

# **MODEL PENGEMBANGAN BISNIS WISATA PADA OBYEK WISATA (Studi Kasus: Peternakan Hijau Daun (PHD) Edufarm)**

**Moh. Farreldi Azhar Permana, Dr. Suranto, S.T., M.M., M.Si**  
**Program Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah**  
**Surakarta**

## **Abstrak**

*Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting bagi suatu negara atau daerah. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara atau daerah akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya. Salah satu obyek wisata yang menerapkan konsep pariwisata dan peternakan adalah Peternakan Hijau Daun (PHD) Edufarm yang berlokasi di Desa Malasan, Kabupaten Trenggalek, Provinsi Jawa Timur. Obyek wisata ini telah banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik dan telah mencatatkan omset yang cukup besar. Namun saat ini PHD Edufarm sedang mengalami penurunan jumlah pengunjung yang berimbas pada penurunan omset. Penelitian dilakukan dengan tujuan menyusun model pengembangan bisnis obyek wisata menggunakan metode Structural Equation Model (SEM). Hasil analisis SEM akan memberikan pandangan tentang pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja bisnis obyek wisata. Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis obyek wisata secara lebih efektif.*

***Kata Kunci : model, analisis, SEM, pengembangan bisnis***

## **1. PENDAHULUAN**

Salah satu sektor yang sangat penting bagi suatu negara atau wilayah adalah pariwisata. Penduduk di suatu daerah akan lebih maju karena pariwisata. Karena sektor pariwisata membutuhkan sektor lain untuk berkembang, seperti pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, dan peningkatan kesempatan kerja, sektor lain akan menarik untuk berkembang juga. Mata rantai tersebut tidak hanya memiliki kemampuan untuk menghasilkan uang asing, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyerap tenaga kerja, yang pada gilirannya angka pengangguran akan semakin berkurang dan menciptakan lebih banyak peluang kerja. Di Indonesia sektor pariwisata memiliki peluang sangat besar dan menguntungkan, hal ini disebabkan oleh kekuatan utama yang dimiliki Indonesia untuk mendorong kemajuan pariwisatanya (Wahab, 2003).

Sektor pariwisata diharapkan akan memiliki kapasitas untuk menjadi katalisator bagi pembangunan sektor lainnya, seperti perkebunan, pertanian, perdagangan, perindustrian, dan lain-lain. Ini menunjukkan prospek yang sangat menguntungkan untuk industri pariwisata. Banyak tempat wisata menarik di Kabupaten Trenggalek, yang berada di Jawa Timur, termasuk situs budaya, situs bersejarah, lokasi foto modern, pantai, dan air terjun. Namun, sebagian besar pengunjung lebih sering mengunjungi pantai daripada obyek wisata modern atau agrowisata dikarenakan belum maraknya obyek wisata tersebut.

Obyek wisata yang menerapkan konsep pariwisata dan peternakan salah satunya adalah Peternakan Hijau Daun (PHD) Edufarm yang berlokasi di Desa Malasan Kabupaten Trenggalek Provinsi Jawa Timur. Obyek wisata ini menyediakan layanan wisata keluarga dan peternakan, seperti kolam renang, wisata kuliner, dan peternakan kambing. Berdiri pada 26 Februari 2022, PHD Edufarm telah banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik dan telah mencatatkan pendapatan yang cukup besar. Namun saat ini PHD Edufarm sedang mengalami penurunan jumlah pengunjung yang berimbas pada penurunan pendapatan.

Karena adanya kecenderungan penurunan, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor penyebab penurunan jumlah pengunjung atau keinginan mereka untuk kembali (*Revisit Intention*). Kualitas pelayanan, citra destinasi, daya tarik wisata, dan kepuasan adalah beberapa faktor yang mempengaruhi *revisit intention*.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian dilakukan di Peternakan Hijau Daun (PHD) Edufarm yang berlokasi di Desa Malasan, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur.

### **Pengumpulan Data**

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari pengamatan secara langsung yang dilakukan dengan dua cara yaitu, membagikan kuesioner dan wawancara. Pada tahap pengambilan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner serta melakukan wawancara terhadap pengunjung PHD Edufarm sebanyak 119 responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen obyek wisata PHD Edufarm.

### **Tahapan Penelitian**

Setelah pengumpulan data yang dibutuhkan langkah selanjutnya yaitu tahap pengolahan data menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)*. SEM merupakan analisis multivariat yang dapat digunakan untuk menunjukkan hubungan linier secara berjenjang antara variabel pengamatan (indikator) dan variabel laten, yang diukur secara tidak langsung (Prihandini & Sunaryo: 2011).

#### **Tahapan dan Prosedur SEM**

Thanjoyo (2012: 43), menjelaskan bahwa secara umum proses SEM terdiri dari tahapan berikut ini:

- 1) Spesifikasi model (*model specification*)

Tahap ini terkait dengan penciptaan model awal yang berasal dari pengembangan teori atau penelitian sebelumnya sehingga menciptakan model baru yang spesifik.

- 2) Identifikasi (*identification*)

Tahap ini mengkaji nilai unik yang ada di dalam model dan kemungkinan tidak ada solusi dalam persamaan simultannya.

- 3) Estimasi (*estimation*)

Pada tahap ini, melakukan estimasi pada model untuk menghasilkan nilai-nilai parameter. Metode estimasi yang digunakan ditentukan berdasarkan karakter variabel yang dianalisis.

4) Uji kecocokan (*testing fit*)

Tahap ini menguji kecocokan antara model dengan data. Beberapa kriteria ukuran kecocokan dapat untuk digunakan pada langkah ini

5) Respesifikasi (*Respecification*)

Tahap ini melakukan modifikasi pada respesifikasi model yang didasarkan pada hasil uji kecocokan yang dilakukan pada tahap sebelumnya.

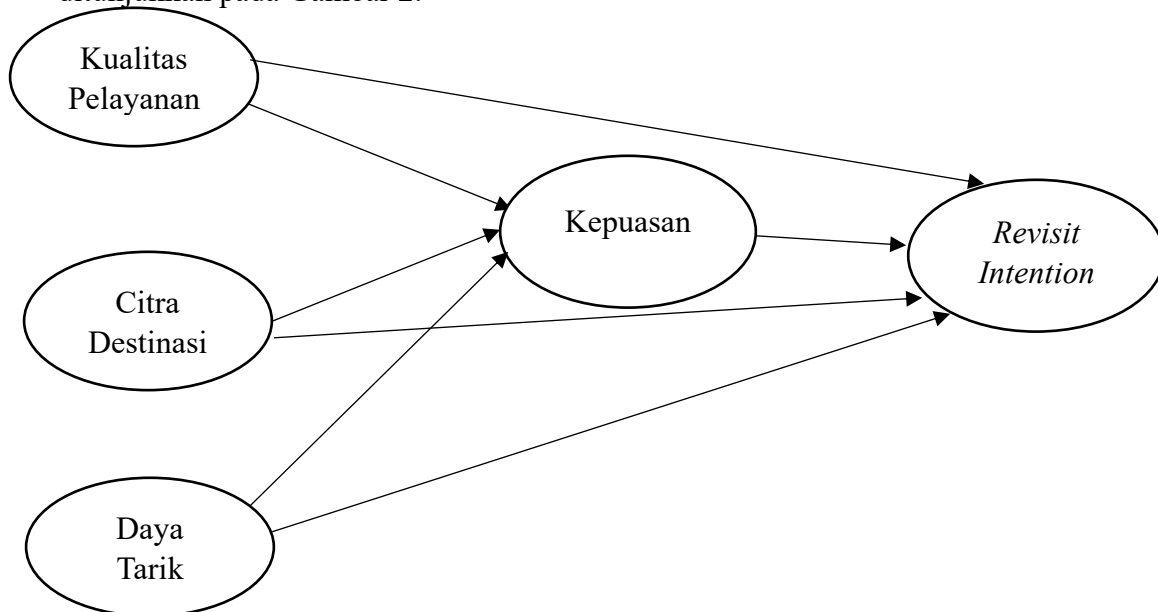
Menurut Hair, et al (1998) ada tujuh tahapan dalam SEM yaitu:

1) Pengembangan Model Teoritis

Proses analisis SEM dimulai dengan pengembangan model berdasarkan teori. Untuk merumuskan teori kausalitas, semua informasi dari literatur seperti hasil penelitian sebelumnya dan laporan penelitian saat ini dikumpulkan oleh peneliti. Kemudian merumuskan suatu hipotesis yang bersifat kausalitas. Hubungan antar variabel berdasarkan pada kerangka pemikiran dijelaskan bahwa variabel Y3 dipengaruhi oleh variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, Y1, dan Y2. Variabel Y2 dipengaruhi oleh variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan Variabel Y1 dipengaruhi oleh variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>.

