

**PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN
PENGUNJUNG
(Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang)**

Aldilla Dwi Septianing Putri¹ & Naili Farida²

^{1,2}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: aldilladwi123@gmail.com

Abstract: Semarang City can be called a tourist city because there are so many interesting tourist attractions in Semarang, such as historical, religious, and natural attractions that offer beautiful views, one of which is Goa Kreo Tourism Object. This study aims to explain the influence given by tourism and service quality on visitor satisfaction at Goa Kreo, Semarang City. The type of research used is explanatory research, with sampling using non-probability techniques with purposive sampling method, to those who are visitors to Goa Kreo, Semarang City. Quantitative data analysis techniques used analysis of Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) with Warp-PLS 6.0 software. The results of the study concluded that the overall hypothesis formulation had a significant effect, the facilities and quality of tourism services had a significant effect on visitor satisfaction, with path coefficients of 0.293 and 0.409; visitor satisfaction is significant at the visit, with a path coefficient of 0.240; the quality of tourism facilities and services returned significantly to goodwill, with path coefficients of 0.528 and 0.152; Tourist facilities and service quality have a significant effect on the intention to return from visitor satisfaction as an intervention variable with a path coefficient of 0.07 and 0.098.

Keywords: *Revisit Intention; Service Quality; Tourist Facilities; Visitor Satisfaction;*

Abstrak: Kota Semarang bisa disebut sebagai kota wisata karena banyak tempat wisata yang menarik di Semarang, seperti wisata sejarah, religi, maupun wisata alam yang menyuguhkan pemandangan sangat indah, salah satunya adalah Obyek Wisata Goa Kreo. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh yang diberikan oleh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung wisata Goa Kreo Kota Semarang. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* dengan metode *purposive sampling*, terhadap responden yang merupakan pengunjung wisata Goa Kreo Kota Semarang. Teknik analisis data kuantitatif menggunakan analisis *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan software Warp-PLS 6.0. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa rumusan hipotesis secara keseluruhan berpengaruh signifikan, fasilitas wisata dan kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dengan koefisien jalur masing-masing sebesar 0,293 dan 0,409; kepuasan pengunjung signifikan terhadap niat berkunjung kembali, dengan koefisien jalur sebesar 0,240; fasilitas wisata dan kualitas pelayanan signifikan terhadap niat berkunjung kembali, dengan koefisien jalur masing-masing sebesar 0,528 dan 0,152; fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening dengan koefisien jalur masing-masing sebesar 0,07 dan 0,098.

Kata Kunci: *Niat Berkunjung Kembali; Partial Least Square (PLS); Kualitas Pelayanan; Fasilitas Wisata; Kepuasan Pengunjung.*

Pendahuluan

Pariwisata di masa sekarang menjadi semakin berkembang, hal tersebut dapat dilihat pada sebagian masyarakat yang menjadikan wisata sebagai suatu kebutuhan yang harus terpenuhi. Kota Semarang dari provinsi Jawa Tengah selalu memiliki keunikan tersendiri untuk menarik perhatian para wisatawan, salah satunya adalah Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang. Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang merupakan kawasan yang kini menjadi salah satu destinasi wisata yang hits yang berada di Kandri yang masih masuk kawasan kota Semarang, yang terletak pada alamat jalan Goa Kreo, Kecamatan Gunung Pati, 13 km dari pusat Kota Semarang. Salah satu keunikan dari objek wisata Goa Kreo ini adalah letaknya yang berada di tengah waduk/bendungan yang bernama waduk Jatibarang. Tempat wisata ini sempat sepi dari pengunjung. Namun setelah melakukan berbagai perbaikan fasilitas, kini Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang kembali ramai dengan wisatawan. Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang melakukan usaha dalam rangka peningkatan kualitas layanannya. Meskipun demikian, pengembangan objek wisata Goa Kreo masih belum optimal khususnya dalam hal kualitas layanan yang belum prospektif sehingga perlu adanya upaya untuk meningkatkan daya tarik wisata Goa Kreo. Oleh karena itu, pihak pengelola Goa Kreo dituntut untuk bisa memberikan pelayanan yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi pengunjung agar kepuasan pengunjung dapat tercipta. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti berupaya melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang, sehingga dapat dijadikan masukan dan evaluasi bagi pengelola wisata.

Kajian Teori

Pariwisata dan Wisata

Menurut Suwanto (2004) pariwisata adalah perubahan seseorang dalam hal bertempat tinggal yang bersifat sementara diluar tempat tinggalnya dengan tujuan selain untuk aktivitas yang menghasilkan upah. Sementara itu, Gamal (2004) mendefinisikan wisata merupakan proses seseorang menuju suatu tempat diluar tempat tinggalnya dan bersifat sementara, dengan adanya beberapa motif seperti kepentingan kesehatan, ekonomi, sosial, agama, budaya atau kepentingan lainnya.

