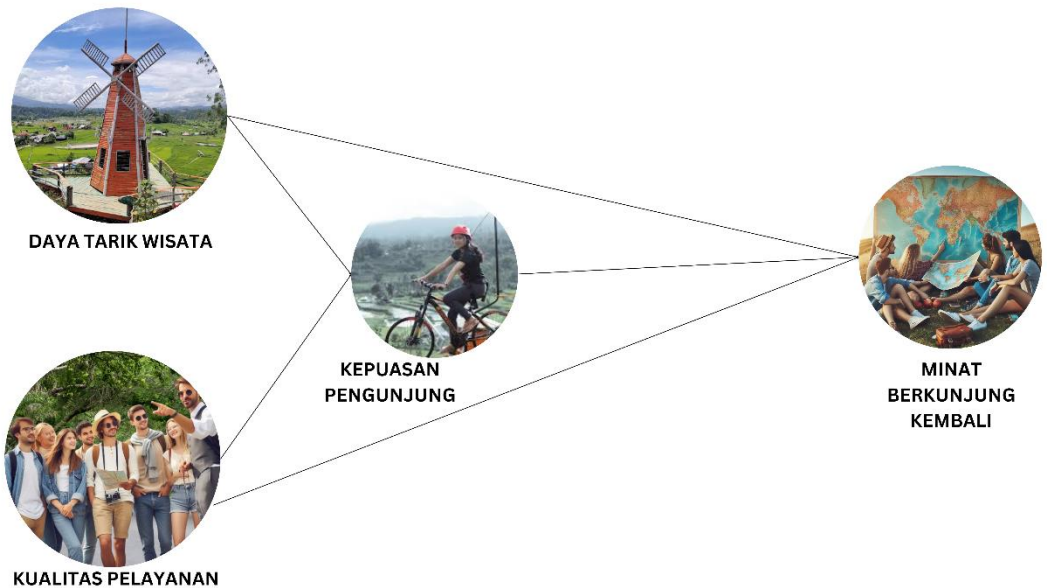


**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN
PENGUNJUNG
(STUDI KASUS OBJEK WISATA DESA TONDOK BAKARU, MAMASA)**



**VIA CANDRA
D071181004**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN
PENGUNJUNG
(STUDI KASUS OBJEK WISATA DESA TONDOK BAKARU, MAMASA)**

**VIA CANDRA
D071181004**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN
PENGUNJUNG
(STUDI KASUS OBJEK WISATA DESA TONDOK BAKARU, MAMASA)**

PERNYATAAN PENGAJUAN

VIA CANDRA
D071181004

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Teknik Industri

Pada

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

SKRIPSI

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS OBJEK WISATA DESA TONDOK BAKARU, MAMASA) HALAMAN PENGESAHAN

VIA CANDRA
D071181004

Skripsi,

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana pada 7 Oktober 2024 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat kelulusan

Pada

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin
Makassar

gesahkan:
bimbing tugas akhir,

Mengetahui:
Ketua Program Studi,




f. Dr. H. Syamsul Bahri M.Si., IPU., ASEAN. Eng. CACP
19611113 198703 1 003

Ir. Kriyayah Amar, ST., M.Sc., Ph.D, IPU
NIP. 19740621 200604 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Objek Wisata Desa Tondok Bakar, Mamasa)" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing Prof. Dr. H. Syamsul Bahri M.Si., IPU., ASEAN. Eng. CACP. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka skripsi ini. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 23 Oktober 2024



Via Candra
NIM D071181004

UCAPAN TERIMA KASIH

Sungguh layak dan pantas kita haturkan syukur kehadirat Allah Tritunggal Mahakudus atas segala kasih dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pengunjung Objek Wisata Desa Tondok Bakar, Mamasa)”. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan tugas akhir ini, terdapat banyak dukungan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis sangat merasa berterima kasih kepada:

1. Allah Tritunggal Mahakudus atas segala karunia dan rahmatNya sehingga penulis dapat kembali menemukan dirinya dan mau berusaha berjuang kembali. Syukur kepada Allah Bapa, Putra dan Roh Kudus atas pertolongan kasihNya dalam hidup penulis terutama dalam hal pengerjaan Tugas Akhir ini.
2. Bunda Maria atas bantuan dan doaNya yang terkabul melalui Doa Novena Tiga Salam Maria dan Doa Rosario yang penulis doakan.
3. Kedua Orang Tua, Adik – Adikku dan semua keluarga besarku yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan moral dan materil kepada penulis. Terimakasih untuk tidak pernah berhenti percaya bahwa penulis bisa sampai di titik ini. Terimakasih Mama dan Papa sudah selalu memberikan segala yang terbaik untuk saya. Terimakasih untuk selalu ada dalam perjalanan hidupku sampai sekarang. Sehat dan umur, biar saya dan adik – adik bisa membalas kebaikan Papa dan Mama di masa depan nanti.
4. Frater Bernard Ra’ba, HHK di surga yang selalu memberikan dukungan baik berupa moral dan materil sehingga saya bisa berada di titik ini. Terimakasih untuk setiap bantuan dan dukungan yang diberikan. Mohon maaf saya baru bisa menyelesaikan S1 saya ketika Frater sudah berpulang ke RumahNya yang Abadi.
5. Ibu Ir. Kifayah Amar, ST.,M.Sc.,Ph.D,IPU selaku Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin sekaligus sebagai Dosen Penguji penulis. Terimakasih telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam Tugas Akhir ini.
6. Bapak Prof. Dr. H. Syamsul Bahri M.Si.,IPU.,ASEAN. Eng.CACP selaku dosen pembimbing yang sangat membantu dan mengarahkan penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai dengan baik. Terimakasih untuk setiap waktu dan arahan yang diberikan kepada penulis. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas kebaikan beliau dengan berkat yang berlimpah.
7. Ibu Ir. A. Besse Riyani Indah., ST.,MT.,IPM sebagai dosen penguji yang telah memberikan saran yang membangun dalam Tugas Akhir ini. Terimakasih untuk setiap saran dan masukan bagi terselesainya Tugas Akhir ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
9. Teman – teman FEAZ18LE atas kebersamaan selama masa perkuliahan. Terimakasih telah kebersamai penulis selama proses perkuliahan.
10. Rekan – Rekan Asisten Laboratorium Perancangan Sistem Kerja dan Ergonomi yang telah menjadi partner penulis dalam melaksanakan tugas.

11. Keluarga Mahasiswa Katolik Teknik Universitas Hasanuddin (KMKT – UH) yang telah kebersamai penulis sebagai rumah tempat pulang selama masa perkuliahan. Terimakasih atas hubungan yang manis selama ini.
12. Teman – teman RISE UP (Ingrid, Angeline, Christie, Aril, Elang, El, Ans, Apping, Caesar, Yoris, Caca, Jhessy, Jerry, Gita, Reky, Berto, Andre, Anggi, Claudia, Abe, Ryan, Alfian, Ius, Ignas, Meyke, Glo, Charlie, Francis, Juan1, Juan2 dan Jessica) atas cerita dan cinta kasihnya kepada penulis. Terimakasih teman – teman atas segalanya. Mari bertemu kembali di masa depan.
13. Roy Christopher Ham winarta sebagai partner 24/7 dalam keseharian penulis. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
14. Orang Muda Katolik (OMK) Stasi Santa Maria Bunda Allah Tanete, yang telah mengisi hari – hari penulis dengan kebersamaan dan saling menguatkan dalam iman yang sama.
15. Para Responden yang dengan sukarela menyempatkan waktunya untuk membantu penulis mengisi kuisisioner penelitian.
16. Semua pihak yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu yang dengan perannya masing – masing turut membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
17. *Last but not least*, saya ingin berterimakasih kepada diriku sendiri. Terimakasih untuk tidak berhenti berjuang di tengah jalan. Terimakasih sudah berusaha menemukan kembali tujuan awalmu. Terimakasih sudah temukan dirimu lagi. Terimakasih kamu sudah berhasil sampai di titik ini. Terimakasih sudah menjadi kuat di perjalanan panjangmu kali ini. Mari berjuang lagi untuk hidup di masa yang akan datang.

Penyusunan Tugas Akhir ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan rendah hati saya mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari para pembaca. Besar harapan saya, bahwa Tugas Akhir ini bisa memberikan sedikit manfaat bagi kita semua.

Makassar, 13 September 2024



Penulis

ABSTRAK

VIA CANDRA. **PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS OBJEK WISATA DESA TONDOK BAKARU, MAMASA)** (dibimbing oleh Syamsul Bahri).

