CITACONOMIA : Economic and Business Studies

Volume 3 No.2
ISSN: 2963-492x
The article is published with OpenAccess at:
https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex

PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS, AKSESIBILITAS, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP MINAT BERKUJUNG KEMBALI WISATAWAN DI OBJEK WISATA PANTAI KLAYAR KABUPATEN PACITAN

Sulis Setiani[1], Dian Citaningtyas Ari Kadi[2],Metik Asmike[3]
[1,2,3]Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
email:dian.citaningtyas@unipma.ac.id

Abstrak*-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Objek Wisata Pantai Klayar Kabupaten Pacitan sebanyak 384 orang melalui angket/kuesioner. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan teknik Purposive Sampling. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Uji Asunsi Klasik, Uji Linier Berganda, dan Uji t. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa 1) Citra Destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. 2) Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. 3) Aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. 4. Electronic Word of Mouth (E-WOM) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.*

Kata Kunci: *Citra Destinasi, Fasilitas, Aksesibilitas, Electronic Word of Mouth (E-WOM), Minat Berkunjung Kembali*

PENDAHULUAN

Perkembangan daya tarik wisata di suatu daerah sangat erat kaitannya dengan industri pariwisata. Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan suatu daerah. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata. Industri pariwisata berdampak pada percepatan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang menjalankan usaha di tempat wisata dengan meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa yang dijual di tempat wisata.

Berkembangnya suatu industri pariwisata bergantung pada jumlah pengunjung yang datang dan objek wisata yang tersedia dilokasi tersebut. Oleh karena itu, untuk

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

memajukan pertumbuhan pariwisata perluasan lokasi wisata harus didukung. Pariwisata telah banyak mendorong pertumbuhan karena keindahan alam Indonesia yang luar biasa. Mayarakat didaerah wisata dapat membuatnya menjadi tempat yang bagus dan indah jika tempat wisata dikelola dengan baik dan bagus. Dengan begitu pengunjung akan sangat tertarik untuk mengambil foto dan menikmati keindahannya. Kabupaten Pacitan, Jawa Timur adalah salah satu daerah yang memiliki banyak tempat wisata.

Sebenarnya, infrastruktur dan fasilitas yang mendukung sektor pariwisata Pantai Klayar Pacitan semakin representatif. Namun nyatanya tingkat kunjungan wisata justru semakin menurun. Dinas pariwisata, kebudayaan, kepemudaan dan olahraga (disparpora) setempat mencatat ada penurunan angka kunjungan wisata ke Pacitan sebesar 20 persen. Hal ini sejalan dengan perkembangan jumlah pengunjung domestik dan asing di Kabupaten Pacitan.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Kabupaten Pacitan

Tahun	Pengunjung (Orang)		Jumlah
	Wisatawan Mancanegara	Wisata Nusantara	
2019	1.211	2.303.908	2.305.119
2020	105	860.292	860.379
2021	215	744.795	745.010
2022	264	1.565.922	1.566.186
2023	425	1.306.365	1.306.817

Sumber: BPS Kabupaten Pacitan (BPS 2024)

Pada hakikatnya, kunjungan wisata dapat ditingkatkan dan dibangun dengan meningkatkan minat berkunjung kembali para wisatawan. Minat berkunjung kembali merupakan sebuah pendorong orang terhadap suatu objek yang menyababkan seseorang menaruh perhatian pada yang wisatawan sukai yang berdampak pada peningkatan pasar (Hanafi 2021). Lestari dan Yusuf (2020) mengatakan bahwa minat wisatawan untuk mengunjungi tempat yang sama berulang kali dapat ditandai dengan keinginan untuk melakukan tinjauan tentang tempat tersebut di masa depan dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

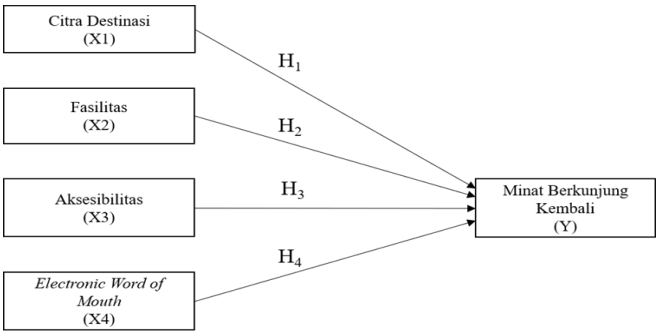
Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori TRA (Theory of Reasoned Action)

