

Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu)

Dinar Eka Alnawati^{*)}

Nurhidayah^{)}**

Abdullah Syakur Novianto^{*)}**

Email : dinareka252@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study was conducted to determine the effect of attractions and tourist facilities on repeat visit interest through visitor satisfaction. The method used in this research is quantitative method with explanatory research type. The population of this study were visitors to New Mitra Apel with a sample size of 70 respondents obtained using non-probability sampling techniques with a purposive sampling approach. This study uses the Structural Equation Modeling (SEM) data analysis method with the help of SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study indicate that tourist attraction has no effect on repeat visit interest, tourist facilities affect repeat visit interest, attractiveness and tourist facilities affect visitor satisfaction, visitor satisfaction affects repeat visit interest, attractiveness and tourist facilities affect repeat visit interest through visitor satisfaction.

Keywords: *Tourism Attractions, Tourism Facilities, Interest in Revisiting, Visitor Satisfaction*

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara dengan tingkat pertumbuhan wisatawan tertinggi. Potensi besar pariwisata Indonesia terletak pada keindahan alam yang menjadikannya sebagai daya tarik wisata (Kurniawan et al., 2022). Salah satu contohnya yaitu Kota Batu yang memiliki banyak potensi dalam sektor pariwisata. Batu adalah sebuah kota wisata di provinsi Jawa Timur, Indonesia.

Pengunjung di Kota Batu sempat mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemi *Covid-19*, beberapa upaya telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Batu untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan dengan mempromosikan potensi wisata yang meliputi desa wisata, alam, dan wisata buatan. Sehingga kunjungan wisatawan terus membaik dan meningkat kembali.

Kota Batu dikenal dengan sebutan “Kota Apel” karena produksi apel pada kota Batu yang melimpah, untuk itu terdapat banyak pilihan tempat wisata petik apel, salah satunya yaitu New Mitra Apel. New Mitra Apel merupakan salah satu destinasi yang kerap menerima banyak kunjungan, yang terletak pada Jl. Bukit Berbunga, Sidomulyo, Kec. Batu, Kota Batu. Pertimbangan yang dilakukan oleh seseorang dalam mengunjungi suatu tempat pun berkaitan dengan minat seseorang dalam mengunjungi tempat atau destinasi tersebut yang juga dikenal dengan sebutan minat berkunjung (Antika et al., 2023). Fenomena ini terjadi pada pengunjung wisatawan New Mitra Apel. Banyak dari mereka akan melakukan kunjungan kembali jika merasa puas dan senang ketika berkunjung karena mereka mendapat manfaat dari destinasi yang dikunjungi.

New Mitra Apel memiliki keindahan alam yang bagus sebagai daya tarik sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Tetapi New Mitra Apel mengusung konsep yang sama dengan wisata petik apel lainnya, hal ini membuat New Mitra Apel kurang memiliki daya tarik unggul yang dapat membedakan dari wisata petik apel lainnya. Dengan begitu hal ini tidak selalu dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Seperti terdapat perbedaan hasil

pada penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan et al., 2022) bahwa daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang, sedangkan menurut penelitian Indriastuty et al., (2020) menyatakan daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Timbulnya minat berkunjung ulang juga tidak semata mata hanya karena keunikan dan keunggulan wisatanya saja, melainkan juga fasilitas yang dimiliki wisata tersebut. Fasilitas pada objek wisata ini cukup memadai walaupun belum lengkap karena tidak adanya tempat parkir pada area kebun dan belum tersedianya tempat ibadah (mushola). Terbukti dengan adanya ulasan kritik tentang akses yang sulit dicapai karena jalanan kecil dan tidak terdapat parkir didekat lokasi kebun.