Latar Belakang. Objek Wisata Tondok Bakaru, Mamasa merupakan salah satu destinasi wisata alam yang berlokasi di Desa Tondok Bakaru, Kabupaten Mamasa, Sulawesi Barat. Sebagai salah satu destinasi wisata yang masih baru, objek wisata Desa Tondok Bakaru hendaknya selalu berbenah diri guna menarik para wisatawan. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung. **Metode.** Analisa data pada penelitian ini menggunakan teknik *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan menggunakan bantuan *software Smart-PLS* dan *AMOS*. **Hasil.** Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa. Hal ini dapat dilihat dari nilai $p < 0,000 < 0,005$ dan nilai t statistik $5,388 > 1,96$. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa. Hal ini dapat dilihat dari nilai $p < 0,000 < 0,005$ dan nilai t statistik $12,425 > 1,96$. Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa. Hal ini terlihat dari nilai $p < 0,004 < 0,005$ dan nilai t statistik $2,864 > 1,96$. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa. Hal ini dapat dilihat dari nilai $p < 0,000 < 0,005$ dan nilai t statistic $4,639 > 1,96$. Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa. Hal ini dapat dilihat dari nilai $p < 0,000 < 0,005$ dan nilai t statistic $3,897 > 1,96$. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa. Hal ini dapat dilihat dari nilai $p < 0,000 < 0,005$ dan nilai t statistic $5,088 > 1,96$. Jika dibandingkan antara Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan, variabel yang paling berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa adalah variabel kualitas pelayanan karena nilai original sampelnya lebih besar. Meskipun hasil penelitian menunjukkan fenomena tersebut, tetapi faktor daya Tarik wisata tentunya juga harus selalu dipertimbangkan agar dapat meningkatkan minat berkunjung kembali para wisatawan.

Kata kunci: daya tarik wisata, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, minat berkunjung kembali, PLS-SEM

ABSTRACT

VIA CANDRA. **THE INFLUENCE OF PERCEIVED ATTRACTIVENESS AND SERVICE QUALITY ON REVISIT INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERMEDIATE VARIABLE (CASE STUDY ON OBJEK WISATA DESA TONDOK BAKARU, MAMASA)** (supervised by Syamsul Bahri).

Background. Tondok Bakaru, Mamasa tourist attraction is a natural tourist destination located in Tondok Bakaru Village, Mamasa Regency, West Sulawesi. As a new tourist destination, the Tondok Bakaru Village tourist attraction should always improve itself to attract tourists. **Aim.** This research aims to analyze the relationship between perceived attractiveness and service quality on revisit intention using customer satisfaction as an intermediary variable. **Methods.** Data analysis in this study used the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique. **Results.** *Perceived Attractiveness has a positive and significant effect on customer satisfaction because the t statistic value is 5.388 and the p value is 0.000. Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction because the statistical t value is 12.425 and the p value is 0.000. Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Revisit Intention because the statistical t value is 5.860 and the p value is 0.000. Perceived Attractiveness has a positive and significant effect on Revisit Intention because the statistical t value is 2.864 and the p value is 0.004. Service Quality has a positive and significant effect on Revisit Intention because the statistical t value is 4.639 and the p value is 0.000. Perceived Attractiveness has a positive and significant effect on Revisit Intention through Customer Satisfaction as an intervening variable because the statistical t value is 3.871 and a p value of 0.000. Service Quality has a positive and significant effect on Revisit Intention through Customer Satisfaction as an intervening variable because the statistical t value is 5.088 and the p value is 0.000. The original sample value for the relationship between Perceived Attractiveness and revisit intention is 0.325, while the original sample value for the relationship between Service Quality and revisit intention is 0.488. This means that if we compare Perceived Attractiveness and Service Quality, the variable that has the most influence on Revisit Intention at the Tondok Bakaru Mamasa Village tourist attraction is the Service Quality variable because the original value of the sample is greater.*

Keywords: Perceived Attractiveness, Service Quality, Customer Satisfaction, Revisit Intention, PLS-SEM

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENGACUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Teori	5
1.2.1 Daya Tarik Wisata (<i>Perceived Attractiveness</i>)	5
1.2.2 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	5
1.2.3 Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	6
1.2.4 Kunjungan Kembali (<i>Revisit Intention</i>)	7
1.2.5 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	8
1.2.6 Penelitian Terdahulu.....	11
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.6 Batasan Masalah	18
BAB II METODE PENELITIAN.....	19
2.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
2.2 Sumber Data dan Variabel Penelitian.....	19
2.3 Bahan Uji dan Alat atau Populasi, Sampel dan Instrumen	20
2.4 Teknik Pengumpulan Data	20
2.5 Teknik Analisis.....	23
2.6 <i>Flow Chart</i> Penelitian	23
2.7 Kerangka Berpikir.....	25
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	27
3.1 Gambaran Umum Objek Wisata Desa Tondok Bakaru, Mamasa.....	27
3.2 Uji Instrumen Penelitian	34
3.3 Pengolahan Data Responden	36
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	57
4.1 Kesimpulan	57
4.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Wisatawan Objek Wisata Desa Tondok Bakaru, Mamasa	3
Tabel 2 Analisis Praktis Keputusan Penggunaan CB-SEM atau PLS-SEM	10
Tabel 3 Review Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4 Skala Likert.....	21
Tabel 5 Indikator Atribut Kuisisioner.....	21
Tabel 6 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 8 Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 9 Frekuensi Usia Responden	36
Tabel 10 Jenis Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 11 Frekuensi Kunjungan Responden.....	37
Tabel 12 Output Pengujian Convergent Validity	40
Tabel 13 Output Pengujian Convergent Validity	42
Tabel 14 Ouput Pengujian Ave	43
Tabel 15 Nilai Crossloading	44
Tabel 16 Output Uji Reliabilitas Konstruk Cronbach's Alpha	44
Tabel 17 Output Uji Reliabilitas Konstruk Composite Reliability.....	45
Tabel 18 Hasil R Square	45
Tabel 19 Ouput R Square	46
Tabel 20 output Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 21 Hasil Bootstrapping Pengaruh Langsung	53
Tabel 22 Output Bootstrapping Indirect Effect.....	54
Tabel 23 Output Bootstrapping Total Effect.....	54
Tabel 24 Uji Hipotesis Penelitian.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Lokasi Objek Wisata Desa Tondok Bakarui Mamasa.....	19
Gambar 2 Kerangka pikir penelitian.....	25
Gambar 3 Kawasan Wisata Desa Tondok Bakarui, Mamasa.....	27
Gambar 4 Beberapa Jenis Anggrek di Tondok Bakarui, Mamasa.....	28
Gambar 5 Wisata Sawah dan Anggrek	29
Gambar 6 Objek Wisata <i>Citol Hill</i>	30
Gambar 7 Wisata Hutan Pinus “Bukit Lenong”	30
Gambar 8 Rumah Adat Mamasa.....	31
Gambar 9 Musik Tradisional Sebagai Salah Satu Kegiatan Sanggar Seni	32
Gambar 10 Kerajinan Tangan Hasil Karya Penduduk Setempat.....	32
Gambar 11 Aneka Kuliner	32
Gambar 12 Tenun Mamasa.....	33
Gambar 13 Spesifikasi Model.....	38
Gambar 14 Model Struktural dan Pengukuran.....	39
Gambar 15 Model Setelah Indikator Tidak Valid Dikeluarkan	41
Gambar 16 Model Awal.....	48
Gambar 17 Modifikasi Model	49
Gambar 18 Hasil Bootstrapping Model	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Google formulir</i> uisioner penelitian (1)	63
Lampiran 2 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (2).....	64
Lampiran 3 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (3).....	65
Lampiran 4 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (4).....	65
Lampiran 5 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (5).....	66
Lampiran 6 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (6).....	66
Lampiran 7 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (7).....	67
Lampiran 8 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (8).....	68
Lampiran 9 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (9).....	68
Lampiran 10 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (10).....	69
Lampiran 11 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (11)	69
Lampiran 12 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (12).....	70
Lampiran 13 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (13).....	70
Lampiran 14 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (14).....	71
Lampiran 15 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (15).....	71
Lampiran 16 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (16).....	72
Lampiran 17 <i>Google formulir</i> kuisisioner penelitian (17).....	72
Lampiran 18 data sosio demografi responden	73
Lampiran 19 Hasil uji Valdiitas Menggunakan SPSS Variabel Eksogen, Perantara dan Endogen	79
Lampiran 20 Hasil uji Reabilitas Menggunakan SPSS Variabel DTW.....	80
Lampiran 21 Hasil uji Reabilitas Menggunakan SPSS Variabel KP	80
Lampiran 22 Hasil uji Reabilitas Menggunakan SPSS Variabel CS	80
Lampiran 23 Hasil uji Reabilitas Menggunakan SPSS Variabel MBK	80
Lampiran 24 Lampiran Data Kusisioner Variabel DTW	81
Lampiran 25 Data Kusisioner Variabel CS dan MBK.....	95

BAB I PENDAHUUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Indonesia bukan lagi merupakan suatu hal baru. Perkembangannya pun terbilang sangat pesat. Hal ini di buktikan dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang tidak hanya meliputi perjalanan domestik tetapi juga perjalanan internasional. Dengan perkembangannya yang semakin cepat tersebut, industri di bidang pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan yang dapat diandalkan, bahkan kini pariwisata telah menjadi salah satu sumber devisa yang berasal dari wisatawan domestik dan mancanegara.

