



Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening

Achmad Zain Ibrahim^{1*}, Dewi Noor Susanti²

¹⁻²Universitas Putra Bangsa, Indonesia

Zainibrahim667@gmail.com^{1*}, dewinoor2981@gmail.com²

Alamat: Jl. Ronggowarsito 18, Pejagian Kebumen, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: Zainibrahim667@gmail.com*

Abstract. *This study aims to examine the influence of tourist attractions and facilities on the intention to revisit Jembangan Wisata Alam, with visitor satisfaction serving as a mediating variable. The respondents were individuals aged 18 years and above who had visited Jembangan Wisata Alam within the past 30 days. Data were collected using a questionnaire, and the sampling technique employed was non-probability sampling through purposive sampling. Data analysis included validity and reliability tests, classical assumption testing, hypothesis testing, correlation analysis, path analysis, and Sobel test. Data processing was conducted using SPSS version 22 for Windows. The results showed that (1) tourist attractions have a positive and significant effect on visitor satisfaction; (2) facilities have a positive and significant effect on visitor satisfaction; (3) tourist attractions have a positive and significant effect on revisit intention; (4) facilities have a positive and significant effect on revisit intention; (5) tourist attractions have a positive and significant effect on revisit intention through visitor satisfaction; (6) facilities have a positive and significant effect on revisit intention through visitor satisfaction; and (7) visitor satisfaction has a positive and significant effect on revisit intention. These findings emphasize the importance of improving tourist attractions and facilities as key strategies to enhance visitor satisfaction and loyalty toward tourism destinations.*

Keywords: *Development of Alam World Heritage Sites; Facility; Intention to Return; Tourist Attractions; Visitor Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas terhadap niat kunjungan ulang ke Jembangan Wisata Alam, dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi. Responden dalam penelitian ini adalah individu berusia minimal 18 tahun yang telah mengunjungi Jembangan Wisata Alam dalam 30 hari terakhir. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sementara teknik pemilihan sampel dilakukan secara non-probabilitas melalui metode purposive sampling. Analisis data mencakup uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, pengujian hipotesis, analisis korelasi, analisis jalur (path analysis), dan uji Sobel. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 22 untuk Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung; (2) fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung; (3) daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang; (4) fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang; (5) daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang melalui kepuasan pengunjung; (6) fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang melalui kepuasan pengunjung; dan (7) kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan daya tarik dan fasilitas wisata sebagai strategi untuk mendorong kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap destinasi wisata.

Kata kunci: Daya Tarik Wisata; Fasilitas; Jembangan Wisata Alam; Kepuasan Pengunjung; Minat Berkunjung Kembali

1. LATAR BELAKANG

Meningkatnya jumlah pengunjung, baik domestik maupun mancanegara, menandakan bahwasanya industri pariwisata Indonesia mendapati perkembangan yang melesat. Salah satu dari banyak hal baik yang datang dari tempat-tempat wisata ini adalah kesempatan kerja yang mereka sediakan untuk penduduk setempat. Khususnya di Kabupaten Kebumen, para

pengunjung terpicat oleh banyaknya lokasi wisata dan kekayaan budaya yang ada, yang menciptakan suasana yang mengundang untuk berkunjung kembali.

Beberapa aspek yang terkait dengan pengalaman pengunjung di lokasi pariwisata mempengaruhi minat mereka untuk mengunjungi Kabupaten Kebumen. Pemerintah Kabupaten Kebumen terus berupaya meningkatkan minat datang kembali dengan mempercantik dan mengembangkan fasilitas di berbagai objek wisata. Perbaikan infrastruktur, penambahan wahana, dan kualitas layanan merupakan bagian dari pencapaian ini.