Oleh karena itu, pengelola New Mitra Apel harus dituntut untuk selalu memberikan fasilitas dan menciptakan keunggulan pada wisatanya sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri yang dapat menciptakan kepuasan pengunjung. Jika mereka merasa bahwa pada tempat wisata yang dikunjungi sesuai dengan harapan maka akan memunculkan kepuasan, begitupun sebaliknya jika tidak sesuai dengan harapannya maka akan menimbulkan perasaan kecewa pada pengunjung. Dari kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung tersebut maka akan menimbulkan minat berkunjung ulang pada objek wisata yang dikunjungi sebelumnya.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang?
3. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung ulang?
6. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung?
7. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang.
2. Menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang.
3. Menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung.
4. Menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung.
5. Menganalisis pengaruh kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung ulang.
6. Menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.
7. Menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Minat Berkunjung Ulang

Menurut Hidayah (2019), minat berkunjung kembali merupakan bentuk loyalitas wisatawan karena destinasi wisata yang dikunjungi mempunyai manfaat lebih. Keinginan seseorang untuk terus mengunjungi tempat yang dikunjunginya, dan keinginan untuk mengunjunginya di kemudian hari dipengaruhi oleh sikap terhadap pengalaman masa lalu (Nuraeni, (2014). Menurut Aviolitasona (2017) indikator yang mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang adalah : (1.) Mengunjungi ulang di lain waktu (2.) Memberi rekomendasi kepada orang lain (3.) Mengajak orang lain untuk berkunjung.

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan adalah rasa senang atau kecewa seseorang ketika membandingkan hasil yang diharapkan dengan tindakan sebenarnya (Kotler, 2010). Menurut Gunderson et al., (1996) kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca konsumen terhadap kualitas suatu produk atau layanan. Adapun indikator dari kepuasan pengunjung menurut Taylor A (1994), adalah: (1.) Rasa senang berdasarkan pengalaman (2.) Pemenuhan harapan (3.) Kepercayaan pelanggan (4.) Persepsi kinerja perusahaan.

Daya Tarik Wisata

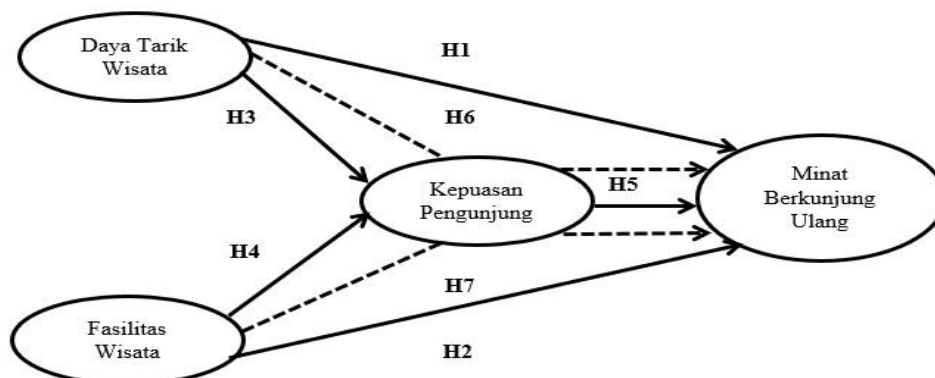
Menurut Nurlestari (2016) daya tarik wisata merupakan sesuatu yang mempunyai nilai estetika yang unik, dan kemudahan dalam mencapai suatu tujuan wisata apabila berwisata ke suatu tempat. Ada 4 indikator yang mempengaruhi daya tarik wisata menurut Sugiyanto (2014), adalah: (1.) Tingkat keunikan (2.) Nilai obyek (3.) Ketersediaan lahan (4.) Kondisi fisik obyek wisata.

Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata merupakan hal-hal yang memenuhi kebutuhan dari wisatawan dengan menjadikan perjalanannya menyenangkan dan mudah untuk memenuhi kebutuhannya hingga sampai di tujuan wisata tersebut (Mill, 2013). Indikator fasilitas wisata menurut Udiyana (2018) adalah: (1.) Fasilitas umum (2.) Fasilitas ibadah (3.) Fasilitas penunjang.