Dalam penelitian ini menggunakan grand theory dengan model Theory of Reasoned Action (TRA) yang biasa digunakan untuk mempelajari perilaku manusia. Penelitian dalam psikolog social menunjukkan bahwa niat perilaku seseorang terhadap perilaku tertentu merupakan faktor penentu apakah iya atau tidaknya individu dalam melakukan perilaku tersebut (Ajzen dan Fishbein, 1975). Teori ini menghubungkan antara sikap, kehendak, perilaku, dan juga keyakinan. Kehendak merupakan prediktor terbaik dalam perilaku. Seseorang dapat membuat pertimbangan berdasarkan alasan-alasan yang tidak sama. TRA menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma social yang akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik dipandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Modifikasi Timurti *et al.,* (2020), Eka Gustiani (2021) dan Lalu Adi Permadi *et al.,* (2020)

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1: Diduga citra destinasi berpengaruh positif terhadap mint berkunjung kembali

H_2: Diduga fasilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

H_3: Diduga aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

H_4: Diduga *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali**.**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Objek Wisata Pantai Klayar Kabupaten

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Pacitan dengan minimal usia 17 tahun yang berjumlah sebanyak 384 orang melalui angket/kuesioner. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah menggunakan teknik *Purposive Sampling.* Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Uji Asunsi Klasik, Uji Linier Berganda, dan Uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013) uji validitas mengacu pada seberapa akurat data sebenarnya tentang suatu objek dibandingkan dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Validitas berarti suatu yang dapat digunakan untuk mengukur instrumen yang seharusnya diukur. Nilai r_{hitung} dari semua item pertanyaan memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari pada nilai r_{tabel} (0.113), maka semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013) uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang diandalkan secara konsisten. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila hasil alat ukur tetap sama atau tidak berubah.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Hitung	*Cronbach Alpha*	Ketengan
Citra Destinasi (X_1)	0,615	0,60	Reliabel
Fasilitas (X_2)	0,608	0,60	Reliabel
Aksesibilitas (X_3)	0,614	0,60	Reliabel
Electronic Word of Mouth (X_4)	0,627	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,680	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Dari Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60 dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen dari masing-masing

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal (Ghozali, 2021).

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34344396
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.021
	Negative	-.038
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Output SPSS 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 5 membuktikan bahwa pengujian normalitas dari nilai *Asymp Signifikasi* sebesar 0,200 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan variasi dalam model regresi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam pengamatan ini dapat dilakukan dengan cara uji Glejser.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas Penelitian	≥ α	Sig	Keterangan
Citra Destinasi	0,05	0,228	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fasilitas	0,05	0,131	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Aksesibilitas	0,05	0,997	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
E-WOM	0,05	0,116	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS 2024

Berdasarkan hasil dari uji *glejzer* pada tabel 6.membuktikan bahwa masing – masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai signifikan (α) > 0,05, Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat masalah heterokedastisitas pada penelitian ini.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2021) uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi penilitian menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen (bebas).

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas Penelitian	*Variance Influence Factor (VIF)*	*Tolerance*	Keterangan
Citra Destinasi	1.332	0,990	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Fasilitas	1.318	0,422	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Aksesibilitas	1.362	0,736	Tidak Terjadi Multikolonieritas
E-WOM	1.374	0,362	Tidak Terjadi Multikolonieritas

Sumber: Output SPSS 2024

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Dari Tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa nilai *Variance Influence Factor (VIF)* ketiga variabel diatas kurang dari 10. Variabel Citra Destinasi (X1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,990 > 0,10, variabel Fasilitas (X2) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,422 > 0,10, variabel Aksesibilitas (X3) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,736 > 0,10, dan variabel E-WOM (X4) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,362 > 0,10. Berdasarkan hasil diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadinya multikolinieritas pada penelitian ini sehingga masing-masing variabel dapat dilakukan uji regresi dengan hasil yang signifikan.

Metode Analisis

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Destinasi (X1), Fasilitas (X2), Aksesibilitas (X3), *Electronic Word of Mouth* (X4), dan Minat Berkunjung Kembali (Y). Penggunaan analisis regresi ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2021) uji t dimaksudkan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji parsial (t) adalah salah satu pengujian hipotesis untuk analisis regresi linier sederhana atau regresi linier berganda

Tabel 6 Uji Koefisien Signifikansi Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	Sig	Keterangan
Citra Destinasi	2.149	0,032	Berpengaruh
Fasilitas	-1,892	0,059	Tidak Berpengaruh
Aksesibilitas	8,986	0,000	Berpengaruh
E-WOM	7,090	0,000	Berpengaruh
Variabel Dependent: Minat Berkunjung Kembali			

Sumber: Data Primer, Diolah (2024)

Berdasarkan dari tabel 8. diatas hasil uji hipotesis dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

