

PENGARUH FASILITAS WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG KE OBYEK DESA WISATA JATILUWIH TABANAN, BALI

I Ketut Ardiasa^{1*}, Made Bayu Sucantra²

^{1,2}Akademi Pariwisata Denpasar

e-mail: iketutardiasa39@gmail.com, bimaforce911@gmail.com

Received: 27/10/2025; Revised: 15/11/2025; Accepted: 04/12/2025

Abstract

The study aims to analyze the influence of tourism facilities on revisit intention through visitor satisfaction at the Jatiluwih Tourism Village, Tabanan, Bali. This tourism village is a natural and cultural destination recognized by UNESCO as a world heritage site, making sustainable tourist visits a crucial aspect for the economic development of the local community. The study employed a quantitative approach with an explanatory design. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 120 tourists who had visited Jatiluwih. Data analysis was conducted using path analysis techniques, which are able to demonstrate direct and indirect relationships between variables. The study found out three conclusions: (a) that tourism facilities have a positive and significant effect on visitor satisfaction, (b) that visitor satisfaction has a significant effect on revisit intention, and (c) that visitor satisfaction has been shown to mediate the influence of facilities on revisit intention. Therefore, improving the quality of tourism facilities, both physical and service, plays a crucial role in building tourist satisfaction and loyalty. The practical implications of this research are expected to serve as a basis for tourism village managers to enhance sustainable tourism experiences that are oriented toward visitor comfort.

Keywords: Tourism Facilities, Visitor Satisfaction, Revisit Intention, Jatiluwih Tourism Village

Pendahuluan

Sektor pariwisata ialah sumber penggerak utama perekonomian di Indonesia yang menyumbangkan kontribusi cukup signifikan terhadap kenaikan pendapatan daerah, penyerapan tenaga kerja, dan pelestarian budaya lokal. Keberhasilan pengelolaan destinasi wisata tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan, tetapi juga dari kemampuan suatu destinasi dalam mempertahankan loyalitas wisatawan untuk berkunjung kembali. Dalam konteks ini, Desa Wisata Jatiluwih di Kabupaten Tabanan, Bali, menjadi contoh penting destinasi wisata berbasis alam dan budaya yang mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Keunikan terasering sawah yang menjadi warisan dunia UNESCO serta keaslian budaya masyarakat setempat menjadikan Jatiluwih sebagai ikon pariwisata berkelanjutan di Pulau Dewata (Nurmala et al., 2022). Namun demikian, di tengah meningkatnya persaingan antar destinasi wisata di Bali dan daerah lainnya, pengelola Desa Wisata Jatiluwih menghadapi tantangan serius dalam menjaga minat berkunjung kembali

wisatawan. Banyak wisatawan yang hanya datang satu kali untuk menikmati pemandangan alam tanpa memiliki niat untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini menandakan bahwa aspek fasilitas wisata dan pengalaman wisatawan menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan untuk menciptakan kesan positif selama kunjungan. Kualitas fasilitas seperti kebersihan area, kenyamanan sarana, aksesibilitas, tempat parkir, toilet umum, pusat informasi, dan area kuliner sangat memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi (Dwi et al., 2020).

Kepuasan pengunjung berperan sebagai penentu utama dalam membentuk perilaku pascakunjungan. Bilamana para pengunjung puas dalam menikmati fasilitas dan pelayanan yang diberikan maka pengunjung cenderung memiliki loyalitas afektif yakni munculnya keinginan datang kembali. Lebih jauh, pengunjung yang puas secara sukarela akan merekomendasikan destinasi tersebut kepada kolega dan orang sekitarnya. Sebaliknya, jika fasilitas dinilai kurang memadai, minat untuk melakukan kunjungan ulang akan menurun meskipun daya tarik alamnya tinggi. Oleh karena itu, memahami keterkaitan terhadap fasilitas wisata, kepuasan pengunjung, dan minat berkunjung kembali menjadi penting sebagai dasar pengambilan kebijakan pengembangan desa wisata berbasis keberlanjutan (Primadi et al., 2021).

Dalam kerangka pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, peningkatan kualitas fasilitas wisata diharapkan tidak cuma meningkatkan kenyamanan wisatawan tetapi juga mempertahankan citra destinasi sebagai kawasan wisata yang ramah, aman, dan autentik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana fasilitas wisata berkontribusi terhadap kepuasan dan minat wisatawan untuk kembali, khususnya di Desa Wisata Jatiluwih yang menjadi salah satu percontohan pengelolaan desa wisata di Indonesia (Anggraita, 2023). Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian dimaksudkan untuk: (a) menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung, (b) menganalisis pengaruh kepuasan pengunjung dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali, serta (c) menguji peran kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi antara fasilitas wisata dan minat berkunjung kembali.

Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Penelitian yang mengungkap keterkaitan fasilitas wisata, kepuasan pengunjung, dan minat untuk berkunjung kembali telah banyak dilakukan di berbagai konteks destinasi wisata, baik di tingkat nasional maupun secara global. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada destinasi buatan atau objek wisata komersial, sementara penelitian pada konteks desa wisata berbasis budaya dan warisan dunia masih relatif terbatas (Qur'ani et al., 2023). Penelitian yang dikerjakan oleh (Imam et al., 2025) menunjukkan bahwa citra destinasi dan motivasi wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun, penelitian tersebut belum secara eksplisit meninjau bilamana motivasi wisatawan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas, meskipun ada variabel kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi (Imam et al., 2025).