Kabupaten Kebumen memiliki luas wilayah 36,6 km² dengan panjang garis pantai 57,5 km, ialah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki wilayah pantai yang cukup luas. Kebumen merupakan daerah tujuan wisata karena memiliki garis pantai selatan yang panjang, daerah perbukitan di bagian utara, tanah yang subur, dan formasi batuan yang masih alami. Kondisi ini menjadi salah satu faktor yang memperkuat daya tarik Kebumen sebagai destinasi wisata bagi pengunjung lokal maupun internasional. Berikut data jumlah wisatawan mancanegara dan domestik yang berkunjung ke Kabupaten Kebumen:

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara Dan Domestik Di Kabupaten Kebumen

	Tahun		
	2021	2022	2023
Wisatawan Mancanegara	5	9	11
Wisatawan Domestik	334.724	1.623.856	563.621
Jumlah	334.729	1.623.865	563.632

Sumber: Disporapar Kabupaten Kebumen, 2024

Statistik pada Tabel I-1 menunjukkan bahwa meskipun pariwisata di Kabupaten Kebumen tumbuh pada tahun 2022, namun mengalami penurunan pada tahun berikutnya sebagai akibat dari persaingan dengan tempat wisata populer lainnya. Selain itu faktor lain yang menyebabkan penurunan wisatawan yaitu sedikit dan singkatnya hari libur dan cuti bersama. Faktor lain dari penurunan wisatawan di objek wisata adalah dari sifat selektifnya wisatawan dalam memilih objek wisata. Padahal Kebumen memiliki keindahan alam yang tersembunyi serta menawarkan berbagai macam keindahan alam yang alami maupun keindahan alam buatan, yang menjadikan daerah ini memiliki potensial untuk di kembangkan menjadi obyek wisata. Salah satu keindahan alam buatan di Kabupaten Kebumen adalah Jembatan Wisata Alam (JWA).

Jembatan Wisata Alam atau biasa dikenal dengan sebutan JWA merupakan wisata alam buatan berupa waduk yang berlokasi di Kecamatan Poncowarno, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah, yang menawarkan berbagai daya tarik serta fasilitas yang menarik bagi wisatawan. Bendungan Pejengkolan, yang sekarang menjadi tujuan wisata populer, dulunya

merupakan komponen integral dari sistem irigasi dan pengelolaan sumber daya air. Wisata Alam Jembangan yang dibuka pada tahun 2011 oleh Bapak H. Buyar Winarso, S.E., Bupati Kabupaten Kebumen, terus menjadikan destinasi wisata yang populer baik teruntuk pengunjung domestik maupun internasional. Hal ini dapat diketahui dari data pengunjung Jembangan Wisata Alam berikut:

Tabel 2. Data Pengunjung Jembangan Wisata Alam 2019 – 2023

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2023	27.221
2	2022	25.765
3	2021	26.000
4	2020	-
5	2019	36.364
Jumlah		115.350

Sumber : Satu Data Kabupaten Kebumen 2024

Grafik tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jembangan Wisata Alam Mengalami bervariasi dari tahun ke tahun. Kenaikan dan penurunan pengunjung Jembangan Wisata Alam ini menjadikan fenomena tingkat minat berkunjung kembali pengunjung untuk berkunjung kembali. Dengan adanya fenomena ini penulis tertarik guna mengetahui faktornya yang membuat pengunjung untuk melakukan minat berkunjung kembali ke Jembangan Wisata Alam.

Tabel 3. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali

No	Variabel	Jumlah Responden	Presentase
1	Kepuasan	16	40%
2	Daya Tarik Wisata	11	27,5%
3	Fasilitas	8	20%
4	Kualitas Pelayanan	5	12,5%
Jumlah		40	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Merujuk pada tabel 3 mengindikasikan faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali pengunjung Jembangan Wisata Alam, yaitu kepuasa, daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang disediakan objek wisata. Berdasarkan hasil observasi kepada pengunjung Jembangan Wisata Alam, responden menyatakan dalam waktu 1 bulan terakhir telah melakukan kunjungan kembali sebanyak 1 sampai 3 kali. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung cukup sering mengunjungi objek wisata Jembangan Wisata Alam Kebumen. Namun, berdasarkan penjelasan pengelola objek wisata, menyatakan bahwa objek wisata mengalami penurunan dan pengurangan pengunjung yang datang.