Pengembangan sektor pariwisata sudah semestinya dilakukan secara berkesinambungan dan terus menerus. Pengembangan wisata diharapkan dapat menjadikan sektor wisata semakin baik dan menarik kunjungan wisatawan. Kegiatan pariwisata dapat mendorong masyarakat secara aktif dalam pembangunan untuk mencapai tujuan kesejahteraan bersama. Pengembangan sektor pariwisata merupakan suatu kegiatan menjadikan objek wisata yang sudah ada, menjadi lebih baik serta menarik, pengembangan wisata juga dapat dilakukan dengan menggali segala potensi pariwisata, yang meliputi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang apabila digabungkan dan dikelola dengan baik akan memberikan manfaat bagi keduanya. Objek wisata adalah tempat yang dikunjungi dengan segala macam keindahannya, bisa menjadi tempat aktivitas pariwisata, tempat untuk bersenang-senang cukup lama untuk memperoleh kepuasan di tempat wisata, pelayanan berkualitas dan kenangan indah dalam perjalanan wisata (Pariyanti dan Buchori, 2020).

Suatu tempat dapat menjadi destinasi wisata karena berbagai hal, salah satunya memiliki daya tarik wisata (*perceived attractiveness*) Warpani (2007) menjelaskan Daya Tarik Wisata sebagai segala sesuatu yang memicu seseorang dan/atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena memiliki makna tertentu. Hal ini juga diperkuat dengan pendapat Basiya dan Rozak (2012) yang menjelaskan bahwa daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan Daya Tarik Wisata berperan penting tidak hanya terhadap tempat wisata tetapi juga dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi tempat wisata (Setyawan, 2020). Selain daya tarik wisata, hal lain yang tak kalah penting adalah kualitas pelayanan (*service quality*). kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya, layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen. Menurut Kotler(2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan .apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan,maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan .kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa ,manusia, proses,lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Menurut Abdullah dan Tantri

(2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumen nya (Zikri & Harahap, 2022).

Provinsi Sulawesi Barat memiliki banyak kawasan wisata yang didominasi dengan nuansa alam dan budaya. Letak geografis Provinsi Sulawesi Barat terbagi atas daerah pinggir laut dan pegunungan. Dari enam kabupaten yang berada di Sulawesi barat, Kabupaten Mamasa merupakan kabupaten yang berada di dataran tinggi atau pegunungan dan jauh dari laut. Kondisi alam yang masih terjaga keasriannya menjadikan kabupaten Mamasa memiliki banyak potensi wisata alam, seperti air terjun, mata air panas, pegunungan, dan sungai serta wisata budaya seperti rumah adat, kampung atau desa wisata, kuburan adat, dan festival budaya Mamasa. Dengan melihat kondisi geografis Kabupaten Mamasa tersebut, maka Gubernur Sulawesi Barat menetapkan Kabupaten Mamasa sebagai Destinasi Pariwisata Unggulan Sulawesi Barat dengan mengeluarkan Peraturan Gubernur Sulawesi Barat Nomor 15 Tahun 2008. Sehingga Kabupaten Mamasa dituntut untuk mengembangkan segala potensi pariwisata yang ada di dalamnya demi mewujudkan tujuan dari Peraturan tersebut (Mulyana dan Maabuat, 2022).

Besrdasarkan data dari Badan Statistik Kabupaten Mamasa Tahun 2020, Kabupaten Mamasa merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Barat, Indonesia. Ibukota kabupaten ini terletak di Kecamatan Mamasa. Sebelumnya Kabupaten Mamasa merupakan salah satu bagian dari Kabupaten Polewali Mamasa. Kemudian pada tanggal 11 Maret 2002, Mamasa resmi memisahkan diri dari Kabupaten Polewali Mamasa, yang kemudian membentuk satu kabupaten baru yang disebut Kabupaten Mamasa. Kabupaten Mamasa memiliki luas wilayah 3.006,15 km² dan terbagi menjadi 17 kecamatan, 13 kelurahan, dan 181 desa.

Sebagai salah satu kabupaten dengan umur yang masih sangat muda, Kabupaten Mamasa terus berbenah diri guna mengembangkan berbagai sisi kehidupan masyarakatnya seperti dalam hal budaya, sosial ekonomi, dan politik. Dengan alam yang masih sangat terjaga keasrian dan kelestariannya, Kabupaten Mamasa memiliki berbagai macam objek wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan baik wisatawan dalam negeri maupun mancanegara. Beberapa objek wisata yang dapat ditemui yaitu Buntu Liarra, Desa Rambusaratu, Gunung Mambulling, Wisata Kain Tenun Mamasa, Pohon Pinus Salukodo, Air Terjun Lambanan, Air Terjun Sarambu Liawan, Batu Tedong, Desa Tondok Bakar, Buntu Mussa, Air Panas Kole, dan Air Terjun Sambabo.

Tondok Bakar merupakan objek wisata baru yang telah diresmikan oleh wakil Bupati Mamasa pada Tahun 2019 lalu sebagai desa wisata. Tergabung beragam objek wisata dalam desa wisata ini, seperti Lantang Mamase (kuliner di tengah persawahan), Sawah Orchid, Taman Anggrek Serasi, dan masih banyak lagi. Dengan terbukanya beragam objek wisata maka tentu ada penyerapan tenaga kerja untuk pengelolaan objek wisata, baik dalam fasilitas maupun pelayanan. Penyerapan tenaga kerja ini termasuk salah satu bentuk upaya pemberdayaan agar masyarakat mampu untuk mandiri dan mengembangkan potensinya dan potensi daerahnya. Terbukanya desa wisata ini diharapkan adanya keterlibatan dari masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaannya sebagai bentuk partisipasi dari masyarakat. Hal tersebut juga

merupakan salah satu bentuk usaha membangun kemandirian masyarakat yang berada di desa agar masyarakat desa dapat memenuhi kebutuhannya secara mandiri dengan memanfaatkan potensi pariwisata yang ada di desa (Mulyana dan Maabuat, 2022).

Desa Tondok Bakaru merupakan salah satu desa di Kecamatan Mamasa, Kabupaten Mamasa, Sulawesi Barat. Desa ini terletak tepat di bawah kaki Gunung Mambuliling yang merupakan salah satu gunung tertinggi di Sulawesi Barat. Desa Tondok Bakaru juga merupakan desa terakhir sebelum memasuki Taman Nasional Gandang Dewata. Desa ini memiliki 6 Dusun dengan jumlah penduduk 2386 jiwa, mayoritas penduduknya merupakan petani dengan luas wilayah 3.660 Ha, luas sawah sekitar 114,4 Ha, luas kebun kurang lebih 312 Ha, luas pemukiman kurang lebih 400 Ha dan luas hutan kurang lebih 2.833,6 Ha. Dengan bentangan alam yang luas menjadikan Desa Tondok Bakaru memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Susunan *landscape* sawah yang terintegrasi dengan hutan pinus, rumah adat, permandian air panas dan taman penangkaran anggrek menyatu di tempat ini. Perpaduan beberapa destinasi diyakini akan melahirkan keindahan alam yang membuat setiap pengunjung mendapat ketenangan serta kesejukan dari ekowisata ini. Selain itu, pengunjung dapat mengenal budaya dan potensi alam lainnya yang ada di Tondok Bakaru sesuai dengan misi yang dibangun pada ekowisata Tondok Bakaru.

Objek Wisata Desa Tondok Bakaru adalah salah satu objek wisata yang diharapkan mampu memberikan sumbangsih bagi perkembangan masyarakat di sekitarnya dan memberikan dampak yang positif pada perekonomian masyarakat secara menyeluruh. Desa Tondok Bakaru merupakan salah satu destinasi wisata yang mulai digemari oleh wisatawan. Desa ini menyediakan berbagai jenis objek wisata diantaranya Wisata Sawah dan Tanaman Anggrek, Objek Wisata “*Citol Hill*” dan Objek Wisata Hutan Pinus “*Bukit Lenong*”. Adapun beberapa fasilitas yang dimiliki oleh objek wisata ini adalah *d’ Breeze Villa*, *Homestay SAWO*, *Homestay BUMDES*, *Homestay Edelweis* dan *Homestay Chitol Hill*, lokasi *camp* dan kios yang menyediakan berbagai jenis souvenir dan kerajinan tangan warga setempat.

Tabel berikut adalah tabel yang menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Desa Tondok Bakaru, Mamasa. Berdasarkan data yang didapatkan diperoleh bahwa jumlah wisatawan yang mendominasi di objek wisata ini adalah para wisatawan lokal dari kabupaten Mamasa sendiri dan dari kabupaten lain yang berdekatan dengan wilayah kabupaten ini.