Sementara itu, studi oleh Andi & Mapparenta (2020) meneliti hubungan antara pengaruh citra destinasi, kualitas layanan, dan bauran pemasaran terhadap kepuasan wisatawan dan dampaknya terhadap kunjungan ulang wisatawan di Kabupaten

Bone, Provinsi Sulawesi Selatan. Hasilnya menunjukkan bahwa citra destinasi dan kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan ulang objek wisata di Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan. Pada pengujian tidak langsung terbukti bahwa citra destinasi, kualitas pelayanan, dan bauran pemasaran secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan ulang ke objek wisata di Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi Selatan yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan (Irfan et al., 2020). Selanjutnya, penelitian (Musnia et al., 2023) menemukan bahwa tingkat kepuasan dan informasi atribut wisata halal memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan yang selanjutnya mempengaruhi keinginan pengunjung untuk kembali ke objek wisata Pemandian Air Panas Pincara Luwu Utara. Namun, penelitian tersebut memiliki beberapa keterbatasan diantaranya dilakukan secara online dan hanya fokus pada masyarakat yang sudah pernah berkunjung kepermandian air panas Pincara serta penelitian ini masih berfokus pada satu konstruk independen saja (Musnia et al., 2023).

Dari hasil-hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata dan kepuasan pengunjung memiliki peranan penting dalam membentuk minat berkunjung kembali. Namun demikian, celah penelitian (*research gap*) masih terlihat pada dua aspek utama. Pertama, masih sedikit penelitian yang menyoroti peran mediasi kepuasan pengunjung dalam konteks desa wisata berorientasi budaya dan lingkungan, khususnya pada kawasan yang berstatus warisan dunia UNESCO. Kedua, sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan variabel umum seperti kualitas layanan atau citra destinasi, sementara penelitian ini secara spesifik menempatkan fasilitas wisata sebagai faktor penting yang diduga mampu memengaruhi kepuasan wisatawan sehingga berminat berkunjung kembali. Untuk itu, penelitian ini diharapkan akan bisa memberikan kontribusi empiris baru dalam memperkuat literatur tentang perilaku wisatawan, terutama dalam konteks pengelolaan desa wisata berkelanjutan yang mengintegrasikan nilai budaya, ekologi, dan kenyamanan pengunjung.

Penelitian ini didasari oleh beberapa teori utama yang menjelaskan bagaimana perilaku wisatawan terbentuk melalui persepsi terhadap fasilitas, kepuasan, dan keinginan untuk berkunjung kembali. Ketiga variabel tersebut saling berhubungan dalam satu kerangka konseptual yang menempatkan fasilitas wisata sebagai faktor stimulus, kepuasan pengunjung sebagai respon afektif, dan minat berkunjung kembali sebagai bentuk perilaku pascakunjungan (Fajrin et al., 2021).

1. Teori Kepuasan Pelanggan

Teori kepuasan berakar pada Expectation Disconfirmation Theory yang menjelaskan bahwa kepuasan timbul ketika pengalaman aktual pengunjung sesuai atau melebihi harapan awal mereka. Dalam konteks pariwisata, wisatawan akan merasa puas apabila fasilitas yang disediakan, seperti sarana transportasi, kebersihan, kenyamanan, dan pelayanan, mampu memenuhi ekspektasi mereka selama kunjungan. Kepuasan ini bersifat subjektif dan menjadi cerminan dari penilaian emosional wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi. Ketika kepuasan tercapai, pengunjung akan memiliki kecenderungan untuk mempertahankan hubungan positif dengan destinasi tersebut (Putri et al., 2023).

2. Teori Loyalitas Konsumen

Teori loyalitas menjelaskan bahwa perilaku konsumen tidak hanya diukur dari keputusan pembelian ulang, tetapi juga dari keterikatan emosional dan komitmen

terhadap suatu produk atau destinasi. Dick & Basu (1994) menyebutkan bahwa loyalitas terbentuk melalui kombinasi antara sikap positif dan perilaku aktual. Dalam konteks wisata, minat berkunjung kembali merupakan salah satu bentuk manifestasi loyalitas konsumen, di mana wisatawan menunjukkan komitmen dapat melakukan kunjungan kembali atau menyarankan destinasi kepada orang lain. Loyalitas ini tidak dapat terbentuk tanpa adanya pengalaman yang memuaskan selama kunjungan pertama (Praja, 2023).

3. Teori Perilaku Wisatawan

Menurut Teori Perilaku (*Theory of Planned Behavior*) dalam hal ini perilaku wisatawan ditegaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang didasari oleh nilai sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku. Dalam pariwisata, sikap positif terhadap destinasi dipengaruhi oleh kualitas fasilitas dan kepuasan yang diperoleh. Jika wisatawan merasa puas dan menganggap destinasi mudah diakses serta nyaman, maka niat untuk berkunjung kembali akan meningkat. Teori ini menegaskan bahwa fasilitas wisata berperan sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan wisatawan (Lutfiyah & Fathor, 2024).

Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang dengan mengikuti pola pikir dan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian berupa riset eksplanatori (*explanatory research*). Pendekatan kuantitatif dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung serta bagaimana kepuasan tersebut memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Jenis penelitian eksplanatori digunakan karena penelitian ini tidak hanya berupaya mendeskripsikan fenomena pariwisata di Desa Wisata Jatiluwih, tetapi juga menjelaskan hubungan kausal (sebab-akibat) antarvariabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian fokus untuk menggambarkan kondisi fasilitas wisata atau tingkat kepuasan pengunjung, serta berusaha memahami proses terbentuknya minat berkunjung kembali melalui interaksi antarvariabel yang terukur secara sistematis. Penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu 9 Pebruari 2025 hingga 15 September 2025.

Pemilihan jenis penelitian ini juga didasarkan pada kebutuhan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan yaitu menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antara fasilitas wisata, kepuasan pengunjung dan minat berkunjung kembali. Dengan pendekatan kuantitatif, setiap variabel dapat dioperasionalkan ke dalam bentuk indikator terukur yang kemudian dianalisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini memungkinkan pengujian pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tak langsung (*indirect effect*) dengan adanya variabel mediasi. Selain itu, penggunaan metode kuantitatif dianggap tepat karena data yang diperoleh berasal dari kuesioner terstruktur dengan skala Likert yang diberikan kepada wisatawan. Data ini dapat diolah secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang objektif dan bisa juga digeneralisasi. Dalam konteks penelitian pariwisata, pendekatan ini penting untuk memperoleh gambaran rasional mengenai perilaku wisatawan, khususnya dalam mengukur persepsi mereka terhadap fasilitas dan kepuasan yang dirasakan selama berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih. Dengan demikian, pendekatan kuantitatif eksplanatori dalam penelitian ini bukan hanya

memberikan deskripsi mengenai kondisi fasilitas dan tingkat kepuasan pengunjung, tetapi juga menjelaskan mekanisme hubungan antarvariabel secara ilmiah dan terukur. Pendekatan ini sejalan dengan karakteristik penelitian pariwisata modern yang menekankan pada evidence-based decision making, yaitu keputusan pengelolaan yang didasarkan pada data empiris yang valid dan reliabel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih, Kabupaten Tabanan, Bali. Wisatawan yang dijadikan populasi berasal dari Indonesia sebagai wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Pengunjung bertindak sebagai populasi karena perannya merupakan pihak yang secara langsung mengalami, menilai, dan merasakan berbagai fasilitas yang tersedia di kawasan wisata tersebut. Mengingat jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Jatiluwih cukup tinggi setiap tahunnya, maka populasi penelitian ini tergolong besar dan bersifat heterogen terdiri atas wisatawan dengan latar belakang usia, pekerjaan, dan tujuan wisata yang berbeda. Untuk sampel digunakan teknik purposive yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden harus memenuhi tiga kriteria berikut: (a) Wisatawan yang telah pernah berkunjung minimal satu kali ke Desa Wisata Jatiluwih, (b) Berusia minimal 17 tahun sehingga dipandang dapat memberikan penilaian rasional, (c) Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan jujur.

Berdasarkan pertimbangan efisiensi dan kelayakan analisis statistik, jumlah sampel yang diambil sebanyak 120 orang pengunjung. Jumlah ini dinilai memadai untuk analisis jalur (*path analysis*) karena telah memenuhi rekomendasi Roscoe (1975) yang menyarankan ukuran sampel minimal antara 30 hingga 500 responden untuk penelitian kuantitatif. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada wisatawan yang sedang berada di area parkir, area sawah terasering, serta pusat informasi wisata Desa Jatiluwih, dengan bantuan enumerator terlatih. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan skala Likert lima tingkat, dengan rentang skor 1 hingga 5 dan mencakup ketiga variable penelitian. Responden dapat memberikan persetujuan dari tingkat terendah yakni Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju. Kuesioner memuat item indikator-indikator dari: (a) variable bebas Fasilitas Wisata (X) diukur dari ketersediaan sarana umum (toilet, parkir, tempat duduk), kebersihan lingkungan, aksesibilitas, kenyamanan, dan keamanan, (b) variabel mediasi Kepuasan Pengunjung (Y_1) diukur dari kesesuaian antara harapan dan pengalaman wisata, pelayanan yang diterima, serta perasaan senang selama kunjungan, dan (c) variabel terikat Minat Berkunjung Kembali (Y_2) diukur dari adanya keinginan untuk melakukan kunjungan ulang, kesediaan merekomendasikan destinasi kepada orang lain, serta niat untuk menjadikan Jatiluwih sebagai destinasi pilihan di masa mendatang.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Fasilitas Wisata (X)	Persepsi wisatawan terhadap kelengkapan dan kualitas sarana yang menunjang kenyamanan selama	1. Ketersediaan dan kebersihan fasilitas umum (toilet, tempat sampah, parkir). 2. Kemudahan akses menuju lokasi wisata.

	berwisata di Desa Wisata Jatiluwih.	<ol style="list-style-type: none"> 3. Kenyamanan dan keamanan area wisata. 4. Ketersediaan tempat makan dan area istirahat. 5. Kualitas pelayanan dan kejelasan informasi bagi wisatawan.
Kepuasan Pengunjung (Y ₁)	Tingkat kesesuaian antara harapan dan pengalaman wisatawan setelah menikmati fasilitas dan layanan di destinasi wisata.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian fasilitas dengan harapan wisatawan. 2. Kepuasan terhadap kebersihan dan kenyamanan area wisata. 3. Perasaan senang dan puas selama berkunjung. 4. Keinginan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain. 5. Penilaian positif terhadap pengalaman wisata secara keseluruhan.
Minat Berkunjung Kembali (Y ₂)	Niat dan keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi Desa Wisata Jatiluwih di masa mendatang setelah merasa puas dengan pengalaman wisata sebelumnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan untuk melakukan kunjungan ulang. 2. Niat menjadikan Jatiluwih sebagai destinasi pilihan di masa depan. 3. Kesediaan untuk merekomendasikan destinasi kepada kerabat. 4. Persepsi bahwa kunjungan ulang akan memberikan pengalaman positif.

