

Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi Studi Wisata Tumpak Sewu Lumajang

Syaifur Rizal *)

Rois Arifin **)

Satria Putra Utama ***)

Email: syaifurrizal906@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the direct and indirect effects of service quality, tourism facilities, and accessibility on tourists' revisit decisions through tourist satisfaction as a mediating variable at Tumpak Sewu tourism, Lumajang. This type of research is explanatory research using a quantitative approach. The research population consists of all tourists visiting Tumpak Sewu, with a sample size of 99 respondents calculated using the Slovin formula (10% margin of error). The sampling technique employed is purposive random sampling, targeting respondents who have visited at least twice. Primary data collection was conducted online by distributing structured questionnaires via Google Forms measured on a 5-point Likert scale. The data analysis tool utilized is Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) assisted by SmartPLS software. The results indicate that service quality, tourism facilities, and accessibility have a positive and significant effect on tourist satisfaction. Furthermore, service quality, accessibility, and tourist satisfaction directly exert a positive and significant effect on revisit decisions. In contrast, tourism facilities do not significantly influence revisit decisions directly. The mediation analysis proves that tourist satisfaction significantly mediates the effects of service quality, tourism facilities, and accessibility on tourists' revisit decisions. The implications of this study suggest that managers should enhance physical accessibility and facilities to maximize satisfaction, thereby driving sustainable repeat visits.

Keywords: : Accessibility, Revisit Decision, Service Quality, Tourism Facilities, Tourist Satisfaction

Pendahuluan

Sektor pariwisata memegang peran strategis dalam menstimulasi perekonomian nasional. Meski sempat mencapai rekor 16,11 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada 2019 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020), pandemi memicu penurunan drastis hingga 75,5% pada 2021 (Badan Pusat Statistik, 2022). Merespons hal tersebut, pemerintah menggeser fokus pada *Sustainable* dan *Quality Tourism*. Memasuki era endemi, pariwisata mulai bangkit dan ditargetkan mampu menarik 14–17 juta kunjungan pada 2025 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf, 2023). Oleh karena itu, evaluasi terhadap faktor pendorong kunjungan wisata pascapandemi menjadi sangat krusial untuk dilakukan.

Di tingkat regional, Air Terjun Tumpak Sewu Lumajang menjadi destinasi alam unggulan yang berpotensi menggerakkan ekonomi lokal. Namun, besarnya daya tarik ini dihadapkan pada keluhan wisatawan terkait keterbatasan fasilitas, akses trekking yang ekstrem, serta inkonsistensi layanan petugas. Secara empiris, keputusan berkunjung kembali (*revisit decision*) sangat bergantung pada akumulasi pengalaman dan kepuasan (Huda et al., 2022). Mengabaikan aspek kepuasan dapat memicu

penurunan kunjungan, seperti pada kasus Wisata Bukit Kayoe Putih yang turun 4,46% pada tahun 2023 (Widya et al., 2025). Mengingat wisatawan saat ini bersikap semakin selektif (Widya et al., 2025), kegagalan mengelola fasilitas dan pelayanan di Tumpak Sewu berisiko menghambat terciptanya loyalitas kunjungan ulang.

Secara teoritis, kualitas layanan yang prima terbukti secara linear meningkatkan kepuasan dan mendorong kunjungan ulang (Huda et al., 2022). Pemenuhan fasilitas wisata juga esensial dalam mengoptimalkan kenyamanan (Chairunnissa et al., 2025a). Namun, terdapat kesenjangan riset (*research gap*) di mana fasilitas sering kali tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan berkunjung karena dominasi faktor emosional (Chairunnissa et al., 2025a). Hal serupa terjadi pada variabel aksesibilitas (Chairunnissa et al., 2025a), yang pengaruhnya terhadap niat kunjungan ulang bersifat tidak langsung dan wajib dimediasi oleh kepuasan (Chairunnissa et al., 2025a). Peran kepuasan sebagai mediator kuat juga telah dikonfirmasi oleh berbagai temuan terdahulu (Widya et al., 2025).