2) Pengembangan Diagram Alur

SEM sering di diagramkan dengan menggunakan model jalur (path models) di mana factors atau hypothetical construct dipandang sebagai variabel laten (latent variables). Diagram jalur hubungan kausalitas dapat digunakan untuk menggambarkan teori kausalitas dalam kerangka pemikiran. Mediated Path Model digunakan dalam penelitian ini karena dinilai sesuai dengan model paradigma penelitian ini. Diagram jalur pada penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2.1 Model Hubungan Antar Variabel Laten

3) Konversi Diagram Alur ke Dalam Persamaan

Analisis SEM pada dasarnya adalah gabungan dari analisis jalur dan analisis faktor, diagram jalur dimasukkan ke dalam model pengukuran dan model struktural. SEM pada dasarnya tersusun dari dua bagian: (1) Model pengukuran yaitu model yang menjelaskan bagaimana variabel laten, konstruk hipotetis, atau faktor diukur sebagai variabel yang diamati atau diukur, dan menjelaskan karakteristik pengukurannya (reliability dan validitas). (2) Model

struktural yaitu model yang menunjukkan hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel laten, serta ukuran varian yang dijelaskan dan tidak dijelaskan.

a) Model Pengukuran

Analisis faktor konfirmatori adalah metode yang menggunakan model pengukuran, dimana variabel-variabel yang diamati berfungsi sebagai variabel konstruk atau laten. Dalam penelitian ini ada lima variabel laten (disebut juga faktor atau konstruk) yaitu: kualitas pelayanan, daya tarik wisata, citra destinasi, kepuasan dan *revisit intention*. Pada bagian definisi operasional disajikan variabel serta indikator-indikatornya.

Hair, et al (1996) membedakan model pengukuran yaitu: first-order factor dan second-order faktor. Pada studi ini dipergunakan Model pengukuran first-order faktor. Terdapat lima variabel laten yang digunakan pada penelitian ini yaitu: empat exogeneous latent variable dan satu endogeneous latent variable.

(1) Exogeneous latent variable terdiri dari:

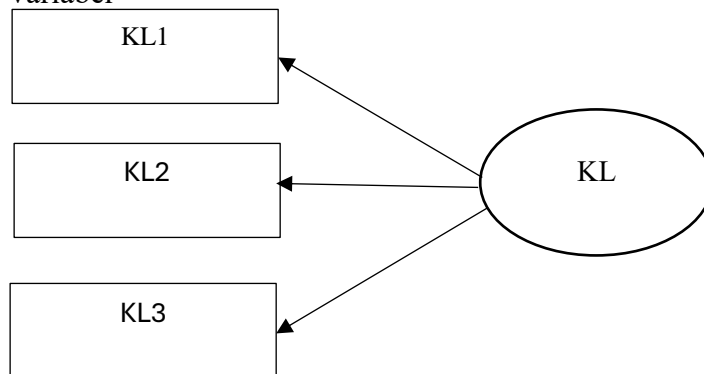
- Variabel Kualitas Pelayanan dengan simbol KL
- Variabel Daya Tarik Wisata dengan simbol DT
- Variabel Citra Destinasi dengan simbol CD
- Variabel Kepuasan Wisatawan dengan simbol KEP

(2) Endogeneous latent variable yaitu:

- Variabel *Revisit Intention* dengan simbol RI

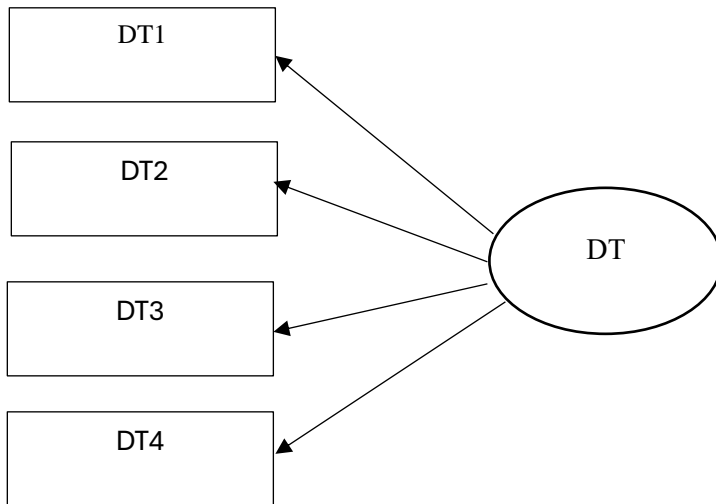
Model Pengukuran masing-masing variabel laten disajikan sebagai berikut:

(1) Model pengukuran variabel kualitas pelayanan (KL) ditentukan oleh tiga sub variabel

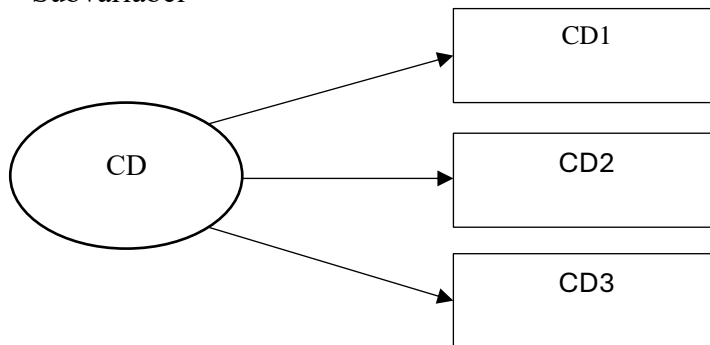


Gambar 2.2 Diagram Model Pengukuran Variabel Kualitas Pelayanan (KL)

(2) Model pengukuran variabel daya tarik wisata (DT) ditentukan oleh empat Subvariabel

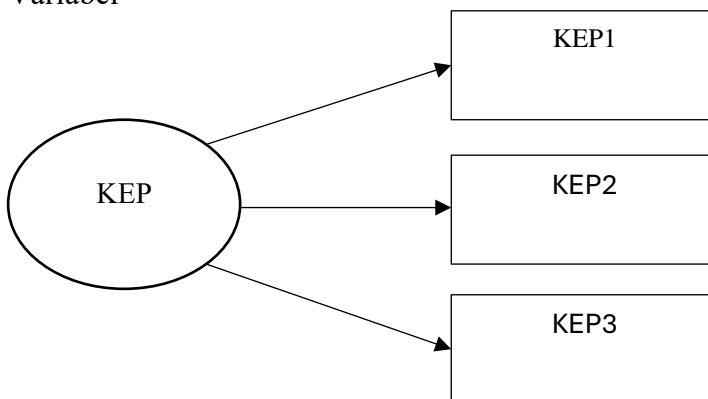


Gambar 2.3 Diagram Model Pengukuran Variabel Daya Tarik Wisata (DT)  
 (3) Model pengukuran variabel Citra Destinasi (CD) ditentukan oleh tiga Subvariabel