Tabel 1 Jumlah Wisatawan Objek Wisata Desa Tondok Bakaru, Mamasa

Tahun	Jumlah Wisatawan
2019	10.000
2020	3.500
2021	14.000
2022	15.000

Sumber : BUMDES Tondok Bakaru Tahun 2022

Salah satu hal yang mendorong wisatawan untuk berkunjung adalah *Perceived Attractiveness* atau daya tarik pengunjung dan Kualitas Pelayanan atau *Service Quality*. Daya tarik yang dirasakan mengacu pada persepsi pengunjung terhadap daya tarik suatu objek wisata sedangkan Kualitas pelayanan mengacu pada kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung. Citra perusahaan juga harus dibangun dengan baik

sehingga mampu meningkatkan ketangguhan dan keunggulan yang kompetitif di dunia persaingan. Banyak perusahaan yang gulung tikar karena tidak bisa menjaga citra perusahaan yang baik, untuk itu harus dibuat suatu strategi atau taktik untuk pencitraan dihati konsumen seperti yang kita tahu ada pepatah konsumen adalah Raja. Jadi, semua kebutuhan dan keinginnya wajib kita layani dengan tulus dan semaksimal mungkin. Kualitas pelayanan yang ditawarkan juga sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan, hal ini dapat diukur dari banyaknya perusahaan yang tetap eksis dengan menempatkan kualitas barang atau jasanya untuk mempertahankan konsumennya (Wijianto, 2014).

Ketika suatu objek wisata didorong oleh dua hal tersebut di atas maka tingkat kepuasan pengunjung atau *customer satisfaction* akan dapat ditingkatkan yang tentunya berpengaruh terhadap *Revisit Intention* ke objek wisata tersebut. Menurut Oliver (2010:3) *"Satisfaction comes from the Latin satis which means enough and the word facere which means to do or make. A product or service that is able to provide satisfaction has the ability to provide what is desired until the point of "enough" or more is reached"*. Yang dapat diartikan bahwa kepuasan berasal dari bahasa latin satis yang berarti cukup dan kata facere yang memiliki makna untuk melakukan atau membuat. Sebuah produk maupun jasa yang mampu memberikan kepuasan memiliki kemampuan untuk menyediakan apa yang diinginkan hingga tercapai titik "cukup" atau lebih. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan Bahagia atau kecewa dari diri seseorang yang muncul akibat dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan terhadap kinerja yang diekspektasikan. Menurut Abd et al. (2012) *revisit intention* adalah sebuah intensi yang dimiliki oleh seorang pengunjung dengan maksud untuk mendatangi kembali serta mengulangi kunjungan dalam kurun waktu satu tahun serta memiliki kesediaan untuk melakukan kunjungan secara regular ke destinasi wisata. Sedangkan menurut Jeon (2013), *revisit intention* ialah kesediaan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang terhadap objek wisata atau destinasi pada negara yang sama. Menurut Wulanjani & Derriawan (2017) *revisit intention* merupakan bentuk keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali yang kemudian disertai dengan memberikan *word of mouth* yang baik. Berdasarkan teori yang telah dijelaskan oleh para ahli tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *revisit intention* adalah kesediaan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang terhadap objek wisata (Aditya & Tiarawati, 2023).

Sebagai salah satu destinasi wisata yang masih baru, objek wisata Desa Tondok Bakaru hendaknya selalu berbenah diri guna menarik para wisatawan. Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh sebuah objek wisata yakni Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung yang. Ketiga faktor tersebut diharapkan dapat meningkatkan kunjungan kembali.

Berdasarkan beberapa hal di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELAUl KEPUASAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS : OBJEK WISATA DESA TONDOK BAKARU, MAMASA)**. Selain beberapa alasan di atas, peneliti memandang perlu pentingnya topik ini karena objek wisata Desa Tondok Bakaru tergolong masih sangat baru namun belum banyak penelitian terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali pengunjung. Kemudian dengan

memahami faktor-faktor tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan objek wisata di Kabupaten asal peneliti.

1.2 Teori

Pada penelitian ini beberapa teori yang akan dibahas adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yakni daya tarik wisata, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, minat berkunjung kembali dan metode yang analisa yang akan digunakan dalam penelitian yakni *Structural Equation Modeling* (SEM).

1.2.1 Daya Tarik Wisata (*Perceived Attractiveness*)

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang – undang No. 10 Tahun 2009 adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata. Daya tarik wisata dapat berupa objek wisata dan atraksi wisata. Atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukan dan membutuhkan persiapan dan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya (Fadli Faturrahman, 2024).

Menurut (Fitria et al., 2021) Daya tarik wisata dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu di suatu lokasi yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan, dan nilai, baik dari sumber daya alam maupun buatan manusia, yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi serta dilihat oleh wisatawan.

Salah satu motivasi utama pengunjung untuk berwisata adalah daya tarik destinasi. Destinasi wisata dapat dikelompokkan menjadi lima jenis daya tarik, yaitu: (1) Daya tarik alam (*natural attraction*), mencakup pemandangan daratan, pemandangan laut, pantai, dan iklim atau cuaca. (2) Daya tarik arsitektur (*building attraction*), meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, serta situs arkeologi. (3) Daya tarik yang dikelola khusus (*managed visitor attractions*), mencakup tempat peninggalan kawasan industri. (4) Daya tarik budaya (*cultural attraction*), meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat religius, serta peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah. (5) Daya tarik sosial, seperti gaya hidup penduduk di lokasi tujuan wisata. Elemen-elemen daya tarik wisata ini merupakan pilihan pengunjung yang mendorong mereka untuk berwisata. (Muhammad Nur Mialfi Salim et al., 2022)

1.2.2 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kepuasan penerima layanan hanya bisa dicapai melalui suatu pelayanan yang berkualitas. Istilah kualitas mengandung kriteria meliputi kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan/cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar dan sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Menurut Made (2015) yang dikutip dalam (Fadli Faturrahman, 2024) Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan.

Tjiptono dalam (A. S. Putri et al., 2023) Menyatakan bahwa pelayanan (*service*) dapat dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri dari dua komponen utama, yaitu

operasi pelayanan (*service operations*) yang sering kali tidak terlihat atau tidak diketahui oleh pelanggan, dan penyampaian pelayanan (*service delivery*) yang biasanya terlihat atau diketahui oleh pelanggan. Menurut (Pakurár et al., 2019) Kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan dalam aspek keandalan, kecepatan, keamanan, kemudahan, dan keramahan. Dimensi dan indikatornya meliputi: (1) bukti fisik (*tangibles*), (2) keandalan (*reliability*), (3) daya tanggap (*responsiveness*), (4) jaminan (*assurance*), dan (5) empati (*empathy*).

1.2.3 Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*)

Konsumen adalah para pemakai, pembeli, penikmat barang atau jasa yang ditawarkan dan disediakan oleh produsen. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Tondok Bakaru, Mamasa.

Customer satisfaction atau kepuasan konsumen adalah suatu penilaian terhadap pengalaman konsumen saat melakukan interaksi dengan penyedia produk yang berlangsung pada saat mereka menggunakan produk yang dibeli (Semuel et al, 2019). Menurut Kotler & Keller dalam Indriani et al (2016), menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* merupakan suatu reaksi akibat timbulnya perasaan senang atau sedih, akibat adanya evaluasi terhadap ekspektasi sebelum menggunakan produk dengan fakta produk yang telah digunakan atau dibeli.

Menurut Zeithaml (2018) yang dikutip dalam (Juwanda & Widyastuti, 2023) terdapat 4 faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan yakni : *Word of mouth communication* atau perkataan yang didengar oleh konsumen tentang objek wisata yang berasal dari konsumen yang pernah melakukan kunjungan, hal yang mendorong terjadinya *word of mouth* adalah timbulnya kepuasan terhadap konsumen sebelumnya yang mendorong mereka untuk membagikan pengalaman lewat mulut. Yang ke dua adalah *Personal needs*, ekspektasi pengunjung yang datang juga sangat bergantung pada karakteristik yang dimiliki masing-masing individu. Selanjutnya *Past experience* , pengalaman masa lalu dapat mempengaruhi ekspektasi terhadap suatu objek untuk nantinya menjadi pertimbangan dalam melakukan kunjungan dan *Eksternal communication* , melakukan komunikasi dengan orang lain dapat mempengaruhi ekspektasi atau harapan.

Menurut Dutka dalam Bahar dan Sjahrudin (2017), dalam menentukan aspek yang mempengaruhi kepuasan terhadap wisatawan terdapat tiga dimensi yang terdiri dari beberapa indikator yang menjadi tolak ukur seberapa puas konsumen terhadap produk atau jasa yaitu:

- 1) *Attributes related to product* adalah dimensi dari kepuasan yang berkaitan dengan aspek yang terkait dengan produk, seperti penetapan nilai yang sebanding atas harga yang ditawarkan, kemampuan suatu produk dalam menentukan kepuasan, dan rela menghabiskan banyak waktu untuk produk tersebut. Indikator untuk mengukur kepuasan konsumen berdasarkan produk yaitu memiliki kepuasan secara keseluruhan terhadap produk, konsumen puas atas harga yang tawarkan sesuai dengan kualitas produk, dan mau menghabiskan banyak waktu untuk produk atau layanan.