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis Keputusan Berkunjung Kembali

Revisit intention atau keputusan berkunjung kembali merupakan keinginan pengunjung untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama serta merekomendasikannya kepada orang lain berdasarkan pengalaman yang memuaskan sebagai bentuk loyalitas (Huda et al., 2022). *Revisit intention* dipengaruhi oleh persepsi pengunjung terhadap lingkungan destinasi, kualitas pelayanan, fasilitas wisata, aksesibilitas, dan *physical evidence* yang membentuk kepuasan pengunjung (Khotimah, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan berkunjung kembali (Huda et al., 2022). Indikator *revisit intention* meliputi kesediaan untuk berkunjung kembali, mengajak orang lain, memberikan rekomendasi positif, dan menjadikan destinasi sebagai prioritas kunjungan (Khotimah, 2022).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang diberikan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui kesesuaian antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan (Huda et al., 2022). Kualitas pelayanan yang baik terbukti mampu meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong keputusan untuk berkunjung kembali, di mana kepuasan berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan tersebut (Chairunnissa et al., 2025a). Selain itu, aspek *physical evidence* sebagai bagian dari kualitas pelayanan juga berkontribusi terhadap kepuasan dan *revisit intention* melalui terciptanya pengalaman positif bagi pengunjung (Khotimah, 2022). Pengukuran kualitas pelayanan umumnya menggunakan dimensi SERVQUAL yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Sugiyono, 2023).

Fasilitas Wisata

Fasilitas merupakan segala bentuk sarana fisik yang disediakan penyedia jasa untuk mendukung kenyamanan dan pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan atau mengunjungi suatu destinasi (Keller, 2016). Dalam sektor pariwisata dan perhotelan, fasilitas mencakup fasilitas utama, pendukung, dan penunjang yang berfungsi memenuhi kebutuhan pengunjung melalui aspek kebersihan, kenyamanan, aksesibilitas, serta kelengkapan sarana pendukung (ELFAJRY, 2025). Fasilitas yang memadai terbukti mampu membentuk persepsi positif, meningkatkan kepuasan, dan mendorong niat berkunjung kembali (Kurniawan & Hanifah, 2023). Secara empiris, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan *revisit intention*, meskipun pada beberapa konteks pengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali terjadi secara tidak langsung melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi (Kurniawan & Hanifah, 2023). Indikator fasilitas meliputi

kebersihan, kenyamanan, aksesibilitas, papan observasi, tempat parkir, area istirahat, serta layanan pendukung seperti restoran dan toilet (Chairunnissa et al., 2025a).

Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan kemudahan yang diperoleh wisatawan untuk mencapai destinasi serta memperoleh informasi terkait lokasi wisata melalui dukungan sarana dan prasarana yang memadai (Afifah et al., 2025). Aksesibilitas mencakup akses informasi, kondisi jalan menuju objek wisata, serta ketersediaan fasilitas di lokasi tujuan seperti area parkir. Aksesibilitas yang baik mampu menciptakan rasa nyaman dan meningkatkan kepuasan wisatawan sehingga mendorong keputusan dan niat untuk berkunjung kembali (Saufan, 2025). Secara empiris, aksesibilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan serta *revisit intention*, baik secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan pengunjung (Khotimah, 2022). Indikator aksesibilitas meliputi akses jalan yang baik, tempat parkir yang luas, dan kemudahan memperoleh informasi mengenai destinasi (Khotimah, 2022).

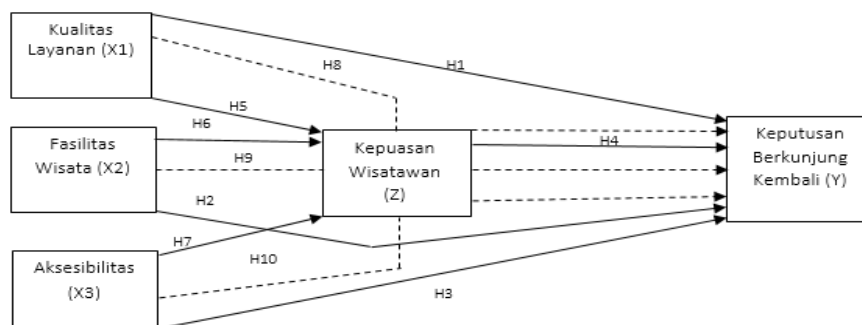
Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan tingkat rasa puas yang dirasakan wisatawan setelah membandingkan harapan sebelum berkunjung dengan pengalaman nyata yang diperoleh selama menikmati layanan, fasilitas, dan keseluruhan pengalaman di destinasi wisata (Lestari et al., 2023). Kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan, kemudahan akses, fasilitas, kondisi lingkungan, serta pengalaman emosional yang diperoleh selama kunjungan, sehingga menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas dan keputusan berkunjung kembali (Lestari et al., 2023). Secara empiris, kepuasan wisatawan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali karena wisatawan yang merasa puas cenderung merekomendasikan dan melakukan kunjungan ulang ke destinasi yang sama (Lestari et al., 2023). Indikator kepuasan wisatawan meliputi kualitas pengalaman wisata, kemudahan fasilitas, interaksi dan pelayanan, serta lokasi yang strategis dan mudah diakses (Lestari et al., 2023).