Kerangka Konseptual

Berikut gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini :



1. H1 : Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang
2. H2 : Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang
3. H3 : Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung
4. H4 : Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung
5. H5 : Kepuasan Pengunjung berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang
6. H6 : Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung
7. H7 : Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung

Metode Penelitian

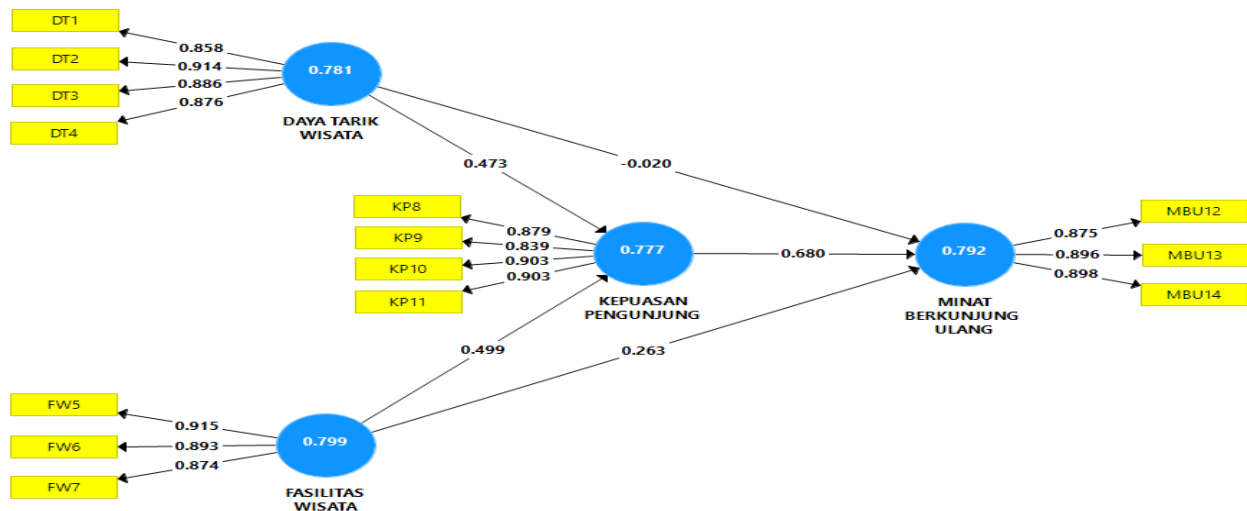
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi dalam penelitian ini pada wisata New Mitra Apel, Kota Batu. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung harian New Mitra Apel, Kota Batu yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Sampel dalam penelitian ini didapatkan sebanyak 70 responden menggunakan rumus Malhotra dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan data dianalisis menggunakan teknik SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan bantuan *software* Smart PLS 3.2.9.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji Validitas

Convergent Validity

Gambar 1 Model Analisis *Convergent Validity*Tabel 1 Hasil Analisis *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X1)	DT1	0.858	Valid
	DT2	0.914	Valid
	DT3	0.886	Valid
	DT4	0.876	Valid
Fasilitas Wisata (X2)	FW5	0.915	Valid
	FW6	0.893	Valid
	FW7	0.874	Valid
Kepuasan Pengunjung (Z)	KP8	0.879	Valid
	KP9	0.839	Valid
	KP10	0.903	Valid
	KP11	0.903	Valid
Minat Berkunjung Ulang (Y)	MBU12	0.875	Valid
	MBU13	0.896	Valid
	MBU14	0.898	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis *convergen validity* pada tabel 1, semua indikator memenuhi nilai *convergent validity* karena nilai *outer loading* nya lebih besar dari 0.7, sehingga didapatkan hasil yang valid. Maka uji selanjutnya dapat dilakukan.

Tabel 2 Hasil Analisis *Convergent Validity*

Variabel	AVE	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0.781	Valid
Fasilitas Wisata	0.799	Valid
Kepuasan Pengunjung	0.777	Valid
Minat Berkunjung Ulang	0.792	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2, keempat variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE (*Average Variance Extracted*) > 0.5, yaitu nilai AVE daya tarik wisata sebesar 0.781, fasilitas wisata sebesar 0.799, kepuasan pengunjung sebesar 0.777 dan minat berkunjung ulang sebesar 0.792. Maka semua variabel dikatakan valid dan uji selanjutnya dapat dilakukan.