Fasilitas Wisata

Ketertarikan wisatawan terhadap objek atau destinasi wisata tidak lain karena merasa tertarik dengan kemudahan yang didapat melalui fasilitas. Fasilitas merupakan hal penting yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan pariwisata (Sammeng, 2001). Menurut Jansen-Verbeke dalam Burton (1995) secara umum fasilitas dibedakan menjadi 2 macam yakni fasilitas primer dan penunjang. Fasilitas primer sering disebut sebagai fasilitas pokok dari sebuah objek wisata, sehingga fungsi utamanya adalah sebagai penarik perhatian bagi pengunjung yang datang. Sementara itu, fasilitas penunjang yaitu beberapa fasilitas selain fasilitas primer yang juga digunakan sebagai pemenuh kebutuhan wisatawan (pengunjung).

Kualitas Pelayanan

Gaspersz (2005) memberikan definisi kualitas secara konvensional merupakan gambaran karakteristik secara langsung suatu produk (baik berupa barang maupun jasa) seperti kinerja produk, keandalan produk, kemudahan penggunaan produk dan nilai estetika produk itu sendiri. Sementara jika dilihat dari sisi strategis, kualitas merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen (pelanggan). Pelayanan merupakan salah satu fokus penting bagi organisasi dalam melaksanakan kegiatan operasional organisasi. Setiap manusia pada hakikatnya sangat membutuhkan pelayanan, pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia dalam dunia. Schiffman dan Kanuk (2004) mendefinisikan pelayanan sebagai hal penting yang dapat meningkatkan rasa kepuasan bagi seseorang. Sementara itu,

Ratmino dan Winarsih (2005) memberikan definisi pelayanan sebagai suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan yang sifatnya tak berwujud (abstrak) yang diakibatkan oleh adanya interaksi antara pelanggan (konsumen) dengan pelayan (pemberi layanan suatu jasa), pemberian pelayanan disini yang dimaksud adalah untuk menyelesaikan kebutuhan akan permasalahan yang dialami pelanggan. Lima dimensi kualitas pelayanan yang diungkapkan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry dalam buku Fandy Tjiptono (2012), yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati)

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan merupakan respon terhadap ketidaksesuaian antara tingkat yang dimiliki dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah memanfaatkan pelayanan. Sisi positif dari harapan (*expectation*) menunjukkan rasa percaya itu sendiri terhadap pelayanan yang diberikan oleh organisasi. Kotler dan Keller (2012) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Niat Berkunjung Kembali

Alegre dan Caldera (2009) menyatakan bahwa untuk mempromosikan kunjungan berulang pada suatu destinasi wisata, sangat penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu niat berkunjung kembali. Pada beberapa literatur yang berkenaan dengan pariwisata dimana hal ini telah dilakukan analisa, keputusan untuk melakukan kunjungan kembali ke destinasi wisata terlihat menjadi keputusan yang kompleks yang melibatkan banyak faktor yang saling berhubungan. Repeat visitor atau wisatawan yang melakukan kunjungan ulang adalah pasar yang stabil bagi destinasi wisata dan mereka juga bisa menjadi iklan gratis dalam bentuk rekomendasi mulut ke mulut (word of mouth) kepada anggota keluarga dan teman-temannya (Reid dan Reid, 1993; Lau dan McKercher, 2004; Opperman, 2000 dalam Alegre dan Caldera, 2009). Sutisna (2001) menyatakan bahwa ketika konsumen mendapatkan respon positif atas tindakan masa lalu, maka dimilikinya suatu pandangan positif atas apa yang diterimanya untuk melakukan konsumsi secara berulang. (Qu *et al*, 2011 dalam Mano dan Costa, 2015) Konsumen yang melakukan pembelian ulang saat ini merupakan salah satu tujuan perusahaan besar, karena menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi dan menghemat biaya promosi daripada menarik konsumen baru.

Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian pendekatan kuantitatif karena data pada penelitian ini merupakan data kuantitatif yang peneliti peroleh dengan mengumpulkan dengan melakukan penyebaran kuesioner/instrumen penelitian kepada pengunjung objek wisata Goa Kreo Kota Semarang. Sementara itu, sumber data yang digunakan digunakan peneliti terdiri dari 2 jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapat atau diperoleh langsung dari responden tanpa melalui perantara, pada penelitian ini data primer yang dimaksud adalah data hasil pengisian kuesioner oleh responden (pengunjung objek wisata Goa Kreo), termasuk didalamnya identitas responden (usia, jenis kelamin, riwayat pendidikan dan pekerjaan). Sedangkan data sekunder yaitu data yang didapat oleh peneliti secara tidak langsung, dengan perantara, serta data yang bersumber dari pihak yang telah memiliki data (menyediakan data). Pada penelitian ini, data sekunder yang dimaksud adalah data jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo selama 5 tahun terakhir dari pihak pengelola objek wisata.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang. Pada penelitian ini digunakan analisis PLS (*Partial Least Square*), sehingga besar sampel yang ditentukan harus mengikuti anjuran yang ada di dalam metode PLS. Menurut

Ghozali (2006) apabila metode yang digunakan adalah PLS maka jumlah sampel minimum adalah berkisar antara 30 – 100. Sementara itu, Hair *et al* (1998) menyatakan bahwa jumlah sampel 100 sudah cukup untuk syarat sampel yang representatif untuk diteliti dan diharapkan dapat memenuhi distribusi normal. Oleh karena itu, peneliti menentukan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Pada Penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *non-probability sampling* dengan teknik *sampling purposive sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuisioner dan studi kepustakaan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sedangkan studi kepustakaan berkaitan dengan studi literasi yang dilakukan peneliti seperti membaca beberapa referensi buku, jurnal maupun referensi lain yang ada keterkaitannya dengan topik penelitian.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Partial Least Square* (PLS), dimana dilakukan pengujian instrumen terlebih dahulu karena data yang digunakan peneliti merupakan data primer yang bersumber dari responden penelitian langsung. Pengujian instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Arikunto dalam Bahri (2018) uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkatan keakuratan atau kevalidan suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan valid atau sah jika memiliki tingkat validitas yang tinggi, sebaliknya jika instrumen yang digunakan tingkat validitasnya rendah, maka instrumen tidak menggambarkan keakuratan indikatornya (Taniredja dan Mustafidah dalam Bahri 2018). Berbeda dengan uji validitas, uji reliabilitas digunakan sebagai parameter untuk mengetahui seberapa konsisten instrumen yang dijadikan sebagai alat penelitian. Tujuan dari pengujian reliabilitas yakni untuk memberikan penilaian apakah instrumen secara umum konsisten terhadap seluruh indikator yang ada pada kuesioner. Rentang nilai reliabilitas berkisar antara 0 – 1, semakin tinggi (mendekati 1) nilai reliabilitasnya maka instrumen dikatakan reliabel/konsisten (Bahri, 2018). Salah satu metode dalam analisis hubungan sebab akibat (regresi) adalah *Partial Least Square (PLS)*. Teknik analisis ini menggunakan model persamaan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan basis komponen dari indikator variabel. Menurut Ghozali (2008), PLS merupakan bentuk pendekatan berbasis varian dari yang semula muncul bentuk pendekatan kovarian. Analisis SEM dengan pendekatan kovarian pada umumnya menguji teori, sedangkan PLS sifatnya lebih *predictive model*. PLS pada dasarnya merupakan suatu metode analisis yang tidak didasarkan banyak asumsi, seperti normalitas dan sampel tidak harus besar. Selain itu, PLS juga dapat digunakan untuk memberikan penjelasan ada tidaknya hubungan antar variabel konstruk. Tahapan dalam analisis PLS secara umum terdiri dari 2 yaitu tahapan pengujian *outer model* dan pengujian *inner model*.

a. Outer Model

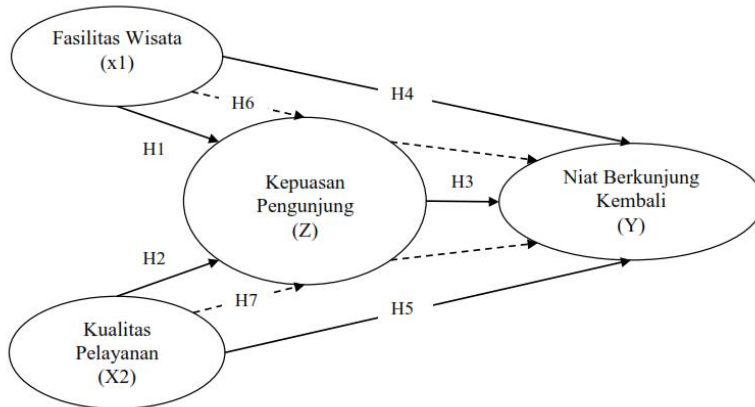
Pengujian outer model terbagi menjadi 3 parameter yaitu *convergent validity*, *composite reliability* dan *cronbach alpha*. *Convergent validity* digunakan untuk mengukur besarnya korelasi antar skor indikator dengan skor variabel latennya. Syarat skor *loading* yaitu $> 0,7$ sedangkan *loading* dengan skor kurang dari 0,4 maka indikator ini dapat dihilangkan dari konstruksinya, karena indikator ini tidak memuat informasi secara kuat konstruksinya. Sementara itu, *composite reliability* dan *cronbach alpha* merupakan indikator angka mengubah variabel mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *Composite Reliability* dan *cronbach alpha* $\geq 0,7$.