Sumber: Data Penelitian, 2025

Setelah tanggapan responden terkumpul maka dapat dilakukan analisis seperti: (a) Analisis Deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban terhadap setiap item kuesioner. Hasil analisis ini memberikan gambaran umum mengenai persepsi wisatawan terhadap fasilitas, kepuasan, dan minat berkunjung kembali, (b) Uji Validitas dan Reliabilitas menggunakan Corrected Item-Total Correlation untuk memastikan setiap item indikator mengukur aspek yang tepat sementara Reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha, dengan nilai $\geq 0,7$ sebagai batas keandalan instrumen, (c) Analisis Jalur (Path Analysis) untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel, digunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Analisis ini bertujuan untuk:

- 1) Mengukur pengaruh langsung *Fasilitas Wisata* terhadap *Kepuasan Pengunjung* dan *Minat Berkunjung Kembali*.
- 2) Mengukur pengaruh tidak langsung *Fasilitas Wisata* terhadap *Minat Berkunjung Kembali* melalui *Kepuasan Pengunjung*.

Model analisis jalur dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = \beta_1 X + \varepsilon_1$$

$$Y_2 = \beta_2 X + \beta_3 Y_1 + \varepsilon_2$$

di mana:

- 3) X = Fasilitas Wisata
- 4) Y_1 = Kepuasan Pengunjung
- 5) Y_2 = Minat Berkunjung Kembali
- 6) $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien jalur (path coefficients)
- 7) $\varepsilon_1, \varepsilon_2$ = Error terms

Hasil analisis jalur ini akan menunjukkan besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel, serta signifikansi hubungan dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$).

Hasil dan Pembahasan

1) Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden serta persepsi pengunjung terhadap ketiga variabel penelitian, yaitu fasilitas wisata (X), kepuasan pengunjung (Y_1), dan minat berkunjung kembali (Y_2). Karakteristik responden mencakup jenis kelamin, usia, asal, frekuensi kunjungan dan tujuan. Berdasarkan hasil tabulasi data, karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Jenis kelamin: 54,2% responden berjenis kelamin perempuan, sedangkan 45,8% laki-laki.
- b. Usia: Hampir setengahnya responden berusia antara 21–35 tahun (47,5%), kemudian kelompok usia 36–50 tahun (32,5%), dan sisanya berusia di atas 50 tahun (20%).
- c. Asal wisatawan: 68% wisatawan domestik dan 32% wisatawan mancanegara, dengan mayoritas wisatawan domestik berasal dari Pulau Jawa dan Bali.
- d. Frekuensi kunjungan: 56% responden mengunjungi Jatiluwih untuk pertama kali, sedangkan 44% sisanya merupakan pengunjung ulang.
- e. Tujuan kunjungan: 52% responden menyatakan tujuan utamanya adalah wisata alam, 30% untuk rekreasi keluarga, dan 18% untuk aktivitas fotografi dan budaya.

Data tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh pengunjung muda produktif yang memiliki ketertarikan pada wisata alam dan budaya. Hal ini menjadi peluang bagi pengelola destinasi untuk memperkuat fasilitas dan layanan yang ramah terhadap wisatawan muda yang lebih kritis terhadap kenyamanan dan kebersihan lingkungan.

2) Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis statistik deskriptif terhadap ketiga variabel penelitian dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Tabel 2. Jawaban Indikator Responden Skala Likert 1–5

Variabel	Rata-rata (Mean)	Standar Deviasi	Kategori Interpretasi
Fasilitas Wisata (X)	4,21	0,48	Sangat Baik
Kepuasan Pengunjung (Y_1)	4,18	0,52	Baik
Minat Berkunjung Kembali (Y_2)	4,26	0,46	Sangat Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Hasil yang tertuang pada Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap seluruh variabel penelitian. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada variabel minat berkunjung kembali (4,26), yang menandakan bahwa sebagian besar wisatawan memiliki keinginan kuat untuk kembali mengunjungi Desa Wisata Jatiluwih di masa mendatang. Nilai ini didukung oleh persepsi yang baik terhadap fasilitas wisata dan tingkat kepuasan yang relatif tinggi. Pada variabel fasilitas wisata, indikator yang memperoleh skor tertinggi adalah *kenyamanan dan kebersihan area wisata* (mean = 4,35), sedangkan skor terendah terdapat pada *ketersediaan area parkir dan fasilitas umum tambahan* (mean = 3,98). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas secara umum memadai, masih terdapat aspek pendukung yang dapat ditingkatkan, terutama pada area parkir dan fasilitas publik lainnya. Sementara itu, pada variabel kepuasan pengunjung, skor tertinggi diperoleh dari indikator *kesesuaian antara harapan dan pengalaman wisata* (mean = 4,29), sedangkan skor terendah berasal dari *variasi fasilitas pendukung wisata* (mean = 4,02). Artinya, wisatawan merasa puas secara umum, namun masih mengharapkan adanya diversifikasi layanan yang dapat memperkaya pengalaman berkunjung. Pada variabel minat berkunjung kembali menunjukkan hasil yang sangat baik. Indikator *kesediaan merekomendasikan destinasi kepada orang lain* memperoleh skor tertinggi (mean = 4,31), diikuti oleh *keinginan untuk melakukan kunjungan ulang* (mean = 4,24). Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman positif selama berkunjung telah menciptakan efek loyalitas di kalangan wisatawan.

