

PENGARUH CITRA DESTINASI WISATA KAMPUNG BLEKOK DALAM MENENTUKAN MINAT BERKUNJUNG KEMBALI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Malsi Ratna Dewi^{1*)}, Siti Soeliha²⁾, Ediyanto³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

*Email Korespondensi : malsi.ratna11@gmail.com

Abstrak

Wisata Desa Blekok merupakan wisata yang dikelola oleh Pemerintah Desa Klatakan dimana wisata tersebut menjadi daya tarik bagi wisatawan sehingga menjadi peluang besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan probability sampling. Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural – Partial Least Square (PLS-SEM). Hasil uji hipotesis pengaruh langsung menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0, menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap kepuasan pengunjung, citra destinasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berkunjung, kepuasan pengunjung berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berkunjung. berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, citra destinasi terhadap minat berkunjung melalui kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Citra Destinasi, Minat Berkunjung Kembali, Kepuasan Pengunjung

Abstract

Blekok Village Tourism is a tour managed by the Klatakan Village Government where the tour is an attraction for tourists so that it becomes a great opportunity in improving the economy of the surrounding community. The sampling technique is carried out using probability sampling. Data analysis and hypothesis testing in this study used a structural equation model – Partial Least Square (PLS-SEM). The results of the hypothesis test of direct influence using the Smart PLS 3.0 application, show that the destination image has a positive and also significant effect on visitor satisfaction, the destination image has a positive but not significant effect on visiting interest, visitor satisfaction has a positive and significant effect on visiting interest, destination image on visiting interest through visitor satisfaction has a positive and significant effect.

Keywords: *Destination image, Interest in Visiting Again, Visitor Satisfaction*

PENDAHULUAN

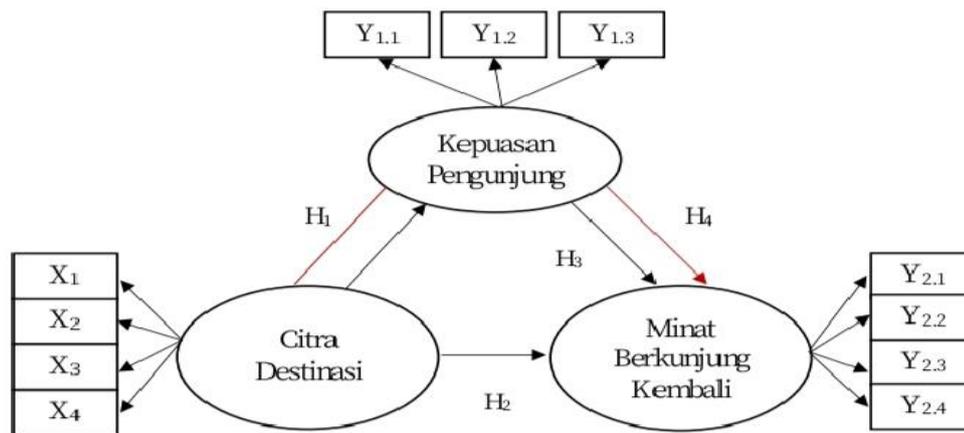
Pemasaran mempunyai peran penting dalam masyarakat karena menyangkut aspek kehidupan termasuk bidang ekonomi dan sosial, karena pemasaran menyangkut mengalirnya produk dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu pemasaran merupakan sektor yang paling penting dalam pendapatan masyarakat. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya yang berhubungan dengan konsumen.

Wisata Kampung Blekok merupakan salah satu wisata memiliki keindahan alam serta potensi wilayah yang cukup luas dengan adanya daya tarik wisata yang cukup besar serta budaya dan kehidupan masyarakat sekitar. Banyak wisatawan yang berkunjung ke

Kampung Blekok dengan tujuan ingin berlibur dan menikmati suasana alam yang disajikan, seperti menikmati *sunrise*, *sunset*, pohon bakau, ribuan burung bangau dan lain sebagainya. Untuk meningkatkan peran pariwisata perlu adanya barang yang dijual berupa objek wisata itu sendiri dengan sarana dan prasarana yang mendukung terkait dengan objek wisata.

Kerangka Konseptual

Menurut pendapat Sugiyono (2017:128), mengemukakan bahwa “Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau kaitan konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti”. Variabel-variabel di dalam penelitian ini meliputi variabel Citra Destinasi, Minat Berkunjung Kembali dan juga Kepuasan Pengunjung. Berikut ini merupakan kerangka konseptual penelitian yang disusun pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

- H₁: Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung pada wisata Kampung Blekok di Situbondo.
- H₂: Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada wisata Kampung Blekok di Situbondo.
- H₃: Kepuasan Pengunjung berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada wisata Kampung Blekok di Situbondo.
- H₄: Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung pada wisata Kampung Blekok di Situbondo.