Hipotesis Penelitian

- H1 : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.
- H2 : Fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.
- H3 : Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.
- H4 : Kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.
- H5 : Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.
- H6 : Fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.
- H7 : Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.
- H8 : Kepuasan wisatawan memediasi kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.
- H9 : Kepuasan wisatawan memediasi fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.

H10: Kepuasan wisatawan memediasi aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan di wisata tumpak sewu Lumajang.



Gambar 1: Model Penelitian

—▶ : Hubungan pengaruh langsung
 - - -▶ : Hubungan pengaruh tidak langsung

Metode Penelitian

Explanatory research sebagai bagian dari jenis studi pendekatan kuantitatif, dimanfaatkan pada studi ini. *Explanatory research* adalah sebuah teknik studi yang mempunyai tujuan untuk menjabarkan keterkaitan kausal dan menguji hipotesis antara sejumlah variabel yang diteliti (Sugiyono, 2023). Mengacu pada (Sugiyono, 2023) pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dilakukan melalui suatu pendekatan penelitian yang menekankan pengukuran numerik dan analisis statistik, di mana data dikumpulkan melalui alat terstandar serta pengolahan data dengan kuantitatif dipahami terlebih dahulu sebelum metode ini dikenal atas metode studi kuantitatif yang berpedoman akan filsafat *positivisme*. Penerapan pendekatan tersebut dilaksanakan pada wisata Tumpak sewu Lumajang, lewat keseluruhan wisatawan yang berjumlah 6000 orang diposisikan sebagai populasi penelitian. Rumus slovin dimanfaatkan sebagai teknik dalam mengambil sampel melalui *margin eror* 10% dan *purposive sampling* yang mengikuti karakteristik khusus, yang nantinya didapatkan sampel dengan jumlah responden sejumlah 99 responden.

Kuesioner berbasis skala Likert lima poin dimanfaatkan dalam mengumpulkan data pada studi ini. Pengukuran terhadap sikap, perspektif, serta anggapan perorangan ataupun kelompok terkait sebuah gejala sosial dilakukan melalui pemberian tingkat *respons* bertahap, di mana objek pengukuran dipahami terlebih dahulu sebelum instrumen tersebut dikenal sebagai skala *likert*. Dalam konteks penelitian, gejala sosial yang dimaksudkan sudah dirumuskan dengan jelas oleh peneliti serta selanjutnya diperlakukan menjadi variabel studi, melalui penerapan *likert scale* dengan 5 skor jawaban yaitu 1-5 (Sangat tidak setuju sampai Sangat setuju) (Sugiyono, 2023). Data primer dipilih sebagai sumber data pada studi ini. Mengacu pada (Sugiyono, 2023) data primer ialah pengumpulan data yang menerima data yang bersumber atas data langsung.

Analisis data dilaksanakan melalui beberapa tahap pengujian, Merujuk pada pendekatan (Sugiyono, 2023) Penggambaran dan pemaparan data yang telah dihimpun dilakukan apa adanya sesuai kondisi empirisnya, tanpa diarahkan untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum atau melakukan generalisasi, di mana tujuan tersebut dipahami terlebih dahulu sebelum pendekatan ini dikenal sebagai teknik analisis statistik deskriptif. Untuk melakukan pengujian hipotesis dan menghasilkan model yang valid, penelitian ini mengadopsi pendekatan berbasis varians atau berbasis komponen dengan memanfaatkan *Partial Least Square* (PLS). Metode PLS dikenal menjadi cara analisa yang dianggap kuat dikarenakan bisa diimplementasikan untuk berbagai skala data, tidak membutuhkan banyaknya asumsi, serta tidak wajib mengaitkan ukuran sampel yang besar. PLS bisa dimanfaatkan guna menciptakan hubungan, menguji proposisi, serta berfungsi sebagai konfirmasi teori (Ghozali latan, 2015).