Discriminant Validity**Tabel 3 Hasil Analisis Discriminant Validity**

	Daya Tarik	Fasilitas Wisata	Kepuasan Pengunjung	Minat Berkunjung Ulang
DT1	0.858	0.626	0.759	0.650
DT2	0.914	0.671	0.731	0.629
DT3	0.886	0.702	0.748	0.666
DT4	0.876	0.802	0.827	0.797
FW5	0.721	0.915	0.819	0.804
FW6	0.721	0.893	0.819	0.715
FW7	0.697	0.874	0.707	0.738
KP8	0.815	0.775	0.879	0.806
KP9	0.659	0.709	0.839	0.701
KP10	0.793	0.796	0.903	0.809
KP11	0.791	0.802	0.903	0.824
MBU12	0.708	0.809	0.855	0.875
MBU13	0.631	0.668	0.744	0.896
MBU14	0.741	0.760	0.774	0.898

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil pada tabel 3 menunjukkan bahwa tidak ada permasalahan *discriminant validity*, karena nilai setiap *cross loading* pada setiap indikator memiliki nilai lebih tinggi dari setiap konstraknya dibandingkan dengan indikator pada konstruk lainnya.

Uji Reliabilitas**Composite Reliability****Tabel 4 Hasil Analisis Composite Reliability**

Variabel	Composite Reliability	Rule of Thumb	Keterangan
Daya Tarik	0.935	0.7	Reliabel
Fasilitas Wisata	0.923	0.7	Reliabel
Kepuasan Pengunjung	0.933	0.7	Reliabel
Minat Berkunjung Ulang	0.919	0.7	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel 4, nilai *composite reliability* pada setiap variabel memiliki nilai diatas 0.7, sehingga semua variabel dikatakan reliabel. Sehingga dapat dilanjutkan analisis model struktural.

Analisis Model Struktural (Inner Model)**Uji Determinasi (R^2)****Tabel 5 Hasil Uji Determinasi (R^2)**

Variabel	R^2 square	R^2 Adjusted
Kepuasan Pengunjung	0.848	0.844
Minat Berkunjung Ulang	0.813	0.805

Sumber : Data primer diolah, 2023

R^2 kepuasan pengunjung menunjukkan nilai sebesar 0.844 (84.4%), artinya variabel daya tarik dan fasilitas wisata mampu berkontribusi menjelaskan variabel kepuasan pengunjung sebesar 84.4% dan dinyatakan masuk dalam kategori kuat. Sisa presentase 15.6% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak dianalisis.

Nilai R^2 minat berkunjung ulang memiliki nilai sebesar 0.805 atau 80.5%, artinya variabel daya tarik dan fasilitas wisata mampu berkontribusi menjelaskan variabel minat berkunjung ulang sebesar 80.5% juga dinyatakan masuk dalam kategori kuat. Sisa presentase 19.5% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak dianalisis.

Predictive Relevance (Q^2)**Tabel 6 Hasil Predictive Relevance (Q^2)**

Variabel	$Q^2_{predict}$
Kepuasan Pengunjung	0.645
Minat Berkunjung Ulang	0.618

Sumber : Data primer diolah, 2023

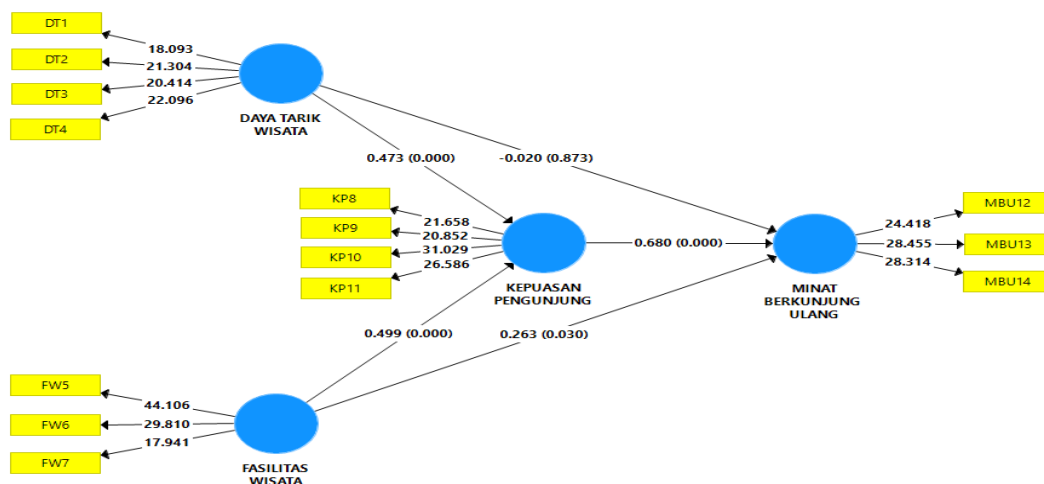
Berdasarkan hasil *predictive relevance* (Q^2) pada tabel 6, dapat diketahui bahwa data yang dipakai memiliki nilai observasi baik karena nilai pada variabel kepuasan pengunjung sebesar 0.645 dan minat berkunjung ulang sebesar 0.618, yang artinya lebih dari 0.

Goodness Of Fit**Tabel 7 Hasil Goodness of Fit**

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0.068	0.068
d ULS	0.489	0.489
D G	0.643	0.643
<i>Chi-Square</i>	224.948	224.948
NFI	0.784	0.784

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dapat diketahui nilai SRMR sebesar 0.068, maka dapat disimpulkan bahwa $SRMR < 0.1$. Sedangkan nilai NFI sebesar 0.784, yang dapat diartikan NFI memiliki nilai mendekati 1. Sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis karena data yang digunakan fit dan memenuhi kriteria *goodness of fit*.

Uji Hipotesis**Gambar 2 Model Persamaan Struktural****Hasil Pengujian Pengaruh Langsung****Tabel 8 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Langsung**

Hipotesis	Hubungan	<i>Original Sample</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Ket.
H ₁	DT $\rightarrow$ MBU	-0.020	0.160	0.873	Tidak Signifikan
H ₂	FW $\rightarrow$ MBU	0.263	2.179	0.030	Signifikan
H ₃	DT $\rightarrow$ KP	0.473	3.615	0.000	Signifikan
H ₄	FW $\rightarrow$ KP	0.499	4.084	0.000	Signifikan
H ₅	KP $\rightarrow$ MBU	0.680	4.603	0.000	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung**Tabel 9 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Tidak Langsung**

Hipotesis	Hubungan	Original Sample	T-Statistic	P-Values	Ket.
H ₆	DT – KP - MBU	0.322	2.729	0.007	Signifikan
H ₇	FW – KP - MBU	0.340	3.021	0.003	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Pembahasan Hasil Pengujian Secara Langsung**Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang**

