

## **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Watu Adeg Sky View**

Nani Yulia Sari<sup>1</sup> ✉, Umi Farida<sup>2</sup>, Dwi Warni W<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

### **Abstrak**

Adanya penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan ke objek wisata Watu Adeg Sky View. Variabel yang diteliti meliputi daya tarik, fasilitas, dan kepuasan wisatawan. Pendekatan yang digunakan yakni kuantitatif melalui penyebaran kuesioner terhadap 97 responden yang memenuhi kriteria berkunjung minimal dua kali. Metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Software SPSS versi 25 digunakan untuk membantu menganalisis data. Adapun hasil menunjukkan baik secara parsial maupun simultan, variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Daya tarik seperti pemandangan alam dan spot foto unik, fasilitas pendukung yang memadai, serta kepuasan pengunjung terhadap pengalaman wisata yang diterima, terbukti menjadi faktor kunci dalam membentuk niat berkunjung kembali. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan harus menitikberatkan pada peningkatan kualitas daya tarik, fasilitas, dan pelayanan untuk meningkatkan jumlah kunjungan ulang wisatawan dan mendukung pengembangan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** *Daya Tarik, Fasilitas, Kepuasan Wisatawan, Niat Berkunjung Kembali.*

### **Abstract**

The existence of this study is to identify the factors that influence the intention of tourists to revisit the Watu Adeg Sky View tourist attraction. The variables studied include attractiveness, facilities, and tourist satisfaction. The approach used is quantitative through distributing questionnaires to 97 respondents who meet the criteria for visiting at least twice. The sampling method applied in this study is *accidental sampling*. SPSS software version 25 was used to help analyze the data. The results show that both partially and simultaneously, the variables of tourist attraction, facilities, and tourist satisfaction have a positive and significant effect on the intention to visit again. Attractions such as natural scenery and unique photo spots, adequate supporting facilities, and visitor satisfaction with the tourist experience received, proved to be key factors in shaping the intention to visit again. These findings indicate that sustainable management of tourist destinations should focus on improving the quality of attractions, facilities, and services to increase the number of repeat tourist visits and support local economic development.

**Kata Kunci:** *Attractiveness, Facilities, Tourist Satisfaction, Revisit Intention*

✉ Corresponding author :

Email Address : naniyulia73@gmail.com

## PENDAHULUAN

(Sulistyono *et al.*, 2024) Pembangunan daerah bertujuan mengoptimalkan potensi sumber daya alam tiap wilayah melalui pengembangan yang terintegrasi. Potensi pariwisata dimanfaatkan untuk mendukung perencanaan dan pelaksanaan pembangunan berkelanjutan dengan kekayaan destinasi alam yang menarik, sektor pariwisata berkontribusi besar terhadap peningkatan PAD dan penguatan ekonomi daerah.

Pengembangan sector pariwisata merupakan strategi pemerintah dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Persaingan antar wilayah dalam menarik wisatawan mendorong daerah-daerah untuk terus meningkatkan daya tarik destinasi wisata mereka, salah satunya di Desa Pucung, Kecamatan Kismantoro merupakan salah satu daerah yang aktif mengembangkan potensi wisatanya, termasuk dengan menghadirkan destinasi baru Watu Adeg Sky View.

Watu Adeg Sky View menawarkan keindahan panorama alam dari ketinggian 600 meter dengan latar pemandangan Gunung Lawu dan wilayah timur Wonogiri. Lokasinya yang strategis, dekat jalan raya dan mudah diakses, membuat tempat ini ideal sebagai tujuan wisata keluarga dan tempat refreshing. Fasilitas penunjang seperti jalur tangga yang dilengkapi pegangan kayu untuk keamanan, pagar pembatas, dan deretan gazebo menambah kenyamanan pengunjung. Meskipun memiliki daya tarik yang kuat dan potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut, pemanfaatan Watu Adeg Sky View sebagai produk wisata unggulan masih belum optimal. Saat ini, pengelolaan tempat wisata ini berada di tangan Pokdarwis dan BUMDes, yang juga memainkan peran penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar. Upaya terus dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, terutama melalui peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan. Namun, tantangan tetap ada, salah satunya adalah membangun niat kunjungan ulang dari wisatawan. Hal ini dipengaruhi oleh preferensi wisatawan yang beragam dan terus berubah. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang berkelanjutan dan inovatif sangat diperlukan agar Watu Adeg Sky View dapat menjadi destinasi wisata andalan yang mampu memberikan dampak nyata bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