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, *convergent validity* dilakukan sebagai metode pengujian validitas dalam analisis struktural. Validitas konvergen atas model pengukuran melalui indikator refleksif yang akan dilaksanakan penilaian yang mengacu pada keterkaitan di antara skor item atau skor unsur yang dikalkulasikan dengan memanfaatkan PLS. Ukuran refleksif seseorang tergolong tinggi apabila skor loading faktor $> 0,70$ melalui pengukuran konstruk. Akan tetapi, dalam studi tahapan mengembangkan skala, skor loading faktor pada rentang 0,5 hingga 0,6 masih bisa diterima (Ghozali, 2021). Penilaian terhadap keterbedaan antar konstruk dalam suatu model pengukuran yang memanfaatkan indikator refleksif dilaksanakan lewat melihat kesesuaian muatan indikator terhadap konstruk yang diukurnya, yang kemudian dikenal sebagai evaluasi validitas diskriminan melalui *cross loading*. Lebih dari itu, penilaian juga is dilaksanakan melalui komparasi skor akar kuadrat dari AVE pada tiap-tiap konstruk lewat skor keterkaitan di antara konstruk tersebut beserta konstruk lain di pada model. Apabila skor AVE masing-masing konstruk melebihi dibandingkan keterkaitan antar konstruk lain pada pemodelan, yakni melebihi batas 0,50, mengartikan bahwasanya model pengukuran tersebut bisa terbukti baik dalam validitas diskriminannya (Ghozali, 2021). *Composite reliability* adalah metode statistik untuk menilai konsistensi dan kehandalan konstruk penelitian. Kriteria *composite reliability* dalam model ini ditentukan apabila skor *cronbach's alpha* melampaui 0,6 serta *composite reliability* melampaui 0,7. (Ghozali, 2021). Mengacu pada Ghozali latan (2015), dampak atas variabel laten bebas khusus pada variabel laten terikat bisa disimpulkan lewat transformasi skor *R-square*, yang menampilkan apakah dampak terkait itu substantif atau tidak. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis Pengujian hipotesis bertujuan menganalisis dan membuktikan keterkaitan dengan langsung serta tidak langsung dari antar variabel melalui metode *bootstrapping*. Karakteristik pengujian yang dimanfaatkan pada studi ini berdasarkan pernyataan jika T-nilai melebihi 1,96 maka hipotesis di terima (Ghozali, 2021).

Hasil Penelitian serta Pembahasan

Outer Model

Convergent Validity

Pengujian pada *convergent validity* dilaksanakan pada tiap-tiap indikator konstruk. Mengacu pada (Ghozali latan 2015), sebuah indikator terbukti valid apabila mempunyai skor melebihi 0,70, sementara *loading factor* 0,50 hingga 0,60 tergolong cukup.

Tabel 1. Convergent Validity

	Kualitas Layanan	Fasilitas Wisata	Aksesibilitas	Keputusan Berkunjung Kembali	Kepuasan Wisatawan
X1.1	0,828				
X1.2	0,838				
X1.3	0,780				
X1.4	0,890				
X2.1		0,790			
X2.2		0,826			
X2.3		0,866			
X2.4		0,813			
X2.5		0,881			
X3.1			0,866		
X3.2			0,875		
X3.3			0,824		
Y.1				0,786	
Y.2				0,826	
Y.3				0,844	
Y.4				0,809	
Z.1					0,792
Z.2					0,837
Z.3					0,858
Z.4					0,780

Sumber: *output* pengolahan dengan *Smartpls 4.0* (2026)

Discriminant Validity

Dalam pengujian *discriminant validity*, diperoleh skor AVE untuk tiap-tiap konstruk. Sebuah konstruk dianggap mempunyai validitas yang baik apabila skor AVE-nya melebihi 0,5.

Tabel 2. Discriminant Validity

	Aksesibilitas	Fasilitas Wisata	Kepuasan Wisatawan	Keputusan Berkunjung Kembali	Kualitas Layanan
Aksesibilitas	0,855				
Fasilitas Wisata	-0,076	0,836			
Kepuasan Wisatawan	0,242	0,261	0,817		
Keputusan Berkunjung Kembali	0,295	0,329	0,510	0,817	
Kualitas Layanan	-0,026	-0,058	0,283	0,296	0,835

Sumber: output pengolahan *Smartpls* 4.0 (2026)

Composite reliability

Evaluasi reliabilitas model pengukuran PLS dilakukan dengan mengacu pada skor composite reliability yang seharusnya $> 0,7$ serta skor cronbach's alpha yang seharusnya $> 0,6$ (Ghozali, 2021).

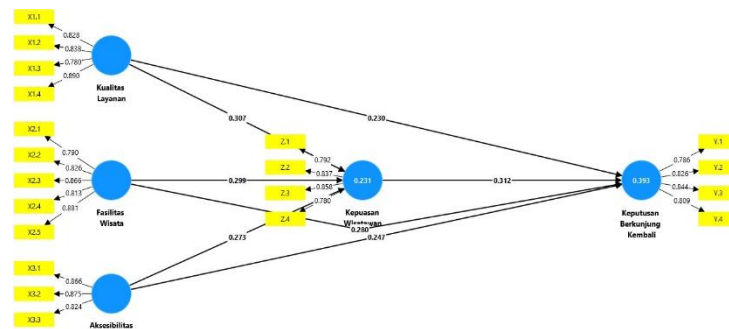
Tabel 3. Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Aksesibilitas	0,818	0,833	0,891
Fasilitas Wisata	0,893	0,908	0,921
Kepuasan Wisatawan	0,836	0,850	0,889
Keputusan Berkunjung Kembali	0,834	0,842	0,889
Kualitas Layanan	0,857	0,890	0,902

Sumber: output pengolahan dengan *Smartpls* 4.0 (2026)

Inner Model

Gambar 2. Inner Model



Sumber: output olah data *Smartpls* 4.0 (2026)

Gambar 2 menunjukkan bahwa analisis pengaruh langsung antara Kualitas layanan (X1) terhadap Kepuasan Wisatawan (Z) menunjukkan nilai koefisien inner weight sebesar 0,307 atau 30,7%. Selain itu Fasilitas wisata (X2) terhadap Kepuasan wisatawan (Z) menghasilkan nilai koefisien inner weight sebesar 0,299 atau 29,9%. Selanjutnya Aksesibilitas (X3) terhadap Kepuasan wisatawan (Z) menghasilkan nilai koefisien inner weight sebesar 0,273 atau 27,3%. selanjutnya analisis pengaruh langsung Kepuasan wisatawan (Z) terhadap keputusan berkunjung kembali (Y) menunjukkan nilai koefisien inner weight sebesar 0.312 atau 31,2%. konten Kualitas layanan (X1) terhadap Keputusan berkunjung kembali (Y) menghasilkan nilai koefisien inner weight sebesar 0.230 atau 23,0%. Selanjutnya Fasilitas wisata (X2) terhadap Keputusan berkunjung kembali (Y) menghasilkan nilai koefisien inner weight sebesar 0.280 atau 28,0%. terakhir, pengujian pengaruh langsung Aksesibilitas (X3) terhadap Keputusan berkunjung kembali (Y) menghasilkan nilai koefisien inner weight sebesar 0,247 atau 24,7%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua variabel eksogen dalam penelitian ini memberikan pengaruh positif terhadap variabel endogen.

R-Square (R^2)

R Square (R^2) ialah sebuah ukuran yang menggambarkan sebesar apa variasi dari variabel terikat yang bisa dijabarkan oleh variabel bebas secara keseluruhan pada pemodelan struktural. Kualitas atas model studi dibuktikan atas skor R^2 yang kian tinggi. Sebaliknya, skor R^2 yang lebih rendah memperlihatkan bahwasanya model penelitian memiliki kualitas lebih rendah. (Ghozali latan, 2015).

Tabel 4. *R Square* (R^2)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Wisatawan	0,231	0,214
Keputusan Berkunjung Kembali	0,393	0,375

Sumber: *Output* pengolahan data *Smartpls* 4.0 (2026)

Goodness of Fit Model

Goodness of fit model adalah metode yang dimanfaatkan guna mengukur seberapa jauh variabel eksogen bisa menjabarkan variasi pada variabel endogen. Melalui model ini, bisa diketahui sebesar apa andil dari variabel eksogen pada variabel endogen. (Ghozali, 2021).

