

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia dianugerahi keindahan alam dan keberagaman budaya yang luar biasa. Kekayaan sumber daya alam dan budaya ini menjadi modal utama dalam pengembangan industri pariwisata. Potensi ini menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional. Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah daerah.

Kemajuan ekonomi, pembangunan, sosial-budaya, transportasi, dan penyebaran informasi yang semakin luas turut membantu dalam pengembangan pariwisata. Hal ini membuat persaingan pada bisnis pariwisata semakin ketat dan menjadi perhatian bagi banyak orang. Berbagai sektor pariwisata yang berbasis sumber daya alam, budaya, pendidikan, sejarah, buatan maupun artifisial menjadi daya tarik yang berkearifan lokal di setiap daerah dan provinsi (Junaedi & Harjanto, 2020). Keberagaman ini mampu menarik banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, untuk berkunjung dan berwisata di Indonesia.

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki keunggulan pariwisata yang beragam. Wilayah yang terletak di antara Provinsi Jawa Timur dan Jawa Barat, dengan luas wilayah mencapai 3,25 juta hektar atau sekitar 25,04% dari luas total Pulau Jawa. Provinsi ini terdiri dari 29 kabupaten dan 6 kota, dan memiliki potensi besar untuk pengembangan daerah tujuan wisata. Berbagai jenis objek wisata, mulai dari wisata alam, wisata buatan, wisata budaya, wisata edukasi, wisata sejarah, hingga wisata kuliner terus dikembangkan untuk menarik banyak pengunjung yang datang ke Jawa Tengah.

Salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang secara geografis sangatlah berpotensi untuk dikembangkan menjadi tujuan untuk wisata adalah Kabupaten Kebumen. Kabupaten Kebumen adalah salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki banyak obyek wisata dan memiliki potensi wisata yang cukup baik seperti wisata budaya (cultural tourism), wisata pertanian, dan wisata cagar alam. Wilayah ini terletak di pesisir pantai selatan ini memiliki karakteristik geografis unik, berupa barisan perbukitan, sungai – sungai dan waduk (danau buatan) disebelah utara. Sebelah selatan memiliki garis pantai yang cukup panjang (lebih dari 50 km) dengan deretan pegunungan kapur, pantai-pantai alami, serta berbagai Goa yang terbentuk secara alami di sebelah selatan. Sebagian besar obyek wisata populer di wilayah Kabupaten Kebumen ini berada di Jajaran Pegunungan Karst Gombang Selatan dan berbatasan langsung dengan laut.

Tabel I-1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Kebumen

No	Nama Objek Wisata	Tahun			Satuan
		2021	2022	2023	
1	Pantai Menganti	484.455	581.633	357.467	Orang
2	Goa Jatijajar	84.079	187.039	158.249	Orang
3	Pantai Suwuk	81.819	114.800	76.853	Orang
4	Waduk Sempor	34.746	92.224	93.006	Orang
5	Pantai Petanahan	47.793	67.110	81.775	Orang
6	PAP Krakal	25.546	72.198	74.293	Orang
7	Pantai Logending	27.099	47.703	37.986	Orang

Sumber: satudata.kebumenkab.go.id, 2024

Tabel diatas menggambarkan kondisi jumlah pengunjung objek wisata di Kabupaten Kebumen dari 7 objek wisata ada yang mengalami peningkatan dan penurunan pengunjung sepanjang tahun 2021 – 2023. Tujuh objek wisata tersebut, beberapa dikelola oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen dan ada juga yang dikelola oleh swasta. Pantai Menganti mendapatkan urutan pertama wisata yang dikelola swasta dengan pengunjung terbanyak selama tiga tahun terakhir dengan jumlah total 1.423.555 orang. Sementara itu, Goa Jatijajar menempati urutan kedua dengan jumlah pengunjung 429.367 orang, disusul oleh Pantai Suwuk diurutan ketiga dengan jumlah pengunjung sebanyak 273.472 orang. Selanjutnya, yaitu Waduk Sempor diurutan keempat dengan jumlah pengunjung sebanyak 219.976 orang, dan Pantai Petanahan diurutan kelima dengan jumlah pengunjung sebanyak 196.675 orang. Selanjutnya terdapat PAP Krakal diurutan keenam dengan jumlah pengunjung sebanyak 172.037 orang, dan diurutan terakhir yaitu Pantai Logending dengan jumlah pengunjung sebanyak 112.788 orang.

Seiring dengan berkembangnya industri pariwisata yang ada di Kabupaten Kebumen, menyebabkan semakin banyaknya alternatif pilihan

untuk berwisata, maka akan semakin banyak pula untuk wisatawan berpindah dari objek wisata satu ke obyek wisata yang lain. Tantangan bagi setiap industri pariwisata yaitu mempertahankan serta memperbanyak jumlah pengunjung dengan kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Upaya dalam menarik wisatawan, objek wisata harus senantiasa merawat fasilitas yang ada agar tercipta daya tarik serta senantiasa meningkatkan citra destinasi guna mendapatkan peningkatan jumlah pengunjung.

Goa Jatijajar merupakan salah satu *geosite* Geopark Kebumen yang mempunyai jumlah pengunjung cukup banyak setiap tahunnya. Goa Jatijajar berada di Desa Jatijajar, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Wilayah ini masuk kawasan Karst Gombong Selatan yang sebagian besar terdiri dari batuan kapur. Goa ini mempunyai panjang 250 meter dengan lebar rata-rata 15 meter, dan tinggi rata-rata 12 meter. Kondisi di dalam goa cukup penerangan dan terdapat tangga beton untuk memudahkan pengunjung menyusuri goa. Di dalam goa, pengunjung dapat melihat diorama patung yang menceritakan legenda Raden Kamandaka dan Lutung Kasarung. Selain itu pengunjung juga dapat melihat keindahan stalagtit, stalagmit, tiang- tiang kapur yang terbentuk melalui proses selama jutaan tahun, dan empat sendang yang mengeluarkan air sangat jernih, yaitu Sendang Puser Bumi, Sendang Jombor, Sendang Mawar, dan Sendang Kantil.

Tabel I-2
Data Kunjungan Wisatawan di Goa Jatijajar

Tahun	Jumlah	Persentase
2018	389.854	31%
2019	344.736	27%
2020	98.291	8%
2021	84.079	7%
2022	187.039	15%
2023	158.249	13%
Jumlah	1.262.248	100%

Sumber : satudata.kebumenkab.go.id, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa jumlah pengunjung Goa Jatijajar pada tahun 2018 mencapai 389.854 wisatawan, sedangkan pada tahun 2019 mengalami sedikit penurunan menjadi 344.726. Pada tahun 2020, jumlah pengunjung menurun drastis hingga mencapai 98.291 wisatawan, yang kemungkinan besar disebabkan oleh adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) akibat pandemi *Covid-19* yang melanda secara global. Pada tahun 2021 mengalami penurunan pengunjung menjadi 84.079 dimana sedang dalam pemulihan pasca *Covid-19*. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan signifikan jumlah pengunjung mencapai 187.039 orang. Meskipun demikian, pada tahun 2023 jumlah pengunjung kembali menurun menjadi 158.249 wisatawan. Penurunan ini diduga terjadi akibat persaingan dari objek wisata baru yang dikelola swasta mulai populer di wilayah Kebumen, beberapa wisata berada di wilayah karst Gombang Selatan. Wisata baru yang didominasi pantai-pantai yang baru diresmikan pada tahun 2023 seperti Pantai Mliwis dengan jumlah pengunjung mencapai 652.862 orang, Sagara View Karangbolong 89.802 dan pantai Pitris 93.244 orang.

Sebagai salah satu destinasi wisata alam yang populer di Kabupaten Kebumen, Goa Jatijajar menghadapi tantangan berupa rendahnya niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Fenomena ini tercermin dari kecenderungan sebagian besar wisatawan hanya datang sekali dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk kembali berkunjung. Banyak wisatawan datang karena didorong rasa penasaran untuk melihat langsung keindahan goa dan nilai historis yang melekat, namun setelah kunjungan pertama, motivasi untuk kembali seringkali menurun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa daya tarik destinasi lebih dominan pada pengalaman kunjungan awal, tetapi belum cukup kuat membangun keterikatan emosional maupun loyalitas wisatawan. Rendahnya niat kunjungan ulang dapat dipengaruhi oleh terbatasnya variasi atraksi maupun fasilitas yang kurang mendukung kenyamanan, sehingga pengalaman wisata menjadi kurang berkesan. Jika situasi ini tidak diantisipasi dengan strategi pengelolaan yang tepat, maka keberlanjutan destinasi berisiko terganggu, sebab kunjungan ulang merupakan salah satu indikator penting dalam menjaga stabilitas jumlah pengunjung sekaligus meningkatkan daya saing di tengah persaingan pariwisata yang semakin ketat.

Sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, pengelolaan objek wisata Goa Jatijajar dikelola oleh swasta. Wisata ini sebelumnya dikelola oleh Pemerintah Daerah Kebumen, namun sejak Agustus 2024, pengelolaan diserahkan kepada swasta selaku pihak ketiga. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengembangan objek wisata ini

dengan konsep "Wisata Sejuta Pesona". Untuk meningkatkan dan mengembangkan wisata tersebut, dibutuhkan pemahaman mengenai apa yang diinginkan oleh pengunjung saat mengunjungi Goa Jatijajar demi keberlanjutan dan eksistensi dari wisata. Pengelola Goa Jatijajar yang baru ini juga harus terus berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat serta terus melakukan upaya evaluasi dan perbaikan dari segi pengelolaan wisata sendiri agar bisa meningkatkan jumlah kunjungan ataupun agar wisatawan melakukan kunjungan kembali.

Peneliti melakukan observasi kepada 31 responden yang pernah mengunjungi Goa Jatijajar dan mengaku berniat berkunjung kembali. Wisatawan yang berniat melakukan kunjungan ulang atau revisit intention dipengaruhi oleh beberapa faktor atau alasan yang dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel I-3
Hasil Observasi pada Wisatawan Objek Wisata Goa Jatijajar

No	Variabel	Responden	Persentase
1	Citra Destinasi	12	38,71%
2	Daya Tarik Wisata	9	29,03%
3	Fasilitas Wisata	6	19,35%
4	Kualitas Pelayanan	2	6,45%
5	Aksesibilitas	1	3,23%
6	Pengalaman Berkunjung	1	3,23%
Jumlah		31	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel I-3, hasil observasi peneliti mengenai faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali ke objek wisata Goa Jatijajar menunjukkan bahwa dari 31 responden, sebanyak 12 responden menyatakan bahwa niat berkunjung kembali dipengaruhi oleh faktor citra destinasi.

Selanjutnya, 9 responden menyebutkan bahwa faktor daya tarik wisata berpengaruh terhadap niat mereka. Sebanyak 6 responden dipengaruhi oleh fasilitas wisata, diikuti oleh Kualitas Pelayanan sebanyak 2 responden, serta masing-masing 1 responden menyatakan dipengaruhi oleh faktor Aksesibilitas dan Pengalaman Berkunjung. Berdasarkan observasi dari keenam faktor tersebut, peneliti memilih 3 faktor yang paling banyak mempengaruhi responden untuk berkunjung kembali ke objek wisata Goa Jatijajar, antara lain citra destinasi, daya tarik wisata, dan fasilitas wisata.

Menurut Zeithaml dkk., (2018) niat mengunjungi kembali suatu objek wisata adalah suatu bentuk *behavioral intention* atau keinginan pengunjung untuk datang kembali, memberi *word of mounth* yang positif, adanya kemauan untuk tinggal lebih lama dari perkiraan, serta kemauan untuk berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Nuraeni (2014) menambahkan niat berkunjung kembali adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke tujuan yang pernah didatangi. Pentingnya mendorong niat berkunjung kembali tidak hanya berkaitan dengan loyalitas wisatawan, tetapi juga memberikan keuntungan dari sisi efisiensi pemasaran dan dampak ekonomi. Dengan meningkatkan niat berkunjung kembali akan menekan biaya-biaya yang dikeluarkan. Menurut Utami & Riptiono (2024) menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang memerlukan biaya yang lebih rendah dibandingkan menarik pengunjung baru, sementara wisatawan yang kembali berkunjung justru cenderung memberikan kontribusi ekonomi yang lebih besar dibandingkan wisatawan yang datang untuk pertama kali.

Setiap orang atau wisatawan mengunjungi objek wisata karena salah satu alasannya sudah banyak dikenal orang. Masing-masing wisatawan memiliki kesan dan pandangan yang berbeda – beda. Pandangan tersebut akan memunculkan sebuah citra yang melekat pada suatu objek wisata. Salah satu faktor yang membuat konsumen melakukan niat berkunjung kembali yaitu citra destinasi. Menurut Hanif dkk., (2016), citra destinasi (*destination image*) adalah keyakinan atau pengetahuan yang dimiliki wisatawan tentang suatu destinasi, serta pengalaman dan perasaan yang mereka rasakan selama kunjungan.

Persepsi positif tidak hanya membuat wisatawan tertarik untuk pertama kali, tetapi juga menciptakan kesan mendalam dan mendorong mereka untuk merekomendasikan destinasi tersebut dan merencanakan kunjungan kembali. Menurut Anggara, (2022) manfaat citra destinasi bagi wisatawan adalah kejelasan usulan dan karakteristik destinasi yang terukur, kekhususan destinasi bagi wisatawan, perasaan psikologis yang diterima dan dirasakan wisatawan saat mengunjungi objek atau destinasi, dan manfaat emosional.

Goa Jatijajar merupakan destinasi unggulan di Kabupaten Kebumen yang memiliki citra kuat sebagai wisata alam sekaligus bersejarah. Sebagai ikon pariwisata daerah, goa ini dikenal melalui perpaduan daya tarik edukasi dan hiburan yang memberi pengalaman berbeda bagi wisatawan. Sejak pergantian pengelola, citra destinasi semakin diperkuat melalui promosi digital yang aktif, penataan kawasan yang lebih tertib, peningkatan

kebersihan, serta pemeliharaan fasilitas umum yang lebih baik. Perbaikan tersebut menciptakan pengalaman berkunjung yang lebih nyaman dan menyenangkan sehingga membangun persepsi positif, memperkuat citra destinasi, dan mendorong loyalitas wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Hasil penelitian Hidayat, (2017) menunjukkan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Niat wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata tidak hanya dipengaruhi oleh citra destinasi, namun juga dipengaruhi oleh daya tarik wisata yang ada di suatu objek wisata. Faktor lain yang dapat memengaruhi wisatawan dalam perilaku niat berkunjung kembali adalah daya tarik wisata. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai, baik yang berasal dari alam, budaya, maupun hasil buatan manusia, yang menjadi tujuan kunjungan wisata. Daya tarik wisata berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap sebuah destinasi, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali. Dalam konteks ini, daya tarik wisata tidak hanya mencakup keindahan fisik, tetapi juga keunikan dan pengalaman emosional yang dirasakan wisatawan selama kunjungan.

Daya tarik suatu destinasi wisata menjadi faktor penting dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung, bahkan mendorong mereka untuk kembali di masa mendatang. Semakin kuat daya tarik yang ditawarkan,

baik dari segi keindahan alam, nilai historis, maupun pengalaman yang diberikan, maka semakin besar pula potensi terbentuknya niat berkunjung kembali. Goa Jatijajar merupakan destinasi unggulan di Kabupaten Kebumen yang menawarkan perpaduan keindahan alam bawah tanah, nilai historis, dan budaya lokal. Sebagai bagian dari Geopark Kebumen, goa ini menghadirkan pengalaman visual melalui formasi stalaktit dan stalagmit, serta kisah legenda Raden Kamandaka yang diperkaya dengan diorama di dalam goa yang menceritakan perjalanan tokoh tersebut, serta empat sendang simbolis yang diyakini memiliki makna tertentu.

Pengelolaan kawasan juga menambahkan daya tarik buatan berupa patung dinosaurus dan monyet, serta pencahayaan artistik di dalam goa yang memberikan nilai estetika dan menciptakan pengalaman berbeda bagi pengunjung. Keberadaan grafiti pada dinding goa menjadi penanda interaksi wisatawan, meskipun juga menimbulkan tantangan dalam menjaga keaslian situs. Keseluruhan elemen ini membentuk daya tarik yang beragam, menjadikan Goa Jatijajar memiliki karakter khas yang membedakannya dari destinasi lain di Kabupaten Kebumen. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyanti, (2018) menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Tidak hanya daya tarik yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata, faktor lainnya yang dapat memengaruhi wisatawan dalam perilaku niat berkunjung kembali adalah fasilitas wisata. Fasilitas yang memadai dan yang diinginkan oleh wisatawan akan menarik

wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu objek wisata yang pernah dikunjungi untuk menikmati sebagian fasilitas wisata yang ada. Menurut Sulastyono, (2016) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang dirancang untuk memberikan kemudahan kepada wisatawan, sehingga kebutuhan mereka dapat terpenuhi dengan baik. Dengan tersedianya fasilitas yang lengkap maka akan mendorong wisatawan untuk menikmati objek wisata dengan waktu yang relatif lama. Fasilitas yang memadai juga memperkuat kesan positif terhadap destinasi, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk berkunjung kembali.

Dalam upaya meningkatkan kenyamanan dan daya tarik wisata, pengelola Goa Jatijajar telah melakukan berbagai pembaruan fasilitas. Fasilitas dasar seperti area parkir yang luas, shuttle bus, toilet umum, dan tempat sampah di titik strategis disediakan untuk mendukung kenyamanan dan kebersihan lingkungan. Tersedia pula tempat istirahat, aula untuk rombongan, serta fasilitas ibadah berupa masjid. Penambahan wahana air, area bermain anak, dan pasar seni yang menjual produk lokal turut memperkaya pengalaman wisata. Goa Jatijajar kini tidak hanya berfokus pada Goa nya saja, melainkan telah berkembang menjadi kompleks wisata yang menyediakan berbagai fasilitas penunjang untuk menciptakan kenyamanan dan mendorong wisatawan agar betah berkunjung.

Fasilitas wisata berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan, karena mampu memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan selama kunjungan. Penelitian yang dilakukan oleh Septianing &

Farida, (2021), Ariesta dkk., (2020), dan Anggara, (2022) membuktikan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Perkembangan pariwisata berkaitan erat dengan pelestarian budaya, dengan memanfaatkan potensi keindahan dan kekayaan alam. Pemanfaatan bukan berarti mengubah secara keseluruhan potensi alam, akan tetapi dengan cara mengelola, mengembangkan dan melestarikan alam yang memungkinkan memiliki potensi untuk menjadi daya tarik wisatawan. Keinginan masyarakat yang tinggi disebabkan oleh banyaknya faktor yang dimiliki setiap pengunjung mulai dari image atau gambaran seseorang terhadap objek wisata tertentu seperti citra destinasi penilaian atau pengetahuan seseorang terhadap objek wisata tertentu, daya tarik yang dapat menentukan apakah wisatawan memutuskan berkunjung atau tidak, fasilitas yang baik juga lengkap yang disediakan oleh pengelola dapat membuat wisatawan merasa nyaman berlama – lama di wisata tersebut dan menjadi daya tarik tambahan yang mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH CITRA DESTINASI, DAYA TARIK WISATA, DAN FASILITAS WISATA TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA OBJEK WISATA GOA JATIJAJAR”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang dikaji adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar?
2. Apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar?
3. Apakah fasilitas wisata berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar?
4. Apakah citra destinasi, daya tarik wisata, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada wisatawan Objek Wisata Goa Jatijajar yang pernah berkunjung dalam kurun waktu dua tahun terakhir dan berdomisili di Kabupaten Kebumen.
2. Masalah yang diteliti meliputi:
 - a. Niat Berkunjung Kembali

Menurut Cahyanti, (2018) niat berkunjung kembali adalah suatu niat berperilaku yang mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi wisata dalam kurun waktu tertentu. Niat berkunjung kembali didasarkan pada pengalaman yang dirasakan wisatawan selama waktu tertentu sehingga menimbulkan kesan tentang suatu destinasi dan mempengaruhi perilaku dan keputusan akhir (Utama & Giantari, 2020). Menurut Khotimah & Astuti, (2022), niat berkunjung kembali pada penelitian ini dibatasi pada :

- 1) *Willingness to visit again,*
- 2) *Willingness to invite,*
- 3) *Willingness to positive tale,*
- 4) *Willingness to place the visiting destination in priority,*

b. Citra Destinasi

Ardiansyah, (2021) mendefinisikan bahwa citra destinasi merupakan pengetahuan objektif, prasangka, imajinasi dan pikiran emosional individu maupun kelompok terhadap lokasi tertentu. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk wisatawan melakukan perjalanan ke suatu destinasi wisata. Menurut Hidayat, (2017), citra destinasi pada penelitian ini dibatasi pada:

- 1) Citra Cognitif

- 2) Citra Unik
- 3) Citra Afektif

c. Daya Tarik Wisata

Menurut Wiratini M dkk., (2018) daya tarik wisata adalah persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata berupa atraksi wisata yang meliputi keunikan, keaslian, cuaca/iklim, keindahan serta memberikan manfaat dan nilai bagi wisatawan sehingga mampu mendorong wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut. Menurut Marpaung, (2019), daya tarik wisata pada penelitian ini dibatasi pada:

- 1) Keunikan objek wisata alam
- 2) Diversifikasi atau ragam produk obyek wisata
- 3) Keindahan objek wisata
- 4) Kesejukan udara

d. Fasilitas Wisata

Halimah, (2016) mengatakan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pengunjung dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatan. Dengan demikian kebutuhan-kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama tinggal di tempat tujuannya. Menurut Sirait & Puddin, (2018), fasilitas wisata pada penelitian ini dibatasi pada:

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan.
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, daya tarik wisata, dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh citra destinasi, daya tarik wisata

dan fasilitas wisata dalam meningkatkan niat berkunjung kembali pada objek wisata Goa Jatijajar.

b. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk melakukan penelitian ilmiah dengan topik yang sama mengenai pengaruh citra destinasi, daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali.

2. Secara Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi manajemen Objek Wisata Goa Jatijajar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan berdasarkan perilaku niat berkunjung kembali. Penelitian ini juga dapat memberi manfaat kepada manajemen Objek Wisata Goa Jatijajar mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan, dengan membuat strategi pemasaran yang tepat berdasarkan faktor citra destinasi, daya tarik wisata, fasilitas wisata.