Berdasarkan latar belakang diatas masih terdapat kesenjangan fenomena, yang Dimana terdapat penurunan pengunjung Jembangan Wisata Alam. Namun, secara kontras, wisatawan masih melakukan perjalanan ke situs ini. Wisatawan akan lebih mungkin untuk kembali jika ada kegiatan yang menyenangkan dan layanan yang nyaman. Untuk alasan ini, tujuan

penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan pada Jembatan Wisata Alam Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening.

2. KAJIAN TEORITIS

Minat Berkunjung Kembali

Menurut (Gustiana,2019) Minat untuk berkunjung kembali adalah dorongan atau keinginan yang muncul dalam diri wisatawan untuk mengunjungi objek wisata lagi karena rasa puas yang mereka rasakan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum dkk. (2022), diidentifikasi beberapa indikator sebagai berikut: keinginan untuk kembali, kesediaan untuk berbagi pengalaman positif dengan orang lain, reputasi yang dimiliki oleh pengunjung terhadap destinasi, dan adanya hubungan sosial yang harmonis.

Kepuasan Pengunjung

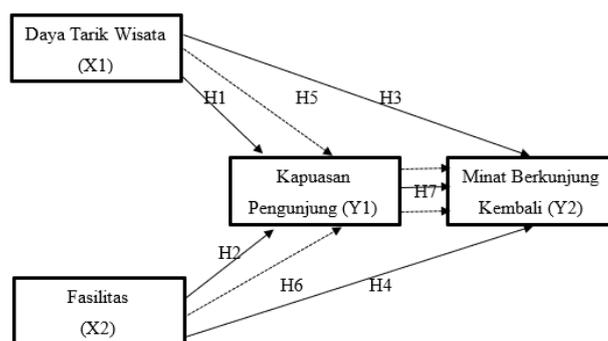
Menurut Dewi dkk. (2022), kepuasan pengunjung diukur dari seberapa baik seseorang memenuhi harapan pengunjung. Pelanggan akan senang jika kinerja sesuai dengan harapan mereka. Sebaliknya, kekecewaan adalah hasil dari tamu yang tidak puas. Kualitas transportasi, layanan, harga produk, aksesibilitas, dan iklan lokasi adalah penanda kepuasan wisatawan menurut Kusumaningrum dkk. (2022). Kepuasan dapat digunakan sebagai prediktor dalam menentukan perilaku wisata dimasa yang akan datang (Saryatun et al., 2024).

Daya Tarik Wisata

Saputro dkk. (2020) menyatakan bahwa agar suatu objek wisata dapat dianggap sebagai daya tarik wisata, objek wisata tersebut harus menarik secara visual dan cukup menghibur untuk mendorong pengunjung untuk kembali. Keunikan atraksi alam, variasi hal yang menarik wisatawan, daya tarik lokasi wisata, dan kesenangan cuaca merupakan penanda daya tarik wisata (Marpaung, 2019).

Fasilitas

Fasilitas didefinisikan oleh Kristanto dan W (2020) sebagai penyediaan peralatan fisik yang berusaha mempermudah pelanggan dalam melakukan berbagai aktivitas. Indikator fasilitas seperti yang dikemukakan oleh Pratiwi dan Prakosa (2021) antara lain sebagai berikut: fisik dari fasilitas yang tersedia, kondisi dan fungsi fasilitas, kelengkapan alat yang digunakan, serta kebersihan dan kerapian fasilitas yang disajikan.



Gambar 1. Model Empiris

Berikut ini adalah hipotesis kerja penelitian, yang berasal dari fenomena dan literatur yang ditinjau:

- H1: Daya tarik wisata berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengunjung Jembangan Wisata Alam.
- H2: Fasilitas berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengunjung Jembangan Wisata Alam.
- H3: Daya tarik wisata berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung kembali pengunjung Jembangan Wisata Alam.
- H4: Fasilitas berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung kembali pengunjung Jembangan Wisata Alam.
- H5: Daya tarik wisata berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung pada pengunjung Jembangan Wisata Alam.
- H6: Fasilitas berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung pada pengunjung Jembangan Wisata Alam.
- H7: Kepuasan pengunjung berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung kembali pengunjung Jembangan Wisata Alam.