METODE PENELITIAN

“Rancangan penelitian merupakan segala sesuatu yang mencakup tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu” (Sugiyono 2020:2). Penelitian ini merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk memperoleh jawaban atau penjelasan mengenai sesuatu yang diamati. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif. Metode deskriptif adalah metode menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono 2015:147). Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasi sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian (Sugiyono 2015:13). Penelitian ini di

orientasikan untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung pada Wisata Kampung Blekok. Jawaban masalah dari hasil penelitian yang bersifat sementara mengenai hubungan variabel X dan Y tersebut sehingga dapat diambil suatu analisis dengan menggunakan perhitungan data statistik, dengan demikian melalui penelitian ini dapat diketahui bagaimana pengaruh Citra Pengunjung terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung pada Wisata Kampung Blekok.

Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk tempat penelitian yaitu di Wisata Kampung Blekok yang berlokasi di Dusun Pesisir Timur Desa Klatakan Kecamatan Kendit Kabupaten Situbondo. Waktu penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yaitu pada bulan Februari hingga April 2022.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2020:126) mendefinisikan "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya". Sasaran populasi pada penelitian ini adalah 4.450 pengunjung dengan kedatangan rata-rata 50 pengunjung setiap harinya selama 3 bulan. Dengan perhitungan $50 \text{ pengunjung per hari} \times 89 \text{ hari (Februari 28 hari, Maret 31 hari, April 30 hari)} = 4.450$ pengunjung yang datang ke Wisata Kampung Blekok.

Menurut Sugiyono (2020:87) menyebutkan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel dari penelitian ini adalah pengunjung dari Wisata Kampung Blekok. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan pengambilan secara acak. Menurut Sugiyono (2020:129) "*Probability sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel". Pada penelitian ini jumlah populasi sebanyak 4.450 orang. Pengambilan sampel ini digunakan taraf 10%. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini adalah Pengunjung Wisata Kampung Blekok yaitu sebanyak 98 orang.

Metode Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model - Partial Least Square (PLS-SEM)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Responden yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah pengunjung Wisata Kampung Blekok yang berjumlah 98 orang.

Uji Validitas Konvergen

Pengujian Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari (*manifest variable*) dari suatu konstruk seharusnya bisa berkorelasi tinggi, pengujian validitas konvergen dinilai berdasarkan outer loading serta nilai Average Variance Extracted (AVE). Uji validitas konvergen yang dilakukan harus memiliki nilai outer loading minimal 0,7 serta nilai AVE lebih besar dari $\leq 0,5$. Berdasarkan data hasil penelitian bahwa nilai **outer loading** untuk masing-masing indikator ($X_1, X_2, \dots, Y_{2.4}$) yaitu lebih dari 0,7 dengan demikian dinyatakan valid (angka berwarna hijau), jika angka **outer loading** berada dibawah 0,7 maka dinyatakan an tidak valid (angka berwarna merah).

Uji Reliabilitas

Penelitian diatas pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,70. Pengujian reliabilitas dari semua instrumen dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan juga skala bertingkat. Berdasarkan hasil dari analisis dari penelitian ini, menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70, dengan demikian semua instrumen yang digunakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Ghozali (2013:105) "Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)". Cara mendeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah jika besarnya *Variance Inflation Factor* (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas dan tidak terjadi multikolinieritas yaitu nilai $VIF \leq 5,00$ namun apabila nilai $VIF > 5,00$ maka dapat dikatakan adanya pelanggaran multikolinieritas atau adanya variabel bebas yang saling mempengaruhi. Berdasarkan hasil dari analisis dari penelitian ini, menunjukkan nilai $VIF \leq 5,00$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dari pelanggaran multikolinieritas

Uji Normalitas

"Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak" (Ghozali, 2013:160). Dikatakan tidak melanggar asumsi normalitas apabila nilai Excess Kurtosis atau Skewness berada dalam rentang -2,58 hingga 2,58. Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menggunakan nilai tengah yaitu antara -2,58 hingga 2,58 sehingga dikatakan tidak melanggar asumsi normalitas

Uji Goodness Of Fit (GOF)

Pada uji smart PLS 3.0, uji ini menggunakan tiga ukuran fit model yaitu SRMR1) (*Standardized Root Mean Square Residual*), Chi-Square²) dan NFI3) (*Normed Fit Index*). Jika SRMR nilai $\leq 0,09$ maka dikatakan fit, jika Chi-Square nilai kecil maka dikatakan fit, jika NFI nilai $> 0,5$ maka dikatakan fit. Hasil model penelitian ini sudah sesuai fakta yang terjadi di lapangan karena sudah memenuhi kriteria yang telah ditentukan baik dari segi teoritis maupun praktis.