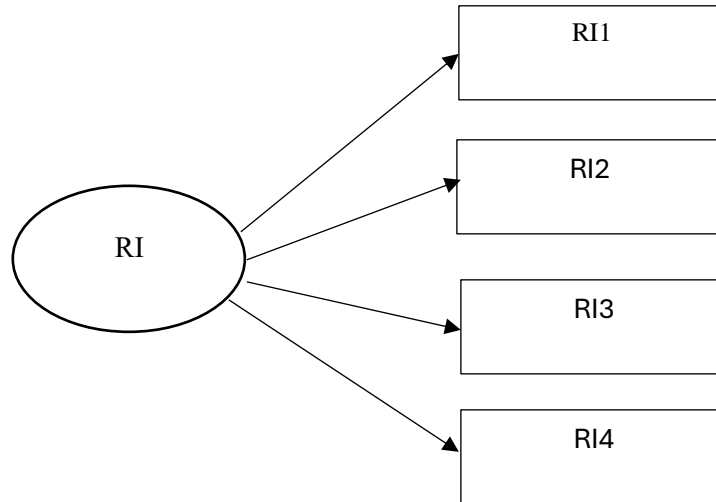
Gambar 2.4 Diagram Model Pengukuran Variabel Citra Destinasi (CD)

(4) Model pengukuran variabel Kepuasan Wisatawan (KEP) ditentukan oleh empat Sub Variabel



Gambar 2.5 Diagram Model Pengukuran Variabel Kepuasan Wisatawan (KEP)

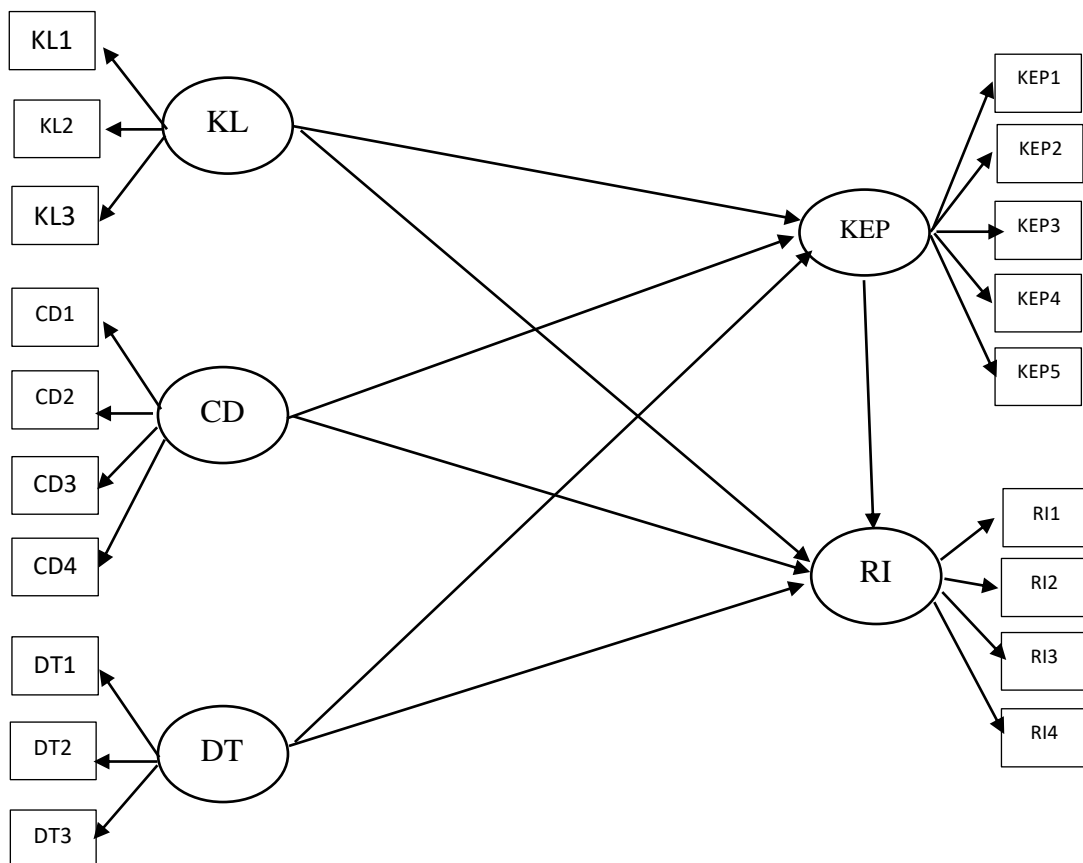
(5) Model pengukuran variabel *Revisit Intention* (RI) ditentukan oleh lima Sub Variabel



Gambar 2.6 Diagram Model Pengukuran Varabel *Revisit Intention* (RI)

b) Model Struktural

Model pengukuran yang telah diuraikan sebelumnya adalah hal pertama yang harus ditentukan saat membangun SEM. Analisis faktor konfirmatori, juga dikenal sebagai model pengukuran yaitu menilai variabel yang diamati. SEM menetapkan prediksi dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Pada penelitian ini memprediksi satu varabel laten dependen dan empat varabel laten independen. Model persamaan struktural secara keseluruhan pada gambar 8 di bawah ini



Gambar 2.7 Model Persamaan Struktural Lengkap Untuk Pengujian Hipotesis

## Uji Kecocokan Model

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model yang diharapkan benar-benar menggambarkan hasil penelitian. Menurut Hair dkk, ada beberapa tahapan dalam mengevaluasi tingkat kecocokan data dengan model, yaitu:

- 1) Kecocokan Keseluruhan Model
- 2) Kecocokan Model Pengukuran
- 3) Kecocokan Model Struktural.

Untuk menunjukkan bahwa model berfungsi dengan baik secara keseluruhan, dapat menggunakan beberapa metrik kecocokan pada output SEM (Hooper et al, 2008). Menurut Kline (2005) dalam Hooper et al (2008), indeks atau parameter yang digunakan untuk menilai kecocokan model yang disarankan adalah *chi-square test*, RMSEA, CFI dan RMSR. Dugaan terhadap kecocokan model tidak ada batasan yang pasti, karena setiap indeks merefleksikan elemen yang berbeda dari kecocokan model (Hooper et al, 2008).

## Metode Pengolahan Data dan Analisis

Tahapan-tahapan pemodelan SEM yaitu:

- 1). Membuat model diagram jalur yang merupakan kombinasi dari model pengukuran dan model struktural.
- 2). Melakukan uji normalitas secara univariat dan multivariate
- 3). Penilaian identifikasi model.
- 4). Melakukan estimasi model
- 5). Pengujian kecocokan model
  - (1) Menguji kecocokan keseluruhan model (*Goodness of Fit*);
  - (2) Menguji validitas dengan CFA
  - (3) Menguji reliabilitas, dengan kriteria:
    1. *Construct Reliability* (CR)  $\geq 0,70$  dan
    2. *Variance Extracted* (VE)  $\geq 0,50$
- 6). Melakukan respesifikasi model:
  - (1) Menghapus variabel tidak valid dan reliable
  - (2) Pemanfaatan *modification indices*, yaitu:
    - a. Memodifikasi jalur baru diantara varabel laten dan antar varabel laten;
    - b. Memodifikasi *error covariance* diantara dua buah *error varian*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.1.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 3.1 Hasil Uji Kelayakan Data

Kriteria Uji	Nilai Uji	Control OFF
KMO	0,516	$> 0,5$
<i>Barlett test of sphericity</i>	334,682	
<i>Sign</i>	0,000	$< 0,05$

Sumber: Hasil olah data, 2023

Pada Tabel 8 di atas memperlihatkan hasil pengujian kelayakan data penelitian sebagai berikut: (1) nilai KMO sebesar 0,516 mengindikasikan bahwa secara keseluruhan korelasi antar variabelnya bermakna secara signifikan ( $0,516 > 0,5$ ), dan (2) nilai *Barlett test of sphericity* sebesar 334,682 yang menunjukkan signifikansi  $< 0,05$ , mengindikasikan memenuhi kriteria kecukupan untuk analisis faktor. Dengan demikian, hasil pengujian ini memberikan jaminan bahwa data penelitiannya telah memenuhi kriteria kelayakan untuk diuji dengan analisis faktor.