3. METODE PENELITIAN

Semua partisipan dalam penelitian ini berusia 18 tahun, dan mereka harus telah mengunjungi Jembangan Wisata Alam setidaknya sekali dalam satu bulan terakhir. Para peneliti menggunakan teknik pemilihan purposif untuk memilih 100 partisipan secara acak. Penelitian ini menggunakan sumber informasi primer dan sekunder melalui penggunaan kuesioner, wawancara, dan studi literatur untuk mengumpulkan temuan-temuannya. SPSS untuk Windows, versi 22, digunakan untuk analisis kuantitatif dan deskriptif pada studi ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Berikut ini merupakan karakteristik responden dari data yang terkumpul sebanyak 100 orang.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Prosentase
Laki – Laki	30	30%
Perempuan	70	70%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Responden	Prosentase
18 – 23 Tahun	84	84%
24 – 29 Tahun	10	10%
30 – 35 Tahun	3	3%
36 – 41 Tahun	2	2%
>41 Tahun	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Responden	Presentase
PNS	1	1%
Wiraswasta	5	5%
Pegawai Swasta	16	16%
Pelajar/Mahasiswa	77	77%
Petani	1	1%
Jumlah	1	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Uji Validitas

Berikut adalah hasil uji validitas dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata

Butir	R hitung	R tabel	Signifikansi	Status
X1.1	0,797	0,1986	0,000	Valid
X1.2	0,723	0,1986	0,000	Valid
X1.3	0,784	0,1986	0,000	Valid
X1.4	0,814	0,1986	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

Butir	R hitung	R tabel	Signifikansi	Status
X2.1	0,795	0,1986	0,000	Valid
X2.2	0,739	0,1986	0,000	Valid
X2.3	0,836	0,1986	0,000	Valid
X2.4	0,730	0,1986	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung

Butir	R hitung	R tabel	Signifikansi	Status
Y1.1	0,588	0,1986	0,000	Valid
Y1.2	0,732	0,1986	0,000	Valid
Y1.3	0,812	0,1986	0,000	Valid
Y1.4	0,765	0,1986	0,000	Valid
Y1.5	0,794	0,1986	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung Kembali

Butir	R hitung	R tabel	Signifikansi	Status
Y2.1	0,784	0,1986	0,000	Valid
Y2.2	0,747	0,1986	0,000	Valid
Y2.3	0,823	0,1986	0,000	Valid
Y2.4	0,804	0,1986	0,000	Valid
Y2.5	0,623	0,1986	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Butir pernyataan dianggap sah jika menurut Ghazali (2006: 49), nilai r hitung lebih besar dari nilai pada r tabel dan α lebih kecil dari 0,05. Seluruh item pernyataan dalam keempat variabel tersebut di atas dianggap sah menurut temuan uji validitas, karena nilai r hitung lebih dari nilai r tabel, yaitu 0,1986 pada tingkat signifikan kurang dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil uji validitas dalam penelitian ini.

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	R kritis	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Daya Tarik Wisata	0,60	0,785	Reliabel
2	Fasilitas	0,60	0,779	Reliabel
3	Kepuasan Pengunjung	0,60	0,794	Reliabel
4	Minat Berkunjung Kembali	0,60	0,813	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Menurut Ghazali (2006), “suatu variabel dianggap dapat dipercaya jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60, yaitu 60%. Tabel 11 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki pernyataan dengan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, yang mengindikasikan reliabilitas.”

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 12. Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural I

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.956	1.453		2.035	0.045
	Daya_Tarik_Wisata	0.449	0.115	0.363	3.898	0.000
	Fasilitas	0.495	0.125	0.368	3.946	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pengunjung

Pengaruh yang signifikan ada jika, sesuai dengan Ghozali (2009: 17), nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan ambang batas signifikansi lebih rendah dari 0,05. Fasilitas dan atraksi dalam industri pariwisata memiliki pengaruh yang substansial dan menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 14. Karena ambang batas signifikansi lebih rendah dari 0,05 dan nilai t hitung lebih tinggi dari nilai t tabel, maka kesimpulan ini tercapai.