3) Hasil Uji Model dan Analisis Jalur

Sebelum dilakukan pengujian model struktural, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap seluruh item kuesioner. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas 0,30, yang berarti seluruh pernyataan dinyatakan valid. Dengan demikian, setiap indikator mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten. Sementara hasil uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha menunjukkan nilai yang tinggi untuk ketiga variabel, yaitu:

- a. Fasilitas Wisata (X) = 0,876
- b. Kepuasan Pengunjung (Y_1) = 0,853
- c. Minat Berkunjung Kembali (Y_2) = 0,869

Nilai 0,869 pada minat berkunjung berada di atas batas minimum 0,70 yang direkomendasikan oleh Nunnally (1978) (Nunnally & Bernstein, 1994), sehingga seluruh konstruk dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Uji reliabilitas ini mengindikasikan bahwa kuesioner telah memiliki konsistensi internal yang baik dan hasil pengukuran dapat dipercaya.

Pelaksanaan Uji Model Struktural (*Path Analysis*) ditujukan Untuk menguji hubungan kausal antarvariabel, digunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS* versi terbaru. Analisis dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel utama.

Tabel 3. Hasil Estimasi Koefisien

Hubungan Antarvariabel	Koefisien Jalur (β)	t-statistik	p-value	Keterangan
Fasilitas Wisata → Kepuasan Pengunjung	0,612	9,84	0,000	Signifikan
Kepuasan Pengunjung → Minat Berkunjung Kembali	0,538	8,12	0,000	Signifikan
Fasilitas Wisata → Minat Berkunjung Kembali	0,327	5,47	0,000	Signifikan
Fasilitas Wisata → Minat Berkunjung Kembali (melalui Kepuasan)	0,329			Mediasi Parsial

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Dari hasil uji koefisien pada Tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a) Fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, jika fasilitas yang tersedia di Desa Wisata Jatiluwih seperti kebersihan, kenyamanan, dan kemudahan akses semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan ditingkatkan maka dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.
- b) Kepuasan pengunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, jika wisatawan merasa puas akan cenderung menunjukkan keinginan untuk berkunjung lagi bahkan merekomendasikan destinasi kepada orang lain.
- c) Fasilitas wisata juga berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung kembali. Walaupun sebagian pengaruhnya dimediasi oleh kepuasan, keberadaan fasilitas yang memadai mampu menciptakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan.
- d) Kepuasan pengunjung memediasi secara parsial hubungan antara fasilitas wisata dan minat berkunjung kembali. Hal ini berarti bahwa sebagian efek fasilitas terhadap minat kunjungan ulang disalurkan melalui kepuasan pengunjung, namun sebagian lainnya tetap berpengaruh langsung tanpa melalui variabel mediasi.

4) Goodness of Fit Model

Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis menunjukkan:

- a) R^2 Kepuasan Pengunjung = 0,374, artinya 37,4% variasi kepuasan dijelaskan oleh fasilitas wisata.
- b) R^2 Minat Berkunjung Kembali = 0,589, artinya 58,9% variasi minat berkunjung kembali dijelaskan oleh fasilitas wisata dan kepuasan pengunjung secara simultan.

Nilai R^2 yang tergolong sedang hingga tinggi ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki tingkat kelayakan yang baik dan dapat menjelaskan hubungan antarvariabel secara memadai. Selain itu, nilai Goodness of Fit (GoF) diperoleh sebesar 0,621, yang menandakan bahwa model struktural memiliki

kekuatan prediksi yang kuat dan sesuai untuk diterapkan dalam konteks pariwisata berbasis pengalaman.

Penelitian menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Jatiluwih. Temuan ini memperkuat teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Oliver (1980) dalam *Expectation Disconfirmation Theory*, di mana kepuasan muncul ketika pengalaman wisatawan sesuai atau melampaui harapan mereka. Wisatawan yang merasa fasilitas yang disediakan seperti kebersihan, kenyamanan, dan kemudahan akses sesuai dengan ekspektasi, akan menilai destinasi tersebut secara positif. Dalam konteks Jatiluwih, faktor kebersihan area, kenyamanan jalur wisata, serta tersedianya fasilitas pendukung seperti tempat istirahat dan papan informasi menjadi aspek penting yang menciptakan rasa puas.

Hasil ini mendukung penelitian (Imam et al., 2025) yang menyatakan bahwa citra destinasi dan motivasi wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata DIY. Namun, penelitian ini belum secara eksplisit meninjau bagaimana motivasi wisatawan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas, meski perannya dimediasi oleh kepuasan wisatawan. Dengan demikian, meskipun motivasi tidak berpengaruh langsung, memahami kebutuhan wisatawan dapat memperkuat loyalitas secara tidak langsung. Dengan strategi berbasis kepuasan, destinasi wisata DIY dapat meningkatkan daya saing dan mendorong loyalitas wisatawan secara berkelanjutan. Selanjutnya, hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap minat datang kembali. Maka ini sejalan dengan pandangan Dick dan Basu (1994) dalam *Consumer Loyalty Theory* yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fondasi terbentuknya loyalitas. Ketika wisatawan merasa puas, mereka cenderung memiliki ikatan emosional dengan destinasi dan menunjukkan perilaku loyal berupa niat untuk berkunjung ulang serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Dalam konteks Desa Wisata Jatiluwih, banyak wisatawan yang menyatakan ingin kembali karena pengalaman yang menyenangkan, keindahan alam yang autentik, dan interaksi sosial yang hangat dengan masyarakat lokal.