Kedua, pengujian total varians yang dapat dijelaskan. Pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan faktor yang berhasil dikelompokkan dalam *maximum likelihood*. Berdasarkan

metode tersebut, ada 5 faktor yang dapat dikelompokkan yang mampu meningkatkan total varians maksimumnya (lihat tabel 8). Kedelapan faktor tersebut adalah (1) faktor 1 mempunyai *Eigenvalues* sebesar 5,435 dengan persentase varians sebesar 30,19%, (2) faktor 2 mempunyai *Eigenvalues* sebesar 2,716 dengan persentase varians sebesar 15,09%, (3) faktor 3 mempunyai *Eigenvalues* sebesar 2,269 dengan persentase varians sebesar 12,61%, (4) faktor 4 mempunyai *Eigenvalues* sebesar 1,904 dengan persentase varians sebesar 10,58%, (5) faktor 5 mempunyai *Eigenvalues* sebesar 1,404 dengan persentase varians sebesar 7,80%.

Tabel 3.2 Hasil Uji Total Varians

Faktor	Eigenvalue	Persentase Varians
Faktor 1	5,435	30,19%
Faktor 2	2,716	15,09%
Faktor 3	2,269	12,61%
Faktor 4	1,904	10,58%
Faktor 5	1,404	7,80%

Sumber: Hasil olah data, 2023

Ketiga, pengujian validitas konvergen dan diskriminan. Hasilnya dapat dijelaskan melalui matriks komponen rotasi yang diasumsikan bahwa semua indikator adalah variabel independen yang merupakan fungsi dari suatu faktor yang tidak nampak (variabel laten). Nilai matriks komponen rotasi validitas konvergen dapat ditunjukkan oleh *factor loading* yang tertinggi. Hasil pengujian validitas yang terekstrak sempurna disajikan pada Tabel 10.

Tabel 3.3 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori

	Component					Kesimpulan
	1	2	3	4	5	
KL1					0,799	Valid
KL2					0,857	Valid
KL3					0,831	Valid
CD1		0,878				Valid
CD2		0,907				Valid
CD3		0,750				Valid
DTW1				0,871		Valid
DTW2				0,655		Valid
DTW3				0,826		Valid
DTW4				0,707		Valid
KEP1			0,916			Valid
KEP2			0,653			Valid
KEP3			0,691			Valid
KEP4			0,758			Valid
RI1	0,689					Valid
RI2	0,873					Valid
RI3	0,775					Valid
RI4	0,851					Valid

Sumber: Hasil olah data, 2023

Pada Tabel 10 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas untuk variabel kualitas layanan menunjukkan semua item memiliki *loading factor* di atas 0,5, yaitu KL1, KL2, KL3 dan terekstrak secara sempurna, hal ini berarti ketiga pertanyaan tersebut valid. Digunakannya angka *loading factor* > 0,5 untuk mendapatkan hasil konsistensi dalam internal variabel yang baik dan pertanyaan akan menghasilkan hasil yang signifikan (Bonnet & Wright, 2015). Hasil uji validitas untuk variabel citra destinasi menunjukkan 3 item memiliki *loading factor* di atas



0,5, yaitu CD1, CD2, dan CD3 dan teresktrak secara sempurna, hal ini berarti ketiga pertanyaan tersebut valid.

Hasil uji validitas untuk variabel daya tarik wisata dari 4 item pertanyaan, 4 item tersebut memiliki *loading factor* di atas 0,5, yaitu DTW1, DTW3, DTW3 dan DTW4 dan teresktrak secara sempurna, hal ini berarti keempat pertanyaan tersebut valid. Hasil uji validitas untuk variabel kepuasan dari 4 item pertanyaan, semua item memiliki *loading factor* di atas 0,5, yaitu KEP1, KEP2, KEP3 dan KEP4 dan teresktrak secara sempurna, hal ini berarti keempat pertanyaan tersebut valid. Hasil uji validitas untuk variabel *Revisit Intention* dari 4 item pertanyaan, semua item memiliki *loading factor* di atas 0,5 hal ini berarti keempat pertanyaan tersebut valid.

### 3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengujian dari suatu instrumen dikatakan reliabel apabila hasil pengujian menghasilkan *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, maka instrumen tersebut reliabel. Penentuan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 berguna untuk memperoleh konsistensi hasil yang baik (Bonett & Wright, 2015). Hasil Uji reliabilitas dari masing-masing variabel penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 11 di bawah ini.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Status
Kualitas Pelayanan	0,829	Reliabel
Citra Destinasi	0,880	Reliabel
Daya Tarik Wisata	0,793	Reliabel
Kepuasan	0,732	Reliabel
Revisit Intention	0,869	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data, 2023

Hasil uji reliabilitas terhadap item-item pertanyaan yang valid menunjukkan bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel lebih dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel instrument yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, citra destinasi, daya tarik wisata, kepuasan wisatawan, dan *Revisit Intention* adalah reliabel.

### 3.1.3 Uji Hipotesis

Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode statistik *Structural Equation Model* (SEM). Dalam studi ini, data diolah dengan menggunakan software *Analysis of Moment Structure* atau AMOS versi 23.

#### a. Uji Asumsi

Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan pengujian dengan pendekatan *Structural Equation Model*. Asumsi-asumsi SEM tersebut meliputi asumsi kecukupan sampel, normalitas, dan *outliers* (Ferdinand, 2002).

#### 1) Asumsi Kecukupan Sampel

Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 145 orang. Dari seluruh kuesioner yang telah terisi, hanya 119 responden dapat digunakan dalam penelitian ini. Jumlah sampel ini memenuhi prosedur *Maximum Likelihood Estimation* yaitu penarikan sampel antara 100-200 sampel (Ghozali, 2008).

#### 2) Asumsi Normalitas

Asumsi selanjutnya yang dibahas dalam analisis SEM adalah normalitas. Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui pola distribusi data yang mengikuti atau mendekati distribusi normal. Normalitas *univariate* dilihat dengan nilai *critical*

ratio (c.r) pada *skewness* yaitu di bawah 2,58. Hasil Uji asumsi normalitas dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 3.5 Hasil Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
RI1	1.000	5.000	.401	1.785	-1.017	-2.265
RI2	1.000	5.000	.504	2.244	-.738	-1.643
RI3	1.000	5.000	.295	1.312	-1.177	-2.621
RI4	1.000	5.000	.457	2.036	-1.094	-2.436
KEP1	1.000	5.000	.445	1.982	-.889	-1.979
KEP2	1.000	5.000	.480	2.138	-.676	-1.506
KEP3	1.000	5.000	.411	1.829	-.626	-1.393
KEP4	1.000	5.000	.328	1.459	-.965	-2.148
DTW4	1.000	5.000	.390	1.735	-1.132	-2.520
DTW3	1.000	5.000	.449	1.999	-.962	-2.143
DTW2	1.000	5.000	.253	1.125	-.990	-2.205
DTW1	1.000	5.000	.416	1.851	-.989	-2.201
CD1	1.000	5.000	.398	1.771	-.796	-1.772
CD2	1.000	5.000	.369	1.644	-1.191	-2.653
CD3	1.000	5.000	.377	1.678	-1.034	-2.303
KL3	1.000	5.000	.366	1.632	-.893	-1.988
KL2	1.000	5.000	.464	2.067	-.967	-2.153
KL1	1.000	5.000	.589	2.022	-.932	-2.076
Multivariate					83.438	16.961

Sumber: data diolah, 2012

Tabel 3.4 menjelaskan bahwa data dalam penelitian ini termasuk *normal* yang ditunjukkan dengan nilai *skewness* < 2,58. Secara *multivariate*, data dalam penelitian ini termasuk tidak *normal* karena memiliki c.r *kurtosis* di atas 7 yaitu sebesar 16,961. Analisis terhadap data yang tidak normal dapat mengakibatkan pembiasan interpretasi karena nilai *chi-square* hasil analisis cenderung meningkat sehingga nilai *probability level* akan mengecil. Karena data tidak berdistribusi normal secara multivariat, maka syarat penggunaan SEM berbasis varian tidak terpenuhi, maka alternatif pengujian hipotesis menggunakan PLS-SEM yang berbasis kovarian.

#### b. Partial Least Square – SEM (PLS-SEM)

Analisis ini merupakan analisis statistik multivariat yang mengestimasi pengaruh variabel secara simultan dengan tujuan studi prediksi, eksplorasi atau pengembangan model struktural. PLS-SEM ini merupakan alternatif dari analisis SEM, apabila data tidak berdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, sehingga menggunakan PLS-SEM. Evaluasi model dalam PLS terdiri dari evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural, dan evaluasi kebaikan dan kecocokan model.