b. Inner Model

Goodness of fit model dapat diukur menggunakan parameter nilai *R-square* variabel laten dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping*. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna terakait hubungan antara variabel-variabel penelitian. Penerapan metode *bootstrapping*, memungkinkan berlakunya data

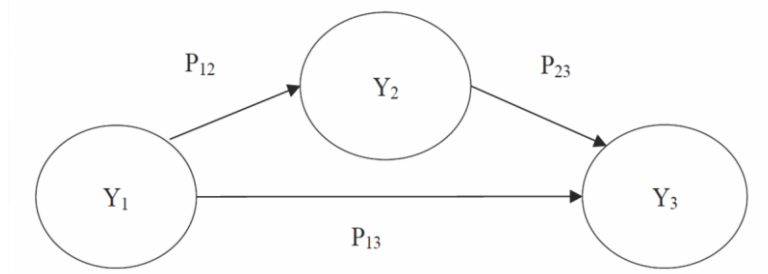
terdistribusi bebas, sehingga tidak diperlukan asumsi distribusi normal, serta tidak perlu dengan sampel yang besar. Pengujian dilakukan dengan t-test, jika diperoleh nilai p-value $\leq 0,05$ (alpha 5%), maka hipotesis dinyatakan signifikan, dan sebaliknya. Apabila hasil pengujian hipotesis pada outer model adalah signifikan, maka menunjukkan bahwa indikator dapat dipandang sebagai instrumen pengukur variabel laten.

Gambar 1. Model Hipotesis Penelitian



Suatu variabel disebut variabel *intervening* jika variabel tersebut memberikan kontribusi dalam memberikan pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi SEM-PLS pada penelitian ini menggunakan metode VAF, dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening.

Gambar 2. Gambar Mediasi dengan Model VAF



Sumber: Sholihin dan Ratmono (2013)

VAF merupakan metode dengan pengukuran kriteria tertentu. Jika nilai VAF diatas 80%, maka menunjukkan peran Y_2 sebagai pemediasi penuh. Jika VAF bernilai antara 20% - 80%, maka dapat dikategorikan sebagai pemediasi parsial. Namun, apabila nilai VAF $< 20\%$, peneliti dapat menyimpulkan bahwa hampir tidak ada efek dari bentuk mediasi (Hair dkk.,2013).

Hasil dan Pembahasan

Pengujian Outer Model

Evaluasi outer model bertujuan untuk mengevaluasi variabel indikator. *Outer model* menggambarkan bagaimana hubungan yang terjadi antara beberapa indikator terhadap variabel latennya. Pengujian outer model juga sering disebut sebagai pengujian instrumen penelitian yaitu berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut merupakan hasil pengujian validitas dan reliabilitasnya:

a. Validitas Konvergen

Pengujian *outer loading* dilihat berdasarkan nilai *cross loading*. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 1. Output Combined Loading and Cross Loadings

