

Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang

Stella Alvianna^{1)*}, Rizky Alviandra²⁾

¹Program Diploma Kepariwisataaan, Universitas Merdeka Malang

*) Korespondensi: stellaalvianna03@gmail.com

CHRONICLE

Kata Kunci :
Destinasi Wisata, Minat
Berkunjung Kembali,
Kepuasan Wisatawan

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of tourist destinations and tourist satisfaction on the interest of revisiting Topeng Malang tourism village. This research is a quantitative descriptive study, with data collection techniques through questionnaires. The number of population used is all people who have visited the tourist destination of Topeng Malang tourism village. The number of samples was 100 respondents. Data analysis techniques using hypothesis testing and path analysis. The results showed that tourist destinations have a significant effect on tourist satisfaction, and tourist destinations also have a significant effect on interest in revisiting, while tourist destinations have no significant effect on interest in revisiting through tourist satisfaction

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan di Asia Tenggara, dan terletak di antara benua Asia dan Benua Australia KBBI (2019). Kepariwisata Indonesia merupakan penggerak perekonomian nasional yang potensial untuk memacu perkembangan perekonomian dimasa depan menurut(Farida, 2016). Indonesia memiliki berbagai wilayah dengan potensi daya Tarik pariwisata yang dapat menarik wisatawan, salah satunya adalah Kota Malang. Kota Malang sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Timur, memiliki beberapa potensi daya Tarik wisata didalamnya salah satunya adalah Kampung Wisata Topeng yang berlokasi di Dusun Baran, Tlogowaru, Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Kampung wisata ini berada di wilayah dengan dataran yang cukup tinggi dan terdapat banyak pepohonan serta tanaman hias yang menjadikan suasana dia kampung wisata topeng ini terasa sejuk dan asri. Di area Kampung Wisata Topeng terdapat topeng Panji Asmoro Bangun dan Dewi Sekartaji yang berukuran besar, kedua topeng ini memang dijadikan mascot di Wisata Kampung Topeng.

Dilihat dari sisi teori, wisata kampung topeng Tlogowaru sudah memenuhi 4 (empat) komponen utama dalam sebuah destinasi wisata, yaitu atraksi wisata di destinasi wisata tersebut, aksesibilitas menuju wisata kampung topeng Tlogowaru yang sudah beraspal dan terdapat petunjuk arah yang terpasang di persimpangan jalan menuju wisata kampung topeng, untuk amenities terdapatnya fasilitas toilet dan mushola, sedangkan untuk *ancillary* masih belum terdapat fasilitas tambahan wisata seperti pusat informasi wisatawan. Dengan begitu tujuan penelitian ini secara khusus untuk menganalisis bagaimana pengaruh destinasi wisata serta kepuasan pelanggan terhadap minat berkunjung Kembali wisatawan ke Destinasi wisata Kampung Topeng Kota Malang.

KAJIAN LITERATUR

Destinasi Wisata

(Badarab et al., 2017) mengemukakan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata mengandung tujuan yang sama yang mencakup unsur- unsur seperti dibawah ini:

1. *Attraction* : atraksi wisata yang berbasis utama pada kekayaan alam maupun budaya serta artificial atau atraksi buatan seperti *event* atau yang biasanya digolongkan dalam minat khusus
2. *Accessibilities*, yang mencakup dukungan system transportasi diantaranya: fasilitas terminal, bandara, Pelabuhan, jalur transportasi/ rute serta model transportasi lainnya.
3. *Amenity*, yang mencakup fasilitas penunjang maupun pendukung wisata diantaranya: akomodasi, rumah makan (*food and beverage*), toko cinderamata, biro perjalanan, retail, pusat informasi wisata, fasilitas penukaran uang (*money changer*) serta fasilitas kenyamanan lainnya.
4. *Ancillary Service*, yang mencakup seperti rumah sakit, bank, pos, telekomunikasi dan lainnya. Ini merupakan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut (simamora, 2016) kepuasan pelanggan adalah hasil pengalaman terhadap produk, ini merupakan sebuah perasaan pelanggan setelah membandingkan antara harapan (*Prepurchase Expectation*) dengan Kinerja Aktual (*Actual Performance*).

Minat Berkunjung Kembali

Selain itu minat berkunjung Kembali menurut (Sari & Pangestuti, 2018) minat kunjungan ulang adalah dorongan seseorang untuk melakukan kunjungan ulang atau berkunjung ke suatu tempat yang memiliki daya Tarik tersendiri.

HIPOTESIS

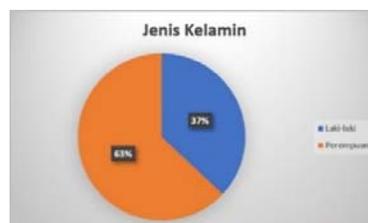
1. H₁ : Diduga bahwa destinasi wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan
2. H₂ : Diduga bahwa destinasi wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali
3. H₃ : Diduga bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap minat berkunjung Kembali
4. H₄ : Diduga bahwa destinasi wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung Kembali melalui kepuasan wisatawan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu untuk mengetahui pengaruh destinasi wisata terhadap minat berkunjung Kembali dengan mediator kepuasan wisatawan. Suatu metode pendekatan untuk mengkaji objek penelitian dengan berupaya menjelaskan keterkaitan antara variabel penelitian dengan menggunakan perhitungan statistic dan statistic deskriptif dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Penelitian ini dilakukan di Destinasi wisata Kampung Topeng Malang. Adapun sampel penelitian karena jumlah populasi tidak diketahui maka penulis menggunakan pendapat Prawira (2010: 46) yang merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5-10 kali jumlah item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner, maka penulis menetapkan dengan menggunakan ukuran maksimal sampel penelitian ini adalah $10 \times 10 = 100$, dengan begitu sampel yang akan digunakan sebesar 100 responden yang merupakan wisatawan kampung Topeng Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden



Gambar 1 data jenis kelamin responden

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 63%, sedangkan responden laki laki yaitu sebanyak 37 %.



Gambar 2 data pekerjaan responden

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan sebagian besar responden adalah mahasiswa yaitu sebesar 43%, sedangkan 23% adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS),sebesar 16% adalah wiraswasta, sebesar 14% adalah Swasta, sedangkan 4% adalah lainnya.

Pengujian Koefisien Jalur (Analisis Regresi)

Nilai koefisien jalur (*beta standar*) dalam analisis jalur diperoleh dari hasil regresi yang terdiri dari dua model :

a. Hubungan kausal antara X, Z dengan Y

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 1, maka dapat disusun persamaan jalur hubungan kausal antara *Destinasi wisata* (X) dan Kepuasan Wisatawan (Z) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil regresi *Destinasi wisata* (X) terhadap Kepuasan Wisatawan (Z)

Variabel Bebas	B	Beta	T _{hitung}	Sig
<i>Destinasi wisata</i> (X)	0,853	0,757	11,464	0,000
Konstanta	0,555			
Variabel Terikat	Kepuasan Wisatawan (Z)			
R	0,757			
R ²	0,573			
R ² Adjusted	0,568			
Probabilitas	0,000			
Persamaan Jalur : Z = 0,757 X + ε				

Sumber : Data primer diolah, 2020

Persamaan Jalur :

$$Y_1 = \rho_{y1x} + \varepsilon^1$$

$$Y_1 = 0,757X + \varepsilon^1$$

Hasil Uji t untuk menguji signifikansi pengaruh *Destinasi wisata* terhadap Kepuasan Wisatawan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa hubungan kausal antara X dengan Z signifikan. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis (H_1) yang menyatakan bahwa *Destinasi wisata* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan diterima.

a) Hubungan Kausal antara X dengan Z

Hasil analisis regresi antara Kepuasan Wisatawan, Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali disajikan pada tabel sebagai berikut

Tabel 2
Hasil regresi *Destinasi wisata* (X) dan Kepuasan Wisatawan (Z) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Variabel Bebas	B	Beta	Thitung	Sig
<i>Destinasi Wisata (X)</i>	0,512	0,467	4,995	0,000
<i>Kepuasan Wisatawan (Z)</i>	0,375	0,385	4,126	0,000
Konstanta	0,524			
Variabel Terikat	Minat Berkunjung Kembali (Y)			
R	0,799			
R ²	0,368			
R ² adjusted	0,631			
Probabilitas	0,000			
Persamaan Jalur : $Y = 0,467X + 0,385Z + \epsilon^2$				

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, maka dapat disusun persamaan jalur hubungan kausal antara *Destinasi Wisata* (X) dan Kepuasan Wisatawan (Z) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebagai berikut :

$$Y = \rho_{y2x} + \rho_{y2y1} + \epsilon^2$$

$$Y = 0,467X + 0,385Z + \epsilon^2$$

a) Jalur hubungan kausal X dengan Y

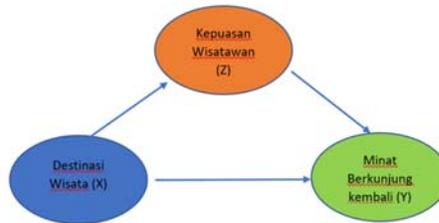
Hasil analisis diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hubungan kausal antara X dengan Z signifikan. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis (H_2) yang menyatakan bahwa *Destinasi Wisata* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung kembali.

b) Jalur hubungan kausal Z dengan Y

Hasil analisis diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hubungan kausal antara Z dengan Y tidak signifikan. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis (H_3) yang menyatakan bahwa Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung kembali diterima.

Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pengujian model yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, selanjutnya dilakukan rekonstruksi jalur hubungan kausal antar variabel yang satu dengan yang lain. Adapun konstruksi jalur yang diperoleh dari hasil analisis adalah sebagai berikut :



Gambar 3 : Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Berdasarkan dekomposisi statistik yang diperoleh sebagaimana disajikan pada gambar diatas, masing-masing jalur signifikan sehingga model dekomposisi empirik yang diperoleh sama dengan dekomposisi statistik tersebut. Pada gambar 3 dapat diketahui pengaruh langsung dan tidak langsung masing-masing variabel terhadap Minat berkunjung kembali. Selanjutnya untuk membandingkan pengaruh langsung dan tidak langsung dari jalur yang ada dengan cara mengalikan koefisien jalur pada masing-masing jalur yang terbentuk, nilai perkalian yang paling tinggi merupakan jalur terbaik yang dapat digunakan, adapun besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dihitung sebagai berikut :

- 1) Pengaruh langsung *Destinasi wisata* (X) terhadap Minat berkunjung kembali (Y) dengan koefisien jalur $PY_1 = \rho_{y1x} + \varepsilon^1$ dengan nilai $Y_1 = 0,757X + \varepsilon^1$
- 2) Pengaruh tidak langsung *Destinasi wisata* (X) terhadap Minat Berkunjung kembali (Y) melalui Kepuasan wisatawan (Y) dengan koefisien jalur $Y = \rho_{y2x} + \rho_{y2y1} + \varepsilon^2$ dengan nilai $Y = 0,467X + 0,385X + \varepsilon^2$

Tabel 3
Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total

Variabel	Pengaruh Langsung		Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
	Z	Y		
X	0,757	4,995	0,757 x 0,385 = 0,291	4,996 + 0,291 = 5,287
Z		0,385		

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan uji pengaruh langsung dan tidak langsung pada tabel, bila dapat diketahui bahwa *Destinasi Wisata* (X) berpengaruh langsung terhadap Kepuasan wisatawan (Y2) dengan koefisien beta 0,757. Sedangkan pengaruh tidak langsung *Destinasi Wisata* (X) terhadap minat berkunjung kembali (Z) melalui Kepuasan wisatawan (Y) adalah sebesar 0,291. Dengan demikian pengaruh langsung lebih

besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis (H4) yang menyatakan bahwa *Destinasi wisata* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan.

1. Pengaruh Destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan di Kampung Topeng Malang

Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel destinasi wisata (X) terhadap kepuasan wisatawan (Z), dari perhitungan nilai t hitung sebesar 11,464 dengan signifikansi sebesar 0,000. Penelitian ini menggunakan batas signifikan sebesar ($\alpha = 0,05$), karena *p value* variabel X lebih kecil dari batas signifikan yang digunakan, maka dapat disimpulkan untuk hipotesis pertama yang mengatakan bahwa destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dapat diterima dan dapat teruji secara statistik. memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan (Z). Hal tersebut berkaitan dengan hasil penelitian (Wanda & Pangestuti, 2018) bahwa terdapat pengaruh positif pada komponen destinasi wisata terhadap kepuasan pengunjung di situs *trowulan*, meski tidak semua komponen dikategorikan baik, yaitu pada indikator *amenity/ amenitas*, dan (Setyanto & Pangestuti, 2019) (Alvianna et al., 2020) membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel komponen destinasi wisata terhadap kepuasan pengunjung di pantai gemah tulungagung, dengan berdasarkan pada perhitungan bahwa indikator aksesibilitas memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya.

2. Pengaruh destinasi wisata terhadap minat berkunjung Kembali di kampung topeng Malang

Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel destinasi wisata (X) terhadap minat berkunjung Kembali (Y), dari perhitungan nilai t hitung sebesar 4,995 dengan signifikansi sebesar 0,000. Pada penelitian ini penulis menggunakan batas signifikan sebesar ($\alpha = 0,05$), hal ini menunjukkan bahwa *p value* lebih kecil dari batas signifikan yang digunakan, dan dapat disimpulkan untuk hipotesis kedua yang mengatakan bahwa destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Kembali dapat diterima dan teruji secara statistik. Penelitian yang berkaitan dengan ini adalah hasil penelitian (Aviolitasona, 2017)(Hidayatullah et al., 2020) bahwa kognitif citra destinasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan umbul sewu pingging Boyolali. Demikian halnya yang disampaikan oleh (Alvianna et al., 2020) (Alvianna, 2017) dimana hasil penelitiannya menghasilkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara destinasi yang terdiri dari atraksi, amenitas, aksesibilitas dan ancenary.

3. Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali di kampung wisata Topeng Malang

Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel kepuasan wisatawan (Z) terhadap variabel minat berkunjung Kembali (Y) memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hubungan kausal antara variabel kepuasan wisatawan (Z) dengan variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) tidak signifikan. Dengan begitu hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Kembali diterima. Hasil penelitian lain yang berkaitan adalah hasil penelitian (Nurlestari, 2016) namun pada penelitian ini dikatakan bahwa kepuasan wisatawan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang di Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. Demikian halnya yang dilakukan oleh (Sandrio et al., 2020) dimana kepuasan wisatawan sangat berpengaruh terhadap minat benjung Kembali ke tempat wisata Gunung Bromo.

4. Pengaruh Destinasi Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini didapat berdasarkan uji pengaruh langsung dan tidak langsung pada variabel Destinasi Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui kepuasan Wisatawan, untuk itu diketahui bahwa Destinasi wisata (X) berpengaruh langsung terhadap kepuasan Wisatawan (Y), sedangkan pengaruh tidak langsung Destinasi Wisata (X) terhadap minat berkunjung Kembali (Z) melalui kepuasan Wisatawan(Y). Apabila pada pengaruh langsung didapat koefisien beta sebesar 0,757 dan pada pengaruh tidak langsung didapat koefisien bta sebesar 0,291, dengan demikian pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Dengan analisis tersebut, juga menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa destinasi wisata tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui kepuasan wisatawan, diterima. Berbeda hasil dengan Hasil penelitian (Ma'rifatun, 2018) bahwa kepuasan pengunjung pantai suwuk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang, dengan ini menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan pengunjung pantai suwuk menimbulkan minat berkunjung Kembali oleh wisatawan.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pengujian hipotesis yang ada, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah destinasi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, selanjutnya Destinasi wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung Kembali, kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung Kembali, namun pada pengujian destinasi wisata terhadap minat

berkunjung Kembali melalui kepuasan wisatawan didapatkan hasil yang tidak signifikan. Namun hasil pengujian pada pengaruh langsung didapatkan hasil yang lebih besar dibandingkan dengan pengaruh yang tidak langsung. Kualitas pelayanan dan harga juga sangat mempengaruhi keputusan berkunjung .

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S. (2017). ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI TAMAN WISATA AIR WENDIT KABUPATEN MALANG. *Jurnal Pariwisata Pesona*. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1263>
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Attraction, Accessibillity, Amenity, Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i1.41>
- Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Harga Layanan dan Kepuasan terhadap Kesetiaan Usia Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Media Wisata*, 18(1), 69-80.
- Amelia, R., & Hidayatullah, S. The Effect of Instagram Engagement to Purchase Intention and Consumers' Luxury Value Perception as the mediator in the Skylounge Restaurant
- Badarab, F., Trihayuningtyas, E., & Suryadana, M. L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togean Provinsi Sulawesi Tengah. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*. <https://doi.org/10.17509/thej.v7i2.9016>
- Farida, L. D. (2016). Pengukuran User Experience Dengan Pendekatan Usability [Kasus: Website Pariwisata Di Asia Tenggara]. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia*.
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). Citra Destinasi : Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.4246>
- Nurlestari, A. fitri. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*.
- Sandrio, L., Hidayatullah, S., Supriadi, B., & Patalo, R. G. (2020). Effect of tourism satisfaction as a mediator variable of images of destination and facilities to loyalties on millenial generation to visit Bromo Tengger Semeru. *International Journal of Scientific and Technology Research*.
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata

Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- simamora. (2016). Simamora, Juniati Vivin. 2016. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen The Body Shop Ambarukmo Plaza Yogyakarta). Manajemen. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta. *Simamora, Juniati Vivin. 2016. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen The Body Shop Ambarukmo Plaza Yogyakarta). Manajemen. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.* <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- Wanda, I. B. K., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.