- 2) *Attributes related to purchase* adalah dimensi dari kepuasan yang berkaitan dengan atribut keputusan atas pembelian produk atau penggunaan jasa, seperti adanya kesesuaian harapan dengan kenyataan, tingkahlaku yang baik dari karyawan dan reputasi yang dimiliki perusahaan. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk dapat dilihat dari terpenuhinya harapan setelah menggunakan produk, merasa membeli produk adalah keputusan yang tepat, dan puas terhadap produk dengan reputasi yang baik.
- 3) *Attributes related to service* adalah dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari layanan atau pelayanan, hal tersebut seperti dengan garansi atau jaminan yang diberikan, proses pemenuhan pelayanan, dan proses dalam penyelesaian masalah yang diberikan. Indikator untuk mengukur kepuasan konsumen berdasarkan layanan yaitu: puas dengan layanan yang diberikan, konsumen mendapatkan jaminan keselamatan, keberhasilan perusahaan secara menyeluruh atas pengelolaan produk. Untuk mencapai sebuah kepuasan, pemasar harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri.

Menurut Kotler dan Keller (2016) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni kualitas dari produk, konsumen akan merasa puas apabila produk yang mereka berkualitas, yang kedua yakni harga, konsumen akan membandingkan kualitas dari produk dengan harga yang ditawarkan oleh pemasar. Faktor selanjutnya yakni kualitas layanan, pelanggan akan merasa puas apabila pemasar melakukan pelayanan yang baik kepada konsumen, selanjutnya yakni faktor emosional, pelanggan akan merasa puas apabila seseorang berpendapat positif terhadap produk yang mereka gunakan, faktor terakhir yakni biaya dan kemudahan.

1.2.4 Kunjungan Kembali (*Revisit Intention*)

Menurut Zeithml (2018) dalam (Juwanda & Widyastuti, 2023) *revisit intention* adalah sebuah bentuk perilaku atau keinginan dari seorang konsumen untuk melakukan kunjungan kembali dengan memberikan *word of mouth yang positif*, menghabiskan waktu lebih lama, dan berbelanja lebih banyak dari sebelumnya. Kegiatan yang ingin dilakukan oleh seorang wisatawan atau kegiatan apa saja yang belum dilakukan dan kegiatan tersebut ingin dilakukan pada kunjungan selanjutnya merupakan sebuah dorongan atas kunjungan ulang atau *revisit intention*.

Dimensi *revisit intention* yang digunakan pada penelitian ini adalah dimensi yang dikemukakan oleh Baker dalam Andriani dan Fatimah (2018), yakni dalam minat kunjungan ulang terdapat 2 dimensi diantaranya:

- 1) *Intention to recommend*. Niat untuk merekomendasikan kepada orang lain, bagaimana pengalaman yang dirasakan terhadap produk atau jasa, dinilai menggambarkan adanya niat untuk mengunjungi kembali atau *revisit intention*. Menurut Finardi dan Yuniawati (2016), keinginan untuk merekomendasikan dapat diukur dengan: a) *Willingness to recommend* b) *Recommend Frequently*.
- 2) *Willingness to share positive things Intention to Revisit*. Merupakan adanya keinginan seseorang untuk mengunjungi kembali destinasi yang sudah pernah mereka kunjungi kembali, hal tersebut dapat dilihat pada saat timbulnya beberapa

tindakan seperti: a) *Desire to visit* b) *Willingness to pay more* c) *Willingness to make the ultimate choice* d) *Willingness to revisit within a year or more*.

Menurut (Wulanjani & Derriawan, 2017) Niat untuk berkunjung kembali (*revisit intention*) adalah bentuk perilaku atau keinginan pelanggan untuk kembali datang, memberikan rekomendasi positif (*word of mouth*), tinggal lebih lama dari yang diperkirakan, dan berbelanja lebih banyak dari yang direncanakan. Minat berkunjung mengacu pada calon pengunjung yang baik yang pernah maupun yang belum pernah berkunjung, serta yang sedang berencana untuk mengunjungi suatu objek wisata. Minat ini adalah kekuatan pendorong yang membuat seseorang tertarik pada suatu objek. Menurut (Septiana et al., 2020) Kepuasan yang dialami oleh pengunjung setelah mengunjungi objek wisata tersebut dan mengalami pengalaman positif, sehingga pengunjung memiliki niat untuk kembali berkunjung atau memiliki revisit intention.

1.2.5 Structural Equation Modelling (SEM)

SEM adalah suatu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara variabel dan indikatornya, variabel yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. Analisis data dengan menggunakan SEM berfungsi untuk menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. SEM digunakan untuk memeriksa dan memperbaiki suatu model. Syarat utama menggunakan SEM adalah membangun suatu model hipotesis yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran dalam bentuk diagram jalur.

Dalam SEM terdapat beberapa komponen model umum, pertama terdapat 2 jenis variabel yaitu variabel laten dan variabel teramati (*Observed atau measured Variable*).

a. Variabel laten

Variabel laten merupakan suatu konsep yang abstrak dan tidak dapat diukur secara langsung. Variabel laten hanya dapat diamati secara tidak langsung melalui efeknya pada variabel-variabel teramati (*observed variabel*). Terdapat dua jenis variabel laten yaitu variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Variabel laten eksogen adalah variabel laten yang bebas dan dilambangkan dengan ξ (ksi), sedangkan variabel laten endogen merupakan variabel laten yang terikat dan sering dilambangkan dengan η (eta). Variabel laten disimbolkan dengan elips atau lingkaran.

b. Variabel teramati

Variabel teramati adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur dan sering disebut indikator. Variabel teramati berupa ukuran dari variabel laten. Variabel teramati yang terbentuk dari variabel laten eksogen dilambangkan dengan X, sedangkan yang terbentuk dari variabel laten endogen dilambangkan dengan Y.

Komponen model kedua adalah terdapat dua jenis model yaitu model struktural dan model pengukuran. Terakhir terdapat dua jenis kesalahan yaitu kesalahan struktural dan kesalahan pengukuran.

a. Model Struktural

Model struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten. Parameter yang menunjukkan hubungan antara variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen adalah γ (gamma). Parameter yang

menunjukkan hubungan antara variabel laten endogen terhadap variabel endogen lainnya adalah β (beta).

b. Model Pengukuran

Model pengukuran menggambarkan hubungan antara variabel laten dan variabel teramati. Factor loading yang menghubungkan variabel laten dan variabel teramati dinotasikan λ (lambda).

(Robi et al., 2017)

1.2.5.1 PLS-Sem dan CB-SEM Menurut Formell dan Booksten

Menurut Formell dan Booksten dalam (Hamid & Anwar, 2019) yang dikutip dalam (Winiarti, 2024) terdapat dua jenis SEM, yaitu Covariance-Base Structural Equation Modeling (CB-SEM) dan Partial Least Squares Path Modeling (PLSSEM). Pada CB-SEM menuntut basis teori yang kuat, memenuhi berbagai asumsi parametrik, dan memenuhi uji kelayakan model (goodness of fit). Oleh sebab itu, CB-SEM sangat tepat digunakan untuk menguji teori dan mendapatkan justifikasi atas pengujian tersebut dengan serangkaian analisis yang kompleks. Sementara itu, PLS-SEM bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antarkonstruksi dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antarkonstruksi tersebut. Analisis Partial Least Squares Path Modeling (PLS-SEM) adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (missing value) dan multikolinieritas. PLS memiliki tujuan untuk mengembangkan teori, membenarkan teori maupun menentukan determinan utama, selain itu dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel. Didalam PLS-SEM, ia mampu menghindari dua masalah dihadapi oleh CB-SEM, yaitu inadmissible solution dan factor *indeterminacy*.

Tabel 2 Analisis Praktis Keputusan Penggunaan CB-SEM atau PLS-SEM

Kriteria	CB-SEM	PLS SEM
Tujuan Penelitian	Pengujian teori, konfirmasi teori atau perbandingan teori. Penelitian bersifat eksplanatif atau penejelasan dari teori structural yang ada.	Memprediksi konstruks kunci atau mengidentifikasi konstruks kunci. Penelitian ini bersifat eksploratif atau perluasan dari teori structural yang ada.
Spesifikasi Model Pengukuran	Jika konstruksi reflektif adalah bagian dari model structural dan jika persyaratan kesalahan memerlukan spesifikasi tambahan, seperti kovariat.	Jika konstruksi formatif adalah bagian dari model structural
Model Struktural	Jika modelnya tidak rekursif (rekursif = semua anak panah menuju satu arah).	Jika model strukturalnya rumit (banyak konstruksi dan banyak indikatornya).
Karakteristik dan Algoritma Data	Asumsi ukuran sampel minimal dan asumsi distribusi terpenuhi. Jika data normal.	Jika ukuran sampel relative kecil. Jika data sampai batas tertentu tidak normal.
Evaluasi Model	Jika peneliti memerlukan kecocokan model yang baik (<i>goodness of fit</i>). Jika peneliti ingin menguji invariant dalam model pengukuran.	Jika anda perlu menggunakan nilai variabel laten dalam analisis selanjutnya