	X1	X2	Z	Y	SE
X1.1	(0.798)	0.020	0.154	0.021	0.097
X1.2	(0.771)	0.207	-0.089	0.067	0.092
X1.3	(0.787)	-0.209	0.017	-0.177	0.092
X1.4	(0.706)	-0.016	-0.096	0.100	0.098
X2.1	-0.029	(0.693)	0.356	-0.016	0.083
X2.2	0.005	(0.953)	-0.172	0.074	0.059
X2.3	-0.061	(0.799)	0.047	-0.125	0.076
X2.4	0.142	(0.783)	-0.128	-0.224	0.077
X2.5	0.058	(0.808)	-0.111	-0.020	0.077
X2.6	-0.062	(0.835)	-0.164	0.105	0.068
X2.7	0.036	(0.759)	0.141	-0.136	0.090
X2.8	-0.057	(0.730)	0.347	0.073	0.085
X2.9	0.038	(0.765)	0.001	-0.093	0.086
X2.10	-0.100	(0.791)	-0.122	0.245	0.082
X2.11	0.080	(0.776)	0.123	-0.143	0.076
X2.12	0.044	(0.815)	0.157	-0.004	0.081
X2.13	-0.036	(0.792)	0.041	0.052	0.075
X2.14	-0.089	(0.792)	0.046	0.125	0.077
X2.15	0.048	(0.833)	0.053	-0.033	0.078
X2.16	-0.035	(0.687)	0.438	-0.047	0.089
X2.17	-0.020	(0.939)	-0.087	0.087	0.062
X2.18	-0.133	(0.709)	0.399	0.024	0.083
X2.19	-0.037	(0.901)	-0.220	0.095	0.069
X2.20	0.033	(0.757)	-0.214	0.167	0.105
X2.21	0.043	(0.908)	-0.223	0.000	0.063
X2.22	0.021	(0.903)	-0.106	-0.144	0.072
X2.23	-0.011	(0.931)	-0.159	0.011	0.067
X2.24	0.105	(0.747)	-0.120	-0.113	0.090
Z1.1	0.041	-0.174	(0.930)	-0.059	0.077
Z1.2	0.030	0.290	(0.799)	0.069	0.089
Z1.3	-0.069	-0.076	(0.906)	0.000	0.084
Y1.1	-0.089	-0.110	0.087	(0.915)	0.066
Y1.2	0.239	0.266	-0.084	(0.750)	0.090
Y1.3	-0.104	-0.105	-0.018	(0.938)	0.063

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat sebagian besar indikator variabel memiliki nilai loading > 0,7. Namun, terdapat 2 (dua) indikator memiliki nilai loading antara 0,5 – 0,7 yaitu X2.1 sebesar 0,693 dan indikator X2.16 dengan nilai loading sebesar 0,687. Hal ini berarti bahwa kedua indikator dipertimbangkan apakah layak dipertahankan atau dihapus dari indikator, maka diperlukan tahapan selanjutnya yaitu pengujian validitas diskriminan.

b. Validitas Diskriminan

Syarat terpenuhinya *discriminant validity* adalah besarnya *cross loading* terhadap variabel laten/konstruknya harus lebih besar dibanding dengan *cross loading* terhadap variabel lain yang bukan konstruknya. Berikut merupakan hasil pengujian validitas diskriminan *second order*:

Tabel 2. *Output Pattern Loading and Cross Loadings*

	X1	X2	Z	Y
X1.1	(0.694)	0.020	0.154	0.021
X1.2	(0.658)	0.207	-0.089	0.067
X1.3	(1.023)	-0.209	0.017	-0.177
X1.4	(0.685)	-0.016	-0.096	0.100
X2.1	-0.029	(0.513)	0.356	-0.016
X2.2	0.005	(1.009)	-0.172	0.074
X2.3	-0.061	(0.868)	0.047	-0.125
X2.4	0.142	(0.909)	-0.128	-0.224
X2.5	0.058	(0.860)	-0.111	-0.020
X2.6	-0.062	(0.899)	-0.164	0.105
X2.7	0.036	(0.736)	0.141	-0.136
X2.8	-0.057	(0.521)	0.347	0.073
X2.9	0.038	(0.798)	0.001	-0.093
X2.10	-0.100	(0.775)	-0.122	0.245
X2.11	0.080	(0.742)	0.123	-0.143
X2.12	0.044	(0.711)	0.157	-0.004
X2.13	-0.036	(0.756)	0.041	0.052
X2.14	-0.089	(0.738)	0.046	0.125
X2.15	0.048	(0.800)	0.053	-0.033
X2.16	-0.035	(0.478)	0.438	-0.047
X2.17	-0.020	(0.954)	-0.087	0.087
X2.18	-0.133	(0.529)	0.399	0.024
X2.19	-0.037	(0.991)	-0.220	0.095
X2.20	0.033	(0.775)	-0.214	0.167
X2.21	0.043	(1.013)	-0.223	0.000
X2.22	0.021	(1.029)	-0.106	-0.144
X2.23	-0.011	(1.019)	-0.159	0.011
X2.24	0.105	(0.826)	-0.120	-0.113
Z1.1	0.041	-0.174	(1.058)	-0.059
Z1.2	0.030	0.290	(0.536)	0.069
Z1.3	-0.069	-0.076	(1.007)	0.000
Y1.1	-0.089	-0.110	0.087	(1.002)
Y1.2	0.239	0.266	-0.084	(0.456)
Y1.3	-0.104	-0.105	-0.018	(1.088)

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh informasi untuk *cross loading* indikator X2.1 terhadap variabel latennya (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,513 dan nilainya lebih besar dibanding *cross loading* terhadap variabel laten lainnya, sedangkan *cross loading* untuk indikator X2.16 terhadap variabel latennya (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,478 dan nilainya juga lebih besar dibanding *cross loading* terhadap variabel laten lainnya. Hal ini berarti kedua indikator (X2.1 dan X2.16) masih layak untuk dipertahankan dan dapat digunakan dalam tahapan analisis selanjutnya.

c. Pengujian Reliabilitas

Pada penelitian ini, parameter uji reliabilitas dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* harus > 0.7 . Hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3. Output Latent Variable Coefficients

	FW	KUPEL	KEPPEN	NIAT
R-Squared	-	-	0.360	0.591
Composite Reliability	0.850	0.979	0.911	0.904
Cronbach Alpha	0.765	0.977	0.852	0.837
Average Variance Extracted	0.588	0.660	0.775	0.760

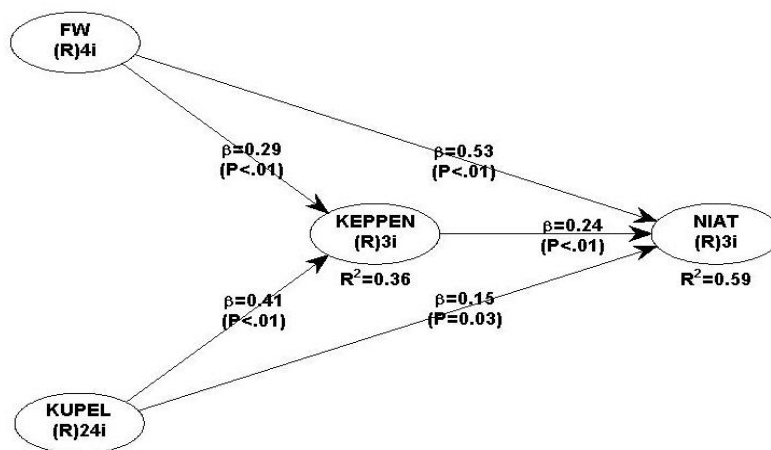
(Sumber: Data primer yang diolah, 2020)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* untuk semua variabel nilainya > 0,7. Jadi, keempat variabel tersebut dapat dikatakan reliabel dan layak untuk dilakukan proses pengujian selanjutnya.

Pengujian Inner Model

Tahap berikutnya adalah melakukan pengujian inner model dengan melihat signifikansi uji berdasarkan rumusan hipotesis yang ada. Berikut diagram hasil pengujian inner model dan tabel signifikansi pengujian hipotesisnya:

Gambar 3. Diagram Path Analysis Model



(Sumber: Hasil Penelitian data diolah, 2020)

Tabel 4. Koefisien dan Signifikansi Jalur Interdependensi

Jalur Hipotesis	Koefisien Jalur	P-value	>/<	α (0.05)	Standar error	Keterangan
FW → KEPPEN	0.293	< 0.01	<	0.05	0.090	Signifikan positif
KUPEL → KEPPEN	0.409	< 0.01	<	0.05	0.082	Signifikan positif
KEPPEN → NIAT	0.240	< 0.01	<	0.05	0.072	Signifikan positif
FW → NIAT	0.528	< 0.01	<	0.05	0.060	Signifikan positif
KUPEL → NIAT	0.152	0.03	<	0.05	0.068	Signifikan positif
FW → KEPPEN → NIAT	0.070	0.019	<	0.05	0.034	Signifikan positif
KUPEL → KEPPEN → NIAT	0.098	0.004	<	0.05	0.036	Signifikan positif

(Sumber: Hasil Penelitian data diolah, 2020)

a. Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan model struktural yang ditunjukkan pada gambar 3, serta hasil analisis SEM-PLS yang ditunjukkan pada tabel 4 dapat diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Goa Kreo. Nilai koefisien jalur sebesar 0.293 (positif) ini menunjukkan bahwa terjadi pengaruh yang

searah, sehingga hipotesis pertama yaitu diduga terdapat pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung terbukti dan hipotesis diterima. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian Eka Rosyidah Aprilia, dkk (2017) tentang penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di pantai Balekambang. Hasilnya menunjukkan bahwa fasilitas layanan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil tersebut juga mendukung teori yang dikemukakan Yoeti (1985) bahwa fasilitas yang ada pada suatu destinasi harus mampu memunculkan kepuasan tersendiri bagi wisatawan.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan model struktural yang ditunjukkan pada gambar 3, serta hasil analisis SEM-PLS yang ditunjukkan pada tabel 4 dapat diperoleh hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Goa Kreo. Koefisien jalur sebesar 0,409 (positif) ini menunjukkan terjadi pengaruh yang searah, sehingga rumusan hipotesis yang diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung terbukti dan hipotesis diterima. Hasil penelitian ini juga menguatkan temuan penelitian yang dilakukan Rosita, dkk (2016) tentang penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Hasilnya, kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan koefisien regresi sebesar 0,104. Sementara itu, hasil serupa juga ditunjukkan Feny M. dan Nur Elfi H. (2020) yang juga melakukan penelitian pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. Hasilnya, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap Niat Berkunjung Kembali

Berdasarkan model struktural sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 3, serta hasil analisis SEM-PLS yang ditunjukkan pada tabel 3.48 dapat diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pengunjung terhadap niat berkunjung kembali di obyek wisata Goa Kreo. Koefisien jalur sebesar 0,240 (positif) ini menunjukkan terjadi signifikansi yang bernilai positif, artinya jika pengunjung merasa semakin puas, maka semakin tinggi niat pengunjung untuk berkunjung kembali ke obyek wisata Goa Kreo. Hasil penelitian ini juga menguatkan hasil temuan yang dilakukan I Gede Noviana P., dkk (2016) yang melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat kualitas pelayanan dan kepuasan turis mancanegara mempengaruhi niat berkunjung kembali ke wisata Alas Pala Sangeh, Bali. Hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali dengan nilai koefisien sebesar 0,211. Wisatawan yang datang mengunjungi tempat wisata ini secara umum merasa puas dengan keadaan daya tarik wisata ini serta ingin melakukan kunjungan kembali suatu ketika nanti. Selain itu, hasil serupa juga diungkapkan oleh Budiman Marpaung (2019) pada penelitiannya terdapat hipotesis dimana diduga terdapat pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat kunjungan ulang. Hasilnya, terdapat pengaruh signifikan dan positif dengan nilai koefisien sebesar 0,489, artinya semakin tinggi kepuasan wisatawan maka akan semakin meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung ulang.

d. Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Niat Berkunjung Kembali

Berdasarkan model struktural sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 3, serta hasil analisis SEM-PLS yang ditunjukkan pada tabel 4 dapat diperoleh hasil ada pengaruh signifikan antara fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali di obyek wisata Goa Kreo. Koefisien jalur sebesar 0,528 (positif) ini menunjukkan signifikansi yang bernilai positif, artinya jika pengunjung menilai kondisi fasilitas yang tersedia di objek wisata Goa Kreo, maka akan semakin menumbuhkan niat untuk berkunjung kembali. Hasil temuan ini juga mendukung hasil penelitian Rina Fitriani (2017) tentang pengaruh sadar wisata, kemenarikan fasilitas dan jarak terhadap niat kunjungan kembali ke Masjid Agung Jawa Tengah. Hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan kemenarikan fasilitas terhadap niat kunjungan kembali. Berdasarkan

hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka hipotesis diduga terdapat pengaruh antara fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali, terbukti dan hipotesis diterima.

e. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Berkunjung Kembali

Berdasarkan model struktural sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 3, serta hasil analisis SEM-PLS yang ditunjukkan pada tabel 4 dapat diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali di obyek wisata Goa Kreo. Koefisien jalur sebesar 0,528 (positif) ini menunjukkan adanya signifikansi yang bernilai positif, sehingga hipotesis diduga terdapat pengaruh fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali, terbukti dan hipotesis diterima. Hasil temuan yang dilakukan peneliti ini sejalan dengan hasil temuan I Gede Noviana P., dkk (2016) yang meneliti pengaruh kualitas pelayanan pada niat kunjungan kembali. Hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali wisatawan di Wisata Alas Pala Sangeh. Koefisien sebesar 0,192 menunjukkan bahwa terdapat signifikansi yang bernilai positif, artinya semakin wisatawan merasa puas atas kunjungannya maka akan semakin meningkatkan niat untuk berkunjung kembali.

f. Pengaruh Fasilitas Wisata pada Niat Kunjungan Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan model struktural sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 3, serta hasil analisis SEM-PLS yang ditunjukkan pada tabel 4 dapat diperoleh hasil adanya pengaruh signifikan antara fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali di obyek wisata Goa Kreo, melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Nilai koefisien jalur sebesar 0,07 menunjukkan bahwa terjadi signifikansi secara positif, dan kepuasan pengunjung mampu memberi pengaruh dalam hubungan fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis tersebut, dan membuktikan bahwa memang terjadi pengaruh tidak langsung fasilitas wisata terhadap niat kunjungan kembali, melalui kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini juga menguatkan hasil temuan yang dilakukan Budiman Marpaung (2019) yang melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata dengan kepuasan wisata sebagai variabel intervening terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Hasilnya menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti $< \alpha$ (0,05), sehingga terdapat pengaruh yang signifikan untuk hasil penelitian ini. Jadi, hasil ini menunjukkan terjadi pengaruh tidak langsung fasilitas wisata melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening terhadap niat kunjungan ulang wisatawan.

g. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan model struktural sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 3, serta hasil SEM-PLS yang ditunjukkan pada tabel 4 dapat diperoleh hasil bahwa ada pengaruh signifikan antara fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali di obyek wisata Goa Kreo, melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Nilai koefisien jalur sebesar 0,098 menunjukkan bahwa terjadi signifikansi secara positif, dan kepuasan pengunjung mampu memberi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis tersebut, dan membuktikan bahwa memang terdapat pengaruh tak langsung kualitas pelayanan terhadap niat kunjungan kembali, melalui kepuasan pengunjung. Hasil temuan ini juga menguatkan hasil temuan Budiman Marpaung (2019) yang melakukan penelitian pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Hasilnya menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,003 yang berarti $< \alpha$ (0,05), sehingga terdapat pengaruh yang signifikan untuk hasil penelitian ini. Jadi, hasil ini menunjukkan terjadi pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening terhadap minat kunjungan kembali wisatawan.

Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian ini memberikan beberapa kesimpulan bahwa rumusan hipotesis secara keseluruhan berpengaruh signifikan, fasilitas wisata signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dengan koefisien jalur sebesar 0.293; kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan koefisien jalur sebesar 0.409; kepuasan pengunjung signifikan terhadap niat berkunjung kembali, dengan koefisien jalur sebesar 0.240; fasilitas wisata signifikan terhadap niat berkunjung kembali, dengan koefisien jalur sebesar 0.528; kualitas pelayanan signifikan terhadap niat berkunjung kembali, dengan koefisien jalur sebesar 0.152; fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening dengan koefisien jalur sebesar 0.07; kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali, dengan koefisien jalur sebesar 0.098. Keterbatasan dalam penelitian ini menjadi salah satu hal tidak terpisahkan dari hasil sebuah riset. Oleh karena itu, peneliti berharap para pembaca dapat dengan barhati-hati dalam menginterpretasikan hasil penelitian ini, serta dapat melakukan pengembangan riset lebih lanjut, misal dengan menambahkan variabel lain yang tidak digunakan peneliti atau juga dapat menambahkan rumusan hipotesis. Harapannya hasil penelitian ini mampu dijadikan salah satu bentuk evaluasi sederhana untuk dapat meningkatkan aspek-aspek yang dinilai masih perlu dilakukan perbaikan oleh pihak pengelola objek wisata Goa Kreo, misal kondisi fasilitas wisata, kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan / pengunjung, maupun hal lain yang belum peneliti amati pada penelitian ini.

Daftar Referensi

- Abdillah, Willy, dan Hartono, Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Alegre, Joaquin and Magdalena Cladera. 2009. *Emerald European Journal of Marketing. Analysing The Effect of satisfaction and Previous Visits on Tourist Intentions to Return*. Vol. 43 Iss 5/6 p.670.
- Bahri, S. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Feni, M.2020. "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel di Kota Batam." *Jurnal Magisma*
- Fitriani, Rina. 2017. "Sadar Wisata, Kemenarikan Fasilitas, Jarak, Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang." *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol.5*
- Furchan, Arief. 2005. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan (Terjemahan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Utama.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modelling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modelling Edisi III*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goetsch, David L. dan Stanley B. Davis. 2002. *Pengantar Manajemen Mutu*. Jakarta: PT renhallindo.
- Hair, et al. 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Widisarana.
- Ivancevich, John, M, D. (2008) *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: Erlangga.

- Jogiyanto, dan Abdillah. 2011. *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural. Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Juni, Doni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin lane. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher dan Lauren Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Marpaung, Budiman. 2019. " Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan." *Jurnal Penelitian Manajemen*
- Ni Nyoman Ayu Wirantini. 2018. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata di Kabupaten Badung." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Noviana Putra, I. G., Sudiarta, I. N., & Sasrawan Mananda, I. GPB. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara Ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh." *Jurnal IPTA*, 4(2)
- Nyoman.S. Pendit. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rosita, dkk. 2016. "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta." *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*
- Rosyida, Eka. 2017. "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang." *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.51
- Sammeng, Andi Mappi. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sholihin, Mahfud, dan Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Andi.
- Stylos, Nikolaos., et al. 2016. *Elsevier Tourism Management. Destination Image, Holistic Image and Personal Normative Believes: Predice Tors of Intention to Revisit a Destination*. P.41-42.
- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, O.A. 2003. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

