visitor engagement terhadap peningkatan revisit intention wisatawan Candi Borobudur. *In Jurnal Fokus Manajemen* (Vol. 3, Issue 1).
- Qurniawati (2019). Analisis pengembangan pariwisata berdasarkan dukungan masyarakat di Temanggung
- Rasoolimanesh, S. M., Md Noor, S., Schuberth, F., & Jaafar, M. (2019). Investigating the effects of tourist engagement on satisfaction and loyalty. *Service Industries Journal*, 39(7–8), 559–574.
<https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1570152>
- Ritzer, G. (2010). *Sociological theory*.
- Roscoe. (1975). *Fundamental research statistic for the behavioral sciences*.
- Sekaran, & Bougie. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis*.
- Sofianto, K., & Falah, M. (2020). Arti penting Situs Astana Gede di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Indonesia Untuk Kajian Pendidikan*.
- Suripto, P. R. D., & Ernawadi, Y. (2024). City image dan memorable tourism experience sebagai antecedent revisit intention (studi pada wisatawan heritage tourism di Kota Bandung).
www.indonesia.go.id
- Syahrul, R. M., & Ernawadi, Y. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi revisit intention wisatawan kawah putih. *Jurnal Ekombis Review*, 11(2), 1293–1304.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i12>
- Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory. Attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556–1569.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.005>
- Zhou, G., Chen, W., & Wu, Y. (2022). Research on the effect of authenticity on revisit intention in heritage tourism. *Frontiers in Psychology*, 13.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.883380>