1) Pengujian terhadap variabel Citra Destinasi

Berdasarkan hasil uji parsial diatas menunjukkan bahwa variabel Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,149 > t_{tabel} sebesar 1,966 dengan nilai signifikansi 0,032 < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa **H_1 Diterima**. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

2) Pengujian terhadap variabel Fasilitas

Berdasarkan hasil uji parsial diatas menunjukkan bahwa variabel Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar – 1.892 < t_{tabel} sebesar 1,966 dengan nilai signifikansi 0,059 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa **H_2 Ditolak.** Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

3) Pengujian terhadap variabel Aksesibilitas

Berdasarkan hasil uji parsial diatas menunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8.986 > t_{tabel} sebesar 1,966 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa **H_3 Diterima**. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

4) Pengujian terhadap variabel *Electronic Word of Mouth* (E-WOM)

Berdasarkan hasil uji parsial diatas menunjukkan bahwa variabel E-WOM terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,986 > t_{tabel} sebesar 1,966 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa **H_4 Diterima**. Hal ini disimpulkan bahwa variabel E-WOM berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021) koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara nol (0) dan satu (1), dan nilai yang lebih tinggi dari 1 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya memberikan sedikit informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependen

Model Summary

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677[a]	.458	.452	1.35051

a. Predictors: (Constant), E-WOM, Fasilitas, Citra Destinasi, Aksesibilitas

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2)

Sumber: Output SPSS

Hasil dari pengujian koefisiensi determinan pada tabel 9. diperoleh nilai Adjusted R square sebesar 0,452. Hal ini menunjukan bahwa minat berkunjung kembali wisatawan dipengaruhi oleh citra destinasi, fasilitas, aksesibilitas, dan E-WOM sebesar 45,2% dan sisanya sebesar 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Analisis dan hasil pembahasan"Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Minat Berkunjung Kembali. Berdasarkan hasil diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Artinya semakin baik citra destinasi wisata semakin banyak juga keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata tersebut. Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Artinya ketersediaan fasilitas-fasilitas seperti area parkir yang luas, kamar mandi dan tempat bilas, jasa ojek, gazebo, penginapan serta fasilitas-fasilitas lainya terbukti tidak mempengaruhi pengunjung objek wisata Pantai Klayar untuk memiliki minat berkunjung kembali. Aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Artinya semakin baik aksesibilitas pada objek wisata Pantai Klayar, maka semakin baik minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Electronic Word of Mouth (E-WOM) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Artinya keberadaan komunikasi pemasaran melalui online tersebut dapat membantu memperkuat hubungan antara kepercayaan emosional dengan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

keinginan atau kebutuhan wisatawan yang ingin berkunjung ataupun berkunjung kembali.

SARAN

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Citra Destinasi, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) yang memiliki kontribusi sebesar 45,2% terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan, dan 54,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali seperti harga, kualitas layanan, persepsi risiko, kepuasan, dan lain sebagainya sehingga data akan semakin akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad. 2018. "Citra Destinasi Dan Pengaruhnya Terhadap Intensi Untuk Berkunjung Kembali Di Sulawesi Selatan Sebagai Destinasi Pariwisata." *Sosiohumaniora* 20 (3): 207.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *A Bayesian analysis of attribution processes. Psychological Bulletin,* 82(2), 261–277.

Al Gazzally, A. D. U., Arinastuti, A., Siti, M., & Esti, M. T. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul Bengkok Kabupaten Banyumas. Majalah Imiah Manajemen dan Bisnis, 20(1), 30-42.

Alvianna, Stella, Ryan Gerry Patalo, Syarif Hidayatullah, dan Ike Kusdyah Rachmawati. 2020. "Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata." *Jurnal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan* 4 (1): 53–59

BPS. 2024. "Pacitan Regency in Figures 2024." *Badan Pusat Statistik Kabupaten Pacitan*, 47–50.

Charli, Chintya Ones, dan Della Asmaria Putri. 2020. "Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung." *Jurnal Ekobistek* 9 (2): 40–48.

Deviana, S. M. (2019). Pengaruh Aksesbilitas, Tarif, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Pantai Nglambor Gunungkidul Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *5*(3), 27-28.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Dita, Riri Febria, dan Muhammad Zaini. 2022. "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pulau Kumala Kabupaten Kutai Kartanegara." *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik* 1 (4): 271–82.

Eddyono, F. (2021). Pengelolaan destinasi pariwisata. Uwais Inspirasi Indonesia.

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., dan Marticotte, F. (2010). E-WOM *Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context, Canadian Journal of Administrative Sciences, 27(1), 5-23*

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hanafi, Abdul Fatah. 2021. "Pengaruh Digital Marketing Facilities, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung kembali (Studi Kasus Wisatawan Pantai Klayar Kabupaten Pacitan)," 12–26.

Hasanah, Nafi'atun. 2022. "Pengaruh Harga, Aksesibilitas, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Dan Biaya Perjalanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Mangrove Pantai Kertomulyo Kabupaten Pati," 1–159.

Hidayat, Taufik Tri Nur, Chalil Chalil, dan Maskuri Sutomo. 2017. "Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 3 (2): 201–12.

Ilda, Amalia, dan Murwatiningsih. 2016. "Pengaruh Citra Destinasi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Berkunjung." *Management Analysis Journal* 5 (3): 257–68.

Isdarmanto, I. (2017). Dasar Dasar Kepariwisataan Dan Pengelolaan Destinasi Wisata.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited*

Kurniawan, T, E Alhadi, dan R Rini. 2022. "Analisis Penerapan Experiential Marketing Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 2 (2): 37–49.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Lestari, Pebryani., dan Abdul. Yusuf. 2020. "Analisis Faktor Penentu Minat Berkunjung kembali pada Destinasi Wisata Taman Limo Jatiwangin Bekasi." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* 11 (2): 180–95.

Lestari, Siti, Ima Kristina Yulita, dan T Handono Eko Prabowo. 2022. "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan)." *EXERO : Journal of Research in Business and Economics* 5 (1): 1–35.

Malikhah, Siti, Muinah Fadhilah, dan Henny Welsa. 2023. "Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta." *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 8 (2): 1814.

Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Interventing Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio, 1*(2 Oktober), 144-155.

Marais, Milandrie, dan Melville Saayman. 2017. "Journal of Hospitality and Tourism Management." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 31:1–12.

Marpaung, Budiman, dan Ani Mekaniwati. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8 (1): 29–38.

Mega Sintia Dewi, I Made Bagus D, dan Bayu Rama Laksono. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Ketersedian Fasilitas terhadap Minat Konsumen Berkunjung Kembali pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo." *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)* 1 (1): 19–26.

Moreira, Pedro, dan Christina Iao. 2014. *"A Longitudinal Study on the Factors of Destination Image, Destination Attraction and Destination Loyalty." Journal of Social Sciences* 3 (3): 90–112.

Mulyantari, Enny. 2021. "Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Goa Maria Tritis." *Media Wisata* 18 (1): 81–89.

Normalasari, Johannes, dan Syahmardi Yacob. 2023. "Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word of Mouth."

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu 12 (01): 156–69.

Oktaviani, Bunga Rizky, dan B. Helpris Estaswara. 2022. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) di Media Sosial Twitter @avoskinbeuaty Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin." *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)* 1 (1): 10–24.

Permadi, Lalu Adi, Layla Vidatul Ula, dan B.P.D. Sakti. 2020. "Senggigi di Tengah Wabah Covid-19 Jurnal Magister Manajemen Unram." *Jmm Unram - Master of Management Journal* 9 (2): 212–20.

Rokhayah, Eka Gustiani, dan Ana Noor Andriana. 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.

Schiffman dan Kanuk. (2016). Perilaku Konsumen.PT. Indeks: Jakarta

Setiawan, J F. 2020. "Fasilitas Pariwisata Sawah di Kabupaten Tabanan, Bali." *eDimensi Arsitektur Petra* VIII (1): 977–84.

Sianipar, Exaudi Samuel. 2020. "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Experiental Purchasing Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Kasus Wisatawan Kabupaten Samosir)," 1–28.

Sugiyono. 2015. "Metode Penelitian Sugiyono - 2015.pdf."

Sugiyono, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Suhartapa, Suhartapa, dan Agung Sulistyo. 2021. "Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang di Pantai Baru Yogyakarta." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12 (2): 115–22.

Tjiptono, F. 2014. Pemasaran jasa, prinsip: penerapan dan penelitian. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran. Andi Offset, Yogyakarta.

Timurti, Citra Sekar, dan Hari Susanta Nugraha. 2020. "Pengaruh Harga dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi pada Wisatawan Umbul Sidomukti Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9 (2): 75–

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

82.

Undang-Undang Republik Indonesia No.10. Tahun 2009. Tentang Kepariwisataan.

Utama, I Putu Hari Budi, dan I Gusti Ayu Ketut Giantari. 2020. "Peran Citra Destinasi Memediasi Pengaruh E-Wom terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Pada Obyek Wisata Taman Edelweis Bali)." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9 (4): 1230.

Widjianto, Trisna. 2019. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.