##### a. Evaluasi Model Pengukuran

Model pengukuran dalam penelitian ini terdiri dari model pengukuran reflektif dimana variabel website, media sosial, periklanan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, citra sekolah dan minat memilih sekolah diukur secara reflektif. Hasil evaluasi model pengukuran dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

##### 1) Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Hasil uji validitas dan reliabilitas konstruk masing-masing variabel dijelaskan di bawah ini. Tabel 3.5 Validitas dan Reliabilitas Konstruk Variabel Kualitas Layanan

Item Pengukuran	Indikator	Outer Loading	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE
KL1	Fasilitas dasar yang disediakan Obyek Agrowisata PHD Edufarm	0.872			
KL2	Layanan yang diberikan seperti yang dijanjikan Obyek Agrowisata PHD Edufarm	0.882	0,822	0,894	0,738
KL3	Karyawan selalu bersedia membantu pelanggan obyek Agrowisata PHD Edufarm	0.823			

Variabel kualitas layanan diukur oleh tiga item pengukuran valid dengan factor loading antara 0,823 – 0,882 di atas 0,5 yang berarti bahwa ketiga item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran kualitas layanan. Tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh Cronbach's alpha (0,822) dan composite reliability (0,894) di atas 0,70 (reliabel). Tingkat validitas konvergen yang ditunjukkan oleh nilai AVE sebesar 0,738 > 0,50 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variabel kualitas layanan mencapai 73,8%. Diantara ketiga item pengukuran tersebut, item pengukuran KL2 mempunyai outer loading tertinggi (0,882) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan Obyek wisata PHD Edufarm dipersepsikan sangat baik khususnya terkait pelayanan yang dijanjikan. Sedangkan item pengukuran lainnya sudah baik, namun perlu akselerasi untuk ditingkatkan kembali.

Tabel 3.6 Validitas dan Reliabilitas Konstruk Variabel Citra Destinasi

Item Pengukuran	Indikator	Outer Loading	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE
CD1	Obyek wisata Agrowisata PHD Edufarm memiliki daya tarik alam	0.861			
CD2	Obyek wisata Agrowisata PHD Edufarm memiliki atraksi seni dan budaya	0.934	0,898	0,937	0,832
CD3	Obyek wisata Agrowisata PHD Edufarm menyediakan fasilitas pariwisata yang memadai	0.940			

Variabel citra destinasi diukur oleh tiga item pengukuran valid dengan factor loading antara 0,861–0,940 di atas 0,5, yang berarti bahwa ketiga item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran citra destinasi. Tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh Cronbach's alpha (0,898) dan composite reliability (0,937) di atas 0,70 (reliabel). Tingkat validitas konvergen yang ditunjukkan oleh nilai AVE sebesar 0,832 > 0,50 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variabel mencapai 83,2%. Diantara ketiga item pengukuran tersebut, item pengukuran CD3 mempunyai outer loading tertinggi (0,940) yang menunjukkan bahwa fasilitas yang memadai merupakan item yang dianggap sangat penting oleh responden. Sedangkan item pengukuran lainnya sudah baik dan perlu dipertahankan serta perlu akselerasi untuk ditingkatkan kembali.

Tabel 3.7 Validitas dan Reliabilitas Konstruk Variabel Daya Tarik Wisata

Item Pengukuran	Indikator	Outer Loading	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE
-----------------	-----------	---------------	----------------	-----------------------	-----

<b>DT1</b>	Obyek Agrowisata PHD Edufarm menawarkan atraksi yang menarik Sarana dan prasarana di Obyek Agrowisata PHD Edufarm sangat memadai	0.780			
<b>DT2</b>	Aksesibilitas ke obyek Agrowisata PHD Edufarm sangat mudah	0.888	0,830	0,887	0,664
<b>DT3</b>	Obyek Agrowisata PHD Edufarm memiliki jasa pendukung pariwisata	0.755			
<b>DT4</b>		0.829			

Variabel daya tarik wisata diukur oleh empat item pengukuran valid dengan factor loading antara 0,755 – 0,888 di atas 0,5 yang berarti bahwa keempat item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran daya tarik wisata. Tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh Cornbach's alpha (0,830) dan composite reliability (0,887) di atas 0,70 (reliabel). Tingkat validitas konvergen yang ditunjukkan oleh nilai AVE sebesar 0,664 > 0,50 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variabel mencapai 66,4%. Diantara kesepuluh item pengukuran tersebut, item pengukuran DT2 mempunyai outer loading tertinggi (0,888) yang menunjukkan bahwa sarana dan prasarana yang memadai dianggap penting atau dipersepsikan baik oleh responden. Sedangkan item pengukuran lainnya sudah baik dan perlu dipertahankan serta perlu akselerasi untuk ditingkatkan kembali.

Tabel 3.8 Validitas dan Reliabilitas Konstruk Variabel Kepuasan Wisatawan

<b>Item Pengukuran</b>	Indikator	<b>Outer Loading</b>	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE
<b>KP1</b>	Apakah saudara senang mengunjungi Obyek Agrowisata PHD Edufarm	0.839			
<b>KP2</b>	Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan di Obyek Agrowisata PHD Anda memiliki pengalaman yang menarik di obyek Agrowisata PHD Edufarm	0.846	0,795	0,868	0,624
<b>KP3</b>	Anda merasa bahwa kunjungan ke Obyek Agrowisata PHD Edufarm telah memberikan rasa senang dan nyaman bagi saudara	0.658			
<b>KP4</b>		0.802			

Variabel kepuasan wisatawan diukur oleh empat item pengukuran valid dengan factor loading antara 0,658 – 0,846 di atas 0,5 yang berarti bahwa keempat item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran kepuasan wisatawan. Tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh Cornbach's alpha (0,795) dan composite reliability (0,868) di atas 0,70 (reliabel). Tingkat validitas konvergen yang ditunjukkan oleh nilai AVE sebesar 0,624 > 0,50 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variabel mencapai 62,4%. Diantara keempat item pengukuran tersebut, item pengukuran KP2 mempunyai outer loading tertinggi (0,846) yang menunjukkan bahwa kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PHD Edufarm dianggap sangat penting atau sangat baik oleh responden. Sedangkan item pengukuran lainnya sudah baik dan perlu dipertahankan serta perlu akselerasi untuk ditingkatkan kembali.

Tabel 3.9 Validitas dan Reliabilitas Konstruk Variabel *Revisit Intention*

Item Pengukuran	Indikator	Outer Loading	Cronbach Alpha	Composite Reliability	AVE
RI1	Apakah dalam waktu dekat saudara akan berkunjung kembali ke Obyek Agrowisata PHD Edufarm	0.895			
RI2	Obyek Agrowisata PHD Edufarm merupakan pilihan ketika saudara akan berwisata lagi	0.863	0,879	0,917	0,735
RI3	Apakah pada masa depan saudara akan kembali lagi ke obyek Agrowisata PHD Edufarm	0.842			
RI4	Obyek Agrowisata PHD Edufarm merupakan pilihan pertama ketika saudara akan berwisata lagi	0.827			

Variabel *Revisit Intention* diukur oleh empat item pengukuran valid dengan factor loading antara 0,827 – 0,895 yang berarti bahwa keempat item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran *Revisit Intention*. Tingkat reliabilitas variabel dapat diterima yang ditunjukkan oleh Cornbach's alpha (0,879) dan composite reliability (0,917) di atas 0,70 (reliabel). Tingkat validitas konvergen yang ditunjukkan oleh nilai AVE sebesar 0,735 > 0,50 telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variabel mencapai 73,5%. Diantara keempat item pengukuran tersebut, item pengukuran RI1 mempunyai outer loading tertinggi (0,867) yang menunjukkan bahwa di waktu dekat akan berkunjung kembali dianggap penting atau mendapat persepsi yang baik dari responden. Sedangkan item pengukuran lainnya sudah baik dan perlu dipertahankan serta perlu akselerasi untuk ditingkatkan kembali.