Tabel 5. *Goodness of Fit model*

Variabel	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Kepuasan Wisatawan	560,000	481,604	0,140
Keputusan Berkunjung Kembali	560,000	421,726	0,247

Sumber: *Output* pengolahan data *Smartpls* 4.0 (2026)

Pengujian Pengaruh Langsung

Karakteristik pengujian yang digunakan mengacu pada Ghozali, (2021), di mana hipotesis dianggap signifikan jika skor t-statistics (t-hitung) melampaui t-tabel 1,96. Sebaliknya, apabila skor t-statistics < 1,96, mengartikan bahwasanya tidak signifikan, melalui tingkat signifikansi 5% (0,05).

Tabel 6. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Aksesibilitas -> Kepuasan Wisatawan	0,273	0,280	0,070	3,868	0,000
Aksesibilitas -> Keputusan Berkunjung Kembali	0,247	0,250	0,077	3,190	0,001
Fasilitas Wisata -> Kepuasan Wisatawan	0,299	0,306	0,064	4,714	0,000
Fasilitas Wisata -> Keputusan Berkunjung Kembali	0,280	0,284	0,062	4,500	0,000
Kepuasan Wisatawan -> Keputusan Berkunjung Kembali	0,312	0,310	0,074	4,224	0,000
Kualitas Layanan -> Kepuasan Wisatawan	0,307	0,315	0,066	4,684	0,000
Kualitas Layanan -> Keputusan Berkunjung Kembali	0,230	0,232	0,066	3,479	0,001

Sumber: *Output* pengolahan data *Smartpls* 4.0 (2026)

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali memiliki nilai koefisien sebesar 0,230 dengan t-statistik 3,479 (p-value 0,001 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali di masa depan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh (Chairunnissa et al., 2025) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali, di mana pelayanan yang optimal mampu meningkatkan persepsi positif pengunjung dan mendorong niat untuk melakukan kunjungan ulang.

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali memiliki nilai koefisien sebesar 0,280 dengan nilai t-statistik sebesar 4,500 yang lebih besar dari t-tabel 1,96 ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Perolehan tersebut membuktikan bahwasannya Semakin baik fasilitas yang tersedia di destinasi wisata, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Fasilitas tersebut meliputi area parkir, toilet yang bersih, tempat ibadah, pusat informasi, tempat istirahat, akses jalan, serta sarana pendukung lainnya yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung. Fasilitas yang memadai akan menciptakan pengalaman berwisata yang positif sehingga mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang (Kurniawan & Hanifah, 2023).

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Kembali

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Kembali menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,247 dengan nilai t-statistik 3,190 yang lebih tinggi dari 1,96 ($p\text{-value } 0,001 < 0,05$), yang berarti aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk datang kembali. Maka dari itu Ketika wisatawan merasa perjalanan menuju destinasi mudah, aman, dan nyaman, maka pengalaman berwisata akan meningkat sehingga mendorong munculnya niat untuk kembali berkunjung di masa mendatang. Sebaliknya, akses yang sulit, jalan rusak, atau minimnya sarana transportasi dapat menurunkan minat wisatawan untuk datang kembali. Dengan demikian, aksesibilitas menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap suatu destinasi wisata (Afifah et al., 2025).

Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali

Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali memiliki nilai koefisien tertinggi sebesar 0,312 dengan nilai t-statistik 4,224 ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$), hal ini membuktikan bahwa kepuasan yang dirasakan wisatawan memiliki dampak positif dan signifikan dalam mendorong mereka untuk melakukan kunjungan ulang. Kepuasan wisatawan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan pengelolaan destinasi, karena wisatawan yang merasa puas cenderung memiliki kesan positif serta loyalitas terhadap tempat wisata yang dikunjungi (Lestari et al., 2023).

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,307 dengan t-statistik 4,684 yang lebih besar dari 1,96 ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$), yang berarti kualitas layanan yang diberikan memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Semakin optimal kualitas layanan yang diberikan, maka semakin besar kemungkinan wisatawan merasa puas dan bersedia melakukan kunjungan ulang (Chairunnissa et al., 2025).

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,299 dengan nilai t-statistik 4,714 yang jauh melampaui ambang batas 1,96 ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ketersediaan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Bahwa pengaruh positif fasilitas terhadap kepuasan wisatawan tercermin dari meningkatnya keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Fasilitas yang memadai menciptakan pengalaman berwisata yang nyaman dan menyenangkan, sehingga meningkatkan kepuasan wisatawan serta berpotensi mendorong peningkatan kunjungan di masa mendatang (Kurniawan & Hanifah, 2023).