Uji Koefisien Determinasi

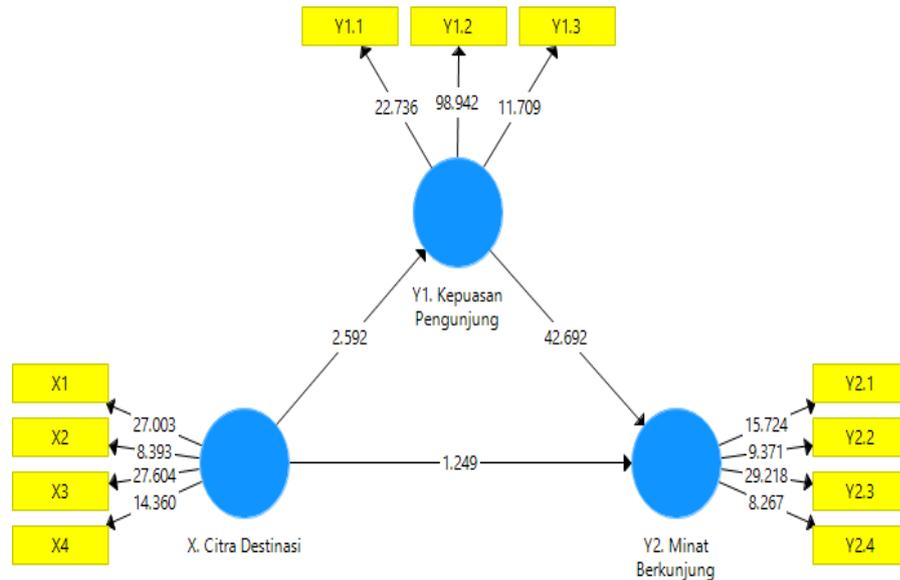
Uji inner *model* dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk eksogen dan endogen yang telah dihipotesiskan. Uji ini dapat diketahui melalui nilai R-Square untuk variabel dependen. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen dan disimpulkan sebagai berikut:

- a) Variabel Citra destinasi (X) mempengaruhi variabel Kepuasan pengunjung (Y1) sebesar 0,06 (6%) dan sisanya 0,94 (93%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

- b) Variabel Citra destinasi (X) mempengaruhi variabel Minat berkunjung (Y1) sebesar 0,77 (77%) dan sisanya 0,33 (33%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Analisis Persamaan Struktural (*inner model*)

Hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis Smart PLS (*partial least square*) tersebut selanjutnya dibuat persamaan struktural sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan Aplikasi Smart PLS

PEMBAHASAN

Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa adanya yaitu adanya pengaruh positif variabel Citra destinasi (X) dengan melihat pada nilai *Original Sample* yaitu positif (0,24) dan nilai *P Value* sebesar $0,01 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel Citra destinasi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan pengunjung (Y1), maka dengan demikian hipotesis 1 dapat diterima.

Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa adanya adanya pengaruh positif variabel Citra destinasi (X) dengan melihat pada nilai *Original Sample* yaitu positif sebesar (0,05) dan nilai *P Value* sebesar $0,21 > 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel Citra destinasi (X) berpengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat berkunjung (Y2), maka dengan demikian hipotesis 2 tidak dapat diterima atau ditolak.

Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung

Hasil uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif variabel Kepuasan pengunjung (Y1) dengan melihat pada nilai *Original Sample* yaitu positif sebesar (0,86) dan nilai *P Value* sebesar $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan pengunjung (Y1) berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap variabel Minat berkunjung (Y2), maka dengan demikian hipotesis 3 dapat diterima.

KESIMPULAN

Hasil dari analisis dan juga pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Citra destinasi berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap Kepuasan pengunjung (H1 diterima).
2. Citra destinasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat berkunjung (H2 ditolak).
3. Kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung (H3 diterima).
4. Citra destinasi terhadap Minat berkunjung melalui Kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan (H4 diterima).

REFERENSI

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik edisi revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chindyana, Rosa Meilinda. (2020). "Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Daya Tarik Wisata Di Gunung Kidul". Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, dan Ratmono. (2013). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika. Teori Konsep dan Aplikasi dengan EvIEWS 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Harman, Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hartono. (2008). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kelima*. Yogyakarta: BPF.
- Hasibuan, Malayu, S.P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi Jakarta: PT. Bumi Aksara.

- Isnaini, Putri Rizkiah. (2017). "Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang". Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Indeks.
- Rangkuti. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Satriadi. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tangguh, Ghali Galang. (2018). "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride". Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN