Management Studies and Entrepreneurship Journal
Vol 5(2) 2024 : 4822-4831

The Effect of Tourism Attraction on Interest in Revisiting With Satisfaction as an Intervening Variable

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

Rafi Jefri Diansyah[1*], Yustina Chrismardani[2]
[1,2]Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura
[1]rafijefri1009@gmail.com, [2]yustina.chrismardani@trunojoyo.ac.id

Coresponding Author

ABSTRAK
Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu sebagai berikut : 1. Untuk Menganalis pengaruh langsung daya tarik wisata terhadap minat kunjungan kembali . 2. untuk menganalisis pengaruh langsung daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. 3. Untuk menganalisis pengaruh langsung kepuasan terhadap minat kunjungan Kembali wisatawan. 4. untuk menganalisis pengaruh tidak langsung daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan menyebarkan kuesioner kepada 97 responden di lokasi wisata dan menyebar kuisoner secara online. metode pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur (path analysis). Hasil analisis penelitian menunjuukan bahwa daya tarik berpengaruh langsung terhadap kepauasan. Kepuasan berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung kemabli dan kepuasan memediasi pengaruh tidak langsung daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali.
Keywords : Daya Tarik Wisata, Kepuasan, Minat Berkunjung Kembali

1. Pendahuluan

Pariwisata telah menjadi salah satu bagian penting dari ekonomi dunia, khususnya di negara-negara seperti Indonesia yang memiliki potensi alam dan budaya yang luar biasa. Pariwisata tidak hanya meningkatkan pendapatan negara tetapi juga meningkatkan infrastruktur, menciptakan peluang kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal [1]. Pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata menjadi perhatian utama bagi pemerintah, pengusaha, dan masyarakat setempat, mengingat pentingnya industri ini.

Daya tarik wisata dapat dijelaskan sebagai segala hal di suatu lokasi yang memiliki karakteristik unik, keindahan yang menarik, kemudahan akses, serta memiliki nilai menarik baik dari keanekaragaman alam maupun hasil karya manusia [2]. Daya tarik wisata menjadi komponen penting dalam pengembangan pariwisata destinasi. Keindahan alam, warisan

[1] Maidar Simanihuruk, "Tourist Attraction and Tourist Facilities Intentions to Visitor Satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village," *E-Journal of Tourism*, no. January (2019): 210, https://doi.org/10.24922/eot.v6i2.53472.

[2] Valensia Effendy and Rendy Sarudin, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ke Gedung Joang 45 Jakarta Pusat," *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 4 (2024): 1463–78, https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i4.721.

Copyright © 2024 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

budaya, kearifan lokal, dan fasilitas dan layanan yang tersedia adalah beberapa dari banyak faktor yang memengaruhi pengalaman wisatawan [3].

Kepuasan wisatawan mencakup berbagai dimensi, seperti kualitas pelayanan, kenyamanan fasilitas, serta pengalaman yang dirasakan selama berada di destinasi. Pengalaman yang memuaskan tidak hanya meningkatkan kesan positif terhadap destinasi, tetapi juga mendorong wisatawan untuk merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, serta mengunjungi kembali di masa depan [4]. Ketika wisatawan merasa puas dengan pengalaman mereka, kemungkinan untuk kembali berkunjung meningkat. Sebaliknya, jika ada ketidakpuasan dalam aspek tertentu, meskipun daya tarik wisata tinggi, minat berkunjung kembali bisa menurun [5]

Minat untuk berkunjung kembali menjadi indikator penting bagi keberlanjutan suatu destinasi wisata. Wisatawan yang memiliki minat untuk kembali cenderung membawa dampak positif bagi destinasi tersebut, seperti peningkatan pendapatan, pengenalan destinasi yang lebih luas dan perkembangan industri pendukung lainnya [6]. minat berkunjung kembali adalah keinginan oleh para wisatawan untuk berkunjung secara berulang pada sebuah destinasi wisata yang sama di masa depan yang mengacu pada kesediaan seseorang merekomendasikan kepada orang lain akan adanya destinasi tersebut [7]. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali menjadi hal yang krusial bagi pengelola destinasi wisata.

Pantai Lon Malang di Sampang, Madura, adalah salah satu destinasi yang tengah berkembang dan berpotensi menjadi daya tarik utama di wilayah tersebut. Pantai ini menawarkan keindahan alam yang khas dan suasana yang menenangkan, yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Namun, untuk menjadikan Pantai Lon Malang sebagai destinasi yang dapat menarik wisatawan secara berkelanjutan, diperlukan pemahaman mendalam tentang bagaimana daya tarik pantai ini dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk kembali berkunjung.

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening. Dengan kata

---

[3] Mega Mirasaputri Cahyanti, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Wisatawan 'Kampung Warna Warni' Di Kota Malang)," *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)* 25, no. 1 (2018): 12, https://doi.org/10.35606/jabm.v25i1.347.

[4] Aldilla Dwi Septianing and Naili Farida, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2021): 781–92, https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796.

[5] Fathor AS Rizki, "Dampak Sosial Media Marketing, Daya Tarik Dan Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Desa Wisata Kabupaten Bangkalan," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 3 (2024): 1826–42, https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.802.

[6] Adiyaksa Firdaus, Naili Farida, and Widiartanto Widiartanto, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 4 (2022): 774–81, https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36128.

[7] Siti Malikhah, Muinah Fadhilah, and Henny Welsa, "Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta," *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 8, no. 2 (2023): 1814, https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1479.

lain, penelitian ini ingin menjawab pertanyaan apakah kepuasan wisatawan dapat memperkuat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat mereka untuk kembali berkunjung.

Studi-Studi sebelumya menunjukkan bahwa daya Tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung Kembali dengan kepuasan pengujung. Seperti pada [8] yang bahwa daya tarik berpengaruh signifikan positif terhadap minat berkunjung ulang pengunjung dan daya tarik dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung. Dalam [9] yang mengatakan bahwa secara parsial daya tarik wisata, aksesbilitas, harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunj ung wisatawan. Dalam [10] menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan secara bersama - sama bepengaruh signifikan tehadap Kepuasan Wisatawan. Dalam [11] dijelaskan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, kemudian daya tarik wisata dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dalam [12] menunjukkan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi citra destinasi dan pengalaman pembelian dengan minat berkunjung Kembali kepuasan konsumen mampu memediasi fasilitas dengan minat berkunjung kembali.

Studi sebelumnya ini terjadi di wisata wisata di luar pantai Lon Malang Sampang. Sehingga belum ada penelitian khusus yang meneliti variabel tersebut di panatai lon malang sampang dan masih terbatas.

Tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut : 1. Untuk Menganalis pengaruh langsung daya tarik wisata terhadap minat kunjungan kembali di Pantai Lon Malang Sampang. 2. untuk menganalisis pengaruh langsung daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Lon Malang Sampang. 3. Untuk menganalisis pengaruh langsung kepuasan terhadap minat kunjungan Kembali wisatawan di Pantai Lon Malang Sampang. 4. (4) untuk menganalisis pengaruh tidak langsung daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan.

2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkas, ataupun menggambarkan berbagai situasi, kondisi maupun berbagai fenomena serta variabel penelitian berdasarkan kejadian yang terjadi.

---

[8] Naning Kristiyana Sulastri, Titi Rapini, "Analisis Pengaruh Daya Tarik,Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Yang Berkunjung Di Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening" 2, no. 1 (2018): 1–9.

[9] Heny Ratnaningtyas .Amrullah Nurbaeti, Myrza Rahmanita, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesbilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang" 10, no. 2 (2021): 269–78.

[10] Eka Rosyidah Aprilia, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang," *Jurnal Administrasi Bisnis* 51, no. 2 (2017): 51.

[11] Nurcholis Nurcholis, "Analysis of the Influence of Destination Image, Tourist Attractiveness and Experience of Climbers on Interest in Repeat Visits with Satisfaction as an Intervening Variable," *Return : Study of Management, Economic and Bussines* 2, no. 2 (2023): 151–61, https://doi.org/10.57096/return.v2i2.71.

[12] Malikhah, Fadhilah, and Welsa, "Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta."

Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah seluruh wisatawan yang pernah mengunjungi wisata pantai Lon Malang di Desa Bira Tengah Kecamatan Sokobanah Kabupaten Sampang.
2. Objek penelitiannya adalah wisata pantai Lon Malang di Desa Bira Tengah Kecamatan Sokobanah Kabupaten Sampang.

Waktu Dan Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian adalah Wisata Pantai Lon Malang yang mana tempat atau populasi berada. Waktu Penelitian: 10 Hari Dari Tanggal 18-27 September 2024

Populasi dan Cara Pengambilan Sampel

Populasi yang digunakan oleh peneliti pada penelitian kali ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung di pantai Lon Malang Sampang. Penghitungan sampel menggunakan rumus *lame show* karena data tidak terbatas atau data dalam jumlah besar dan dapat berubah ubah. Maka dari itu hasil yang terbentuk adalah sebanyak 97 responden yang digunakan dalam penelitian.

Sampel

Dalam [13] Sampel penelitian merupakan bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama atau hampir sama dengan karakteristik dari populasi, Sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati

Dalam menentukan teknik pengambilan sampel, peneliti memilih teknik Sampling *non probabilitas* dengan metode *purposive sampling*. Dalam [14] purposive sampling adalah pemilihan sampel yang didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Kemudian kriteria sampel dalam populasi ini adalah minimal telah berusia 17 tahun dan pernah berkunjung ke pantai Lon Malang Minimal 1 Kali.

Teknik Analisis data

Teknik analisis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis jalur dimana ada beberapa uji yang dilakukan sebagai berikut.

1. Uji Instrumen Data (Validitas dan Reliabilitas)
2. Uji Analisis jalur (Uji Koefisien determinasi (R^2), Uji hipotesis (uji T), (Uji Sobel)

3. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi penelitian

Deskripsi Penelitian Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner, dengan 97 responden yang dipilih secara acak dengan deskripsi sebagai berikut.

Tabel 1. Tabel informasi Data Responden

Informasi Responden	Keterangan	Jumlah	Presentase
Usia	18-27	80	82,47%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	53	54,64%
Asal Responden	Luar Kab. Sampang	60	61,86%
Pendidikan	Sma	81	83,51%
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	43	44,33%
Pendapatan	2.000.000-3.000.000	39	40,21%
Mengetahui Objek Dari Mana	Teman	39	40,21%

Sumber: Data Diolah 2024

[13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, 21st ed. (Bandung: Alfabeta, 2014).

[14] Sugiyono.

Hasil data usia responden menunjukkan bahwa usia respondenyang dominan adalah berusia 18-27 tahun tahun dengan jumlah sebanyak 80 orang atau 82,47% dari total 97 responden.

Kemudian hasil data jenis kelamin responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 53 orang atau 54,64 % dalam presentase, sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 orang dalam presentase 45,36 % dari total 97 responden.

Kemudian hasil pemetaan domisili pengunjung adalah sebnayak 60 pengunjung dalam presentase 61,86% adalah pengnjung yang berasal dari luar kabupaten sampang dan sisanya sebanyak 38,14% adalah berasal dari kabupaten sampang.

Kemudian untuk Pendidikan pengunjung adalah dominan mereka yang lulus SMA dengan Presentase 83,51% dengan jumlah 81 responden.

Kemudian hasil data responden untuk pekerjaan dominan pelajar atau mahasiswa dengan data 43 responden atau 44,33% dalam presentase. Kemudian data pendapatan responden yang menjadi dominan adalah pendapatan diantara Rp.2.000.000-3.000.000. kemudian paling nayak responden mengetahui objek wisata ini adalah dari teman mereka dengan jumalh 39 responden dan 40% dalam presentase.

Kemudian Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 19 pertanyaan yang mewakili ketiga variabel yang diambil untuk penelitian. Ketiga variabel penelitian yang berbentuk kuesioner adalah variabel Daya Tarik Wisata (X), Kepuasan (Z), dan Minat berkunjung Kembali (Y).

Uji Instrumen Data

1. Uji validitas

Table 2.Hasil uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r kritis	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X)	X1.1	0,779	0,30	Valid
	X1.2	0,323	0,30	Valid
	X1.3	0,429	0,30	Valid
	X1.4	0,678	0,30	Valid
	X1.5	0,731	0,30	Valid
	X1.6	0,632	0,30	Valid
	X1.7	0532	0,30	Valid
	X1.8	0,744	0,30	Valid
	X1.9	0,609	0,30	Valid
	X1.10	0,404	0,30	Valid
	X1.11	0,677	0,30	Valid
Kepuasan Wisatawan (Z)	Z1.1	0,825	0,30	Valid
	Z1.2	0,630	0,30	Valid
	Z1.3	0,732	0,30	Valid
Minat Berkunjung Kembali	Y1.1	0,779	0,30	Valid
	Y1.2	0,455	0,30	Valid
	Y1.3	0,678	0,30	Valid
	Y1.4	0,639	0,30	Valid
	Y1.5	0,661	0,30	Valid

Sumber: Data Diolah 2024

Uji validitas yang digunakan adalah validitas *construct*. Jika r hitung > r kritis, maka elemen atau variabel tersebut valid. Jika r hitung < r kritis maka elemen atau variabel tersebut tidak valid. Dari tabel di atas nilai r hitung setiap pertanyaan lebih besar dari 0,30 yang berarti

seluruh pertanyaan semua variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

No	Variable	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Minimum	Keterangan
1	Daya Tarik Wisata (X)	0,747	0,60	Reliabel
2	Kepuasan (Z)	0,792	0,60	Reliabel
3	Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,751	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah 2024

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's alpha (r hitung) seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,60, sehingga dalam penelitian ini dikatakan seluruh variabel reliabel yaitu tingkat reliabilitasnya cukup tinggi.

Analisis jalur (*Path Analysis)*

Path analysis dilakukan dengan dua tahap uji hipotesis yaitu : uji regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda.

Regresi tahap 1

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Variabel Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan

variabel	Standardized coeficient beta	Tingkat signifikansi	Informasi
Daya Tarik Wisata	0,794	0,000	signifikan
R square = 0,631			

Sumber: Data diolah (2024)

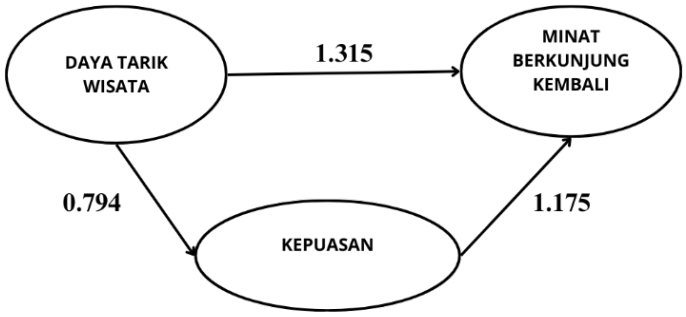
Regresi tahap II

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Daya Tarik Wisata (X) Kepuasan (Z) Dan Minat Berkunung Kembali (Y)

Variabel	Standardized coeficient beta	Tingkat signifikans	Informasi
Kepuasan	1,135	0,000	signifikan
Daya Tarik Wisata	1,175	0,000	Signifikan
R square = 0,811			

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan terhadap masing-masing variabel yaitu variabel daya tarik wisata, variabel kepuasan wisatawan dan variabel minat berkunjung ulang wisatawan, maka peneliti menggambarkan ke dalam model struktural analisis jalur sebagai berikut :



Gambar 1. Model Struktural Hasil Analisis Jalur

Sumber: Data diolah (2024)

Dari gambar di atas dapat dijabarkan hasil uji hipotesisnya sebagai berikut.

Hipotesis 1 menyatakan Daya tarik wisata memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan wisatawan. Hipotesis ini terbukti dengan melihat bahwa Daya tarik wisata memiliki tingkat signifikansi di bawah 0.05, maka dapat dinyatakan bahwa Daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Hipotesis 2 menyatakan bahwa Daya tarik wisata berpengaruh langsung terhadap Minat Berkunjung Kembali. Hipotesis kedua juga terbukti dengan melihat tingkat signifikansi Daya Tarik Wisata di bawah 0.05, maka dapat dinyatakan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh langsung terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa kepuasan Wisatawan berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung Kembali Hipotesis ini terbukti dengan melihat signifikansi dari kepuasan Wisatawan lebih kecil dari 0.05, maka dapat dinyatakan bahwa kepuasan Wisatawan berpengaruh langsung terhadap minat kunjung Kembali

Hipotesis 4 menyatakan bahwa Daya tarik wisata memiliki pengaruh tidak langsung terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan. Pengaruh tidak kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali dapat dihitung sebagai berikut: (P1)(P3) = (0.794)(1.175) = 0.932

Hal ini berarti pengaruh tidak langsung dari kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan adalah sebesar 0,932

Berdasarkan hasil analisis regresi dan pengujian hipotesis, besarnya pengaruh antar variabel dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 6. Ringkasan Hasil Analisis regresi dan Pengujian Hipotesis

keterangan	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung	Pengaruh Total
Daya Tarik Wisata pada kepuasan Wisatawan	0,794	-	0.794
Kepuasan untuk menarik minat berkunjung kembali	1.175	-	1.175
Daya tarik wisata untuk minat berkunjung kembali melalui Kepuasan	1.315	0.938	2.247

Sumber: Data diolah (2024)

Uji Sobel

Uji ini dilakukan dengan cara menghitung nilai z dari sobel test yang dapat memanfaatkan online kalkulator di www.danielsoper.com.Cara menggunakan online kalkulator pada web tersebut adalah: masukkan nilai koefisien regresi daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan = 0,075 di kolom A, nilai koefisien regresi kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang = 2,836 pada kolom B. Nilai standar error pengaruh daya tarik wisata ke kepuasan wisatawan pada kolom SE A (Std.error A) = 0,006 dan nilai standar eror pengaruh kepuasan wisatawan ke minat berkunjung ulang pada kolom SE B (Std.error B) = 0,146. perhitungan di atas diperoleh Nilai Sobel test statistic = 10,546 > Nilai Z-Score (1,96) untuk taraf sign. 0,05. hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai Sobel test statistic sebesar **10,546** lebih besar dari **Z-Score** sebesar **1,96** pada taraf signifikansi 0,05. Artinya, terdapat efek mediasi yang signifikan, karena nilai Sobel lebih besar daripada batas kritis Z-Score (1,96). Dengan demikian, hubungan antara variabel yang dimediasi oleh variabel perantara adalah signifikan.

Pembahasan

Pantai Lon Malang di Kabupaten Sampang merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki daya tarik tersendiri dengan keindahan alamnya yang asri, pasir putih yang bersih, dan suasana yang tenang. Destinasi ini menawarkan suasana yang cocok bagi wisatawan yang ingin menikmati ketenangan dan keindahan alam, jauh dari keramaian. Daya tarik wisata

Pantai Lon Malang sangat memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali (H1). Wisatawan yang terpesona dengan pemandangan pantai yang memukau serta fasilitas yang memadai, seperti akses yang mudah dan kebersihan area wisata, merasa tertarik untuk kembali mengunjungi pantai ini di masa depan [15]. Daya tarik alami pantai menjadi faktor utama yang menarik minat wisatawan untuk datang lagi [16] .

Selain memengaruhi minat kunjungan kembali, daya tarik Pantai Lon Malang juga berdampak langsung terhadap kepuasan wisatawan (H2). Keindahan pantai yang alami, suasana yang nyaman, dan fasilitas yang baik meningkatkan pengalaman wisatawan selama berada di sana. Wisatawan yang merasa puas dengan kunjungannya akan cenderung menganggap kunjungannya sebagai pengalaman yang menyenangkan [17]. Kepuasan ini tercipta dari terpenuhinya harapan wisatawan terhadap keindahan dan kenyamanan destinasi, mulai dari suasana pantai, kualitas layanan, hingga kebersihan area wisata [18]. Faktor-faktor ini mendorong wisatawan untuk merasakan kepuasan yang mendalam selama kunjungan mereka.

Pengaruh kepuasan terhadap minat kunjungan kembali juga menjadi penting dalam konteks ini (H3). Wisatawan yang merasa puas dengan kunjungan mereka ke Pantai Lon Malang akan lebih cenderung mempertimbangkan untuk mengulang kunjungannya di masa mendatang. Kepuasan yang tinggi membuat wisatawan merasa bahwa Pantai Lon Malang memberikan pengalaman yang layak untuk dinikmati kembali [19]. Hal ini memperkuat hubungan antara kepuasan wisatawan dan niat mereka untuk berkunjung lagi, di mana semakin puas wisatawan, semakin tinggi pula minat mereka untuk datang kembali.

Selain itu, daya tarik wisata Pantai Lon Malang juga mempengaruhi minat kunjungan kembali secara tidak langsung melalui kepuasan wisatawan (H4). Artinya, daya tarik wisata yang dimiliki Pantai Lon Malang tidak hanya memberikan pengaruh langsung terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali, tetapi juga melalui tingkat kepuasan yang dirasakan selama kunjungan. Wisatawan yang merasa terkesan dengan keindahan pantai dan mendapatkan pengalaman yang memuaskan akan lebih termotivasi untuk kembali berkunjung [20]. Dalam hal ini, kepuasan bertindak sebagai faktor perantara yang menghubungkan daya tarik wisata dengan minat kunjungan kembali.

Secara keseluruhan, daya tarik wisata Pantai Lon Malang yang kuat dan tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi membentuk keterkaitan yang erat dalam memengaruhi minat wisatawan untuk kembali berkunjung. Keindahan pantai dan suasana yang menyenangkan menjadi faktor yang memikat wisatawan, sementara kepuasan yang dirasakan memperkuat

[15] Aprilia, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang."

[16] Fadli Faturrahman, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Dan Promosi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai," *MAMEN: Jurnal Manajemen* 3, no. 1 (2024): 68–75, https://doi.org/10.55123/mamen.v3i1.3132.

[17] Aprilia, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang."

[18] Malikhah, Fadhilah, and Welsa, "Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta."

[19] Septianing and Farida, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang)."

[20] Cahyanti, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Wisatawan 'Kampung Warna Warni' Di Kota Malang)."

minat mereka untuk kembali menikmati keindahan pantai di masa yang akan datang. Kombinasi antara daya tarik wisata dan kepuasan ini menjadikan Pantai Lon Malang sebagai destinasi yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali, baik untuk menikmati pesona alamnya maupun untuk mengulangi pengalaman menyenangkan yang telah mereka rasakan sebelumnya.

4. Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini antara lain: (1) daya tarik wisata berpengaruh langsung terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang; (2) kepuasan wisatawan memiliki pengaruh langsung terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang; (3) daya tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang; (4) dan kepuasan Wisatawan memediasi pengaruh tidak langsung Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan Daya Tarik Wisata: Pengelola Pantai Lon Malang harus terus meningkatkan daya tarik wisatanya dengan memperbaiki keindahan alam, fasilitas, dan kemudahan yang tersedia. Ini dapat dicapai dengan menjaga pantai tetap bersih, menyediakan fasilitas pendukung seperti tempat tinggal, dan meningkatkan promosi untuk menarik wisatawan lebih banyak lagi.
2. Strategi Pemeliharaan Wisatawan Loyal: Program loyalitas atau penawaran khusus dapat digunakan untuk menarik kembali wisatawan yang sudah pernah ke Pantai Lon Malang. Ini dilakukan karena kepuasan memediasi hubungan antara daya tarik pantai dan keinginan untuk kembali.

Daftar Pustaka

Aprilia, Eka Rosyidah. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 51, no. 2 (2017): 51.

Cahyanti, Mega Mirasaputri. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi Pada Wisatawan ‘Kampung Warna Warni’ Di Kota Malang).” *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)* 25, no. 1 (2018): 12. https://doi.org/10.35606/jabm.v25i1.347.

Effendy, Valensia, and Rendy Sarudin. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ke Gedung Joang 45 Jakarta Pusat.” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 4 (2024): 1463–78. https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i4.721.

Faturrahman, Fadli. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Dan Promosi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai.” *MAMEN: Jurnal Manajemen* 3, no. 1 (2024): 68–75. https://doi.org/10.55123/mamen.v3i1.3132.

Firdaus, Adiyaksa, Naili Farida, and Widiartanto Widiartanto. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 4 (2022): 774–81. https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36128.

Malikhah, Siti, Muinah Fadhilah, and Henny Welsa. “Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Domestik Wisata Puncak Becici Yogyakarta.” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 8, no. 2 (2023): 1814. https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1479.

Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas .Amrullah. “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesbilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang” 10, no. 2 (2021): 269–78.

Nurcholis, Nurcholis. “Analysis of the Influence of Destination Image, Tourist Attractiveness and Experience of Climbers on Interest in Repeat Visits with Satisfaction as an Intervening Variable.” *Return : Study of Management, Economic and Bussines* 2, no. 2 (2023): 151–61. https://doi.org/10.57096/return.v2i2.71.

Rizki, Fathor AS. “Dampak Sosial Media Marketing, Daya Tarik Dan Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Desa Wisata Kabupaten Bangkalan.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 3 (2024): 1826–42. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.802.

Septianing, Aldilla Dwi, and Naili Farida. “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2021): 781–92. https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796.

Simanihuruk, Maidar. “Tourist Attraction and Tourist Facilities Intentions to Visitor Satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village.” *E-Journal of Tourism*, no. January (2019): 210. https://doi.org/10.24922/eot.v6i2.53472.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. 21st ed. Bandung: Alfabeta, 2014.

Sulastri, Titi Rapini, Naning Kristiyana. “Analisis Pengaruh Daya Tarik,Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Yang Berkunjung Di Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening” 2, no. 1 (2018): 1–9.