Keberhasilan sebuah destinasi tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan pertama, tetapi juga dari kemampuan untuk mendorong wisatawan agar kembali berkunjung. (Farmedina *et al.*, 2024) Kunjungan ulang yang dilakukan oleh wisatawan didasari pada ketertarikan mereka terhadap destinasi yang memunculkan niat untuk kembali di masa depan yang didorong oleh motivasi dan pengalaman mereka sebelumnya. Menurut (Hasanah *et al.*, 2024) menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung kembali cenderung tinggal lebih lama, menghabiskan lebih banyak uang, merasa lebih puas, serta memberikan ulasan positif dan menyarankan destinasi untuk dikunjungi yang lainnya. Menurut (Hasanah *et al.*, 2024) daya tarik wisata berperan penting dalam mendorong aktivitas pariwisata di suatu destinasi. Keberhasilan destinasi wisata sangat bergantung pada kekuatan daya tariknya, yang menjadi alasan utama wisatawan untuk berkunjung. Menurut (Rizqi Annisha *et al.*, 2022) Daya tarik wisatamemiliki peran strategis dalam membentuk persepsi dan keputusan untuk melakukan kunjungan ulang pada suatu destinasi. Disisi lain (Daya *et al.*, n.d.) mencatat jika daya tarik wisata memberikan kontribusi signifikan pada rencana wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang di Pantai Menganti, sehingga penguatan aspek daya tarik dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk kembali.

Selain didukung oleh daya tarik yang menarik wisata juga ditunjang dengan keberadaan fasilitas yang memadai yang meningkatkan intensitas niat berkunjung. Menurut (Novia Febriani, 2024), fasilitas wisata menjadi elemen pendukung yang menunjang pengalaman berwisata serta memenuhi kebutuhan dasar selama kunjungan. (Nurmala *et al.*,

2022) menyebut fasilitas sebagai sarana fisik yang tersedia dari pengelola untuk mendukung aktivitas wisatawan selama berada di destinasi. Fasilitas berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung karena merupakan elemen pelayanan yang terlihat secara langsung. (Muliawati et al., 2023) Penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas fasilitas wisata terbukti memberikan kontribusi menumbuhkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung lagi di Kawasan Luar Pura Uluwatu. (Lestyaningsih & Pramudyo, 2023) menekankan bahwa fasilitas menjadi pertimbangan wisatawan dalam memilih destinasi karena mendukung operasional dan kepuasan pengunjung. Jika fasilitas tidak memenuhi ekspektasi, dapat menurunkan kepuasan dan niat kunjungan ulang; sebaliknya, fasilitas yang baik akan meningkatkan pengalaman positif dan keinginan untuk kembali.

Keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi tidak semata-mata bergantung pada daya tarik dan fasilitas, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang mereka rasakan selama berkunjung. (Munawar et al., 2023) Kepuasan merupakan respons atas terpenuhinya harapan wisatawan, yang jika terpenuhi atau terlampaui akan menimbulkan rasa puas, sebaliknya jika tidak terpenuhi akan menimbulkan kekecewaan. Wisatawan yang merasa puas cenderung lebih loyal dan memiliki keinginan lebih besar untuk kembali berkunjung. (Kusumawardani, 2020) menyatakan bahwa harapan wisatawan dibentuk oleh pengalaman sebelumnya, rekomendasi, serta informasi pemasaran. Ekspektasi yang terlalu tinggi dapat menimbulkan ketidakpuasan jika tidak sesuai kenyataan. Selain itu, persepsi terhadap kualitas layanan, harga, dan mutu juga mempengaruhi tingkat kepuasan. (Triyanti 2023) Hasil analisis mengungkapkan bahwa kepuasan memiliki efek yang signifikan yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung.