## 2) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan di uji dengan Fornell dan Lacker Test, HTMT dan Cross Loading. Hasil uji validitas diskriminan dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 3.10 Fornell dan Lacker Criteria

	Citra Destinasi	Daya Tarik	Kepuasan	Kualitas Layanan	<i>Revisit Intention</i>
<b>Citra Destinasi</b>	<b>0.912</b>				
<b>Daya Tarik</b>	0.670	<b>0.815</b>			
<b>Kepuasan</b>	0.673	0.738	<b>0.790</b>		
<b>Kualitas Layanan</b>	0.711	0.623	0.691	<b>0.859</b>	
<b><i>Revisit Intention</i></b>	0.768	0.817	0.828	0.770	<b>0.857</b>

Evaluasi validitas diskriminan perlu dilakukan dengan melihat kriteria Fornell dan Lacker. Variabel citra destinasi mempunyai akar AVE (0,912) lebih besar korelasinya dengan variabel lain (lihat nilai korelasi variabel lainnya), begitu pula nilai AVE variabel daya tarik (0,815), variabel kepuasan (0,790), variabel kualitas layanan (0,859), dan variabel *Revisit Intention* (0,857) lebih besar korelasinya dengan variabel lain, sehingga disimpulkan bahwa semua variabel adalah valid.

Tabel 3.11 Cross Loading

	Citra Destinasi	Daya Tarik	Kepuasan	Kualitas Layanan	<i>Revisit Intention</i>
<b>CD1</b>	<b>0.861</b>	0.602	0.561	0.639	0.703

<b>CD2</b>	<b>0.934</b>	0.636	0.641	0.640	0.697
<b>CD3</b>	<b>0.940</b>	0.596	0.638	0.667	0.703
<b>DT4</b>	0.479	<b>0.780</b>	0.546	0.424	0.571
<b>DT1</b>	0.582	<b>0.888</b>	0.633	0.560	0.764
<b>DT2</b>	0.440	<b>0.755</b>	0.550	0.499	0.611
<b>DT3</b>	0.661	<b>0.829</b>	0.666	0.536	0.697
<b>KEP1</b>	0.537	0.609	<b>0.839</b>	0.536	0.696
<b>KEP2</b>	0.579	0.673	<b>0.846</b>	0.581	0.711
<b>KEP3</b>	0.528	0.516	<b>0.658</b>	0.554	0.551
<b>KEP4</b>	0.480	0.518	<b>0.802</b>	0.514	0.644
<b>KL1</b>	0.644	0.480	0.579	<b>0.872</b>	0.643
<b>KL2</b>	0.618	0.624	0.646	<b>0.882</b>	0.734
<b>KL3</b>	0.571	0.489	0.550	<b>0.823</b>	0.597
<b>RI1</b>	0.675	0.721	0.785	0.688	<b>0.895</b>
<b>RI2</b>	0.705	0.705	0.782	0.700	<b>0.863</b>
<b>RI3</b>	0.611	0.682	0.657	0.598	<b>0.842</b>
<b>RI4</b>	0.639	0.694	0.600	0.648	<b>0.827</b>

Hasil validitas diskriminan dengan cross loadings menunjukkan bahwa semua item pengukuran memiliki nilai korelasi yang kuat pada masing-masing variabelnya dan berkorelasi lemah dengan variabel lainnya hal ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan terpenuhi.

b. Evaluasi Model Struktural

1) Evaluasi Keباik dan Kecocokan Model (Goodness of Fit Model)

Tabel 3.12 R Square Value

	R Square	R Square Adjusted
<b>Kepuasan</b>	0.643	0.634
<b>Revisit Intention</b>	0.835	0.830

Ukuran statistik R Square menggambarkan besarnya variasi variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen/endogen lainnya dalam model. Menurut Chin (1998) nilai interpretasi R square secara kualitatif adalah 0,19 ( pengaruh rendah), 0,33 (pengaruh moderat), 0,66 (pengaruh tinggi). Berdasarkan hasil pengolahan di atas maka dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh bersama kualitas layanan, citra destinasi, dan daya tarik wisata terhadap kepuasan sebesar 0,643 atau 64,3% (pengaruh moderat). Besarnya pengaruh kualitas layanan, citra destinasi, daya tarik wisata, dan kepuasan terhadap *Revisit Intention* sebesar 83,5% (pengaruh tinggi).

Tabel 3.13 Standardized Root Mean Square (SRMR)

	Taksiran Model
<b>SRMR</b>	0,065

SRMR adalah Standardized Root Mean Square. Dalam Yamin (2022), nilai ini merupakan ukuran fit model (kecocokan model) yaitu perbedaan antara matrik korelasi data dengan matrik korelasi taksiran model. Menurut Hair et al (2021), nilai SRMR dibawah 0,10 menunjukkan model fit (cocok). Hasil estimasi model adalah 0,065 yang berarti model memiliki kecocokan acceptabel fit. Berarti data empiris dapat menjelaskan pengaruh antara variabel dalam model.

Tabel 3.14 Inner VIF

	Kepuasan	<i>Revisit Intention</i>
Citra Destinasi	2.441	2.517
Daya Tarik	1.970	2.515
Kepuasan		2.803
Kualitas Layanan	2.195	2.448

Hasil evaluasi model pengukuran dengan Inner VIF menunjukkan bahwa nilai Inner VIF antara variabel lebih kecil dari 5, hal ini menunjukkan tidak ada multikolinear antara variabel independen atau tingkat multikolinear antara variabel rendah. Hasil ini menguatkan hasil estimasi parameter dalam SEM PLS bersifat *robust* (tidak bias).

## 2) Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan PLS-SEM dapat dilihat pada Tabel 23. Tabel 3.15 Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Citra Destinasi -> Kepuasan	0.164	0.167	0.081	2.037	0.042
Citra Destinasi -> <i>Revisit Intention</i>	0.181	0.181	0.072	2.508	0.012
Daya Tarik -> Kepuasan	0.441	0.442	0.084	5.278	0.000
Daya Tarik -> <i>Revisit Intention</i>	0.328	0.322	0.075	4.379	0.000
Kepuasan -> <i>Revisit Intention</i>	0.310	0.318	0.090	3.450	0.001
Kualitas Layanan -> Kepuasan	0.300	0.299	0.083	3.609	0.000
Kualitas Layanan -> <i>Revisit Intention</i>	0.222	0.217	0.074	2.993	0.003

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka diketahui sebagai berikut:

### 1) Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama yang menyatakan: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*, terbukti. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,222 dengan nilai T sebesar 2,993, dan probabilitas sebesar  $0,003 < 0,05$ . Berarti kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*.

### 2) Hipotesis kedua

Hipotesis kedua yang menyatakan: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, terbukti. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,300 dengan nilai T sebesar 3,609, dan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berarti kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

### 3) Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga yang menyatakan: Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*, tidak terbukti. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,181 dengan nilai T sebesar 2,508, dan probabilitas sebesar  $0,012 < 0,05$ . Berarti citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.

### 4) Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat yang menyatakan: Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, terbukti. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,164 dengan nilai T sebesar 2,037, dan probabilitas sebesar  $0,042 < 0,05$ . Berarti citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

### 5) Hipotesis Kelima

Hipotesis keempat yang menyatakan: daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*, terbukti. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,328 dengan nilai T sebesar 4,379, dan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berarti daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*.

6) Hipotesis Keenam

Hipotesis keempat yang menyatakan: daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, terbukti. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,441 dengan nilai T sebesar 5,278, dan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berarti daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

7) Hipotesis Ketujuh

Hipotesis keempat yang menyatakan: kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*, terbukti. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,310 dengan nilai T sebesar 3,450, dan probabilitas sebesar 0,000. Berarti kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*.

c. Path Analysis (Analisis Mediasi)

Untuk menganalisis pengaruh citra sekolah terhadap hubungan antara website, media sosial, advertising, public relation, dan direct selling dengan minat memilih sekolah, dapat dilihat dari signifikansi pengaruh tidak langsung. Menurut Lachowicz et al (2018) yang diinterpretasikan oleh Ogbeibu et al (2022) pengaruh mediasi dikategorikan rendah jika koefisien dibawah 0,02, sedang 0,075, dan tinggi 0,175. Hasil analisis mediasi dapat dilihat pada Tabel 24 di bawah ini.

Tabel 3.16 Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Citra Destinasi -> Kepuasan -> <i>Revisit Intention</i>	0.051	0.031	1.636	0.102
Daya Tarik -> Kepuasan -> <i>Revisit Intention</i>	0.137	0.052	2.653	0.008
Kualitas Layanan -> Kepuasan -> <i>Revisit Intention</i>	0.093	0.038	2.420	0.016

1) Hipotesis Kedelapan

Pengaruh mediasi kepuasan wisatawan terhadap hubungan kualitas layanan dengan *Revisit Intention* adalah signifikan, hal ini ditunjukkan oleh nilai p value sebesar  $0,016 < 0,05$ . Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang didukung kepuasan wisatawan akan semakin meningkatkan *Revisit Intention*. Besarnya nilai koefisien mediasi sebesar 0,093, hal ini berarti pengaruh mediasi tersebut masuk kategori sedang.

2) Hipotesis Kesembilan

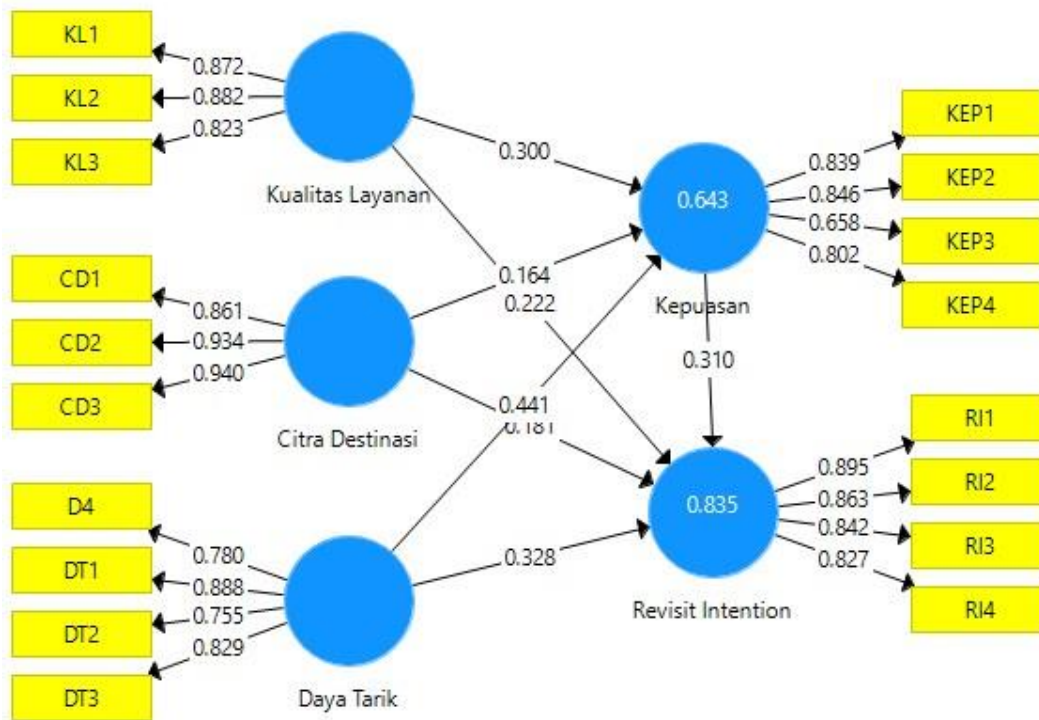
Pengaruh mediasi kepuasan wisatawan terhadap hubungan citra destinasi dengan *Revisit Intention* adalah tidak signifikan, hal ini ditunjukkan oleh nilai p value sebesar  $0,102 > 0,05$ . Hal ini berarti kepuasan wisatawan tidak memediasi hubungan antara citra destinasi dengan *Revisit Intention*.

3) Hipotesis Kesepuluh

Pengaruh mediasi kepuasan wisatawan terhadap hubungan daya tarik wisata dengan *Revisit Intention* adalah signifikan, hal ini ditunjukkan oleh nilai p value sebesar  $0,008 < 0,05$ . Hal ini berarti semakin baik daya tarik wisata yang didukung kepuasan wisatawan akan semakin meningkatkan *Revisit Intention*. Besarnya nilai koefisien mediasi sebesar 0,137, hal ini berarti pengaruh mediasi tersebut masuk kategori sedang.



Untuk lebih jelasnya hubungan antara variabel dapat dilihat dari hasil PLS-SEM pada gambar berikut ini.



Gambar 3.1 Hasil Model Penelitian

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* atau minat untuk berkunjung kembali. Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan keinginan untuk berkunjung kembali obyek wisata PHD Edufarm. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Fitriani, Syaparuddin, & Kusuma Edy, 2021; Th.Latupapua, 2021; Wiratini M et al., 2018) hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Ini menyiratkan bahwa jika wisatawan mempersepsikan kualitas layanan lebih tinggi dan superior, kemungkinan akan meningkatkan peluang mereka untuk mengunjungi kembali tempat tujuan yang sama.

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan obyek wisata akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan wisatawan akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Hasil studi ini mendukung studi yang dilakukan oleh Ji et al. (2017) mengungkapkan bahwa kualitas layanan yang dirasakan secara positif mempengaruhi kepuasan pengunjung kasino Cina. Demikian pula, hasil penelitian Ji et al. (2017) dan Zaibaf et al (2013) menemukan hubungan antara kualitas layanan yang dirasakan dengan kepuasan. Zaibaf dkk (2013) menyatakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan adalah prediktor kepuasan yang kuat. Indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan

dalam penelitian ini meliputi fasilitas dasar, layanan yang dijanjikan, dan ketanggapan karyawan dalam membantu wisatawan. Ketiga indikator tersebut dipersepsikan baik dan dianggap penting dalam mengukur kualitas pelayanan.

### 3. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra berpengaruh positif dan namun tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sharma dan Nayak (2018) yang secara empiris menemukan bahwa citra keseluruhan memiliki pengaruh penting pada niat wisatawan untuk mengunjungi kembali dan merekomendasikan tujuan yang dikunjungi kepada orang lain. Studi lain juga menunjukkan bahwa citra destinasi juga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali (Abbasi et al., 2021; Hassan & Soliman, 2021; Tosun, Dedeoğlu, & Fyall, 2015). Tidak adanya pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada penelitian ini, hal ini dapat disebabkan karena obyek wisata PHD Edufarm masih relatif baru berdiri dan belum maksimal dalam membangun brand imagenya.

### 4. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian yang dilakukan pada wisatawan internasional yang mengunjungi UEA mengkonfirmasi pentingnya citra destinasi dalam memprediksi kepuasan wisatawan di suatu destinasi (Albaity dan Melhem, 2017). Hasil penelitian ini mendukung penelitian-penelitian tersebut, hal ini ditunjukkan dari pengaruh positif dan signifikan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik citra destinasi akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke obyek Agrowisata PHD Edufarm, sebaliknya jika citra destinasi buruk akan semakin menurunkan kepuasan wisatawan. Responden dalam penelitian ini mempersepsikan citra destinasi wisata di obyek Agrowisata PHD Edufarm dengan baik, dari tiga indikator citra destinasi, fasilitas pariwisata yang sangat memadai dianggap sangat penting dalam membangun citra destinasi.

### 5. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan pada minat berkunjung kembali. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Damayanti & Ferdinand (2015), Wiratini et.al (2018), dan Fitriani (2021). Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik daya tarik wisata akan semakin meningkatkan niat wisatawan untuk berkunjung kembali.

### 6. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini mendukung pernyataan tersebut. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata berupa atraksi wisata yang meliputi keunikan, keaslian, cuaca/iklim, keindahan serta memberikan manfaat dan nilai bagi wisatawan sehingga menimbulkan kepuasan. Kepuasan mengacu pada respons emosional yang mengikuti dari respons kognitif ke pengalaman (Smith, 2020; Monferrer et al., 2019; Chong, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata dapat mendorong respon emosional wisatawan ke arah yang positif yaitu menimbulkan kepuasan. Indikator daya tarik wisata yang dianggap sangat penting adalah sarana dan prasarana yang sangat memadai.

### 7. Pengaruh Kepuasan Terhadap *Revisit Intention*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan akan menimbulkan keinginan untuk berkunjung kembali ke obyek wisata PHD Edufarm. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hasan et al., (2019), Breiby dan Slåtten, (2018), An, S., Suh, J. and Eck, T (2019), dan Abbasi (2020).

### 8. Pengaruh Kepuasan dalam memediasi hubungan kualitas pelayanan, citra destinasi, dan daya tarik wisata dengan *Revisit Intention*

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepuasan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan daya tarik wisata dengan *Revisit Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan daya tarik wisata yang baik akan semakin meningkatkan *Revisit Intention* jika didukung oleh kepuasan wisatawan yang baik. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rajaguru (2016) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan yang dirasakan pada kepuasan pelanggan secara substansial meningkatkan kunjungan kembali niat dalam hal layanan penuh dibandingkan dengan operator berbiaya rendah. Demikian juga, sebuah studi oleh Wu (2014) juga menetapkan peran mediasi kepuasan antara layanan yang dirasakan kualitas dan niat pelanggan mengunjungi kembali. Selain itu, kepuasan pelanggan sebagai mediator dalam hubungan antara daya tarik wisata dan niat mengunjungi kembali diperiksa oleh peneliti sebelumnya dan hubungan positif telah didirikan di antara mereka (Wiratini, 2018). Akan tetapi hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Albaity dan Melhem (2017), pada wisatawan yang berkunjung ke UEA, menunjukkan bahwa wisatawan kepuasan secara positif memediasi hubungan antara citra destinasi dengan kunjungan kembali. Penelitian Loi et al (2017) menyimpulkan secara empiris bahwa citra destinasi meramalkan niat wisatawan untuk berkunjung kembali melalui kepuasan destinasi.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian, dapat direkomendasikan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan dan *Revisit Intention* wisatawan, sedangkan variabel Kepuasan dapat memediasi pengaruh Kualitas Layanan dan Daya Tarik Wisata, serta variabel Kepuasan berpengaruh positif terhadap variabel *Revisit Intention*.

#### **4. Penutup**

##### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata PHD Edufarm.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan obyek wisata PHD Edufarm.
3. Citra destinasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata PHD Edufarm.
4. Citra destinasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan obyek wisata PHD Edufarm.
5. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata PHD Edufarm.
6. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan obyek wisata PHD Edufarm.
7. Kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata PHD Edufarm.
8. Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh kualitas layanan dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata PHD Edufarm.

## 4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Manajemen obyek wisata PHD Edufarm hendaknya memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan, daya tarik wisata dan kepuasan wisatawan yang berkunjung, karena ketiga variabel tersebut mempengaruhi minat untuk berkunjung kembali ke obyek wisata PHD Edufarm.
2. Bagi peneliti yang akan mengambil tema yang sama sebaiknya mengembangkan variabel lain yang diamati agar dapat menemukan hasil yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Abubakar, A. M., Ilkan, M., Meshall Al-Tal, R., & Eluwole, K. K. (2017). eWOM, *Revisit Intention*, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 220–227. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.005>
- Akhil, A., & Suresh, M. (2021). Assessment of Service Quality in Restaurant Using Multi-Grade Fuzzy and Importance Performance Analysis. *Materials Today: Proceedings*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.01.767>
- Allameh, S.M., Pool, J.K., Jaber, A., Salehzadeh, R. and Asadi, H. (2015), “Factors influencing sport tourists’ *Revisit Intentions*”, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 27 No. 2, pp. 191-207.
- Armbrecht, J., & Andersson, T. D. (2020). The Event Experience, Hedonic and Eudaimonic Satisfaction and Subjective Well-being Among Sport Event Participants. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(3), 457–477. <https://doi.org/10.1080/19407963.2019.1695346>
- Bonett, D. G., & Wright, T. A. (2015). Cronbach's alpha reliability: Interval estimation, hypothesis testing, and sample size planning. *Journal of organizational behavior*, 36(1), 3-15.
- Damayanti, M., & Ferdinand, T. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Pada Obyek Wisata Pemandian Air Panas Guci Di Kabupaten Tegal. *Diponegoro Journal of Management*, 4, 1–15. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Fitriani, M., Syaparuddin, S., & Kusuma Edy, J. (2021). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan ke Kebun Binatang Taman Rimba Provinsi Jambi. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 10(1), 19–28. <https://doi.org/10.22437/pdpd.v10i1.12496>
- Hassan, S. B., & Soliman, M. (2021). COVID-19 and repeat visitation: Assessing the role of destination social responsibility, destination reputation, holidaymakers’ trust and fear arousal. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19, 100495. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100495>

- Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on *Revisit Intention*. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29-44.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460-476.
- Kim, M.J., Jung, T., Kim, W.G. and Fountoulaki, P. (2015), “Factors affecting British *Revisit Intention* to Crete, Greece: high vs. low spending tourists”, *Tourism Geographies*, Vol. 17 No. 5, pp. 815-841.
- Ma'rifatun, S. (2018). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11-9.
- Meng, B., & Cui, M. (2020). The role of co-creation experience in forming tourists' *Revisit Intention* to home-based accommodation: Extending the theory of planned behavior. *Tourism Management Perspectives*, 33(September 2019), 100581. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100581>
- Mujadi A.J., (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Nurlestari, A. F. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 1-9.
- Nursyamsiah, R. A., & Setiawan, R. P. (2022). Does place attachment act as a mediating variable that affects *Revisit Intention* toward a revitalized park? *Alexandria Engineering Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2022.08.030>
- Putu, W. N. G., & Asmara, P. I. N. . (2019). Analysis of Factor That Influence The Compliance of Tax and Restaurant Taxes in Tabanan Regency of Bali,Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Sciences (RJOAS)*, 2(86), 216–227. <https://doi.org/DOI.10.18551/rjoas.2019-02.25>
- Sitepu, E. S., & Rismawati, R. (2021). The Influence of Service Quality, Destination Image, and Memorable Experience on *Revisit Intention* with Intervening Variables of Tourist Satisfaction. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(1), 77–87. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i1.2097>
- Sharma, P. and Nayak, J.K. (2018), “Testing the role of tourists' emotional experiences in predicting destination image, satisfaction, and behavioral intentions: a case of wellness tourism”, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 28, pp. 41-52.
- Shermin, N., & Rahaman, S. N. (2021). Assessment of Sanitation Service Gap in Urban Slums for Tackling COVID-19. *Journal of Urban Management*, 10(3), 230–241. <https://doi.org/10.1016/j.jum.2021.06.003>
- Soliman, M. (2019), “Extending the theory of planned behavior to predict tourism destination *Revisit Intention*”, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, pp. 1-26.
- Song, H.-M., Kim, K.-S. and Yim, B.H. (2017), “The mediating effect of place attachment on the relationship between golf tourism destination image and *Revisit Intention*”, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 22 No. 11, pp. 1182-1193.

- Suryani, D. D. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kualiatas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Pulau Pahawang Lampung. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K. (Kiki), & Karabaxoglou, I. (2015). Effect of Event Service Quality and Satisfaction on Happiness Among Runners of a Recurring Sport Event. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 37(1), 87–107. <https://doi.org/10.1080/01490400.2014.938846>
- Th.Latupapua, Y. (2021). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Ke Daya Tarik Objek Siwang Paradise Kota Ambon. *Jurnal Hutan Dan Pulau-Pulau Kecil*, 5(2), 175–188. <https://doi.org/10.30598/jhppk.2021.5.2.175>
- Tosun, C., Dedeoğlu, B. B., & Fyall, A. (2015). Destination service quality, affective image and *Revisit Intention*: The moderating role of past experience. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(4), 222–234. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.08.002>
- Vassiliadis, C. A., Mombeuil, C., & Fotiadis, A. K. (2021). Identifying service product features associated with visitor satisfaction and *Revisit Intention*: A focus on sports events. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19(August 2020), 100558. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100558>
- Wiratini M, N. N. A., Setiawan, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1, 279. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i01.p10>
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and *Revisit Intention*. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(June), 326–336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>