Temuan ini juga mengonfirmasi hasil penelitian (Musnia et al., 2023) yang menegaskan bahwa tingkat kepuasan dan informasi atribut wisata halal berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan yang selanjutnya mempengaruhi keinginan pengunjung untuk kembali ke objek wisata Pemandian Air Panas Pincara Luwu Utara. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain, karena dilakukan secara online dan hanya fokus pada pengunjung Pemandian Air Panas Pincara di Kabupaten Luwu Utara. Artinya penelitian ini masih terbatas pada satu konstruk mandiri dan partisipan dalam penelitian ini adalah mereka yang pernah mengunjungi sumber air panas Pincara. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa fasilitas wisata berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung kembali, di luar efek mediasi kepuasan. Artinya, fasilitas yang baik dapat secara langsung menumbuhkan keinginan wisatawan untuk kembali tanpa harus melalui persepsi kepuasan terlebih dahulu. Hal ini terutama terlihat pada wisatawan yang menilai Desa Jatiluwih memiliki fasilitas yang ramah terhadap wisatawan asing dan mudah diakses dari pusat kota Tabanan. Temuan ini menguatkan hasil penelitian Andi dan Mapparenta (2020) yang menyatakan bahwa pengaruh citra destinasi, kualitas layanan, dan fasilitas yang

memadai meningkatkan persepsi kenyamanan dan keamanan wisatawan, sehingga berdampak pada keputusan untuk melakukan kunjungan ulang.

Namun demikian, efek mediasi kepuasan tetap terbukti signifikan secara parsial, yang menandakan bahwa meskipun fasilitas menjadi daya tarik awal, kepuasan wisatawan tetap menjadi jembatan emosional yang menentukan loyalitas. Artinya, fasilitas yang baik perlu diimbangi dengan pengalaman yang menyentuh aspek afektif wisatawan seperti keramahan masyarakat, keselarasan budaya lokal, dan suasana pedesaan yang tenang. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan Desa Wisata Jatiluwih tidak hanya bergantung pada investasi fisik, tetapi juga pada penguatan nilai-nilai budaya dan pengalaman autentik yang tidak ditemukan di destinasi lain. Temuan penelitian ini sekaligus mendukung Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) dimana niat seseorang untuk melakukan tindakan (dalam hal ini berkunjung kembali) dipengaruhi oleh sikap positif terhadap objek, norma sosial, dan persepsi kontrol. Ketika wisatawan menilai fasilitas dan pengalaman di Jatiluwih memadai, mereka membentuk sikap positif yang kemudian mendorong niat untuk kembali berkunjung.

Dari perspektif praktis, hasil ini menegaskan pentingnya strategi pengelolaan desa wisata berbasis sustainability dan community involvement. Peningkatan fasilitas seperti jalur pedestrian, signage informatif, dan sarana publik yang ramah lingkungan akan meningkatkan kenyamanan pengunjung. Sementara keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan area wisata dan pelayanan langsung kepada wisatawan dapat memperkuat hubungan emosional yang berujung pada loyalitas jangka panjang. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa fasilitas wisata, kepuasan pengunjung, dan minat berkunjung kembali membentuk hubungan yang sinergis. Ketiganya saling memperkuat dalam menciptakan keberlanjutan pariwisata di Desa Wisata Jatiluwih. Fasilitas yang baik mendorong kepuasan, kepuasan menumbuhkan loyalitas, dan loyalitas mendukung keberlanjutan destinasi. Oleh karena itu, strategi pembangunan pariwisata di masa depan perlu berorientasi pada *total experience management* yang menggabungkan aspek fisik, emosional, dan sosial dalam satu sistem pengelolaan yang harmonis.

Implikasi Praktis dan Teoretis

1) Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan sejumlah implikasi penting bagi pengelolaan Desa Wisata Jatiluwih serta bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan di tingkat daerah terkait temuan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan minat berkunjung kembali sehingga pengelolaan destinasi perlu menempatkan kualitas fasilitas sebagai salah satu prioritas utama dalam strategi pengembangan wisata.

- a) Pertama, dari sisi pengelolaan desa wisata, diperlukan peningkatan pada fasilitas publik yang mendukung kenyamanan dan aksesibilitas wisatawan. Pengelola dapat memperbaiki tata kelola area parkir, menyediakan toilet bersih dengan standar internasional, serta menambah papan informasi multibahasa untuk mempermudah wisatawan mancanegara. Upaya ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan tetapi juga memperkuat citra positif Desa Jatiluwih sebagai destinasi wisata kelas dunia yang tetap mempertahankan nilai-nilai lokal.

- b) Hasil penelitian menegaskan pentingnya pelibatan masyarakat lokal (*community participation*) dalam pengelolaan dan pelayanan wisata. Kepuasan wisatawan tidak hanya dibentuk oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh pengalaman sosial dan interaksi dengan masyarakat desa. Oleh karena itu, masyarakat perlu terus dilibatkan dalam kegiatan seperti pemanduan wisata, penyediaan homestay, penyelenggaraan atraksi budaya, serta promosi produk UMKM lokal. Dengan demikian, kesejahteraan masyarakat dapat meningkat seiring dengan pertumbuhan kunjungan wisatawan.
- c) Pemerintah daerah dapat menjadikan temuan ini sebagai bahan pertimbangan kebijakan pariwisata berbasis keberlanjutan. Pemerintah Kabupaten Tabanan dan Dinas Pariwisata Provinsi Bali dapat menjadikan Jatiluwih sebagai model pengembangan *eco-cultural tourism* yakni pariwisata yang menjaga keseimbangan antara kelestarian lingkungan, budaya, dan kenyamanan pengunjung. Selain itu, pemerintah juga perlu memperkuat regulasi terkait pengelolaan fasilitas publik dan pelestarian lahan pertanian yang menjadi daya tarik utama kawasan ini.
- d) Dari perspektif industri pariwisata, hasil ini menunjukkan bahwa strategi promosi destinasi harus menonjolkan pengalaman autentik dan kepuasan pengunjung. Promosi tidak cukup hanya dengan menampilkan keindahan lanskap sawah terasering, tetapi juga harus menekankan pengalaman yang ditawarkan seperti ketenangan, kebersihan, keramahan masyarakat, dan nilai budaya lokal yang kuat. Dengan cara ini, citra Jatiluwih dapat semakin menonjol sebagai destinasi wisata dunia yang memadukan keindahan alam dan harmoni budaya.

2) Implikasi Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku wisatawan dan teori loyalitas konsumen. Temuan empiris menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung tidak hanya menjadi hasil dari fasilitas yang memadai, tetapi juga berfungsi sebagai mediator emosional yang menjembatani hubungan antara faktor fisik (fasilitas) dan perilaku pascakunjungan (minat berkunjung kembali). Hal ini memperkuat Expectation Disconfirmation Theory (Oliver, 1980) yang menyatakan bahwa kepuasan timbul ketika pengalaman aktual memenuhi harapan, dan juga memperluas pemahaman Consumer Loyalty Model (Dick & Basu, 1994) dalam konteks pariwisata berbasis budaya. Dalam model ini, kepuasan pengunjung di Desa Jatiluwih bukan sekadar respon kognitif terhadap layanan, tetapi juga bentuk keterikatan afektif yang tumbuh dari pengalaman wisata yang bernilai budaya dan spiritual. Selain itu, hasil penelitian ini memberikan pembaruan pada penerapan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dalam konteks wisata pedesaan. Sikap positif wisatawan terhadap Jatiluwih terbentuk bukan hanya karena faktor norma sosial atau niat rasional, tetapi juga karena pengalaman holistik yang menggabungkan fasilitas, kenyamanan, dan suasana autentik. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa perilaku wisatawan modern semakin dipengaruhi oleh dimensi pengalaman (*experiential dimension*) yang melampaui sekadar fungsi utilitarian dari destinasi. Temuan ini juga memperkaya literatur mengenai model pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dengan menegaskan bahwa pengelolaan fasilitas dan kepuasan wisatawan

tidak dapat dipisahkan dari prinsip keberlanjutan lingkungan dan pelibatan masyarakat. Dengan mengintegrasikan aspek fasilitas, kepuasan, dan loyalitas dalam satu model empiris, penelitian ini memberikan dasar teoretis bagi pengembangan *holistic tourism behavior model* yang relevan untuk konteks desa wisata di Indonesia.

3) Dampak terhadap Kebijakan Daerah

Dari perspektif kebijakan publik, hasil penelitian ini memberikan masukan strategis bagi pemerintah daerah dalam merumuskan program pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berkeadilan. Pemerintah Kabupaten Tabanan dapat menggunakan hasil ini untuk:

1. Menyusun standar kualitas fasilitas desa wisata yang menekankan kebersihan, keamanan, dan kenyamanan.
2. Mengintegrasikan pendidikan pariwisata berkelanjutan ke dalam pelatihan masyarakat lokal agar mampu melayani wisatawan dengan profesional tanpa menghilangkan identitas budaya.
3. Mendorong kolaborasi antara pemerintah daerah, swasta, dan masyarakat desa dalam pengelolaan bersama destinasi wisata (*co-management approach*) untuk menjaga keseimbangan antara konservasi alam dan kebutuhan wisatawan.

Langkah-langkah ini akan memperkuat posisi Desa Wisata Jatiluwih sebagai model desa wisata hijau dan berbudaya, sekaligus mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya tujuan 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) serta tujuan 11 (kota dan komunitas berkelanjutan).