Melihat fenomena tersebut, peneliti bermaksud untuk mengetahui apa saja yang mendorong wisatawan ingin kembali berkunjung ke Watu Adeg Sky View. Tempat wisata ini memang menawarkan pesona alam yang menarik, namun faktor yang spesifik mendorong pengunjung untuk kembali masih belum sepenuhnya dipahami. Peneliti berencana memfokuskan perhatian pada tiga aspek utama yang diduga berpengaruh, yaitu daya tarik wisata, fasilitas, serta kepuasan pengunjung. Daya tarik mencakup pemandangan yang menawan, suasana yang menyenangkan, dan pengalaman unik yang sulit ditemukan di tempat lain. Fasilitas juga penting karena kenyamanan selama berwisata bisa menentukan kesan akhir yang dibawa pulang oleh wisatawan. Sementara itu, kepuasan mencerminkan apakah harapan dan kebutuhan pengunjung selama berada di Watu Adeg Sky View benar-benar terpenuhi. Dengan meneliti ketiga aspek ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait faktor yang mendorong orang untuk kembali, sehingga dapat mendorong pengembangan destinasi wisata dan peningkatan kualitas layanan bagi wisatawan di masa depan.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang ditujukan untuk pengujian hubungan antar variabel sebagaimana tercantum dalam hipotesis awal. Terdapat tiga variabel independent dalam penelitian ini, yakni daya tarik ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ), serta kepuasan ( $X_3$ ), dan variabel dependen, yaitu niat berkunjung kembali ( $Y$ ). Populasi diperoleh dari pengunjung yang memenuhi kriteria telah berkunjung ke objek wisata Watu Adeg Sky View lebih dari dua kali serta bersedia berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Mengingat populasi jumlahnya tidak diketahui secara pasti, metode yang digunakan yakni *accidental sampling*, dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow yang menghasilkan 97 responden, sementara itu kuesioner berbasis Google Form dengan skala Likert lima poin digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung dilokasi dan kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan informasi yang diterima dari kuisioner terkait frekuensi kunjungan mereka. Sebanyak 97 orang berpartisipasi dalam pengisian kuisioner ini dan memberikan data tersebut.

Table 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan

<u>Klasifikasi</u>	<u>Kategori</u>	<u>Jumlah</u>	<u>Presentase (%)</u>
<u>Jenis Kelamin</u>	Laki-Laki	39	40 %
	Perempuan	58	60%
<u>Usia</u>	15-20 Tahun	29	30%
	21-25 Tahun	50	52%
	26-30 Tahun	6	6%
	>30 Tahun	12	12%
<u>Pekerjaan</u>	Pedagang	5	5%
	Pelajar/Mahasiswa	61	63%
	Swasta/Wiraswasta	22	23%
	PNS/TNI/POLRI	3	3%
	Petani	6	6%
<u>Frekuensi Kunjungan</u>	2-3 kali	79	81%
	>3kali	18	19%

Tabel 1, menunjukkan bahwa terdapat 97 responden, mayoritas pengunjung Watu Adeg Sky View berjenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang (60%), menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih tertarik pada aspek wisata, terutama yang berkaitan dengan keindahan alam dan pengalaman emosional. Dari segi usia, yang paling banyak berkunjung dari kelompok usia 21–25 tahun sebanyak 50 orang (52%), yang merupakan usia produktif dan eksploratif serta aktif menggunakan media sosial sebagai referensi wisata, dengan ketertarikan tinggi terhadap destinasi yang estetik dan “instagramable. Sebanyak 61 orang (63%) responden berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa, menandakan bahwa generasi muda lebih antusias mengunjungi tempat wisata yang terjangkau, mudah diakses, dan cocok untuk relaksasi. Dari aspek frekuensi kunjungan, sebanyak 79 orang (81%) telah mengunjungi Watu Adeg Sky View sebanyak 2–3 kali, mencerminkan tingkat kepuasan dan ketertarikan yang tinggi, sementara 18 orang (19%) telah berkunjung lebih dari 3 kali, menunjukkan adanya loyalitas dan kedekatan emosional terhadap destinasi tersebut. Faktor-faktor seperti keindahan alam, kenyamanan, dan daya tarik visual menjadi alasan utama pengunjung untuk kembali berkunjung

