

# PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AKSESIBILITAS, DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (Study kasus pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti)

Anggia Ayu Lestari <sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci  
e-mail: [anggialestari66@gmail.com](mailto:anggialestari66@gmail.com).

Diterima: 12/12; Review: 17/12; Disetujui: 17/12

Cara sitasi: Lestari AA. 2022. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali. Jurnal Administrasi Kantor. 10 (2): 153-166.

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, dan kepuasan wisatawan pada objek wisata budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti, Kecamatan Sitingau Laut, Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi. Jenis data yang digunakan adalah data primer bersifat kuantitatif. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang mengunjungi objek wisata budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti. Responden berjumlah 80 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik demografi pengunjung wisata budaya Taman Tujuh mayoritas berusia 17 – 27 tahun, berjenis kelamin perempuan, berpendidikan S1 dan merupakan pelajar/mahasiswa. Berdasarkan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata (X1) Aksesibilitas (X2) dan Kepuasan Wisatawan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti. Penelitian ini berimplikasi bahwa desa Hiang Sakti perlu melakukan promosi lebih gencar lagi serta memberikan penawaran produk wisata yang lebih baik lagi.

**Kata kunci:** Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Kepuasan Wisatawan dan Minat Berkunjung Kembali

**Abstract:** The purpose of this study was to determine and analyze the influence of tourist attraction, accessibility, and tourist satisfaction on the cultural tourism object of Taman Tujuh Hiang Sakti Village, Sitingau Laut District, Kerinci Regency, Jambi Province. The type of data used is primary data is quantitative. The primary data was obtained from distributing questionnaires to tourists who visited the cultural tourism object of Taman Tujuh Hiang Sakti Village. Respondents amounted to 80 people. The results showed that the demographic characteristics of visitors to the Taman Tujuh cultural tour were the majority aged 17-27 years, were female, had an undergraduate degree and were students. Based on multiple regression analysis, it shows that the variable tourist attraction (X1) Accessibility (X2) and Tourist Satisfaction (X3) have a significant effect on Interest in Returning to the cultural tourism object Taman Tujuh Hiang Sakti village. This research has implications that Hiang Sakti village needs to carry out more intensive promotions and offer even better tourist product offers.

**Keywords:** Tourist Attraction, Accessibility, Tourist Satisfaction and Interest in Returning

## 1. Pendahuluan

Indonesia adalah Negara yang terletak di Benua Asia yang merupakan salah satu Negara yang memiliki kekayaan potensi pariwisata. Indonesia yang merupakan salah

satu Negara berkembang yang memiliki sisi geografis yang membentuk kepulauan, menjadikan Indonesia memiliki keanekaragaman sisi alam, budaya, dan adat manusiayang kemudian menjadikan Indonesia salah satu Negara yang memiliki kekayaan potensi pariwisata (Alvianna S, dkk: 2020).

Kabupaten kerinci adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jambi. Kabupaten kerinci adalah salah satu bentuk karunia tuhan yang sangat indah, daerah ini memiliki puluhan objek wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi, baik oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Desa Hiang Sakti adalah salah satu desa yang ada di kabupaten Kerinci tepatnya di Kecamatan Sitinjau Laut, desa ini dibentuk pada tahun 2011 dari pemekaran Desa Hiang Tinggi. Salah satu wisata budaya yang terdapat di Desa Hiang Sakti yaitu Taman Tujuh, wisata budaya ini sangat didukung atau didorong oleh adanya kebudayaan yang kental dan dilestarikan oleh masyarakat sekitar.