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung di Desa Wisata Jatiluwih, Tabanan, Bali*, dapat ditarik simpulan yaitu (a) Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, wisatawan yang menilai fasilitas Desa Wisata Jatiluwih memadai terutama dalam aspek kebersihan, kenyamanan, aksesibilitas, dan kelengkapan fasilitas publik cenderung merasa puas terhadap pengalaman wisatanya. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas berperan sebagai faktor utama dalam menciptakan persepsi positif terhadap destinasi, (b) Kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, tingkat kepuasan yang tinggi mendorong wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama di masa depan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan tidak hanya muncul dari aspek fisik fasilitas, tetapi juga dari suasana, keramahan masyarakat, serta nilai-nilai budaya yang melekat di desa wisata tersebut, (c) Fasilitas wisata juga berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung kembali, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi. Artinya, temuan ini menegaskan bahwa fasilitas yang baik dapat menumbuhkan loyalitas wisatawan secara langsung, namun kepuasan tetap menjadi jembatan emosional yang memperkuat hubungan antara kualitas fasilitas dan niat kunjungan ulang, (d) Model hubungan antarvariabel memiliki kelayakan yang baik (*Goodness of Fit* tinggi), menunjukkan bahwa faktor fasilitas dan kepuasan mampu menjelaskan sebagian besar variasi minat berkunjung kembali wisatawan di Desa Wisata Jatiluwih. Jadi, secara keseluruhan penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan desa

wisata tidak hanya bergantung pada daya tarik alam semata, tetapi juga pada bagaimana fasilitas dan pengalaman wisatawan dikelola secara berkelanjutan untuk membangun kepuasan dan loyalitas jangka panjang.

Berdasarkan simpulan di atas, dapat diajukan saran berikut (a) Bagi pengelola Desa Wisata Jatiluwih dapat meningkatkan dan pemeliharaan rutin terhadap fasilitas publik seperti area parkir, toilet, jalur pedestrian, serta pusat informasi wisata. Selain itu, penyediaan papan petunjuk arah, tempat sampah terpilah, dan fasilitas ramah disabilitas akan memperkuat citra Jatiluwih sebagai destinasi wisata berstandar internasional, (b) Bagi masyarakat lokal dapat peningkatan kapasitas melalui pelatihan *hospitality* dan pengelolaan layanan wisata berbasis budaya agar interaksi dengan pengunjung dapat menciptakan pengalaman yang autentik. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata mampu memperkuat konsep *community-based tourism* yang menjadi ruh Desa Jatiluwih, (c) Bagi pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata Tabanan diharapkan mendukung pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan serta mendorong kebijakan yang berpihak pada pelestarian budaya dan lingkungan. Kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, masyarakat, dan pihak swasta sangat dibutuhkan untuk memastikan pengelolaan destinasi berjalan secara profesional namun tetap berakar pada nilai lokal. Jadi, hasil penelitian berkontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu pariwisata dan perilaku konsumen, serta memberikan dasar praktis bagi pengelola dan pembuat kebijakan dalam mewujudkan destinasi wisata yang berdaya saing, berkelanjutan, dan berorientasi pada kepuasan pengunjung. (Harahap, 2023; Huda et al., 2022; Listyawati & Wulandari, 2022; Salsabila, & Nathalia, 2023).

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Dick, A. S., & Basu, K. 1994. Customer Loyalty: Toward an integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99–113.
- Dwi, A., Putri, S., & Farida, N. 2020. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–793.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. 2021. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1), 40–47.
- Harahap, M. A. K. 2023. Analisis Pengaruh Fasilitas Wisata Pemandangan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Sebuah Kajian Pada Kawasan Danau Toba Kabupaten Simalungun). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 1(1), 26–33.
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloejo, H. D. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 198–206.
- Imam, H., Ningrum, N. K., & Hutami, L. T. H. 2025. Pengaruh Citra Destinasi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 179–192.

- Irfan, A., Mahfudnurnajamuddin, M., Hasan, S., & Mapparenta, M. 2020. The Effect of Destination Image, Service Quality, and Marketing Mix on Tourist Satisfaction and Revisiting Decisions at Tourism Objects. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(8), 727–740.
- Listyawati, I. H., & Wulandari, A. 2022. Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(1), 37–43.
- Anggraita, S. L. 2023. Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Pongok Klaten. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (BISMAK)*, 3(2), 93–103.
- Lutfiyah, Z., & Fathor, A. S. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Destobasi terhadap Loyalitas Pengunjung Wisata Mangrove dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1579–1592.
- Musnia, M., Hamid, R. S., & Maszudi, E. 2023. Islamic Tourism: Peran Atribut Wisata Halal dalam Menentukan Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jesya*, 6(2), 1899–1900.
- Nunnally, J. C. 1978. Psychometric theory / Jum C. Nunnally. In *Psychometric theory (2d ed.)*. McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. 1994. *Psychometric theory / Jum C. Nunnally, Ira H. Bernstein (3rd ed.)*. McGraw-Hill.
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. 2022. Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 73–78.
- Oliver, R. L. 1980. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460–469.
- Praja, Y. 2023. Peranan Kepuasan Wisatawan dalam Memediasi Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Yang Berdampak Pada Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ijen Geopark Bondowoso. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 281–295.
- Primadi, R., Simanjuntak, M., & Muflikhati, I. 2021. Faktor Penentu Kepuasan Dan Minat Kunjung Ulang Ekowisata. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 110–120.
- Putri, S. A. F., Wiryaningtyas, D. P., & Anshory, M. I. 2023. Pengaruh Promosi Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagaivariabel Intervening Pada Wisatawankampung Blekok Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(9), 2116.
- Qur'ani, J., Ingkadijaya, R., & Wulan, S. 2023. Pengaruh Revitalisasi Sarana Prasarana Dan Harga Tiket Masuk Terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung Di Taman Mini Indonesia Indah. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 4(2), 178–188.
- Roscoe, J. T. 1975. *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Salsabila, S., & Nathalia, T. C. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Mini Indonesia Indah Pasca Revitalisasi. *Journal Of Tourism And Economic*, 6(2), 195–206.