### Uji Validitas

Uji validitas bertujuan mengetahui bagaimana instrumen penelitian, khususnya kuesioner, dapat mengukur variabel yang sebenarnya ingin diukur. Item dalam kuesioner dianggap valid apabila mampu mewakili konstruk yang dimaksud, sehingga validitas menunjukkan keabsahan instrumen yang digunakan. Kuesioner dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan signifikansi 5%. Dalam pengujian ini nilai  $r$  tabel sebesar 0,199.

Table 2 Hasil Uji Validitas

Variable	Item	r-hitung	r-table	Keterangan
Daya Tarik (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0,641	0,199	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,610	0,199	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,730	0,199	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,741	0,199	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,700	0,199	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,707	0,199	Valid
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0,708	0,199	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,768	0,199	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,759	0,199	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,720	0,199	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,782	0,199	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0,804	0,199	Valid
Kepuasan Wisatawan (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	0,563	0,199	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,640	0,199	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0,673	0,199	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0,699	0,199	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0,571	0,199	Valid
	X <sub>3.6</sub>	0,667	0,199	Valid
Niat Berkunjung Kembali (Y)	Y1.1	0,778	0,199	Valid
	Y1.2	0,798	0,199	Valid
	Y1.3	0,848	0,199	Valid
	Y1.4	0,768	0,199	Valid
	Y1.5	0,806	0,199	Valid
	Y1.6	0,822	0,199	Valid

Dapat dilihat bahwa nilai r hitung masing-masing pernyataan melebihi r tabel sebesar 0,199 pada tingkat signifikansi 5% yang artinya seluruh item pernyataan dikatakan valid. Temuan ini mengindikasikan setiap butir pertanyaan mampu merepresentasikan aspek yang ingin diukur dalam masing-masing variabel penelitian

### Uji Reliabilitas

Table 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
Daya Tarik (X <sub>1</sub> )	0,778	0,60	Reliable
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	0,847	0,60	Reliable
Kepuasan Wisatawan (X <sub>3</sub> )	0,704	0,60	Reliable
Niat Berkunjung Kembali (Y)	0,890	0,60	Reliable

Reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 sebagaimana ditunjukkan dalam hasil uji reliabilitas. Hal ini menandakan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga layak digunakan dalam penelitian ini maupun penelitian lainnya yang sejenis.

## Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Table 4 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.433	1.642		-1.482	.142
Total X1	.307	.108	.267	2.829	.006
Total X2	.462	.101	.415	4.563	.000
Total X3	.339	.127	.254	2.665	.009

Berdasarkan tabel diatas, persamaan regresi diperoleh sebagai berikut:

$$Y = -2.433 + 0,307X_1 + 0,462X_2 + 0,339X_3 + 1,642$$

Persamaan tersebut menggambarkan sebagai berikut:

- 1) Konstanta ( $\alpha$ ) membuktikan semua variabel *independent* yaitu yaitu Daya Tarik Wisatawan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan kepuasan wisatawan ( $X_3$ ) bernilai nol, maka nilai Niat Berkunjung Kembali ( $Y$ ) diperkirakan sebesar -2.433.
- 2) Koefisien regresi Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ) bernilai positif 0,307 artinya setiap kenaikan satu satuan pada variabel Daya Tarik Wisatawan ( $X_1$ ) akan meningkatkan Niat Berkunjung Kembali ( $Y$ ) sebesar 0,307 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 3) Koefisien regresi variable Fasilitas ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 0,462 artinya setiap kenaikan satu satuan pada variabel Fasilitas ( $X_2$ ) akan meningkatkan Niat Berkunjung Kembali ( $Y$ ) sebesar 0,462 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 4) Koefisien regresi pada variable Kepuasan Wisatawan ( $X_3$ ) bernilai positif sebesar 0,339 artinya Kenaikan satu satuan pada variabel Kepuasan Wisatawan ( $X_3$ ) akan meningkatkan Niat Berkunjung Kembali ( $Y$ ) sebesar 0,339 satuan, dengan variabel lainnya tetap.

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Table 5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 <sup>a</sup>	.737	.732	2.271

a. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1

b. Dependent Variable: Total Y

Nilai ( $R^2$ ) yakni 0,737 mengindikasikan jika 73,7% Niat Berkunjung Kembali dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), dan Kepuasan Wisatawan ( $X_3$ ) dan sisanya sebesar 26,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

## Uji T (Parsial)

Table 6 Uji T (Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.433	1.642		-1.482	.142
Total X1	.307	.108	.267	2.829	.006
Total X2	.462	.101	.415	4.563	.000
Total X3	.339	.127	.254	2.665	.009

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai ( $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ) dengan  $\text{Sig} < 0,05$ . Daya tarik berpengaruh secara parsial terhadap niat berkunjung kembali dengan nilai ( $2,829 > 1,986$ ) dan signifikansinya ( $0,006 < 0,05$ ). Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap niat berkunjung kembali dengan nilai ( $4,563 > 1,986$ ) dan signifikansinya ( $0,000 < 0,05$ ). Kepuasan berpengaruh secara parsial terhadap niat berkunjung kembali dengan nilai ( $2,665 > 1,986$ ) dan signifikansinya ( $0,006 < 0,05$ ). Hal ini membuktikan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap niat berkunjung kembali, artinya peningkatan dalam daya tarik, fasilitas, maupun kepuasan akan secara langsung meningkatkan keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

### Uji F (Simultan)

Table 7 Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1395.506	3	465.169	96.021	.000 <sup>b</sup>
	Residual	450.535	93	4.844		
	Total	1846.041	96			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X3, Total X2, Total X1

Dalam konteks penelitian ini, menunjukkan jika nilai F-hitung 96,021 melampaui F-tabel yakni 2,70, dengan signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut, ketiga variabel independen berpengaruh simultan dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali yang berarti ( $H_{04}$ ) ditolak dan ( $H_{a4}$ ) diterima. Temuan menyiratkan adanya kombinasi Daya Tarik, Fasilitas, dan Kepuasan Wisatawan memainkan peran penting dalam mendorong minat wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi Watu Adeg Sky View

### Pengaruh Daya Tarik Wisata Pada Niat Berkunjung Kembali

( $H_{a1}$ ) diterima mengindikasikan jika pengaruh positif dan signifikan dari Daya Tarik Wisata terhadap Niat Berkunjung Kembali ditunjukkan oleh hasil uji t ( $2,829 > 1,986$ ) melalui nilai signifikansi ( $0,006 < 0,05$ ).

Temuan dari penelitian tersebut mengindikasikan tanggapan responden terhadap pernyataan pertama mengenai keunikan memperoleh rata-rata 3,87, menunjukkan bahwa lanskap alam Watu Adeg Sky View yang berlatarkan Gunung Lawu menjadi daya tarik tersendiri yang mendorong minat kunjungan ulang. Pernyataan kedua mengenai nilai obyek dengan rata-rata 4,07 menunjukkan bahwa suasana yang menenangkan dan efek emosional dari lokasi wisata memberikan pengalaman positif bagi pengunjung. Pernyataan ke tiga dan empat terkait Ketersediaan lahan dinilai cukup memadai dengan nilai 3,67 dan 3,77, walaupun disarankan adanya perluasan untuk mengantisipasi lonjakan pengunjung, lahan saat ini sudah mampu menunjang kenyamanan wisatawan. Pernyataan ke lima dan enam yakni Kondisi fisik objek wisata juga mendapatkan respons baik, masing-masing 3,88 dan 3,92, yang menunjukkan bahwa fasilitas dan infrastruktur wisata dinilai dalam kondisi baik, bersih, dan terus mengalami pengembangan. Secara keseluruhan, daya tarik wisata terbukti memainkan peran kunci dalam mendorong niat pengunjung untuk kembali. Keunikan lanskap, nilai emosional yang ditawarkan, serta kenyamanan dari aspek fisik dan lahan menjadi elemen utama dalam menciptakan loyalitas wisatawan. Pengelolaan destinasi yang optimal disertai dengan ketersediaan fasilitas yang memadai berkontribusi dalam membangun kepercayaan pengunjung serta memperkuat persepsi positif terhadap daya tarik wisata Watu Adeg Sky View.

Penelitian ini diperkuat oleh (Kawatu et al., 2020) yang menyiratkan bahwa Daya Tarik memiliki peran penting dalam membentuk intensi berkunjung kembali. Hal ini membuktikan jika daya tariknya kuat baik dari segi keunikan lanskap, nilai emosional, maupun kualitas sarana dan prasarananya akan menciptakan pengalaman berwisata yang menyenangkan dan membekas dalam ingatan pengunjung. Secara tidak langsung akan mendorong terbentuknya loyalitas terhadap destinasi wisata yang akan memunculkan niat untuk kembali ke tempat tersebut.

### **Pengaruh Fasilitas Pada Niat Berkunjung Kembali**

(Ha<sub>2</sub>) diterima mengindikasikan jika pengaruh positif dan signifikan dari fasilitas terhadap niat berkunjung kembali didasari dari hasil uji t ( $4,563 > 1,986$ ) dan nilai signifikannya ( $0,000 < 0,05$ ).

Data yang diperoleh dari penelitian ini mencerminkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan pertama yaitu kebersihan memperoleh nilai rata-rata 3,82, yang mengindikasikan bahwa area wisata terjaga kebersihannya, khususnya pada gazebo yang dilengkapi tempat sampah. Pernyataan kedua dan tiga berkaitan dengan keindahan memiliki nilai 3,85 dan 3,92, menunjukkan bahwa keindahan alam seperti pemandangan matahari terbit dan terbenam serta lanskap visual yang estetik mampu menarik perhatian wisatawan dan mendorong mereka untuk kembali serta berbagi pengalaman melalui media sosial. Pernyataan ke empat yakni Kelengkapan fasilitas mendapat nilai rata-rata 3,85, menandakan bahwa fasilitas umum seperti tempat parkir dan tempat ibadah telah memadai, meskipun pengunjung masih berharap ada peningkatan kualitas. Pernyataan kelima dan enam terkait keamanan juga menunjukkan hasil baik dengan nilai 3,89 dan 4,06; keberadaan petugas parkir serta pagar pengaman di area tebing memberikan rasa aman bagi wisatawan selama beraktivitas. Secara keseluruhan, fasilitas yang baik dan memadai berperan penting dalam menciptakan kenyamanan, keamanan, dan kepuasan wisatawan. Fasilitas seperti kebersihan, keindahan visual, kelengkapan sarana, serta sistem keamanan yang terjaga, membentuk persepsi positif terhadap destinasi dan memperbesar kemungkinan kunjungan ulang. Watu Adeg Sky View telah berhasil memenuhi sebagian besar harapan tersebut, yang menjadikannya destinasi yang mampu menarik dan mempertahankan minat pengunjung untuk datang kembali. Penelitian ini mendukung hasil yang diperoleh dari (Septianing & Farida, 2021) yang menegaskan jika fasilitas berperan penting dalam rencana seseorang untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi.

### **Pengaruh Kepuasan Pada Niat Berkunjung Kembali**

(Ha<sub>3</sub>) diterima mengindikasikan jika pengaruh signifikan antara kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali, dapat dilihat dari ( $2,665 > 1,986$ ) dan signifikansinya ( $0,009 < 0,05$ ). Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan yang dirasakan selama kunjungan memiliki kontribusi langsung terhadap kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan ulang.

Responden memberikan penilaian tinggi terhadap berbagai indikator kepuasan. Pernyataan pertama terkait Pemandangan mendapat nilai rata-rata 4,03, menunjukkan bahwa keindahan alam yang ditawarkan Watu Adeg Sky View menjadi salah satu faktor utama yang memuaskan dan membekas di benak pengunjung. Pernyataan kedua yaitu Aksesibilitas atau keterjangkauan memperoleh nilai 4,04, mengindikasikan bahwa lokasi wisata mudah dijangkau dengan transportasi umum maupun pribadi, sehingga membuat pengunjung lebih nyaman dan cenderung ingin kembali. Pernyataan ketiga Kenyamanan juga dinilai positif dengan rata-rata 3,80, mencerminkan bahwa suasana bersih dan tertata rapi memberikan pengalaman yang menyenangkan. Pernyataan ke empat adalah Fasilitas yang tersedia mendapatkan nilai 3,90, yang berarti pengunjung merasa fasilitas cukup lengkap dan mampu memenuhi kebutuhan mereka selama berada di lokasi. Pernyataan ke lima yaitu Infrastruktur jalan menuju lokasi juga dinilai baik (4,01), memperkuat persepsi

positif tentang kemudahan dan keamanan akses menuju destinasi. Sementara itu, pernyataan ke enam yakni pelayanan informasi mendapat nilai 3,90, menunjukkan bahwa pengunjung merasa terbantu dengan adanya informasi yang jelas dan mudah diakses, baik melalui media sosial maupun langsung di lokasi.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa kepuasan wisatawan berperan sebagai faktor utama dalam membentuk niat untuk berkunjung kembali. Ketika pengunjung merasa puas dengan berbagai aspek penting seperti pemandangan, aksesibilitas, kenyamanan, fasilitas, infrastruktur, dan informasi yang tersedia, kepercayaan dan loyalitas terhadap destinasi tersebut akan terbentuk. Watu Adeg Sky View telah berhasil memenuhi sebagian besar ekspektasi pengunjung, yang selanjutnya meningkatkan potensi mereka untuk berkunjung kembali dan membicarakan destinasi ini kepada teman. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan (Utara, 2021) mengemukakan jika kepuasan berperan penting dalam meningkatkan niat wisatawan untuk kembali.

### **Pengaruh Daya Tarik Wisata , fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Pada Niat Berkunjung Kembali**

(Ha4) diterima berarti ketiga variabel independen secara bersama-sama berkontribusi membentuk niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang, yang dibuktikan melalui hasil uji F ( $96,021 > 3,093$ ) pada signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ).

Watu Adeg Sky View memiliki kekuatan utama pada daya tarik wisatanya, yang mencakup keindahan alam, keunikan spot foto, dan pengalaman visual yang memikat. Daya tarik ini menjadi pemicu utama minat kunjungan ulang karena mampu menciptakan kesan positif dan keinginan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Disisi lain, fasilitas yang memenuhi keperluan pengunjung dan aksesibilitas yang mudah dijangkau, turut memperkuat niat wisatawan untuk kembali. Kualitas fasilitas sangat penting karena berpengaruh langsung terhadap kenyamanan dan kepuasan selama kunjungan. Kepuasan wisatawan juga menjadi elemen kunci yang mendorong loyalitas dan kunjungan ulang. Pengalaman menyenangkan yang mencakup pelayanan ramah, kebersihan lingkungan, suasana aman dan tenang, serta informasi yang mudah diakses membentuk keterikatan emosional wisatawan terhadap destinasi. Secara keseluruhan, sinergi antara daya tarik, fasilitas, dan kepuasan wisatawan terbukti memainkan peranan krusial dalam membentuk niat wisatawan untuk kembali mengunjungi Watu Adeg Sky View. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata disarankan untuk secara konsisten meningkatkan kualitas ketiga aspek tersebut guna mempertahankan dan memperluas minat kunjungan. Kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan tidak hanya berpengaruh terhadap kunjungan ulang, tetapi juga dapat mendorong terciptanya WOM, sehingga berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan secara berkelanjutan. Temuan ini selaras dengan hasil studi (Andhi et al., 2024) dimana daya tarik, fasilitas, serta kepuasan secara simultan berkontribusi untuk pembentukan niat berkunjung ulang. Di antara ketiga variabel tersebut, kepuasan wisatawan diidentifikasi sebagai faktor yang paling berpengaruh dominan dalam mendorong keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan temuan penelitian mengenai determinan niat berkunjung kembali ke destinasi wisata Watu Adeg Sky View, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik, fasilitas, dan kepuasan wisatawan berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap intensi kunjungan ulang. Hasil analisis uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa secara parsial variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini tercermin dari peningkatan aspek daya tarik wisata, penyediaan fasilitas yang memadai, serta kemudahan akses dan kebersihan lingkungan, yang secara keseluruhan berkontribusi dalam membentuk kepuasan pengunjung dan mendorong keinginan mereka untuk melakukan

kunjungan ulang. Selanjutnya, hasil analisis simultan (uji F) juga memperkuat temuan ini, di mana ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini mengindikasikan adanya sinergi antar variabel dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan memperkuat loyalitas pengunjung terhadap Watu Adeg Sky View.

## Referensi :

- Andhi, Supriyadi, & Trenggono. (2024). Study Minat Berkunjung Ulang di Kota Lama Semarang dengan Daya Tarik , Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan sebagai Prediktornya Study of Interest in Revisiting the Old City of Semarang with Attraction , Facilities , and Tourist Satisfaction as Predictors. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 7(1), 105–116. <https://doi.org/10.34007/jehss.v7i1.2316>
- Daya, P., Wisata, T., Niat, T., Kembali, K., Kepuasan, D., & Sebagai, W. (n.d.). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjung Kembali Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen (Amelia Putri)*.
- Farmedina, N., Lina Devika Arintawati, M., & Hariani, M. (2024). Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Alun-Alun Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v3i1.1217>
- Hasanah, R. I., Meutia, & Lutfi. (2024). Destination Image dan Memorable Tourism Experience dalam Revisit Intention Generasi Millennial dan Gen Z (Studi pada Wisata Banten Lama). *YUME : Journal of Management*, 7(2), 421–436. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/6693>
- Kawatu, V. s., Mandey, silvya l., & Lintong, debry ch. a. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*, 8(3), 400–410.
- Kusumawardani, N. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Pendaki Gunung Prau Via Patak Banteng ). *Jurnal Ekonomi*, 1–13.
- Lestyaningsih, D., & Pramudyo, A. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(2), 167–177. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.171>
- Muliawati, N. K. D., Susianti, H. W., & ... (2023). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Kawasan Luar Pura Uluwatu. *Journal of Applied ...*, 1(2), 82–93. <https://doi.org/10.52352/jastd.v1i2.1290>
- Munawar, S., Setiawan, R., & Silviyanti, R. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Revisit Intention dan Dampaknya pada Electronic Word Of Mouth (E-Wom) di Wisata Situ Bagendit. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22(2), 82–94.
- Novia Febriani, & Hijriyantomi Suyuthie. (2024). Pengaruh Atraksi dan Fasilitas Wisata Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Ke Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat. *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 134–146. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v3i1.1410>
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73–78. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.861>
- Rizqi Annisha, Hotimah, O., & Munandar, A. (2022). The Influence of Attractions and Amenities on Revisit Intention at the Natural Tourism Object of the Hulu Dayeuh Trijaya Campground, Mandirancan District, Kuningan Regency. *Jurnal Spatial Wahana Komunikasi Dan Informasi Geografi*, 22(2), 154–160. <https://doi.org/10.21009/spatial.222.09>
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781-792. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Sulistyono, D., Sanaji, S., & Artanti, Y. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Pariwisata, Aksesibilitas, Pengalaman Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Kawasan Wisata Telaga Sarangan Magetan). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 2717-2736. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11462>
- Triyanti Ariestiana Dewi, L. P., & Musmini, L. S. (2023). Literature Review: Pengalaman dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 700-703. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.67540>
- Utara, L. (2021). *Masa Pandemi Ke Gili Trawangan*. 8(2020), 174-184.