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,273 dengan nilai t-statistik sebesar 3,868 yang lebih besar dari t-tabel 1,96 ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis ini dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan. Hasil ini menegaskan bahwa aksesibilitas merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang kualitas layanan destinasi wisata (Lestari et al., 2023).

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Dampak yang tidak langsung ialah dampak yang dilaksanakan pengukuran melalui perantara (*intervening*) dari satu variabel ke variabel lain. Efek mediasi merujuk pada keterkaitan di antara konstruk eksogen serta endogen lewat variabel perantara atau penghubung. Dalam artian lain, dampak atas variabel eksogen bagi variabel endogen dapat terjadi dengan langsung atau lewat variabel mediasi (Ghozali, 2021).

Tabel 7. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Aksesibilitas -> Kepuasan Wisatawan -> Keputusan Berkunjung Kembali	0,085	0,087	0,031	2,777	0,006
Fasilitas Wisata -> Kepuasan Wisatawan -> Keputusan Berkunjung Kembali	0,094	0,095	0,030	3,139	0,002
Kualitas Layanan -> Kepuasan Wisatawan -> Keputusan Berkunjung Kembali	0,096	0,097	0,031	3,101	0,002

Sumber: Output pengolahan data *Smartpls* 4.0 (2026)

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan menghasilkan nilai koefisien parameter sebesar 0,096 dengan nilai t-statistik sebesar 3,101. Hasil ini dinyatakan signifikan karena t-statistik lebih besar dari 1,96 dan P-Value sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa Kepuasan Wisatawan secara positif dan signifikan memediasi hubungan antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. Sehingga Wisatawan yang puas cenderung memiliki persepsi positif, loyalitas yang lebih tinggi, dan keinginan untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, kepuasan wisatawan berperan sebagai faktor yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan keputusan berkunjung kembali (Lestari et al., 2023).

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan menunjukkan nilai koefisien parameter sebesar 0,094 dengan nilai t-statistik sebesar 3,139. Mengingat nilai t-statistik tersebut lebih besar dari 1,96 dan didukung dengan nilai P-Value sebesar 0,002 yang berada di bawah alpha 0,05, hal ini membuktikan bahwa Kepuasan Wisatawan berperan sebagai variabel mediator yang signifikan antara Fasilitas Wisata dan Keputusan Berkunjung Kembali. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel *intervening*. Fasilitas yang lengkap, terawat, dan sesuai kebutuhan meningkatkan kepuasan wisatawan, sehingga mendorong niat untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan destinasi (Kurniawan & Hanifah, 2023).

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan memiliki nilai koefisien parameter (*Original Sample*) sebesar 0,085 dengan nilai t-statistik sebesar 2,777. Karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel 1,96 dan nilai P-Value sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Wisatawan secara signifikan mampu memediasi pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. Kepuasan tersebut selanjutnya menjadi alasan utama wisatawan untuk kembali berkunjung maupun merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Oleh karena itu, pengelola destinasi perlu memperhatikan aspek aksesibilitas sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan sekaligus kunjungan ulang wisatawan (Afifah et al., 2025).

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS), dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, fasilitas wisata, dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada objek wisata Tumpak Sewu Lumajang. Selain itu, kualitas layanan, fasilitas wisata, dan aksesibilitas juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali serta berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan, fasilitas wisata, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung kembali. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin memadai fasilitas wisata, serta semakin mudah akses menuju destinasi, maka tingkat kepuasan wisatawan akan meningkat dan mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Dengan demikian, pengelola objek wisata Tumpak Sewu Lumajang perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan, fasilitas, serta aksesibilitas guna menciptakan kepuasan dan loyalitas wisatawan secara berkelanjutan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil penelitian. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada objek wisata Tumpak Sewu Lumajang, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada destinasi wisata lain yang memiliki karakteristik berbeda. Kedua, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan pendekatan persepsi responden, sehingga jawaban yang diberikan sangat bergantung pada subjektivitas masing-masing wisatawan pada saat mengisi instrumen penelitian. Ketiga, variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada aksesibilitas, kepuasan wisatawan, dan keputusan berkunjung kembali, sehingga masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang berpotensi memengaruhi keputusan wisatawan, seperti kualitas pelayanan, harga, daya tarik wisata, fasilitas, serta promosi. Keempat, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional, sehingga hanya menggambarkan kondisi pada satu periode waktu tertentu dan belum mampu menjelaskan perubahan perilaku wisatawan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menambah variabel lain yang relevan, serta menggunakan metode longitudinal atau pendekatan campuran agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Saran