Budaya yang terdapat di desa Hiang Sakti memiliki unsur-unsur dan konsep budaya yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata berbasis budaya, salah satu unsur budaya di Desa Hiang Sakti yang dijadikan sebagai cagar budaya yaitu Taman tujuh. Berdasarkan observasi langsung, potensi budaya yang dimiliki oleh desa Hiang Sakti seperti peninggalan sejarah yaitu air Taman Tujuh yang dipercaya merupakan obat mujarab bagi yang memiliki penyakit. Terdapat juga sebuah kuburan nenek moyang saat memasuki area taman tujuh, dan terdapat juga Rumah Adat di kawasan Taman Tujuh tersebut. Peninggalan budaya tersebut harusnya dapat dilestarikan dan dijaga demi kebaikan bersama. Keberadaan tempat wisata di desa Hiang Sakti merupakan daya tarik sendiri bagi masyarakat setempat sebagai wisatawan khususnya yang menginginkan tempat wisata budaya. Taman Tujuh mempunyai daya tarik yang cukup potensial yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Salah satunya adalah Daya tarik/Atraksi budaya Kenduri sko yang dilakukan 5 tahun sekali, ziarah bersama di makam nenek moyang. Taman Tujuh sebagai objek wisata yang berada di dataran tinggi tentunya mengandalkan pemandangan dan keindahan alam untuk memikat hati wisatawan. Selain itu daya tarik yang ditawarkan oleh Objek Wisata Alam Taman Tujuh ini merupakan pemandangan hamparan sawah berwarna hijau dan sungai yang terbentang serta bukit yang berjejeran yang mengelilingi Taman Tujuh tersebut sehingga dapat memanjakan mata para wisatawan yang berkunjung.

Data jumlah kunjungan wisatawan dari masyarakat setempat maupun dari beberapa daerah di kabupaten Kerinci akan dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Tahun 2015-2020**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2016	200
2	2017	252
3	2018	187
4	2019	600
5	2020	450
6	2021	420

*Sumber: Data Desa Hiang Sakti*

Berdasarkan Tabel 1 diatas tentang data kunjungan Wisatawan ke objek Wisata budaya Taman Tujuh dapat dilihat bahwa terjadi penurunan yang cukup besar dari tahun ke tahun, hal ini disebabkan kurang nya promosi yang gencar dan kurang nya perhatian pemerintah terhadap Objek wisata Budaya Taman Tujuh ini sehingga wisatawan bosan dengan produk wisata yang ditawarkan dan akibatnya wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata budaya Taman Tujuh ini tidak mau mengunjungi kembali objek wisata tersebut. Kesimpulan dari tabel 1 diatas adalah kunjungan wisatawan ke Taman Tujuh mengalami kemerosotan yang sangat banyak dan dinilai tidak adanya kemajuan peningkatan kunjungan wisatawan. Wisatawan banyak berkunjung hanya jika ada acara adat seperti kenduri sko, ziarah bersama makam nenek moyang, serta adanya acara tertentu yang diadakan desa Hiang Sakti di Taman Tujuh.

### **Minat Berkunjung Kembali**

Menurut (Arhisontha, 2012) minat berkunjung adalah suatu reaksi dari konsumen untuk mengingkan kunjungan terhadap suatu objek. Minat berkunjung merupakan adopsi dari minat beli yang pada akhirnya membentuk persepsi. Menurut (Christian, 2017) minat beli memberikan tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian. Tahapan selanjutnya adalah kepuasan konsumen, dimana saat konsumen mencapai tahap puas akan menciptakan perilaku yang loyal dan komitmen terhadap suatu produk.

### **Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna

tertentu misalnya, lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah dan peristiwa tertentu (Aliyah, 2017). (Basiya, Abdul, & Rozak, 2012) menyatakan bahwa daya tarik wisata menjadi motivasi yang pertama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Suatu destinasi wisata akan lebih menarik apabila memiliki tingkat keunikan yang berbeda dari destinasi wisata lainnya. daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mampu menarik untuk bisa dilihat dan dinikmati di destinasi wisata. Daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata (Pendit, 2002).

### **Aksesibilitas**

Aksesibilitas adalah sebuah fasilitas pendukung yang dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang akan melakukan perjalanan. Untuk melakukan perjalanan tersebut dibutuhkan suatu alat transportasi. Dengan adanya kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai macam alat transportasi sudah tersedia beragam jenisnya dan menjadi salah satu pendukung serta pendorong kemajuan pariwisata (Sammeng, 2000). Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan industry pariwisata. Dimana pengembangan industry pariwisata tidak akan berjalan jika, tempat wisata tersebut tidak didukung dengan akses yang sesuai dan objek yang menarik. Salah satu penentu dari industry pariwisata dilihat dari Transportasi dan faktor jarak serta waktu sangat berpengaruh terhadap kemauan manusia untuk pergi berpariwisata. Aksesibilitas adalah sarana yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata baik itu dari kemudahan transportasi, informasi, maupun jalan menuju destinasi wisata (Rokhayah EG, dkk : 2021).

### **Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan (Supranto 2006:233). Kepuasan diperoleh apabila kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi, sedangkan keinginan dan kebutuhan manusia selalu berubah dan tidak ada batasnya Kotler dan Keller (2010:211) Dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara kinerja produk yang dihasilkan dengan kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Jika berada di bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas.

Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang (Sengkaeng S, dkk :2015).

## 2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang mempelajari kasus pemasaran pada wisata budaya di Desa Hiang Sakti, Kecamatan Sitinjau Laut, Kabupaten Kerinci, Jambi. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas dan Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung kembali wisata budaya di Taman Tujuh desa Hiang Sakti. Adapun ruang lingkup penelitian difokuskan dengan hal-hal yang berkaitan dengan wisata budaya di desa Hiang Sakti, Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi, baik itu wisatawan luar desa maupun masyarakat asli desa Hiang Sakti.

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi liner berganda menggunakan aplikasi pengolahan data IBM-SPSS Statistik 24. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke wisata budaya Taman tujuh Desa Hiang Sakti. Data penelitian bersifat data primer yang diperoleh melalui survei lapangan dengan cara pengisian angket atau kuisioner sebagai instrumen penelitian.

Teknik pengambilan Sampel dalam penelitian ini adalah non *probability* dengan *accidental sampling*, yaitu teknik sampling untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang dijadikan dalam metode ini adalah teori dari Sekaran (2006) yaitu 20 kali dari total variabel, sebagai berikut:

$$n_{\text{Min}} = 20 \times \text{Jumlah Variabel}$$

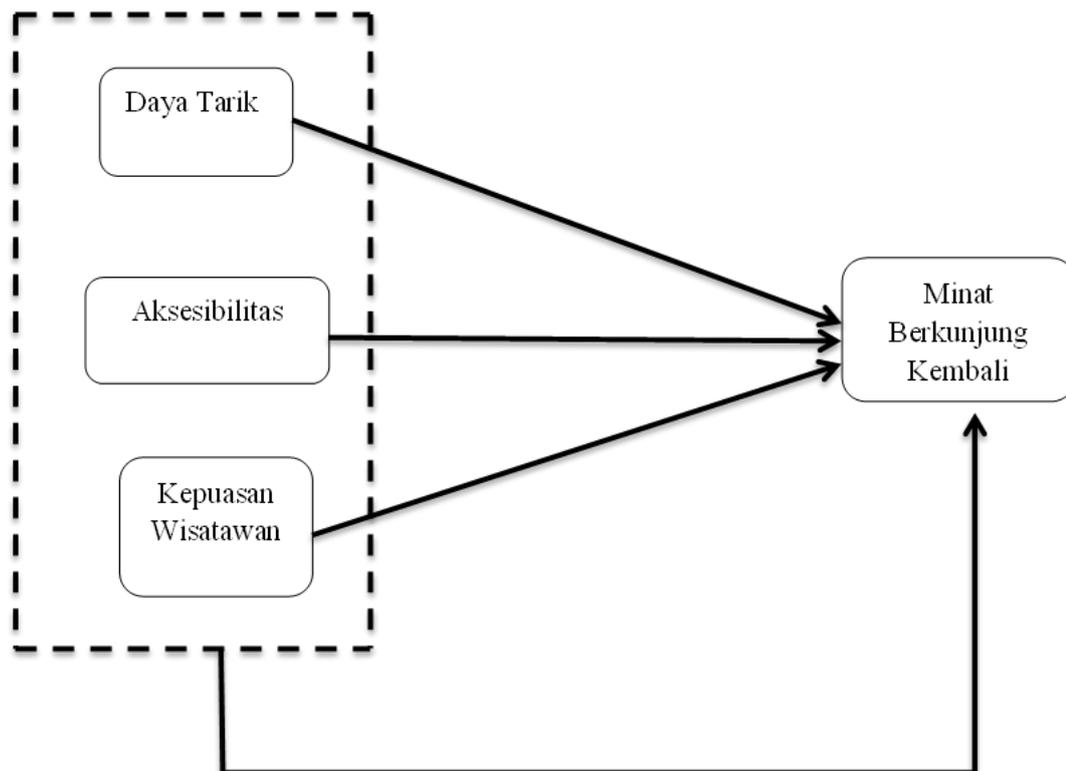
$$20 \times 4$$

$$n_{\text{Min}} = 80$$

Jadi sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini menurut teori Sakeran adalah 80 sampel dari masyarakat kabupaten Kerinci yang pernah berkunjung ke objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti.

## Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada tinjauan pustaka yang telah dipaparkan diatas mengenai pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, dan kepuasann wisatawan terhadap minat kunjung ulang, maka dapat diajukan kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

Dari gambar di atas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada wisata budaya Taman Tujuh.

H2: Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada wisata budaya Taman Tujuh.

H3: Kepuasan Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada wisata budaya Taman Tujuh.

H4: Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, dan Kepuasan Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada wisata budaya Taman Tujuh.

#### **Definisi Operasional variabel**

Berikut definisi operasional variabel:

a. Variabel Daya Tarik Wisata

merupakan segala sesuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia

yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan yang diukur dari elemen atraksi, mudah tercapai, dan fasilitas.

b. Variabel Aksesibilitas

Merupakan kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi budget perjalanan tersebut dan akan dilihat dari elemen akses informasi, akses kondisi jalan, serta tempat akhir perjalanan.

c. Variabel Kepuasan Wisatawan

Perasaan senang atas hasil dari membandingkan kinerja produk dengan harapan dilihat dari elemen fasilitas, produk wisata, keramahan penduduk, dan aturan.

d. Variabel Minat Berkunjung Kembali

Merupakan Keinginan yang kuat untuk berkunjung kembali yang diukur dari harapan mengunjungi lagi, mencari informasi, tujuan di masa depan, menyarankan kepada orang lain.

Kriteria penentuan sampel dilakukan dengan berdasarkan pada populasi penelitian yang merupakan pengunjung wisata budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti, Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci, Jambi. Responden diyakini sebagai orang yang pernah berkunjung minimal satu kali pada objek wisata Tamann Tujuh desa Hiang Sakti. Teknik pengambilan yang dilakukan penulis dengan mengajukan kuesioner secara tatap muka kepada pengunjung objek wisata Budaya Taman Tujuh yang sedang berkunjung. Teknik pengambilan Sampel dalam penelitian ini adalah non *probability* dengan *accidental sampling*, yaitu teknik sampling untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan dalam metode ini adalah teori dari Sekaran (2006) yaitu 20 kali dari total variabel. Sedangkan analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan berikut:

$$\text{Minat Berkunjung Kembali} = \alpha + \beta_1 \text{ Daya Tarik Wisata} + \beta_2 \text{ Aksesibilitas} + \beta_3 \text{ Kepuasan Konsumen} + e.$$

### 3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil survei kepada 80 responden bahwa dapat diketahui karakteristik demografi dalam penelitian ini terdiri atas jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan responden yang rinciannya dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin :		
Laki-laki	27	34%
Perempuan	53	66%
Umur :		
17-27	34	42%
28-38	28	35%
39-49	10	13%
50-60	4	5%
>60	4	5%
Pendidikan :		
SD	-	
SLTP	-	
SLTA	10	12%
DIPLOMA	24	30%
S1	43	54%
S2	3	4%
Pekerjaan :		
PNS	10	12%
Pegawai Swasta	10	12%
Mahasiswa/Pelajar	25	32%
Dosen/Guru	5	6%
Petani	20	26%
Lainnya (Tidak Bekerja)	10	12%

Berdasarkan Tabel 2. dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden yang berkunjung pada objek wisata Taman Tujuh desa Hiang Sakti mayoritas nya adalah perempuan dengan jumlah 53 orang dan presentase sebesar 66%. Apabila dilihat dari umurnya mayoritas yang mengunjungi objek wisata Taman Tujuh berkisar pada umur 17-27 tahun dengan jumlah 34 orang dan persentase sebesar 42%. Jika dilihat dari pendidikan dan pekerjaan pengunjung mayoritas pendidikan pengunjung wisatawan objek wisata Taman Tujuh desa Hiang Sakti adalah S1 atau yang sedang menjalani pendidikan S1 yaitu sebanyak 43 orang dengan persentase 54% dan mayoritas yang berkunjung adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 25 orang dengan persentase 32%.

Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, dan kepuasan wisatawan secara bersama-sama telah memberikan pengaruh

yang signifikan dan positif terhadap keputusan mengunjungi kembali objek wisata Taman Tujuh desa Hiang Sakti. Hal ini dapat terlihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil pengujian Koefisien Korelasi**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.656 <sup>a</sup>	.430	.408		4.662

Berdasarkan Tabel 3. dapat diketahui bahwa bahwa variabel daya tarik wisata, aksesibilitas dan kepuasan wisatawan memberikan kontribusi sebesar 43% persen terhadap keputusan mengunjungi kembali objek wisata Taman Tujuh desa Hiang Sakti. Sedangkan, hasil analisis pengaruh variabel daya tarik wisata, aksesibilitas dan kepuasan wisatawan secara simultan dengan uji F terhadap keputusan mengunjungi kembali objek wisata Taman Tujuh desa Hiang Sakti dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4 Hasil Perhitungan Pengujian Signifikansi F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1248.188	3	416.063	19.144	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1651.700	76	21.733		
	Total	2899.887	79			

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, dan kepuasan wisatawan secara bersama-sama terhadap keputusan mengunjungi kembali objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti, yang ditunjukkan pada perolehan nilai F = 19,144 dan Sig. = 0,000 < 0,05. Selain itu, bila dilihat dari perhitungan regresi berganda terhadap variabel bauran pemasaran dan faktor lingkungan diperoleh persamaan sebagai berikut:  $Y = 19,474 + 0,013X1 + 0,534X2 + 0,256X3 + e$  yang perhitungannya dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.474	7.253		2.685	.009
	X1	.013	.077	.015	2.173	.023
	X2	.534	.078	.596	6.826	.000
	X3	.256	.108	.207	2.363	.021

*Dependent Variabel (Y): Minat Berkunjung Kembali*

Mengacu pada hasil pengujian, maka dapat dibahas sebagai berikut:

**a. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dilihat dari tabel 5 hasil dari pengaruh Daya Tarik Wisata (X1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah positif dan signifikan, ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2,173 > 1,99045$ ) dan nilai sig adalah 0,023. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dengan demikian daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh. Sehingga jika daya tarik wisata yang diberikan bagus maka pengunjung wisata akan kembali mengunjungi wisata tersebut, begitu juga sebaliknya jika daya tarik wisata yang diberikan tidak bagus maka wisatawan tidak akan mengunjungi lagi wisata tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa daya tarik wisata adalah variable yang penting dalam meningkatkan keinginan untuk mengunjungi lagi objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Warpani (2017:188) menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan/atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu. Seorang wisatawan mengunjungi tempat wisata karena adanya daya tarik yang membawa wisatawan untuk data. Daya tarik ini dapat berupa keindahan, keunikan, nilai sejarah, nilai budaya, keasrian, dan lain sebagainya. Jika daya tarik yang dipersepsikan oleh wisatawan ini sesuai dengan apa yang wisatawan dapatkan selama berkunjung maka wisatawan akan merasa puas sehingga daya tarik wisata ini mempengaruhi kepuasan wisatawan. Teori ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2017) dan Marpaung (2019) dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata. Dengan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa apabila daya tarik wisata yang didapatkan bagus maka akan membuat wisatawan akan mengunjungi kembali objek wisata tersebut.

#### **b. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dilihat dari tabel 5 hasil dari pengaruh aksesibilitas (X2) terhadap minat berkunjung kembali (Y) adalah positif dan signifikan, hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dengan demikian aksesibilitas

berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti. Sehingga jika aksesibilitas yang diperoleh baik maka wisatawan akan berkunjung kembali pada wisata tersebut, begitu juga sebaliknya jika aksesibilitas yang diperoleh tidak baik maka wisatawan tidak akan mengunjungi kembali objek wisata tersebut.

Hal ini sejalan dengan pendapat Suwanto (2015: 56) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral. Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu obyek wisata mendapat kunjungan wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan, yang membuat suatu kawasan lebih banyak di kunjungi adalah sarana akses seperti infrastruktur jalan, obyek dekat dengan bandara dan ada transportasi untuk menuju daerah tujuan wisata. Dengan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa apabila aksesibilitas yang di peroleh bagus maka wisatawan akan mengunjungi kembali tempat wisata tersebut.

### **c. Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dilihat dari tabel 5 hasil dari pengaruh kepuasan wisatawan (X3) terhadap minat berkunjung kembali (Y) adalah positif dan signifikan, Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan wisatawan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dengan demikian variabel kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti. Sehingga jika wisatawan merasa puas pada saat berkunjung maka pelanggan akan mengunjungi kembali wisata tersebut, begitu juga sebaliknya jika wisatawan merasa tidak puas terhadap wisata tersebut maka wisatawan tidak akan mengunjungi kembali wisata tersebut.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Coban (2012) menyatakan bahwa kepuasan pengunjung merupakan hasil ukuran dari keseluruhan pendapat pengunjung pada setiap kualitas destinasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ahmad Raza, dkk (2012) mengenai Relationship Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention In Hotel

Industry, menyampaikan bahwa kepuasan konsumen memiliki dampak positif pada minat kunjung ulang atau behavioral intention. Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa semakin puas wisatawan terhadap produk wisata maka wisatawan tersebut akan mengunjungi kembali wisata tersebut.

**d. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, dan Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dilihat dari hasil uji koefisien determinasi memperlihatkan nilai Adjusted R Square adalah 0,430 atau sebesar 43% , artinya variabel minat berkunjung kembali di pengaruhi oleh variabel daya tarik wisata, aksesibility, dan kepuasan wisatawan sebesar 43 % sisanya yaitu 57% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya dari hasil uji F simultan/ uji ANOVA didapat F hitung= 19,144, dimana F hitung > F tabel (19,144 > 2,72) dan nilai sig adalah 0,000 yang berarti < 005 maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya Daya Tarik Wisata, Aksesibility dan Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti berpengaruh secara simultan.

Hal ini sejalan dengan penelitian ini diketahui bahwa terdapat pengaruh daya tarik, kepuasan, dan aksesibilitas secara simultan terhadap keputusan berkunjung. Jika suatu objek wisata didukung oleh Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas yang maksimal maka akan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Wisata Tani Betet Kabupaten Nganjuk. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rhokayah (2021) yang menggunakan variabel Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara, menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas. Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa apabila Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas dan Kepuasan yang didapat wisatawan bagus maka wisatawan akan berkunjung kembali pada wisata tersebut.

#### **4. Kesimpulan**

Mengacu hasil analisis data, diperoleh kesimpulan:

- a. Daya Tarik Wisata terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti.

- b. Aksesibility terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti.
- c. Kepuasan Wisatawan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti.
- d. Daya Tarik Wisata, Aksesibility, dan Kepuasan Wisatawan terbukti memiliki pengaruh secara bersama terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata budaya Taman Tujuh desa Hiang Sakti

### Referensi

- A.D Christian, Selang.2017.Bauran pemasaran (Marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart bahumall manado.
- Aliyah, K. A. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen SFA Steak & Resto Karanganyar, 1(1), 1188– 1197. Retrieved from <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/890/>
- Alvianna, S., Ryan, G.P. and Syarif, H. (2020) ‘Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata’, Jurnal Kepariwisata. doi.org/10.34013/jk.v4i1.41
- Arhisontha, A. T. (2012). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Ulang wisatawan di taman Geopark Kabupaten Merangin. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin, 13–14.
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012).Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata. Vol. XI No. 2: 1-12.
- Darsono, R. (2015). Pengaruh Fasilitas dan Daya Tarik Wisata terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan, Studi Kasus di Waduk Jatiluhur-Kabupaten Purwakarta. Jurnal Nasional Pariwisata, 5(1), 14-22.
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran. JURNAL MEDIA WISATA: Wahana Informasi Pariwisata, 15(1).

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Mappi Sammeng. (2000). Cakrawala Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Pendit Nyoman S. 2002. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Raza, Muhammad Ahmad, Ahmad Nabeel Siddiquei, Hayat M Awan dan Khurram Bukhari, 2012, Relationship between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry., Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business, Vol. 4, No. 8, hal. 788-805
- Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10-18
- Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Warpani. (2017). Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah. Bandung: ITB.