1.2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 3 Review Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Anastasia Dwi Putri, Bulan Prabawani dan Widayanto	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada <i>Coffee Shop</i> Pijar: Studi Pada <i>Coffee Shop</i> Pijar Di Tembalang	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>revisit intention</i> melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada <i>coffee shop</i> Pijar. Tipe penelitian yang digunakan adalah <i>explanatory research</i> , dengan menggunakan <i>nonprobability sampling</i> dan metode <i>purposive sampling</i> kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden konsumen Pijar yang dipilih berdasarkan pertimbangan. Penelitian menggunakan teknik analisis <i>Partial Least</i>	Penelitian ini menyimpulkan bahwa <i>Store Atmosphere</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening. Rekomendasi untuk Pijar adalah melakukan perbaikan terhadap desain toko dan warna dekorasi, menambah lahan parkir roda empat, memperbaiki sirkulasi udara pada ruangan smooking indoor, menambahkan pengharum ruangan, serta melakukan riset terhadap produk, baik untuk menciptakan produk baru maupun memperbaiki kualitas rasa. (A. D. Putri et al., 2023)

			<i>Square</i>, yang diestimasi dengan program SmartPLS 3.0. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden konsumen Pijar yang dipilih berdasarkan pertimbangan. Variabel yang digunakan adalah <i>store atmosphere</i>, kepuasan konsumen dan <i>revisit intention</i>	
2.	Taufik Hidayah	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru	Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Teknik ini digunakan agar peneliti dapat menemukan dan memperoleh data mengenai penilaian yang diberikan oleh setiap penghuni Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House yang selanjutnya dapat ditarik kesimpulan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode analisis data	Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel <i>Service Quality</i> pada dimensi <i>Tangible</i> (X1), <i>Reliability</i> (X2), <i>Assurance</i> (X4), berpengaruh terhadap <i>Customer Satisfaction</i> baik secara parsial maupun simultan sedangkan <i>Responsiveness</i> (X3) & <i>Empathy</i> (X5) tidak berpengaruh secara parsial namun berpengaruh secara simultan. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,465%, hal ini menunjukan bahwa variabel <i>Tangible</i>, <i>Reliability</i>, <i>Responsiveness</i>, <i>Assurance</i>, & <i>Empathy</i> secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 46,5% terhadap

			kuantitatif yang dapat menghasilkan dan menjelaskan hasil penelitian saat ini dengan menggunakan persamaan matematis dan menarik kesimpulan yang relevan dengan teori saat ini. Variabel yang digunakan adalah <i>service quality</i> dan <i>customer satisfaction</i>	<i>Customer Satisfaction</i> sedangkan sisanya sebesar 53,5 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. (Hidayah, 2022)
3.	Budi Susianto, Johannes Johannes dan Syahmardi Yacob	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan amenitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada desa wisata Kabupaten Kerinci. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung pada desa wisata pada Kabupaten Kerinci, dengan jumlah sampel sebanyak 384 orang. Pendekatan dalam penelitian	Hasil penelitian menunjukkan daya tarik wisata dan amenitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada desa wisata Kabupaten Kerinci. Hal ini menjelaskan apabila sebuah objek wisata memiliki daya tarik dengan adanya fasilitas yang mendukung, infrastruktur objek wisata, tersedianya alat transportasi dan sikap ramah masyarakat. Serta dilengkapi dengan fasilitas utama, fasilitas pendukung, dan fasilitas pelengkap, maka hal ini akan semakin meningkat pula keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan

			ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan menggunakan analisis data <i>Partial Least Square</i> (PLS). Variabel yang digunakan adalah Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Keputusan Berkunjung	pada desa wisata Kabupaten Kerinci (Susianto et al., 2022).
4.	Muhamad Syahrul Ramdani dan Yadi Ernawadi	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention Wisatawan Kawah Putih	Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan lulus uji validitas konstruk, uji validitas muka, uji validitas konkuren, dan uji reliabilitas. Instrumen tersebut digunakan sebagai alat pengumpulan data dari responden yaitu wisatawan nusantara dengan minimal umur 17 tahun yang sudah memiliki pengalaman mengunjungi destinasi wisata yang menjadi	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa <i>enthusiasm</i> dan <i>absorption</i> secara parsial berpengaruh terhadap <i>revisit intention</i>. Penelitian selanjutnya dapat mengusulkan konsep lain yang diduga dapat berpengaruh positif terhadap revisit intention. Hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi pihak pengelola objek yang dinilai dan industri wisata sejenis terkait perancangan strategi yang relevan dengan peningkatan kualitas atribut tersebut. (Ramdani & Ernawadi, 2023)

			objek yang dinilai dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu cross-sectional atau one shot study. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 25 dan menggunakan uji sobel. Variabel yang digunakan adalah <i>enthusiasm</i> dan <i>absorption</i> dan <i>revisit intention</i>	
5.	Gagih Pradini, Anisa Putri Kusumani ngrum, Oktavika Putri , Putri Aulia Ardani, dan Subur Karyatun.	Persepsi dan Kepuasan Pengunjung Terhadap Keunikan dan Potensi Ekowisata Pesisir Kali Ciliwung	teknik yang peneliti gunakan ialah teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu berupa pengumpulan data dalam bentuk kata, kalimat, pernyataan dan gambar. Metode yang dipakai untuk pengumpulan data yaitu antara lain: Observasi, wawancara,	Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan di objek Sungai Ciliwung, dapat disimpulkan bahwa sungai ciliwung memiliki beberapa potensi sebagai destinasi wisata untuk dikelola secara ekowisata. Karena sungai ciliwung merupakan wisata alam, dimana sungai ciliwung merupakan sungai terpanjang yang ada di Jakarta. Aliran sungai yang dijadikan sebagai sarana olahraga yaitu

			dokumentasi dan kuisisioner. Variabel yang digunakan adalah persepsi dan kepuasan pengunjung.	rafting atau arum jeram dapat memancing keingintahuan pengunjung yang ingin datang ke Padepokan Ciliwung Condet Persepsi pengunjung terhadap keunikan ekowisata pesisir Kali Ciliwung relatif positif. Pengunjung mengakui potensi alamiah yang dimiliki oleh Kali Ciliwung sebagai destinasi wisata. Pengunjung merasa puas dengan pengalaman mereka di ekowisata pesisir Kali Ciliwung. Fasilitas dan pelayanan yang ada mendapat penilaian yang baik dari pengunjung. (Pradini et al., 2023)
6.	Wildan Rizky Rahadian	Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Di Kebun Raya Bogor	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Kebun Raya Bogor, khususnya wisatawan nusantara. Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kuantitatif serta accidental	Dari hasil pengujian, didapatkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 58,5 yang menunjukkan terdapat pengaruh dari fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan 41,5% lainnya merupakan variabel yang tidak masuk ke dalam penelitian. Implikasi dari penelitian ini adalah pihak pengelola Kebun Raya Bogor perlu memperhatikan dan mempertahankan fasilitas wisata dan kualitas pelayanan agar terciptanya loyalitas

			sampling sebagai teknik pengambilan sampel untuk memperoleh data dengan penggunaan kuesioner sebagai alat kumpul data. Variabel yang digunakan adalah Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wisatawan	sebagai bentuk kepuasan wisatawan (Rahadian, 2021).
--	--	--	---	---

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa ?
- Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa ?
- Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa ?
- Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa ?
- Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa ?
- Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa ?
- Jika dibandingkan antara daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan, variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa?

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- Mengetahui tingkat pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa.
- Mengetahui tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa.

- c. Mengetahui tingkat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa.
- d. Mengetahui tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa.
- e. Mengetahui tingkat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa.
- f. Mengetahui tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa.
- g. Mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh antara daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa.

1.5 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat penelitian ini yaitu:

- a. Bagi Pihak Pengelola Objek Wisata
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran objek wisata, khususnya dalam meningkatkan daya tarik dan kualitas layanan untuk mendorong tingkat revitalasi pengunjung melalui peningkatan kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Penulis
Memenuhi salah satu syarat penyelesaian studi Starta 1 di Departemen Teknik Industri Universitas Hasanuddin serta menambah kekayaan wawasan dan ilmu.

1.6 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

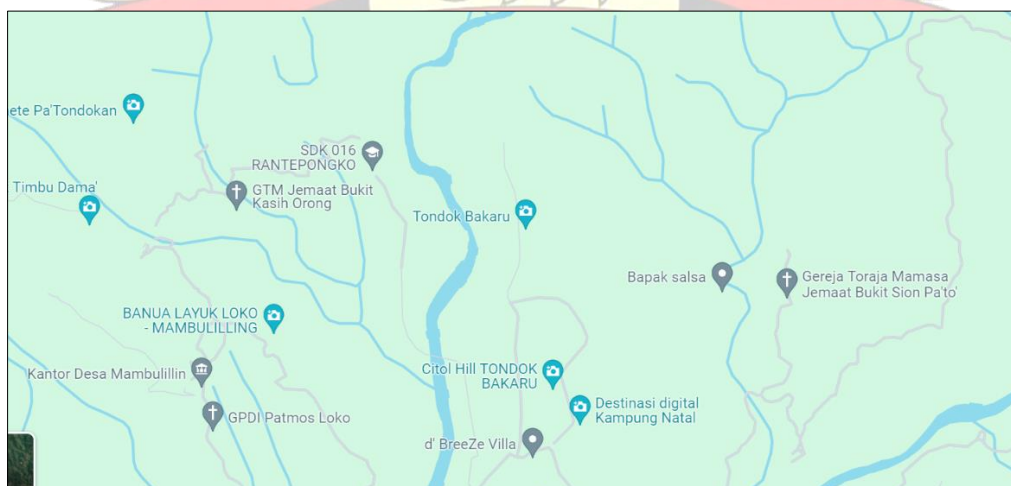
- a. Penelitian ini berfokus pada pengunjung Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa dimana hasil penelitian ini hanya cocok untuk objek wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa saja dan tidak menggambarkan keadaan Kawasan wisata secara umum.
- b. Penelitian ini dilakukan hanya untuk mengetahui hubungan antara pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung pada objek wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa
- c. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM)
- d. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah *kuisioner*
- e. Responden merupakan pengunjung Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa yang Teknik pengambilan sampelnya dilakukan secara *simple random sampling* terdiri dari 245 orang.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Objek Wisata Tondok Bakaru Mamasa, Sulawesi Barat. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengambilan data menggunakan kuisioner yang disebarluaskan secara *online* melalui sosial media pada 6 – 9 Juni 2024. Kriteria responden dari penelitian ini adalah para wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Tondok Bakaru, Mamasa. Kuisioner dibagikan ke grup – grup dan perseorangan yang berpotensi tau dan pernah berkunjung ke objek wisata ini seperti Grup *WhatsApp* yang anggotanya merupakan penduduk asli kabupaten Mamasa, menyebarkan ke *Grup Facebook* yaitu “*Warkop to Mamasa*” yang anggotanya adalah penduduk Mamasa, dan menyebarkan kepada orang – orang yang berdomisili berdekatan dengan wilayah Kabupaten Mamasa, yakni Kabupaten Tana Toraja, Kabupaten Pinrang, Kabupaten Enrekang dan Kabupaten Polewali Mandar.



Gambar 1 Lokasi Objek Wisata Desa Tondok Bakaru Mamasa

2.2 Sumber Data dan Variabel Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 jenis data yakni data primer dan data sekunder.

- a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil dari kuisioner yang telah diisi oleh para wisatawan yang pernah berkunjung ke Objek Wisata Tondok Bakaru Mamasa.

- b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku – buku dan jurnal – jurnal penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini serta data dari Badan Pusat Statistik

Kabupaten Mamasa terkait informasi tentang Objek Wisata Tondok Bakaru Mamasa.

Variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata dan kualitas pelayanan; variabel perantara adalah kepuasan pengunjung serta variabel endogen adalah kunjungan kembali.

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah para pengunjung objek wisata Desa Tondok Bakaru, Mamasa. Kemudian, teknik pengambilan sampel dilakukan secara *random sampling* dengan jumlah responden 245 orang.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Data ini dapat berupa informasi, fakta, atau opini yang relevan dengan tujuan penelitian. Pemilihan teknik yang tepat sangat penting untuk memastikan kualitas dan validitas data yang dikumpulkan. Pengumpulan data adalah prosedur ekstensif untuk mengumpulkan detail tentang topik penelitian tertentu yang dilakukan dengan cara yang sistematis. Informasi yang dikumpulkan harus dalam bentuk tertentu sehingga mampu digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Satu hal yang harus diingat oleh peneliti adalah akurasi dan integritas data penelitian, terlepas dari metode dan pendekatan yang digunakan, peneliti harus memastikan bahwa data dikumpulkan dengan benar dengan jujur apa adanya (Rahman et al., 2022)

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuisiner secara *online* melalui sosial media. Menurut Sugiyono (2017:142) dalam (Prawiyogi et al., 2021) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisiner yang disebar secara *online* melalui media sosial. Kuisiner tersebut menggunakan skala likert 1 – 5. Menurut Sappaile (2007) yang dikutip dari (Winiarti, 2024) Pernyataan yang positif pada kategori sangat setuju (SS) mempunyai bobot atau skor paling tinggi dan kategori sangat tidak setuju (STS) mempunyai bobot atau skor paling rendah, sebaliknya pernyataan yang negatif pada kategori sangat setuju (SS) diberi bobot atau skor paling rendah dan kategori sangat tidak setuju (STS) mempunyai bobot atau skor paling tinggi. Dengan pembobotan butir pernyataan dalam bentuk skala likert. Skor yang diperoleh merupakan skor yang bersifat kontinu (skala interval), sehingga skor setiap responden dari keseluruhan butir dapat dianalisis dengan statistik parametrik.

Tabel 4 Skala Likert

Kategori	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Berdasarkan kajian literatur dari berbagai sumber yang tersedia, peneliti kemudian menyusun tabel indikator untuk atribut kuisioner yang terdiri dari 26 atribut pernyataan yakni 8 pernyataan terkait daya tarik wisata, 8 pernyataan terkait kualitas pelayanan, 5 pertanyaan terkait kepuasan pengunjung dan 5 pernyataan terkait minat berkunjung kembali. Pernyataan – pernyataan yang merupakan indikator dari variabel daya tarik wisata, kepuasan pengunjung dan minat berkunjung kembali disusun dengan menggunakan format pernyataan dari skripsi yang berjudul *Analisis Pengaruh Perceived Attractiveness dan Perceived Value For Money Terhadap Revisit Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pengunjung Objek Wisata Londa) sedangkan untuk pernyataan indikator pada kualitas pelayanan disusun berdasarkan penelitian yang berjudul *Analisa Kualitas Pelayanan untuk Kepuasan Konsumen dengan Tourism-Servqual dan Quality Function Deployment (QFD)* (Studi Kasus di Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang).

Tabel 5 Indikator Atribut Kuisioner

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1.	Daya Tarik Wisata	DTW ₁	Saya merasa keberadaan <i>Citol Hill</i> di objek wisata Tondok Bakaru menjadi elemen daya tarik utama di objek wisata ini
		DTW ₂	Saya merasa <i>Citol Hill</i> Tondok Bakaru memiliki arsitektur yang menarik
		DTW ₃	Saya merasa adanya suasana lingkungan yang masih sangat asri di sekitar Objek wisata Tondok Bakaru
		DTW ₄	Saya merasa keaslian panorama di Objek wisata Tondok Bakaru mencerminkan kekayaan alam dan kebudayaan Mamasa
		DTW ₅	Saya merasa nyaman dengan tata letak jalur pejalan kaki dan aksesibilitas menuju <i>Citol Hill</i> Objek wisata Tondok Bakaru
		DTW ₆	Saya merasa penempatan fasilitas umum seperti toilet dan tempat sampah dikelola dan ditata dengan baik di Objek wisata Tondok Bakaru
		DTW ₇	Saya merasa aman selama mengunjungi Objek wisata Tondok Bakaru

		DTW ₈	Saya merasa kebersihan jalur pejalan kaki, area parkir, toilet di sekitar Objek wisata Tondok Bakaru dijaga dengan baik.
2	Kualitas Pelayanan	KP ₁	Petugas/pemandu wisata memiliki kemampuan memberikan informasi yang akurat dan tepat.
		KP ₂	Pelayanan loket masuk dilakukan secara efektif dan memuaskan.
		KP ₃	Tidak ada kenaikan biaya masuk wisata secara mendadak.
		KP ₄	Lokasi wisata bersih, terawat dengan baik dan nyaman untuk dikunjungi.
		KP ₅	Lokasi wisata telah memiliki fasilitas yang lengkap.
		KP ₆	Lokasi wisata masih menunjukkan ciri khas, kelayakan dan kearifan lokal daerah Mamasa
		KP ₇	Terdapat pusat informasi bagi wisatawan di pos kedatangan lokasi wisata.
		KP ₈	Menerapkan sistem 5S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun) di lokasi wisata.
3.	Kepuasan Pengunjung	CS ₁	Saya merasa puas setelah berkunjung di objek wisata Tondok Bakaru
		CS ₂	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan petugas loket dan guide
		CS ₃	Saya merasa puas dengan sarana dan prasarana yang tersedia di objek wisata Tondok Bakaru
		CS ₄	Saya merasa puas dengan jaminan keamanan di area parkir objek wisata Tondok Bakaru
		CS ₅	Saya merasa puas dengan tarif biaya masuk ke dalam objek wisata Tondok Bakaru
4	Minat Berkunjung Kembali	MBK ₁	Saya berniat untuk berwisata kembali ke objek wisata Tondok Bakaru di waktu yang akan datang
		MBK ₂	Saya akan menjadikan Tondok Bakaru sebagai prioritas untuk berlibur
		MBK ₃	Saya akan merekomendasikan objek wisata Tondok Bakaru kepada kerabat dan teman
		MBK ₄	Saya akan menceritakan informasi yang positif tentang objek wisata Tondok Bakaru
		MBK ₅	Saya akan mencari informasi terbaru mengenai objek wisata Tondok Bakaru

2.5 Teknik Analisis

Moleong (2002:103) dalam (Nurdewi, 2022) mengemukakan bahwa analisis data adalah proses mengukur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Hal ini mengandung beberapa pengertian bahwa dalam pelaksanaannya analisis data harus dilakukan sejak awal pengumpulan data di lapangan, hal ini perlu dilakukan secara intensif agar data di lapangan terkumpul semuanya.

Setelah mendapatkan data penelitian yang diharapkan melalui kuisioner dilakukan analisis data untuk menjawab beberapa poin rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya. Adapun metode pengolahan data yang digunakan adalah dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis varian atau yang biasa dikenal dengan nama *Partial Least Square* (PLS). Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan *Software Smart-PLS* dan AMOS.

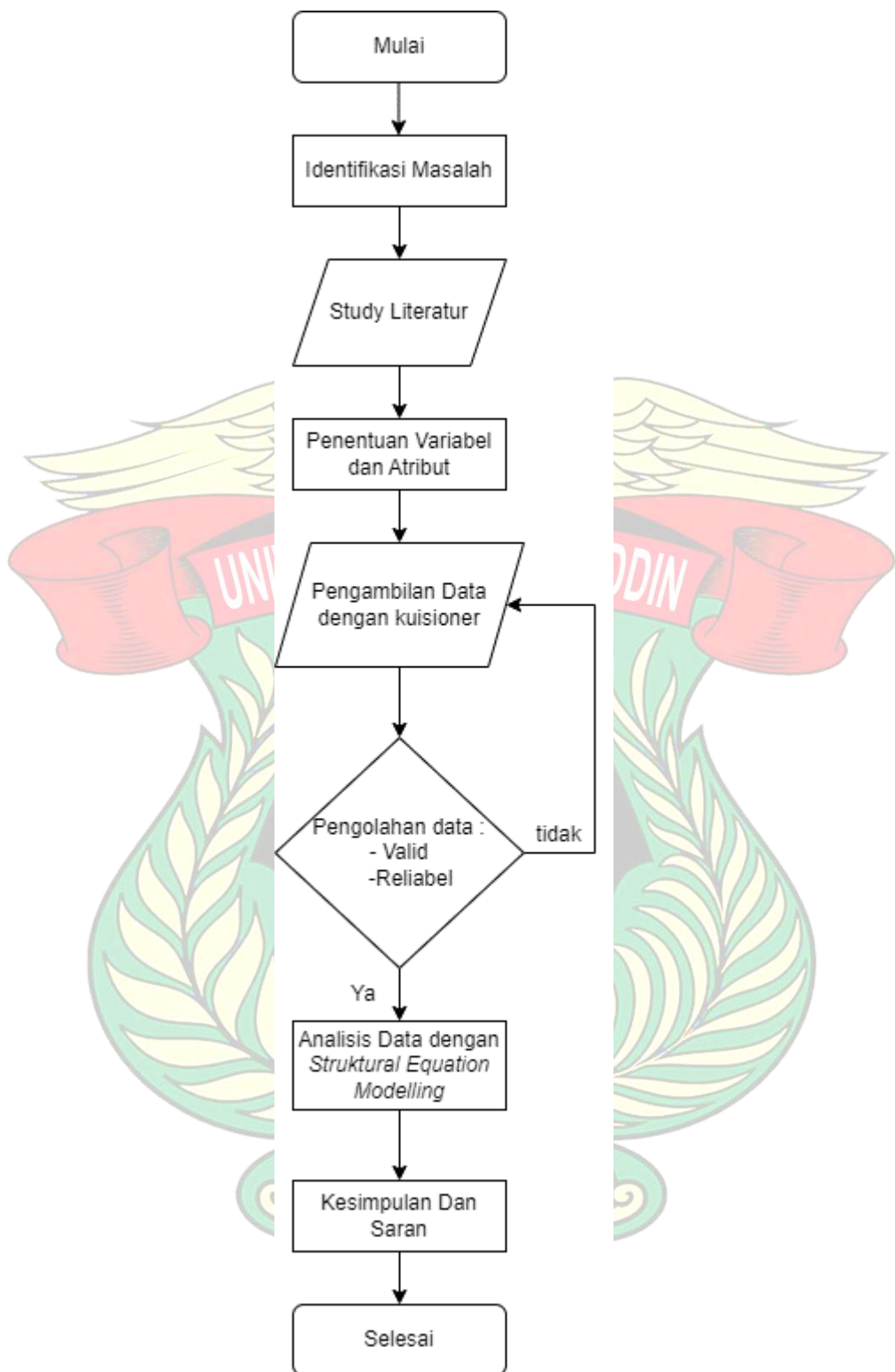
Iwan dan Adam (2015) dalam (Winiarti, 2024) mengemukakan Langkah-langkah dalam pengelolaan data dalam persamaan model menggunakan *software SmartPLS*:

- a) Merancang model struktural (*inner model*)
- b) Merancang model pengukuran (*outer model*)
- c) Konstruksi diagram jalur
- d) Konversi diagram jalur ke sistem persamaan
- e) Estimasi: *Weight*, Koefisien Jalur, *Loading*
- f) Evaluasi *Goodness of Fit*
- g) Uji Hipotesis

2.6 Flow Chart Penelitian

Indrajani (2011) dalam (Budiman et al., 2021) menyebutkan *flowchart* merupakan penggambaran secara grafik dari langkah-langkah dan urutan prosedur suatu program. Biasanya mempengaruhi penyelesaian masalah yang khususnya perlu dipelajari dan dievaluasi lebih lanjut.

Adapun *Flowchart* penelitian ini adalah sebagai berikut.



2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah peta konseptual yang menggambarkan hubungan antara berbagai konsep, variabel, atau faktor yang terlibat dalam penelitian. Ini membantu dalam memahami alur logika yang mengarahkan penelitian dan bagaimana setiap komponen saling berinteraksi.



Gambar 2 Kerangka pikir penelitian

Gambar di atas menunjukkan hubungan antara variabel serta memberikan gambaran antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

Nuraeni (2014) dalam (Susianto et al., 2022) mengemukakan bahwa terdapat beberapa indikator dalam mengukur daya tarik wisata (*perceived attractiveness*), yaitu: 1) Adanya hal yang menarik perhatian wisatawan dalam hal ini dapat berupa keindahan alam, budaya, seni, sejarah, ataupun sesuatu yang menonjol lainnya yang menjadi ciri khas objek wisata; 2) Fasilitas yang mendukung daya tarik wisata, seperti *homestay*, restoran, *parking area*, serta fasilitas lainnya yang dapat membuat wisatawan merasa nyaman; 3) Infrastruktur dari objek wisata yang mendukung; 4) Tersedianya alat transportasi yang dapat menghubungkan satu destinasi ke destinasi lainnya; 5) Sikap ramah kepada wisatawan yang berkunjung.

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan suatu hal yang kompleks yang terdiri dari lima dimensi. Tjiptono (2001) dalam (Rahadian, 2021), mengungkapkan terdapat lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas layanan, diantaranya 1) *Tangibles*, merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan keberadaannya kepada pihak luar sebagai salah satu bukti nyata dari pelayanan yang diberikan. 2) *Reliability* atau keandalan, merupakan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan secara tepat waktu. 3) *Responsiveness* atau daya tanggap, merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, diantaranya kecepatan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang tepat kepada pelanggan, menyampaikan informasi secara gamblang, serta tidak membiarkan konsumen menunggu yang akhirnya menimbulkan persepsi yang jelek. 4) *Assurance* atau jaminan, adalah pengetahuan dan

perilaku karyawan dalam membangun kepercayaan dan keyakinan dalam diri konsumen atas pelayanan yang ditawarkan. Hal ini mencakup diantaranya adalah pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan menciptakan rasa percaya para pelanggan. Hal ini meliputi komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).

5) *Emphaty*, merupakan kemampuan perusahaan diwakili oleh karyawan dalam memperhatikan konsumen secara individu, serta peka terhadap kebutuhan konsumen, dengan cara memberi perhatian tulus secara individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Tjiptono (2014:101) dalam (Nursarah et al., 2022) mengemukakan bahwa beberapa indikator kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yaitu: 1) Kesesuaian Harapan yaitu meningkatkan tingkat kesesuaian antara kinerja barang/jasa yang diharapkan oleh konsumen/pelanggan dengan yang dirasakan oleh konsumen/pelanggan. 2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen/pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap barang/jasa terkait. 3) Kesediaan merekomendasi merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan barang/jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Ting and Thurasamy (2016) dalam (Putri et al., 2023) mengemukakan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur *revisit intention*, yaitu (1) *Willingness to visit again*, yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung lagi (2) *Willingness to invite*, yaitu kesediaan konsumen untuk mengundang atau mengajak orang lain untuk berkunjung (3) *Willingness to positive tale*, yaitu kesediaan seseorang untuk menceritakan produk atau jasa dari suatu perusahaan kepada orang lain (4) *Willingness to place the visiting destination in priority*, yaitu kesediaan konsumen untuk menempatkan tujuan kunjungan dalam prioritas.