Tabel 15. Hasil Uji Parsial (Uji t) Substruktural II

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.371	1.183		2.850	.005
	Daya_Tarik_Wisata	.213	.099	.190	2.156	.034
	Fasilitas	.249	.108	.203	2.307	.023
	Kepuasan_Pengunjung	.431	.081	.473	5.318	.000

a. Dependent Variable: Minat_Berkunjung_Kembali

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 15 menggambarkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara keinginan untuk kembali dan keberadaan atraksi wisata, fasilitas, dan kebahagiaan pengunjung. Hasil ini diperoleh dari tingkat signifikansi yang kurang dari 0,05 dan nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel.

Koefisien Determinasi

Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi Substruktural I

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.415	.403	1.730

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Daya_Tarik_Wisata

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pengunjung

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Nilai Adjusted R² Persamaan I adalah 0,403, seperti yang ditunjukkan pada tabel 16. Faktor daya tarik wisata dan fasilitas dapat menjelaskan 40,3% dari kepuasan pengunjung, sedangkan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini dapat menjelaskan 59,7% sisanya.

Tabel 17. Hasil Koefisien Determinasi Substruktural II

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.541	1.380

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Pengunjung, Daya_Tarik_Wisata, Fasilitas

b. Dependent Variable: Minat_Berkunjung_Kembali

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Nilai Adjusted R² Persamaan II adalah 0,541, seperti yang ditunjukkan pada tabel 17. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kesenangan pengunjung, atraksi wisata, dan fasilitas menyumbang 54,1% dari minat untuk kembali, sementara variabel lain menyumbang 45,9% sisanya.

Analisis Jalur

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.956	1.453		2.035	.045
	Daya_Tarik_Wisata	.449	.115	.363	3.898	.000
	Fasilitas	.495	.125	.368	3.946	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pengunjung

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

$$Y1 = 0,363 X1 + 0,368 X2 + 0,772$$

- a. Koefisien regresi X1 sebesar 0,363 maka setiap penambahan satuan pada variabel daya tarik wisata akan menambah kepuasan pengunjung sebesar 0,363.
- b. Koefisien regresi X2 sebesar 0,368 maka setiap penambahan satuan pada variabel fasilitas akan menambah kepuasan pengunjung sebesar 0,368.
- c. Error 1 sebesar 0,772 artinya kepuasan pengunjung tidak dapat dijelaskan oleh daya tarik wisata dan fasilitas diabaikan.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.371	1.183		2.850	.005
	Daya_Tarik_Wisata	.213	.099	.190	2.156	.034
	Fasilitas	.249	.108	.203	2.307	.023
	Kepuasan_Pengunjung	.431	.081	.473	5.318	.000

a. Dependent Variable: Minat_Berkunjung_Kembali

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

$$Y2 = 0,190 X1 + 0,203 X2 + 0,473 Y1 + 0,677$$

- a. Koefisien regresi X1 sebesar 0,190 maka setiap penambahan satuan pada variabel daya tarik wisata akan menambah minat berkunjung kembali sebesar 0,190.
- b. Koefisien regresi X2 sebesar 0,203 maka setiap penambahan satuan pada variabel fasilitas akan menambah minat berkunjung kembali sebesar 0,203
- c. Koefisien regresi Y1 sebesar 0,473 maka setiap penambahan satuan pada variabel kepuasan pengunjung akan menambahkan minat berkunjung kembali sebesar 0,473
- d. Error 2 sebesar 0,677 maka minat berkunjung kembali tidak dapat dijelaskan oleh variabel daya tarik wisata, fasilitas dan kepuasan pengunjung diabaikan.

Sobel Test

Tabel 21. Hasil Uji Sobel Substruktural I

Tes Statistic	Std. Error	P-value
3.14783936	0.06147677	0.00164482

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

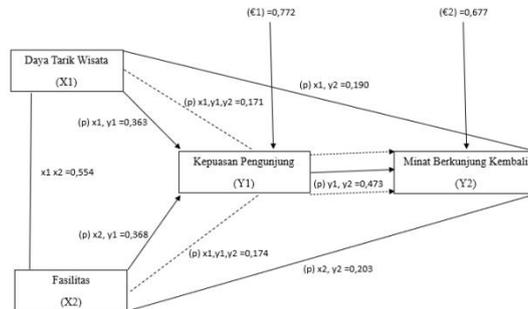
Tabel 22. Hasil Uji Sobel Substruktural II

Tes Statistic	Std. Error	P-value
3.17678773	0.06715746	0.00148916

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 21 dan 22 menunjukkan tes statistic $> t$ tabel dan $p - value < a$. sebagai Kesimpulan, kepuasan pengunjung dapat memediasi daya tarik wisata dengan minat berkunjung Kembali, serta memediasi fasilitas dengan minat berkunjung Kembali.

Diagram Jalur



Gambar 2. Diagram Jalur

KESIMPULAN DAN SARAN

Di Jembatan Wisata Alam, atraksi wisata sangat meningkatkan kepuasan pengunjung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa atraksi wisata Jembatan Wisata Alam, seperti danau hijau yang indah dan bukit-bukit yang tertutup pepohonan yang mengelilinginya, serta wahana edukasi dan rekreasi di taman tersebut, berhasil membuat pengunjung senang dan menarik mereka dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar pengelola Jembatan Wisata Alam memperluas variasi atraksi di lokasi tersebut agar lebih menarik bagi lebih banyak wisatawan dan memenuhi minat mereka. Temuan penelitian ini menyatakan bahwa atraksi wisata merupakan ciri khas yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi dan mengarahkan keputusan wisatawan dalam rangka memenuhi keinginannya.

DAFTAR REFERENSI

- Abdurrohman, F. (2019). Pengaruh daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening (Studi pada pengunjung obyek wisata Pantai Logending) [Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa].
- Dewi, I. E. B., & Purnomo, H. (2023). Pengaruh fasilitas wisata, promosi, dan harga terhadap minat berkunjung kembali wisatawan (Studi destinasi wisata Taman Ghanjaran Trawas). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(4). <https://doi.org/10.21107/jkim.v2i4.18416>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit UNDIP.

- Jannah, M. S. M. (2022). Pengaruh citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening [Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa].
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Marketing management* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kristianto, N., & W, I. A. D. P. (2020). Keputusan berkunjung pada Hotel Ibis di Surakarta. *Jurnal STIE*, 4(2), 404–409.
- Kusumaningrum, S., Rachma, N., & Khoirul ABS, M. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi dan kualitas layanan terhadap minat kunjung kembali wisatawan melalui kepuasan sebagai variabel intervening (Studi kasus mahasiswa FEB Unisma angkatan 2018). www.fe.unisma.ac.id
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh daya tarik, kualitas pelayanan, fasilitas dan keselamatan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1, 144–156.
- Ningrum, R. O., Fauzi, R. U. A., & Sidanti, H. (2024). Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Bendungan Dawuhan.
- Nuraeni, B. S. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20. <https://doi.org/10.14710/jbs.23.1.1-20>
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh media sosial, event pariwisata, dan fasilitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>
- Sammeng, A. M. (2001). *Cakrawala pariwisata*. Balai Pustaka.
- Sarwono, J. (2005). *Teori dan latihan menggunakan SPSS*. Andi Yogyakarta.
- Sarwono, J. (2007). *Analisis jalur untuk riset bisnis dengan SPSS*. Andi Yogyakarta.
- Saryatun, Riptiono, S., Azizah, S. N., & Rhamdhani, I. M. (2024). Escalating the tourist revisit intention on the heritage destination with the memorable tourism experiences. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 31–43. https://doi.org/10.22441/jurnal_mix.2024.v14i2.012
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan strategis kepariwisataan daerah: Konsep dan aplikasi*. e-Gov Publishing.