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara langsung diketahui tidak terdapat pengaruh langsung negatif dan tidak signifikan antara variabel daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang. Meskipun daya tarik termasuk dalam faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan, namun pada kenyataannya hal ini tidak selalu benar. Adanya keindahan dan terawatnya tempat wisata ini dengan baik tidak mempengaruhi pengunjung untuk kembali berkunjung, jadi pengunjung akan berkunjung karena petik apelnya saja serta karena pengunjung New Mitra Apel rata-rata berasal dari luar kota, untuk itu mereka tidak akan berkunjung kembali. Pengunjung New Mitra Apel menganggap objek wisata ini tidak memiliki pembeda dari tempat wisata lain karena memiliki konsep yang sama dengan wisata petik apel lainnya meskipun New Mitra Apel memiliki keunggulan pada keindahan dan keasrian pada kebun apelnya. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Indriastuty et al., (2020) yang menyebutkan daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara langsung diketahui terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang. Semakin baiknya fasilitas yang tersedia pada New Mitra Apel mampu membuat meningkatnya jumlah pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang karena mereka merasa fasilitas yang disediakan pada New Mitra Apel lengkap dan memenuhi kebutuhannya selama berkunjung. Untuk itu tersedianya fasilitas umum dan penunjang pada New Mitra Apel berupa *rest area* yang luas, kantin, toilet, serta terdapat juga beberapa spot foto pada kebun apel membuat pengunjung nyaman sehingga mereka akan merekomendasikan dan mengajak teman untuk mengunjungi New Mitra Apel. Pengunjung New Mitra Apel menyatakan mereka puas dengan fasilitas umum yang tersedia pada New Mitra Apel sehingga mereka akan kembali melakukan kunjungan. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al., (2022) yang membuktikan bahwa fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara langsung diketahui terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian semakin baiknya daya tarik yang dimiliki New Mitra Apel yang telah memenuhi harapan mereka, maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap wisata yang dikunjungi. Adanya keindahan dan terawatnya tempat wisata ini dengan baik pada akan membuat pengunjung merasa senang selama berkunjung sehingga menimbulkan rasa puas karena New Mitra Apel sesuai dengan harapan mereka dan keindahan yang dimiliki New Mitra Apel sangat dihargai oleh pengunjung, sehingga dapat dikatakan mereka senang selama berkunjung. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Nurmala et al., (2022) yang membuktikan bahwa daya tarik wisata mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara langsung diketahui terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwasannya ketika pengunjung merasa semakin baik fasilitas pada New Mitra Apel akan meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap fasilitas yang disediakan. Tersedianya fasilitas umum dan penunjang berupa *rest area* yang luas, kantin, toilet, serta terdapat juga beberapa spot foto pada kebun apel membuat pengunjung merasa senang serta puas selama berkunjung. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian yang dilakukan Nurmala et al., (2022) yang membuktikan bahwa fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Pengaruh Kepuasan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Dari hasil perhitungan uji hipotesis secara langsung diketahui terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung ulang. Ketika pengunjung merasa puas selama melakukan kunjungan pada New Mitra Apel, maka akan muncul rasa atau keinginan untuk mengunjungi kembali New Mitra Apel dan akan mengajak atau merekomendasikan tempat wisata ini kepada orang lain. Pengunjung New Mitra Apel merasa senang dan puas selama berkunjung sehingga hal ini dapat menimbulkan minat untuk melakukan kunjungan kembali serta mengajak teman untuk mengunjungi objek wisata ini. Hasil penelitian ini juga mendukung dan memperkuat penelitian yang dilakukan Fitriya (2023) yang menunjukkan hasil bahwa variabel kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung

Dalam penelitian ini diketahui terdapat pengaruh tidak langsung positif dan signifikan antara daya tarik wisata dengan minat berkunjung atau adanya hal yang memediasi. Pengaruh tidak langsung ini terjadi dikarenakan adanya kepuasan pengunjung yang menjadi mediator atau mediasi antara daya tarik wisata dengan minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel. Dengan demikian ketika pengunjung merasa objek wisata ini memiliki daya tarik lebih dibanding objek wisata lain, maka akan menimbulkan perasaan puas yang kemudian memicu minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel. Hal ini juga dikarenakan adanya daya tarik sangat penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung yang dapat menimbulkan minat berkunjung ulang seorang wisatawan. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Abdurrohman & Wibawanto (2021) yang menunjukkan hasil bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung

Dalam penelitian ini diketahui terdapat pengaruh tidak langsung positif dan signifikan antara fasilitas wisata dengan minat berkunjung atau adanya hal yang memediasi. Pengaruh tidak langsung ini terjadi dikarenakan adanya kepuasan pengunjung yang menjadi mediator atau mediasi antara fasilitas wisata dengan minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel. Yang mana pengunjung merasa jika fasilitas yang ada pada New Mitra Apel akan memenuhi kebutuhannya selama berkunjung sehingga memberikan kepuasan yang dapat menimbulkan minat untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini juga dikarenakan adanya fasilitas berupa *rest area* yang luas, kantin, toilet, serta terdapat juga beberapa spot foto pada kebun apel sangat penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung yang dapat menimbulkan minat berkunjung ulang seorang wisatawan. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Septianing & Farida (2021), bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening

Kesimpulan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana daya tarik dan fasilitas wisata mempengaruhi minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan didapat kesimpulan:

1. Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Meskipun New Mitra Apel memiliki keunikan pada konsepnya sebagai daya tarik, namun hal tersebut tidak berdampak pada minat pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang.
2. Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Dengan adanya fasilitas yang memadai akan membuat pengunjung merasa nyaman dan dapat mempengaruhi minat untuk melakukan kunjungan ulang.
3. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Pengunjung akan merasa puas jika tempat yang dikunjungi sesuai dengan harapan. Oleh karena itu penting bagi sebuah wisata menciptakan daya tarik sebagai pembeda dari tempat lain.
4. Fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Pengunjung yang merasa adanya fasilitas yang memadai dan memudahkan selama kunjungan akan menimbulkan rasa puas.
5. Kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Jika pengunjung merasa puas selama berkunjung, maka akan menimbulkan minat untuk melakukan kunjungan kembali pada wisata yang pernah dikunjungi sebelumnya.
6. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Pengunjung yang merasa tertarik dengan adanya daya tarik pada wisata yang dikunjungi akan cenderung memutuskan untuk berkunjung ulang.
7. Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Pengunjung yang merasa puas dengan adanya fasilitas akan cenderung memutuskan untuk berkunjung ulang.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya menggunakan dua variabel bebas yaitu daya tarik dan fasilitas wisata, sedangkan masih banyak variabel bebas yang dapat digunakan untuk menunjang kualitas penelitian.

Saran

1. Diharapkan pengelola New Mitra Apel meningkatkan dan menciptakan keunikan baru: mendesain kebun petik apel dengan tema yang unik seperti tenda atau pondok dengan desain yang terinspirasi dari alam dan apel agar semakin menarik wisatawan untuk berkunjung.
2. Dapat melakukan penambahan variabel : untuk mengeksplorasi hubungan yang lebih kompleks dan yang mungkin tidak terungkap pada penelitian sebelumnya.
3. Diharapkan dapat menambah item pernyataan agar memperoleh hasil yang lebih baik : agar membantu menggali hasil yang mungkin tidak tercakup oleh pertanyaan yang sudah ada.
4. Dapat melakukan penambahan jumlah responden : untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian atau survei. Semakin besar sampel yang diambil maka semakin representatif hasilnya terhadap populasi yang lebih besar.

Referensi

- Abdurrohman, F., & Wibawanto, D. S. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Obyek Wisata Pantai Logending)*.
- Antika, M. T., Susyanti, J., & Bastomi, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 2571–2581.
- Aviolitasona, G. B. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging Boyolali*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 14.
- Fauzi, U., Nurhidayah, N., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Product Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Eastu Coffeebar Wajak). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 1434–1444.
- Fitriya, S. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Kabupaten Kerinci. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 5(2), 186–195.
- Gunderson, M., G. M, H., & Olsson., U. H. (1996). *Hotel Satisfaction among Bussiness Travellers*.Cornel H.R.A.
- Hidayah, Nurdin. (2019). *Pemasaran Destinasi Wisata*.Alfabeta, Cv.
- Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, A. E., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4, September 2022*.
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–28.
- Malhotra, & Naresh, K. (2006). *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta : PT. Indeks.
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisi Faktor-Faktor yang Memperngaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang . *Jurnal Bisnis Strategi*.
- Nurlestari, Ajeng Fitri. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor.
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73–78.
- 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.
- Sugiyanto. (2014). *engukuran Dan Penlilain Hasil Belajar*. Psikologi Pendidikan.
- Taylor A, S. and B. (1994). An Assesment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Information of Customers Purchase Intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163–178.

Udiyana, B. G. I., Kepramareni, P., & Erlinawati. (2018). Pendekatan Dimensi Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Biaya Perjalanan Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Plengkung Di Kabupaten Banyuwangi Propinsi Jawa Timur (Upaya Pemberdayaan Pengusaha Lokal S. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(1), 102–108.

Dinar Eka Alnawati *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Nur Hidayah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Abdullah Syakur Novianto ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma