

KUALITAS LAYANAN DAN DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN UNTUK MENGUNJUNGI KEMBALI DESA WISATA

I Nyoman Sudiarta¹, Putu Eka Wirawan², I Nyoman Gede Astina³, I Gusti Ayu Melistyari Dewi⁴

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional^{1,2,3,4}
wirawanputu@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan destinasi terhadap kepuasan wisatawan untuk mengunjungi kembali Desa Wisata Bongan Tabanan Bali. Metode penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini melibatkan 105 responden dengan berbagai macam karakteristik, yang meliputi jenis kelamin, umur, pekerjaan dan pendapatan responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, terhadap responden yang pernah berkunjung minimal dua kali ke lokasi wisata. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan, kualitas layanan dapat mempengaruhi secara signifikan positif terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai 0.370 pada indikator kesediaan memberi respon kepada pengunjung dengan nilai tertinggi 0.822. Pada variabel kualitas destinasi juga mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai 0.206, yakni pada daya tarik sosial di Desa Wisata Bongan Tabanan Bali dengan nilai 0.868. Variabel kepuasan wisatawan juga berpengaruh signifikan positif terhadap minat kunjungan kembali dengan nilai 0.354 pada indikator kunjungannya sesuai dengan harapan. Pada variable adanya keinginan berkunjung kembali terdapat indikator dengan nilai yang berpengaruh positif adalah nilai 0.884, yakni berupa berniat untuk berwisata ke Desa Wisata Bongan Tabanan Bali. Simpulan, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang juga dipengaruhi oleh kualitas destinasi wisata. Adapun kualitas layanan juga berpengaruh kuat terhadap kunjungan kembali dari wisatawan.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Kualitas Layanan, Kunjungan Kembali, Kepuasan Wisatawan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and destinations on tourist satisfaction to revisit Bongan Tabanan Bali Tourism Village. This research method is descriptive quantitative. This study involved 105 respondents with various characteristics, including gender, age, occupation and income of the respondents. The sampling technique used was purposive sampling, to respondents who had visited at least two times to tourist sites. Data analysis used multiple regression analysis techniques. The results showed that service quality can have a significant positive effect on tourist satisfaction with a value of 0.370 on the indicator of willingness to respond to visitors with the highest value of 0.822. The destination quality variable also has a positive significant effect on tourist satisfaction with a value of 0.206, namely on social attractiveness in Bongan Tabanan Bali Tourism Village with a value of 0.868. Tourist satisfaction variable also has a significant positive effect on return visit interest with a value of 0.354 on the visit indicator in accordance with expectations. In the variable that there is a desire to visit again, there is an indicator with a value that has a positive

effect, namely the value of 0.884, which is in the form of intending to travel to Bongan Tabanan Tourism Village, Bali.

In conclusion, service quality affects tourist satisfaction which is also influenced by the quality of tourist destinations. The quality of service also has a strong influence on return visits from tourists.

Keywords: *Tourist Destinations, Service Quality, Return Visits, Tourist Satisfaction*

PENDAHULUAN

Bali menjadi salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dunia dan promosi yang dilakukan juga sejak lama (Sunjayadi, 2019). Adanya pandemi covid-19 yang melanda dunia, telah berdampak pada bisnis pariwisata secara keseluruhan, meskipun berupa wisata ziarah (Nuruddin et al, 2020), wisata yang berbentuk backpacker (Wirawan et al, 2021), Bisnis akomodasi perhotelan pun harus berjuang demi bertahan hidup selama pandemi berlangsung di Bali (Nuruddin et al, 2020), karena sektor pariwisata merupakan industri yang paling rapuh terhadap krisis dan bencana (Zenker & Kock, 2020).

Selama tahun 2018, wisatawan asing yang berkunjung ke Bali sebanyak 6,2 juta orang, dengan perincian dari China sebanyak 1,4 juta orang, Australia sebanyak 1,2 juta orang, sisanya adalah India, Britania Raya, Jepang, Amerika Serikat, Perancis, Malaysia, Jerman, dan Korea Selatan (Agung, 2019). Indonesia termasuk 10 negara yang paling banyak dikunjungi oleh penggunaan Twitter di Asia Pasifik, dengan alasan sebagai berikut: 53 persen mencari tempat yang menawarkan *value for money*; 27persen mencari warisan budaya; lebih dari 19 persen mencari pantai yang bagus (Prahara, 2019).

Sebagian besar wisatawan mancanegara yang datang ke Kota Denpasar adalah tertarik mempelajari dan mengikuti kegiatan budaya, karena itulah program budaya menjadi unggulan dalam *city tour* (Putra, 2018). Kabupaten Tabanan menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Bali, terutama sejak ditetapkannya Kawasan Subak Jatiluwih sebagai Warisan Budaya Dunia, yang diperkuat dengan Peraturan Bupati No. 84 tahun 2013 tentang Penetapan Jatiluwih sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Tabanan (Herawati, 2015).

Fenomena tersebut kemudian berdampak positif pada munculnya beberapa desa di Kabupaten Tabanan sebagai obyek wisata, salah satunya Desa Bongan di Kecamatan Tabanan Bali. Awalnya, pengelola hanya bermaksud menjadikan Situs

Kebo Iwa di Kawasan Pura Puseh Bedha dan Penangkaran Burung Jalak Bali di Banjar Bongan Kauh sebagai obyek utamanya (<https://www.beritabali.com/read>, 2018). Namun seiring berjalannya waktu, masyarakat sekitar juga memasukkan obyek baru berupa Pura Telaga Suman, Air Terjun Jlurit, Tempat Pesucian dan Kentongan Sawah (Makir: wawancara, 2020). Beberapa obyek yang ada di desa tersebut terdapat beberapa situs yang diduga peninggalan bersejarah, sehingga berpotensi sebagai bangunan dan kawasan cagar budaya. Menurut Budiani, pemanfaatan kawasan tersebut merupakan bagian dari pembangunan pariwisata berkelanjutan yang mengarah pada pemanfaatan sumber daya alam dan manusia dalam jangka panjang (Budiani, 2018).

Sebagai aktivitas yang bernilai ekonomis, pariwisata harus dilihat dari aspek permintaan dan penawaran, sehingga keberhasilan dalam pengembangan pariwisata di suatu daerah sangat tergantung kepada kemampuan pihak perencana pengembangan pariwisata (Gunn, 1988). Guna mendukung keberhasilan target yang telah ditentukan, maka diperlukan usaha yang mengatur sistem pariwisata yang meliputi promosi dan pengembangan potensi dengan dukungan desain produksi dan berbagai kegiatan kongkrit dari pemerintah (Getz, 2008).

Sebuah produk wisata dikatakan sukses, jika banyak mendatangkan wisatawan dan mendapatkan banyak keuntungan finansial. Guna meningkatkan jumlah kunjungan, maka diperlukan layanan yang masimal, baik dari sisi destinasi, sumber daya manusia dan sarana prasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan untuk mengunjungi kembali Desa Wisata Bongan Tabanan Bali selama tahun 2019. Adapun pendekatan yang digunakan adalah teknologi yang berbasis Smart-PLS, dengan pencarian data melalui online kepada wisatawan yang pernah berkunjung selama tahun 2019 dan 2010.

KAJIAN TEORI

Penelitian tentang Desa Wisata Bongan Tabanan Bali sudah dilakukan oleh beberapa peneliti, Sunarta dan kawan-kawan telah mengkaji tentang sejarah lokal dan beberapa warisan budaya yang masih dijalankan oleh masyarakat lokal di Dusun Bongan Tengah yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata warisan budaya, sehingga dapat melengkapi obyek wisata di Desa Bongan Tabanan Bali yang sudah ditetapkan sebagai desa wisata (Sunarta et al., 2019).

Nuruddin dan kawan-kawan telah mengkaji tentang penerapan teori budaya milik Pierre Bourdeau dalam mengkaji potensi tinggalan budaya di Dusun Bongan Tengah yang dapat diintegrasikan dengan desa wisata di Desa Bongan Tabanan Bali. Menurut kajian tersebut, terdapat cerita sejarah yang mengakar dalam masyarakat tersebut yang berwujud budaya material, sebagai akibat dari kebiasaan yang di lakukan di sekitar air terjun dan pura di Kawasan tersebut yang berdampak munculnya ritus-ritus yang masih berjalan (Nuruddin et al, 2020).

Adapun secara teoritik kajian tentang kualitas layanan destinasi yang berdampak pada naik turunnya kunjungan wisatawan sudah banyak dilakukan, salah satunya adalah kajian dari Ababneh yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan pariwisata berdampak positif terhadap tingkat kepuasan wisatawan dengan meningkatkan fasilitas destinasi, aksesibilitas destinasi dan daya tarik destinasi (Al-Ababneh, 2013).

Kajian Osman dan Sentosa menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Selain itu dari model yang sama ditemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian, hubungan mediasi diperkenalkan dalam model dimana kepuasan pelanggan diperkenalkan sebagai mediator dalam kualitas layanan dan hubungan kepercayaan pelanggan (Osman & Sentosa, 2013).

Kualitas Layanan Dalam Pariwisata

Pelayanan personal pariwisata merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan volume wisatawan, yakni dengan menyediakan sebuah katalog tentang nuansa alam atau budaya, informasi hiburan, berbagai macam atraksi, tempat tinggal keluarga, sarana kegiatan olahraga, sarana pendukung di tempat tinggal, kegiatan yang bersifat kompetitif, pusat perbelanjaan, sejarah daerah setempat, sarana dan prasarana transportasi dan sarana bermain (Gretzel et al, 2004). Pelayanan secara total yang diberikan kepada wisatawan berupa pelayanan kesehatan, kegiatan budaya, pendidikan dan hubungan sosial yang baik akan memberikan atusiasme dan partisipasi wisata, sehingga muncul keinginan untuk mengunjungi kembali daerah itu (Soebiyantoro, 2009).

Agar wisatawan merasa tertarik, maka para pengelola objek wisata harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dan membuat senang pengunjung, sehingga mereka tertarik untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Hal itu memungkinkan konsumen akan tertarik untuk kembali dan menginformasikannya kepada orang lain (Soebiyantoro, 2009). Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, sehingga tuntutan pelanggan dalam hal pelayanan yang diterima dapat menyebabkan pihak pengelola bertindak semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen (Radiosunu, 2001). Secara umum, kualitas dari layanan dalam pariwisata dapat dilihat dari tujuh indikator, yakni: perilaku dan sikap yang diperlihatkan baik, kehandalan karyawan, kesediaan memberi respon dari karyawan, obyek wisata yang menarik, fasilitas yang memberikan kenyamanan, keamanan fasilitas yang terjamin dan kemudahan akses transportasi (Chen et al, 2011).

Daya Tarik Wisata

Daya Tarik wisata menjadi motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Destinasi dalam wisata meliputi hal-hal berikut: daya tarik wisata alam yang meliputi pemandangan alam, daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca; daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi; daya tarik wisata yang dikelola khusus, yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri; daya tarik wisata budaya yang meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah, dan heritage (Basiya dan Rozak , 2012).

Adapun teori daya tarik wisata yang digunakan dalam kajian ini adalah bahwa daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi lima bagian yakni: daya tarik wisata alam yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca; daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi; daya tarik wisata yang dikelola khusus, yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri; daya tarik wisata budaya yang meliputi teater, museum, tempat bersejaah, adat-istiadat, tempat-tempat

religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah, dan heritage seperti warisan peninggalan budaya; daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk di tempat tujuan wisata (Witt, 1994).

Kepuasan Wisatawan

Salah satu indikator sebuah layanan dalam destinasi bersifat maksimal adalah dapat memberikan kepuasan para pengunjungnya, sehingga setiap pengelola destinasi harus berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas layanan. Adapun indikator dari sebuah kepuasan yang dirasakan wisatawan menurut adalah sebagai berikut: 1) Kesesuaian harapan, 2) Minat Menggunakan kembali, 3) Kesiediaan merekomendasikan (Tjiptono, 2004). Lebih lanjut ia menjelaskan, seseorang merasakan puas berwisata sangat terkait dengan berbagai alasan, yakni sebagai berikut: seseorang merasakan harapannya terpenuhi karena produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, misalnya pelayanan oleh driver yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan; menggunakan kembali terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh driver memuaskan, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk, karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai; dan kesiediaan merekomendasikan kepada teman atau keluarga karena pelayanan yang memuaskan, fasilitas penunjang yang disediakan memadai, karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Mengunjungi Kembali (Revisit Intention)

Secara umum, intensi mengunjungi kembali ke sebuah destinasi yang telah dikunjungi para wisatawan adalah setelah memperoleh kesan yang baik dan kepuasan dari pengalamannya pada saat pertama kali berkunjung, sehingga akan memutuskan untuk kembali pada waktu berikutnya dan itu merupakan harapan akhir dari pengelola destinasi wisata (Yang, 2009). Kunjungan ulang yang dilakukan wisatawan sebagai salah satu hasil kepuasan dapat dimaknai sebagai suatu motivasi dari pengunjung berupa pembelian publikasi, cinderamata dan hadiah di tempat wisata, sebagai bentuk intensinya mereka akan kembali untuk fasilitas wisata dan souvenir terkait dengan destinasi yang telah dikunjungi (Dirsehan, 2012).

Secara umum, perilaku wisatawan dapat dilihat dari tiga hal, yakni pilihan berkunjung, evaluasi berikutnya dan niat masa depan untuk berkunjung, sehingga kunjungan kembali sangat bergantung dari kondisi bathin saat di lokasi destinasi. Adapun teori dan konsep yang digunakan dalam kajian ini adalah merujuk pada pemikiran Hutchinson, bahwa minat seorang wisatawan untuk datang kembali ke lokasi wisata adalah disebabkan oleh beberapa hal, yakni 1). Berniat untuk berwisata kembali, 2. Menjadi tempat prioritas untuk liburan, dan 3. Mencari informasi terbaru mengenai tempat wisata tersebut (Hutchinson & Wang, 2009).

METODE PENELITIAN

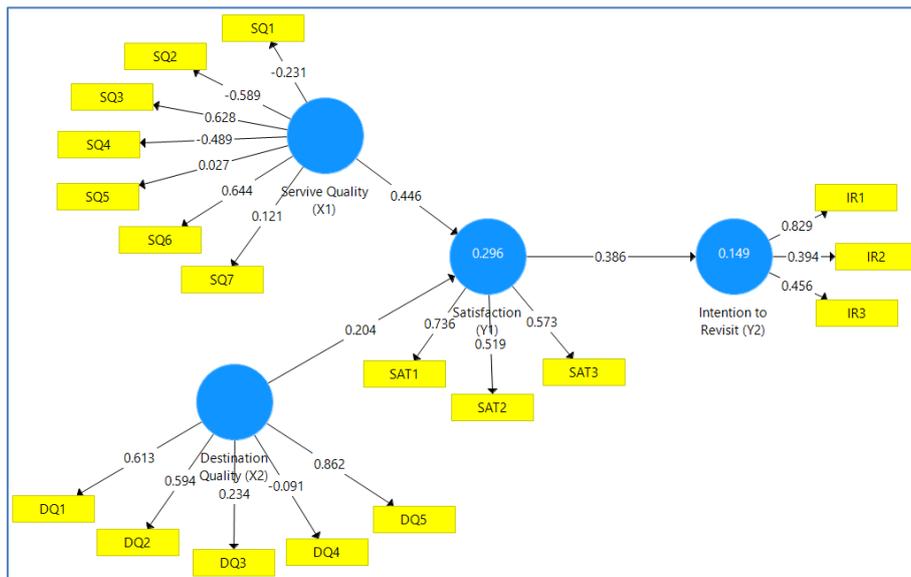
Penelitian ini dilakukan di Dusun Bongan Jawa Desa Bongan Tabanan Bali, sebagai salah satu obyek dari Desa Wisata yang sedang dikembangkan disana. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisa dengan skala pengukuran yang digunakan adalah *Skala Likert*. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling dengan teknik simple random sampling. Dalam penentuan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus perhitungan slovin, sehingga menggunakan 105 responden agar didapat data valid jika ada beberapa data eror.

Populasi penelitian yang diambil adalah pengunjung yang pernah berkunjung minimal sekali dengan menggunakan teknik pengambilan sampel model *purposive sampling* dengan kriteria pengunjung mulai umur 17 tahun. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner dan data sekunder berupa data resmi dari pengelola Desa Wisata Bongan Tabanan Bali. Analisis hasil penelitian menggunakan media SMART PLS, dengan uji reliabilitas dan uji validitas. Teknik analisis data menggunakan metode analisis deskriptif dengan regresi berganda.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data quisioner di lapangan, diperoleh sebuah hasil Analisis *Partial Least Square (PLS)* tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan untuk Mengunjungi Kembali Desa Wisata Bongan Tabanan Bali. Metode analisis dilakukan untuk mengetahui bentuk dan besarnya, pengaruh konstruk

laten independen (endogen) yaitu Pengaruh Kualitas Layanan terhadap konstruk laten dependen (eksogen) yaitu Destinasi dan *Satisfaction* sabagai variable independan yang terbentuk oleh X1 dan X2 dimana saling berhubungan, dan Y1 mempengaruhi Y2 sebagai varibal dependen, metode analisis dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yang diolah dengan *Smart PLS 3.0*. Hasil analisis model dapat dilihat pada gambar 1, di bawah ini:



Gambar 1. Hubungan antar Variabel, Indikator dan Laten

Langkah selanjutnya, setelah model terbentuk yang menggunakan *Smart PLS*, maka perlu dilakukan kelayakan model. Adapun pengujian kelayakan pada model dapat dilakukan terhadap *outer model* dan *inner model*. Ghazali menjelaskan (Ghozali, 2006), evaluasi *outer model*-reflektif dapat dilakukan berdasarkan tiga kriteria yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Terdapat dua kriteria dalam pengujian *inner model* menurut Ghazali, yakni berdasarkan *R-square* untuk mengidentifikasi kategori model dan *path coefisien* untuk pengujian hipotesis.

Evaluasi Outer Model - Reflektif pada Konstruk *Loading Factor* dengan Setiap Indikator

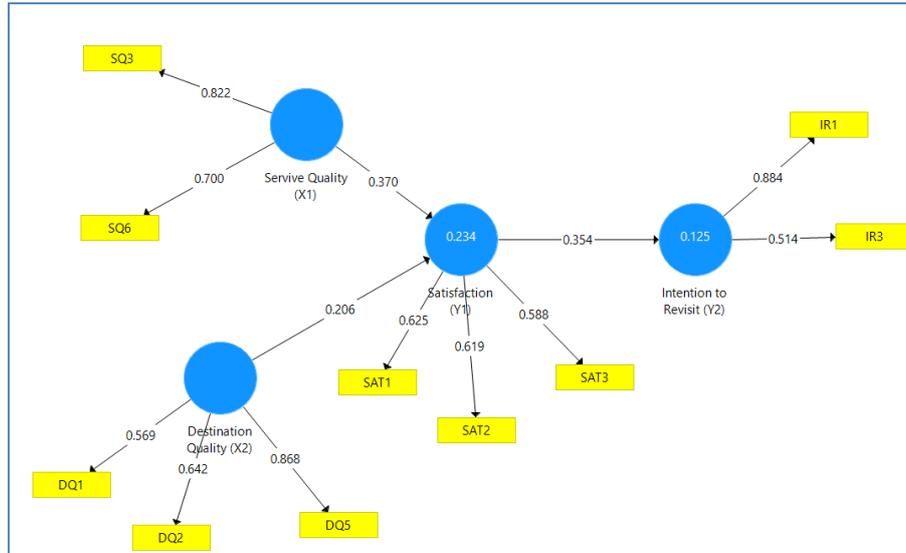
Evaluasi indikator pada setiap konstruk *first order* dilakukan dengan menggunakan tiga kriteria yang telah disebutkan sebelumnya. Evaluasi *outer-model*

reflektif dapat dilakukan pada bagian *first order*. Kriteria dan standarisasi evaluasi *outer* model dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Standarisasi dan Kriteria Evaluasi *Outer Model* – Refleksi

Kriteria	Standar	Keterangan
<i>Convergent Validity</i>	<i>Loading Value</i> > 0.50	Menilai kekuatan indikator dalam merefleksikan sebuah konstruk laten Chin (Chin, 1998) menyatakan jika < 0,50 maka indikator harus dibuat <i>drop</i>
<i>Discriminant Validity</i>	Nilai cross loading korelasi indikator ke konstruk latennya lebih besar dari konstruk laten-laten lainnya	Mengukur etepatan model refleksi
<i>Composite Reliability</i>	$\rho_c > 0.7$	Kestabilan dan konsistensi internal indikator yang baik

Reliabilitas indikator dicerminkan dari nilai *loading factor* yang merefleksikan kekuatan interelasi antara konstruk *first order* (X1), dengan indikator-indikatornya. Pada gambar 2. (sebelum di drop) terdapat satu indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0.5 yaitu SQ1 dengan nilai -0.231 pada prilaku dan sikap pelayan baik kepada pengunjung, SQ2 dengan nilai -0,589 pada sikap pelayan pada pengunjung yang handal, SQ4 (-0.489) pada obyek wisata yang menarik, SQ 5 dengan nilai 0,027 kenyamanan mendukung, SQ 7 dengan nilai 0,121, kemudahan akses transportasi. Pada variable X2, indikator yang di-drop adalah DQ3 dengan nilai 0,234 daya tarik atraksi di Desa Wisata Bongan Tabanan Bali berkualitas, dan pada indikator DQ4 dengan nilai -0,091 daya tarik budaya di Desa Wisata Bongan Tabanan Bali. Pada variable Y2 yang di-drop adalah dengan indikator IR2 dengan nilai 0,394 yaitu menjadi prioritas untuk liburan kembali ke Desa Wisata Bongan Tabanan Bali.

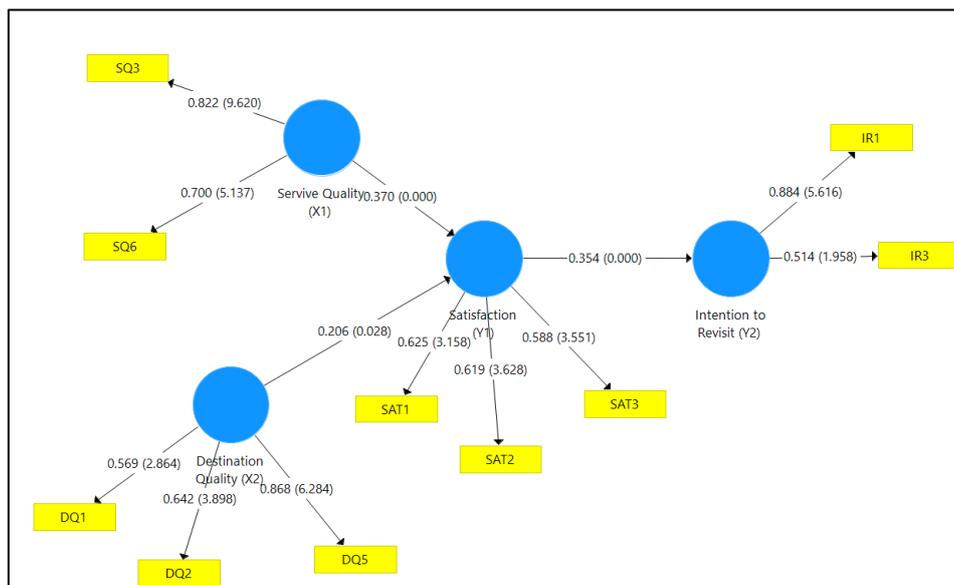


Gambar 2. Model Pengaruh Variabel setelah di-drop

Nilai *convergent validity* digunakan untuk mengukur tingkat refleksi interelasi indikator terhadap konstruk *first order*. Dan hasil analisis dapat dilihat pada pada tabel 2, indikator yang memberikan nilai interelasi terbesar dan terendah dalam menggunakan konstruk *first order*nya (Gambar 3).

Tabel 2. Urutan Variabel Laten yang Memiliki Pengaruh Terbesar hingga Terkecil

Variabel Laten	Nilai Koefisien Parameter	<i>t value</i>
Service Quality	0.370	5.137
Destination Quality	0.206	2.584
Satisfaction	0.354	3.158



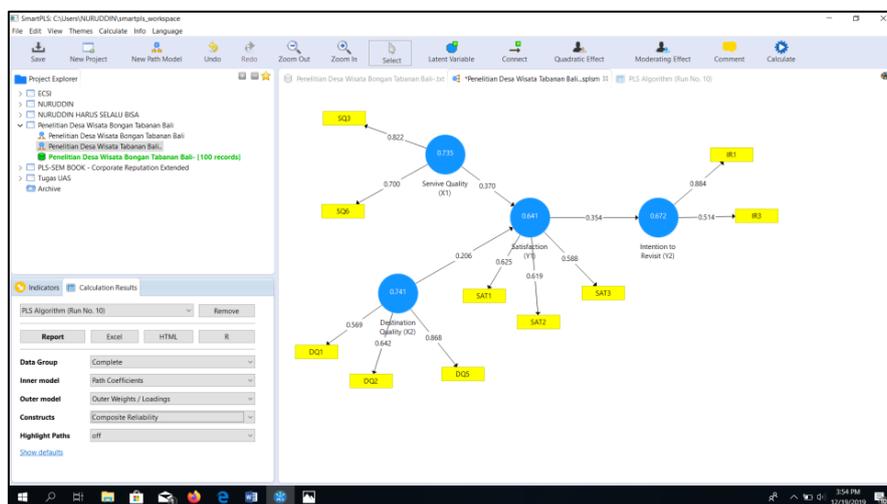
Gambar 3. Variabel Laten yang mempunyai pengaruh terbesar hingga terkecil

Tabel 3. Nilai Refleksi Interelasi Indikator terhadap Konstruk *First Order*

Konstruk <i>first order</i>	Nilai refleksi indikator interelasi tertinggi	Nilai refleksi indikator interelasi terendah
<i>Service Quality</i>	SQ 3 (0.822)	SQ6 (0.700)
<i>Destination Quality</i>	DQ 5 (0.868)	DQ1 (0.569)
<i>Satisfaction</i>	SAT1 (0.625)	SAT (0.588)
<i>Intention to Revisit</i>	IR1 (0.884)	IR3 (0.514)

Composite Reability

Composite Reability merupakan sistem yang digunakan untuk mengukur internal konsistensi dan nilainya harus diatas > 0.7 , sesuai dengan rumus yang sudah ditentukan, setelah dilakukan *composite reability*, maka keluarlah angka dari masing-masing variabel, untuk variable *Service Quality* (X1) dengan nilai 0.735, dan *Destination* (X2) dengan nilai 0.741, dan untuk variable *Satisfaction* (Y1) dengan nilai 0.641 dan yang terakhir adalah variabel Y2 (*Intention to Revisit*), dengan nilai 0.672. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa semua nilai yang diperoleh diatas 7, yang berarti variabel tersebut mempunyai nilai konsistensi baik dan terdapat dua variabel yang nilainya di bawah 7 berarti nilai konsistensinya tidak banyak berpengaruh.

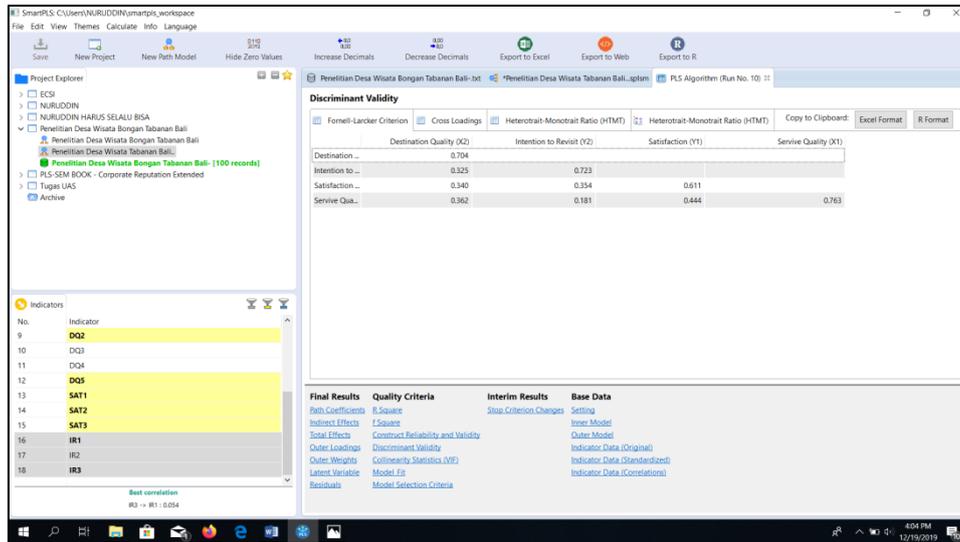


Gambar 4. Composite Reability

Discriminat Validity

Berdasarkan hasil analisa yang sudah dilakukan disimpulkan bahwa variable, harus lebih besar dari nilai diskriminan dikatakan valid, *Service Quality* (X1), nilai AVE, 0.583 dengan nilai diskriminan validiti adalah 0.704, dan untuk variable

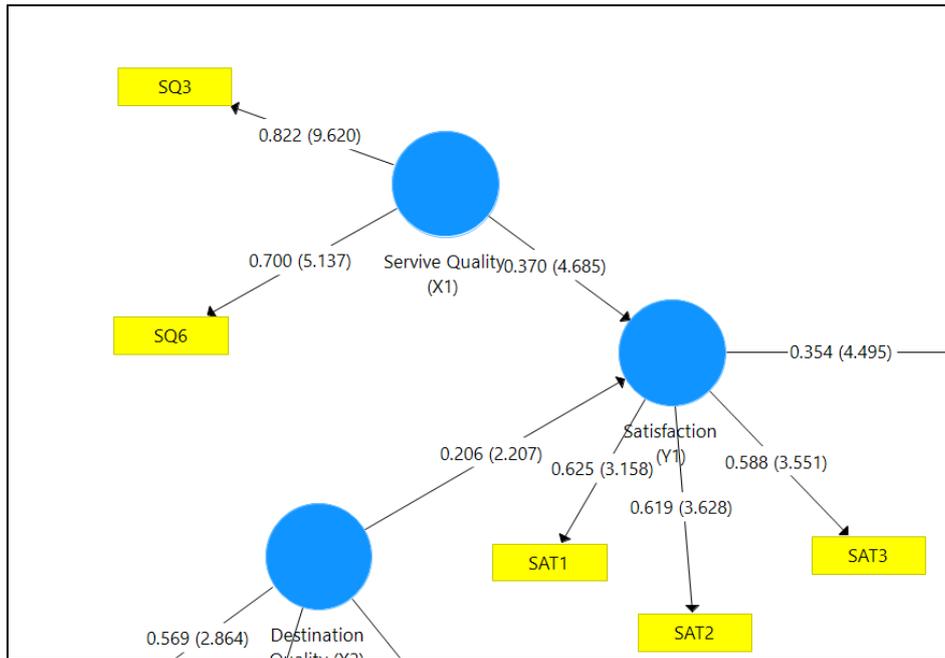
Destinastion Quality (X2), nilai AVE, 0.496 dan nilai diskriminan validiti adalah 0.723 dikatakan valid, dan untuk variable Y1 dan Y2 masing dengan nilai AVE, variable *Satisfaction* (Y1), 0.373 dan nilai diskriminan 0.611 dan variable loyalitas Y2 dengan nilai AVE, 0.523 dan nilai diskriminan 0.763.



Gambar 5. Discriminant Validity

Interpretasi data untuk setiap variable dan indicator yang terbaik Service Quality (X1)

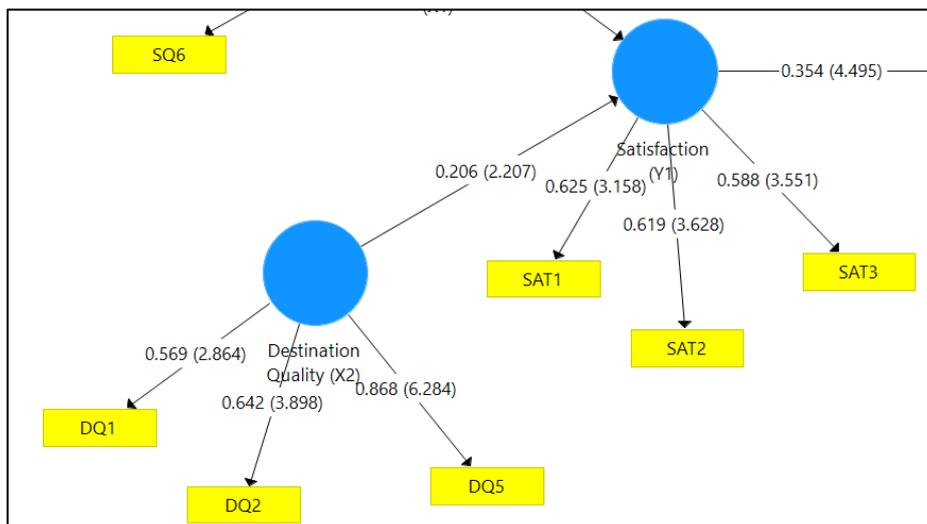
Variable Service Quality mempengaruhi signifikan positif terhadap *Satisfaction* dengan nilai. 0.370, dengan indikator SQ3: kesediaan memberi respon kepada pengunjung dengan nilai tertinggi 0.822 dan SQ6: kemanan terjamin dengan nilai pengaruh terendah dengan nilai 0.700



Gambar 6. *Experiential* berpengaruh kepada *satisfaction*

Destination Quality (X2)

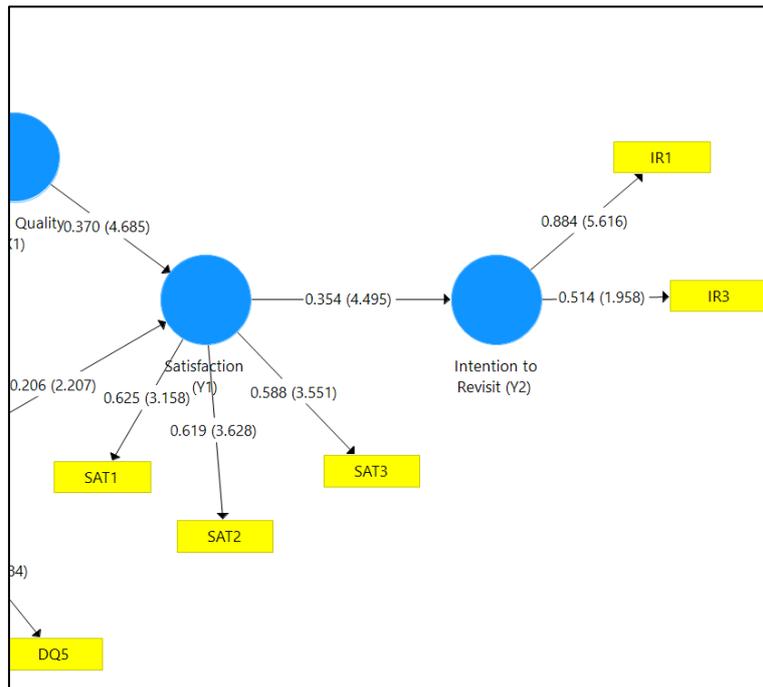
Variable *Destination Quality* mempunyai pengaruh signifikan positif, terhadap *satisfaction* dengan nilai 0.206 dengan nilai indikator tertinggi yang mempengaruhi adalah DQ 5, yakni daya Tarik sisial di Desa Wisata Bongan Tabanan Bali dengan nilai 0.868 dan nilai yang paling kecil yang tidak mempengaruhi adalah terletak pada variable DQ 1 Daya Tarik alam di Desa Wisata Bongan Tabanan Bali dengan nilai 0.569.



Gambar 7. Destination Quality berpengaruh kepada satisfaction

Satisfaction (Y1)

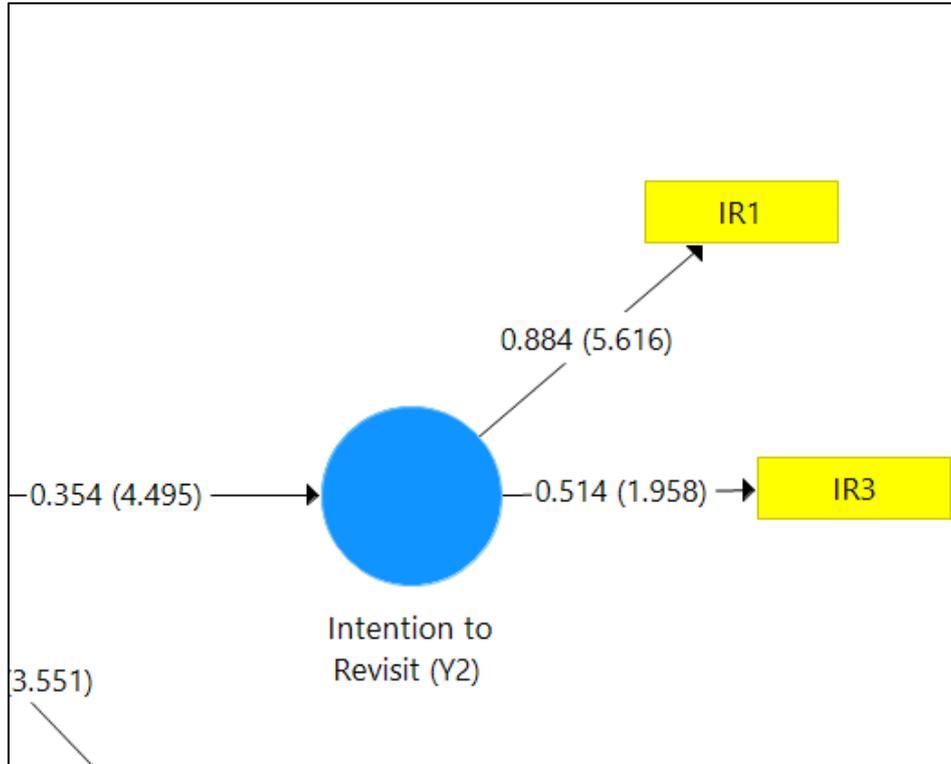
Variable *satisfaction* berpengaruh signifikan positif terhadap Invention to Revisit dengan nilai 0.354, dengan indikator yang mempengaruhi dengan nilai tertinggi adalah SAT1 dengan indikator sesuai dengan harapan dan nilai terendah adalah pada SAT 3 dengan nilai 0.588 pada indicator berupa Kesiediaan merekomendasikan Desa Wisata Bongan Tabanan Bali kepada yang lain.



Gambar 8. Satisfaction berpengaruh kepada loyalitas

Invention to Revisit (Y2)

Pada variable Invention to Revisit terdapat indikator dengan nilai yang berpengaruh positif adalah IR1 dengan nilai 0.884, yakni berniat untuk berwisata ke Desa Wisata Bongan Tabanan Bali dan indicator IR3 dengan nilai 0.514 pada kegiatan berupa mencari informasi terbaru mengenai Desa Wisata Bongan Tabanan Bali



Gambar 9. Inventio to Revisit

PEMBAHASAN

Kajian tentang wisata dengan lokasi di Desa Bongan Tabanan Bali sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Putra et al., 2018); (Pramesti, 2020); (Gumi et al., 2021); dan (Juliani & Suciati, 2021), sehingga kajian ini hanya dibatasi pada salah satu dusun yang berada di desa tersebut, dengan potensi wisatanya berupa Pura Telaga Suman, Air Terjun Jurit, Tempat Pesucian dan Kentongan Sawah yang berada di Dusun Dusun Bongan Jawa. Beberapa kajian di atas memiliki banyak perbedaan yang mendasar, karena lokasi penelitian hanya sebatas pada satu dusun, sedangkan kajian di atas melingkupi desa yang sebagian kecil mencakup objek wisata di Dusun Bongan Jawa. Adapun kesamaan kajian-kajian di atas dengan kajian ini adalah hanya memiliki kesamaan pada judul penelitian dengan mencantumkan Desa Bongan Tabanan Bali. Dengan demikian, kajian ini bukan mengandung unsur kesamaan dengan kajian-kajian yang tertera di atas.

Kajian yang berkaitan dengan potensi wisata di Dusun Bongan Jawa Desa Bongan Tabanan Bali adalah hasil penelitian Sunarta dengan fokus pada pemanfaatan kawasan situs sejarah sebagai daya tarik desa wisata. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa

di lokasi terpencil tersebut terdapat kawasan peninggalan bersejarah yang masih asli sebagai produk budaya masa lalu yang sudah banyak dikunjungi oleh wisatawan sejak tahun 2018, meskipun belum dikelola secara professional (Sunarta et al., 2019). Kajian tersebut hanya sebatas menganalisis potensi warisan budaya berupa pura yang memiliki nilai kesejarahan dan arsitektur unik, sehingga memiliki potensi untuk dikunjungi oleh wisatawan dengan minat khusus. Penelitian di atas hanya digunakan sebagai salah satu bagian kecil dari objek yang menjadi fokus pada kajian ini, namun dengan tema penelitian yang berbeda.

Penelitian lain yang berkaitan dengan potensi wisata di Dusun Bongan Jawa Desa Bongan Tabanan Bali telah ditulis oleh Nuruddin dkk (2020), dengan fokus kajian pada potensi wisata di Desa Wisata Bongan dilihat dari aspek kajian budaya (Nuruddin et al, 2020). Sementara kajian ini memiliki fokus kajian pada pengaruh kualitas layanan dan destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan untuk mengunjungi kembali desa wisata tersebut. Dengan demikian kajian ini memiliki perbedaan yang cukup jelas dari aspek tematiknya, meskipun memiliki kesamaan lokasi objek penelitian, sehingga kajian ini memiliki nilai kebaruan yang belum ada sebelumnya.

Kajian lain yang berkaitan potensi wisata di Dusun Bongan Jawa Desa Bongan Tabanan Bali adalah kajian dari Lumanuw dengan fokus kajian pada potensi kawasan grembengan menjadi destinasi wisata edukasi. Adapun kesimpulan dari kajian tersebut adalah destinasi wisata kawasan Grebengan berpotensi menjadi wisata edukasi, dengan terpenuhinya identifikasi komponen pariwisata 6A. Potensi wisata edukasi kawasan diintegrasikan dalam komponen attraction, accessibility, amenity, package, activities, ancillary dan dikelola oleh pokdarwis selaku pengelola kawasan untuk menarik kunjungan wisatawan. Namun demikian, pokdarwis selaku organisasi yang melibatkan individu-individu sesuai dengan pembagian kelompok kerja belum mampu memaksimalkan keterlibatan masyarakat untuk mengatasi permasalahan yang ada di kawasan tersebut (Lumanauw, 2022).

Dari beberapa kajian yang tersebut di atas, secara tematik kajian ini memiliki perbedaan yang sangat jelas, karena hanya berfokus pada tujuan mencari alasan atau faktor-faktor yang menjadi penyebab wisatawan akan berkunjung kembali pada objek wisata di Dusun Bongan Jawa Desa Bongan Tabanan Bali. Secara metodologis, kajian ini juga memiliki perbedaan yang sangat mencolok, karena sebagian penelitian yang

sudah dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif maupun SWOT analisis, sedangkan kajian ini menggunakan model penelitian kuantitatif dengan pendekatan SMART PLS dan deskriptif kualitatif.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan data quisioner dan analisis Smart-PLS yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi secara signifikan positif terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai 0.370 pada indikator kesediaan memberi respon kepada pengunjung dengan nilai tertinggi 0.822. Pada variabel kualitas destinasi juga mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai 0.206, yakni pada daya tarik sosial di Desa Wisata Bongan Tabanan Bali dengan nilai 0.868. Variabel kepuasan wisatawan juga berpengaruh signifikan positif terhadap minat kunjungan kembali dengan nilai 0.354 pada indikator kunjungannya sesuai dengan harapan. Pada variable adanya keinginan berkunjung kembali terdapat indikator dengan nilai yang berpengaruh positif adalah nilai 0.884, yakni berupa berniat untuk berwisata ke Desa Wisata Bongan Tabanan Bali.

Daftar Pustaka

- A., B. R. D. R. H. (2012). *Kualitas Daya tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah*. Universitas Stikubank Semarang. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1715>.
- A.A Gede Agung. (2019). Tahun 2018 Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Bali Naik?. *Gatra.Com*. <https://www.gatra.com/detail/news/383060>
- Al-Ababneh, M. (2013). *Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction : A study of Jammu and Kashmir*. 7(3), 487–493. <https://journal-archives31.webs.com/164-177.pdf>
- Chen, C. M., Lee, H. T., Chen, S. H., & Huang, T. H. (2011). Tourist behavioural intentions in relation to service quality and customer satisfaction in Kinmen National Park, Taiwan. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 416–432. <http://dx.doi.org/10.1002/jtr.810>
- Dirsehan, T. (2012). Analyzing Museum Visitor Experiences and Post Experience Dimensions Using SEM. *Bogazici Journal, Marmara University, Istanbul*. http://www.bujournal.boun.edu.tr/docs/134122800926_1_6.pdf
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Touris Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Gretzel, U., Mithsce, N. Hwang, Y. H., Fesenmaier, D. R. (2004). Tell Me Who You Are and I Will Tell You Where to Go: Use of Travel Personalities in Destination Recommendation Systems. *Information Technology and Tourism*, 7, 3–12. <http://dx.doi.org/10.3727/1098305042781129>.

- Gumi, K. A., Luh, D., & Mahyuni, P. (2021). Pengembangan Wisata Kampung Jalak Bali Di Desa Bongan Dengan Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 7(1), 95–104. <https://doi.org/10.20956/jdp.v7i1.13169>
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning* (Second Edi). Taylor & Francis.
- <https://www.beritabali.com/read>. (2018). *Verifikasi Desa Wisata Bongan Andalkan Situs Kebo Iwa dan Penangkaran Jalak*.
- Hutchinson, J., Lai, F., & Wang, Y. (2009). Understanding the relationships of quality, value, equity, satisfaction, and behavioral intentions among golf travelers. *Tourism Management*, 30(2), 298–308. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.010>
- Kade Riki Juliani, A. A. Oka Suciati, I. W. W. (2021). Melestarikan Budaya Bali Mesuryak Sebagai Suatu. *Jurusan Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Institut Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Saraswati Tabanan*, 1–6. <https://jurnal.ikipsaraswati.ac.id/index.php/mahasiswa-pendidikan/article/view/285/266>
- Lumanauw, N. (2022). Potensi Kawasan Grembengan Menjadi Destinasi Wisata Edukasi Di Desa Bongan, Tabanan, Bali. *Jumpa*, 8, 607–624. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jumpa/article/view/82089/42641>
- Nuruddin, Abd Nasir, Susilo Harianto, Cucuk Rahmadi Purwanto, I. (2020). Impact of the Covid-19 Pandemic on Religious Tourism in Indonesia. *PalArch's Journal of*, 17(4), 721–738. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/download/428/461>
- Nuruddin, Putu Eka Wirawan, Sri Pujiastuti, N. N. S. A. (2020). Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 10(02), 579–602. <https://doi.org/10.24843/JKB.2020.v10.i02.p11>.
- Nuruddin, I Wayan Ardika, K. Y., Mahagangga, G. A. O., Suryawan, I. M., & Sendra. (2020). Portrait of tourism object in Bongan Tabanan Bali Village: Cultural studies perspective. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25(Extra2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3808892>.
- Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). Influence of customer satisfaction on service quality and trust relationship in Malaysian rural tourism / Zahir Osman and Ilham Sentosa. *Business & Management Quaterly Review*, 4(2), 12–25. <https://www.researchgate.net/publication/275965866>.
- Prahara, A. M. M. (2019). Alasan Utama Turis Asing Berwisata Ke Indonesia. *Kompas.Com*. <https://travel.kompas.com/read>.
- Pramesti, D. S. (2020). Strategi Pengembangan Homestay Di Desa Wisata Bongan, Tabanan-Bali. *JOURNEY*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.46837/journey.v3i1.63>.
- Putra, A. M., Pariwisata, F., & Udayana, U. (2018). *Persepsi Masyarakat Terhadap Dikembangkannya Desa Bongan Sebagai Desa Wisata Di Kabupaten Tabanan*. 18(1), 34–38. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jap/article/view/75811/40462>.
- Putra, Y. M. P. (2018). Wisman di Denpasar Tertarik Belajar Budaya Bali. *Republika*. <https://www.republika.co.id>.
- Putu Eka Wirawan, I Made Sudjana, I made Trisna Semara, A.A. Ayu Arun Suwi Arianty, N. (2021). *Portrait of International Backpacker Tourism during the COVID-19 Pandemic in Bali*. XII(4), 886–894. [https://doi.org/10.14505/jemt.v12.4\(52\).03](https://doi.org/10.14505/jemt.v12.4(52).03).
- Radiosunu. (2001). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*. BPFE.
- Sri Rahayu Budiani, at. all. (2018). Analisis Perubahan Potensi dan Strategi

- Pengembangann Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan Wonosobo Jawa Tengah. *Majalah Geografi Indonesia*, 32, 170. <https://doi.org/10.22146/mgi>.
- Sunarta, I. N., Nuruddin, & Kristianto, Y. (2019a). The emerging historical site as a tourism destination in bongan village, bali. *Opcion*, 35(SpecialEdition24), 822–836. 30715-Texto del artículo-48166-1-10-20191231.pdf.
- Sunjayadi, A. (2019). *Pariwisata di Hindia Belanda 1891-1942*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Ugy Soebiyantoro. (2009). Pengaruh Ketersediaan Sarana Prasarana, Sarana Transportasi Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1), 16–22. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/18082>.
- Witt, S. F. and L. M. (1994). *Tourism Maketing and Management* (Second Edi). Prentice Hall International.
- Yang, C. Y. (2009). *The Study of Repurchase Intention in Experiential Marketing- An Empirical Study of the Franchise Restaurant*. National Kaohsiung Hospitality College. <https://www.proquest.com/docview/194694305>.