Bagi pengelola Wisata

Pengelola objek wisata Tumpak Sewu Lumajang untuk terus meningkatkan aspek aksesibilitas destinasi, seperti perbaikan kondisi jalan menuju lokasi wisata, penambahan petunjuk arah yang jelas, penyediaan area parkir yang memadai, serta peningkatan ketersediaan sarana transportasi pendukung. Selain itu, pengelola juga perlu menjaga kebersihan, keamanan, kenyamanan, serta kualitas pelayanan kepada wisatawan agar tingkat kepuasan pengunjung tetap terjaga. Pengelola dapat memanfaatkan media digital dan promosi berbasis teknologi untuk memberikan informasi akses perjalanan, harga tiket, fasilitas, serta kondisi cuaca sehingga wisatawan dapat merencanakan kunjungan dengan lebih baik. Dengan demikian, kepuasan wisatawan dapat meningkat dan mendorong keputusan berkunjung kembali ke Tumpak Sewu Lumajang.

Bagi peneliti selanjutnya

disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan berkunjung kembali, seperti kualitas pelayanan, citra destinasi, promosi, fasilitas wisata, harga, maupun pengalaman wisatawan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada destinasi wisata lain agar diperoleh perbandingan hasil yang lebih beragam. Selain itu, penggunaan metode penelitian kualitatif atau mixed methods dapat dipertimbangkan untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai perilaku wisatawan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan bermanfaat bagi pengembangan sektor pariwisata.

Referensi

- Afifah, U., Soelistya, D., & Suyoto, S. (2025). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Citra Destinasi Di Wisata Religi Makam Sunan Giri Kabupaten Gresik. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1 Se-Articles), 152–168. <https://Jurnal.Feb-Umi.Id/Index.Php/Paradoks/Article/View/1087>
- Chairunnissa, N., Nurbaeti, N., Wulan, S., Mariati, S., & Muhandiansyah, D. (2025a). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi, Di Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk, Jakarta | Jurnal Ilmiah Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 30(1), 51–65. <https://Jurnalpariwisata.Iptrisakti.Ac.Id/Index.Php/Jip/Article/View/1809>
- Chairunnissa, N., Nurbaeti, N., Wulan, S., Mariati, S., & Muhandiansyah, D. (2025b). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi, Di Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk, Jakarta | Jurnal Ilmiah Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 51–65. <https://Jurnalpariwisata.Iptrisakti.Ac.Id/Index.Php/Jip/Article/View/1809>
- Elfajry, A.-Z. M. (2025). Pengaruh Konten Tiktok @Florawisata.Santerra Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Florawisata Santerra De Laponte. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Ghozali. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss 26. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali Latan. (2015). *Partial Least Square*.
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Wisata

- Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 198–206. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2022.34405>
- Keller, K. (2016). Severo Ochoa, Winner Of The Nobel Prize For Physiology And Medicine. His Life And Work. In *Boletin Cultural E Informativo - Consejo General De Colegios Medicos De España* (Vol. 22).
- Khotimah. (2022). Pengaruh Aksesibilitas Dan Physical Evidence Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 4(4), 547–566. <https://doi.org/10.32639/Jimmba.V4i4.148>
- Kurniawan, R., & Hanifah, R. D. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Tamu Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Novotel Jakarta Gajah Mada). *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, July, 131–146. <https://doi.org/10.31937/Manajemen.V15i1.3200>
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/Ekobistek.V12i2.601>
- Saufan, S. (2025). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/Red2017-Eng8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Sugiyono. (2023a). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Educacao E Sociedade* (Vol. 1, Issue 1). http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/educacao_pereiraas_1.pdf%0ahttp://www.anpo.cs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_11/rbcs11_01.htm%0ahttp://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7845/1/Td_2306.pdf%0ahttps://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/
- Sugiyono. (2023b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Vol. 17).
- Sugiyono. (2023c). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*.
- Widya, L., Widyanti, L., Baidlowi, I., & Hidayat, M. S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Objek Wisata Bukit Kayoe Putih Di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi (J-Sime)*, 2(1), 1654–1674.

Syaifur Rizal *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Rois Arifin **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Satria Putra Utama ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma