

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan suatu kegiatan seseorang atau sekelompok orang dalam melakukan perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lainnya dengan tujuan untuk bersenang-senang, *refreshing*, mendapatkan hiburan dan kepuasan, atau sekedar mencari tempat baru untuk beristirahat dan menikmati pemandangan atau kulinernya.

Saat ini, tempat tujuan pariwisata sudah semakin banyak di berbagai belahan dunia, tak terkecuali di Indonesia. Hal ini membuat persaingan pada bisnis pariwisata semakin ketat dan menjadi perhatian bagi banyak orang. Bentuk wisata yang ada di Indonesia juga sangat beragam, mulai dari objek wisata yang kaya akan keindahan wisata alam seperti, wisata bahari, pegunungan, perbukitan, sungai, hutan, taman nasional, goa, dan lainnya, atau objek wisata buatan manusia seperti, waduk, bendungan, taman budaya, taman bunga, kebun binatang, *waterpark*, museum, wisata kuliner, wisata wahana dan masih banyak lainnya. Hal ini yang membuat pengelola wisata mulai berlomba-lomba untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata mereka dan berusaha meningkatkan kualitas pelayanan sebaik mungkin agar bisa bersaing dengan objek wisata lain.

Pariwisata menjadi salah satu sektor andalan utama di berbagai negara yang ada di dunia untuk menghasilkan devisa negara termasuk di Indonesia, sehingga mempunyai pengaruh besar dalam membangun perekonomian.

Sektor pariwisata dipandang sebagai bagian penting dari pembangunan nasional Indonesia karena dinilai memiliki dampak yang luar biasa. Selain berperan sebagai penggerak ekonomi, pariwisata juga dianggap sebagai solusi yang menarik untuk mengurangi tingkat pengangguran. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan industri pariwisata dalam menciptakan banyak lapangan kerja baru bagi masyarakat di sekitar destinasi wisata. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat yang terlibat.

Kegiatan sektor pariwisata terus berkembang seiring dengan kemajuan di bidang ekonomi, pembangunan, sosial-budaya, transportasi, serta penyebaran informasi yang semakin luas. Hal ini didukung oleh kekayaan sumber daya alam Indonesia yang terkenal akan keindahannya, serta keragaman budaya, adat-istiadat, suku bangsa, dan keramahtamahan penduduknya. Akhir-akhir ini, pengembangan pariwisata di Indonesia dapat dikatakan telah berlangsung dengan cukup pesat. Hal ini tentunya sejalan dengan tujuan pemerintah Indonesia yaitu mengembangkan pariwisata Indonesia dengan sebaik mungkin untuk menarik wisatawan mancanegara sehingga menjadikan sebagai sumber devisa di Indonesia (Hardjowigeno dan Widiatmaka, 2013).

Sektor pariwisata telah menjadi penyumbang devisa terbesar ketiga di dunia, setelah minyak bumi dan gas alam. Hal ini membuktikan bahwa pariwisata mampu menjadi penggerak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat di sekitar destinasi wisata. Perkembangan kegiatan ekonomi pendukung pariwisata, seperti warung, hotel, rumah makan, industri kreatif, jasa transportasi, dan berbagai layanan lainnya, dapat menggandakan

penghasilan masyarakat lokal. Selain itu, semakin terkenalnya suatu daerah atau tempat wisata juga dapat meningkatkan nilai jual lahan dan properti di sekitarnya, sehingga mendorong perekonomian masyarakat secara keseluruhan.

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan beragam jenis wisata dan budaya, mulai dari ujung barat Sabang hingga ujung timur Merauke. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia memiliki jumlah pulau yang mencapai 17.508 dan dikelilingi oleh lautan yang luas. Hal ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan garis pantai terpanjang di dunia, yaitu sepanjang 99.083 km. Dengan kondisi geografis yang demikian, tidak mengherankan jika Indonesia memiliki banyak sekali kawasan wisata bahari berupa pantai dan laut yang menarik untuk dikunjungi.

Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas dan kebudayaan yang unik, yang menggambarkan identitas spesifik dari masing-masing wilayah. Keberagaman ini menarik banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, untuk berkunjung dan berwisata di Indonesia. Kegiatan berwisata tidak harus selalu dilakukan dengan mengunjungi tempat yang jauh, tetapi dapat dinikmati melalui objek wisata yang dekat dengan tempat tinggal. Selain itu, berwisata di Indonesia juga tidak harus ke tempat-tempat yang mahal, karena terdapat banyak objek wisata yang menawarkan kegiatan dengan biaya yang terjangkau. Hal ini memungkinkan wisatawan dari berbagai kalangan untuk dapat menikmati pesona alam yang indah dan ciri khas daerah masing-masing.

Provinsi Jawa Tengah 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. Hal ini didukung oleh keindahan panorama alam yang mengagumkan dan sangat beragam di Jawa Tengah. Selain itu, letak geografis Jawa Tengah yang berada di tengah-tengah Pulau Jawa membuatnya mudah dijangkau oleh wisatawan, baik melalui darat, laut, maupun udara. Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang kaya akan berbagai jenis objek wisata, mulai dari wisata alam, wisata buatan, wisata budaya, wisata edukasi, wisata sejarah, hingga wisata kuliner.

Pengembangan wisata alam merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik suatu kawasan wisata alam, tanpa merusak ekosistem yang ada. Tujuannya adalah agar tempat wisata tersebut dapat lebih baik dieksplorasi oleh para wisatawan, baik dari dalam maupun luar negeri. Pengelolaan dan pemasaran yang baik menjadi salah satu kunci untuk mengembangkan kawasan wisata agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Banyak kota dan kabupaten di Indonesia yang memanfaatkan dan mengembangkan sektor pariwisata alam sebagai aset pendapatan daerah, termasuk Kabupaten Kebumen.

Kabupaten Kebumen merupakan daerah yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi objek wisata unggulan bagi Jawa Tengah. Kabupaten Kebumen berada di timur Kabupaten Cilacap, di barat Kabupaten

Purworejo, dan di selatan Kabupaten Banjarnegara. Posisi kabupaten Kebumen yang berada di sepanjang pantai selatan menjadikan Kabupaten Kebumen memiliki pesona pantai yang begitu banyak. Daerah wisata dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan perdagangan yang diharapkan dapat memberikan efek positif bagi masyarakat sekitar destinasi sehingga pengembangan pariwisata di Kabupaten Kebumen juga dapat mendorong industri pariwisata daerah lain.

Kebumen menjadi salah satu kabupaten yang berada pulau Jawa dan memiliki banyak potensi wisata bahari. Hal ini dapat dibuktikan karena Kabupaten Kebumen memiliki banyak wilayah perairan pantai dan berbatasan langsung dengan samudera Indonesia. Salah satu cara untuk memanfaatkan potensi tersebut adalah dengan menjadikannya objek wisata. Melalui Dinas Pekerjaan Umum (DPU) pada tahun 2016, Pemprov Jawa Tengah bersama Pemerintah Kabupaten Kebumen terus mengembangkan potensi wisata pantainya salah satunya dengan membangun Proyek JLSS atau Jalur Lintas Selatan Selatan. Dengan adanya proyek ini, diharapkan mampu memecah arus lalu lintas di pantai utara dan memperlancar konektivitas di selatan Pulau Jawa sehingga mengurangi kesenjangan dengan wilayah pantai utara yang sudah lebih maju. Selain itu, perekonomian di wilayah selatan juga diharapkan akan meningkat dengan pembangunan jalan tersebut. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang menjadikan Kebumen memiliki bekal untuk menambah daya tarik para wisatawan dan menjadikan Kabupaten Kebumen sebagai tempat tujuan pariwisata seperti yang dapat dilihat pada data berikut ini:

Tabel 1-1
Jumlah Pengunjung Objek Wisata yang dikelola Pemerintah di
Kabupaten Kebumen Tahun 2022 (Periode Januari – Juni)

No	Objek Wisata	Jumlah Pengunjung Objek Wisata Januari – Juni 2022	Satuan
1	Goa Jatijajar	150.126	Orang
2	Pantai Petanahan	100.192	Orang
3	Pantai Suwuk	63.247	Orang
4	Pemandian Air Panas Krakal	41.313	Orang
5	Goa Petruk	40.127	Orang
6	Waduk Sempor	20.195	Orang
7	Pantai Karangbolong	18.729	Orang

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen

Data tabel 1-1 tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung objek wisata yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Kebumen pada tahun 2022 (periode Januari - Juni). Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kebumen, objek wisata Goa Jatijajar menempati urutan pertama sebagai jumlah pengunjung terbanyak yaitu sebesar 150.126 orang. Diurutan kedua terdapat Pantai Petanahan dengan jumlah pengunjung sebanyak 100.192 orang, disusul oleh Pantai Suwuk diurutan ketiga dengan jumlah pengunjung sebanyak 63.247 orang. Selanjutnya, yaitu Pemandangan Air Panas Krakal diurutan keempat dengan jumlah pengunjung sebanyak 41.313 orang, dan Goa Petruk diurutan kelima dengan jumlah pengunjung sebanyak 40.127 orang. Selanjutnya terdapat Waduk Sempor diurutan keenam dengan jumlah pengunjung sebanyak 20.195 orang, dan diurutan terakhir yaitu Pantai Karangbolong dengan jumlah pengunjung sebanyak 18.729 orang.

Selain terdapat objek wisata yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten, ada juga objek wisata yang masih dikelola oleh masyarakat desa itu sendiri dan pokdarwis (kelompok sadar wisata). Di Kabupaten Kebumen ada banyak

sekali objek wisata yang masih baru dibuka dan dikelola sendiri oleh masyarakat desa dengan beberapa alasan tertentu. Salah satu objek wisata yang masih dikelola secara mandiri oleh pokdarwis adalah Pantai Mliwis Ambal. Pantai ini berlokasi di desa Kenoyojayan, Kecamatan Ambal, Kabupaten Kebumen. Pantai Mliwis merupakan salah satu pantai di Kabupaten Kebumen yang sangat potensial untuk dikembangkan. Selain letaknya yang strategis dan mudah dicapai, yaitu di jalur lintas selatan Pulau Jawa, juga pemandangannya yang indah dan menawan dengan dilengkapi banyak tumbuhan pohon cemara di sekelilingnya. Tumbuhan pohon cemara di Pantai Mliwis tumbuh dengan subur serta berdaun rindang sehingga membuat tempat tersebut menjadi sejuk, nyaman, dan teduh untuk berwisata/berlibur.

Meskipun Pantai Mliwis Ambal baru saja dibuka dan diperkenalkan ke masyarakat luas, namun objek wisata ini mengalami peningkatan jumlah pengunjung dengan sangat cepat, bahkan saat ini pantai Mliwis Ambal mampu menjadi salah satu tujuan destinasi favorit bagi wisatawan yang ada di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan data dari pokdarwis selaku pengelola objek wisata Pantai Mliwis Ambal, jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Pantai Mliwis Ambal pada tahun 2023 tidaklah stabil tetapi tergolong cukup tinggi jika dibandingkan dengan objek wisata lain yang ada di Kabupaten Kebumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi kenaikan jumlah penunjang adalah adanya berbagai bentuk event dan kegiatan yang menarik sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Berikut merupakan data pengunjung objek wisata Pantai Mliwis Ambal.

Tabel 1-2
Data Pengunjung Objek wisata Pantai Mliwis Ambal
Tahun 2023 (Januari – September)

No	Bulan	Jumlah Pengunjung	Keterangan
1	Januari	75.049	Tahun baru
2	Febuari	25.751	
3	Maret	28.707	
4	April	386.666	Lebaran
5	Mei	44.493	
6	Juni	44.196	
7	Juli	30.635	
8	Agustus	12.150	
9	September	48.000	Grebeg Rolasan
Total		736.747	

Sumber: Pokdarwis Pantai Mliwis Ambal (2023)

Berdasarkan tabel 1-2 tersebut, terlihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Mliwis Ambal cukup tidak stabil. Pada bulan Januari, April, dan September jumlah pengunjung mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan pada bulan-bulan yang lain. Faktor utama yang mempengaruhi jumlah wisatawan mengalami kenaikan pada bulan tersebut adalah faktor daya tarik wisata (tourist attraction). Bentuk daya tarik wisata yang terjadi pada bulan Januari yaitu, karena terdapat momen liburan dan Tahun Baru Nasional, sedangkan pada bulan April terdapat momen liburan dan lebaran idulfitri, dan pada bulan September terdapat sebuah momen event budaya “Grebeg Rolasan” yang biasa digelar setiap tahunnya. Selain itu, pada tabel tersebut terlihat juga bahwa pada bulan-bulan biasa, jumlah wisatawan di objek wisata Pantai Mliwis Ambal tidak sebanyak ketika terdapat daya tarik dari sebuah event. Hal tersebut membuktikan bahwa bentuk event kegiatan yang digelar akan menambah daya tarik wisatawan sehingga sangat mempengaruhi jumlah pengunjung pada objek wisata Pantai Mliwis.

Peneliti tertarik untuk melakukan observasi mengenai alasan pengunjung berminat untuk melakukan kunjungan ulang ke objek wisata Pantai Mliwis Ambal. Berikut merupakan tabel hasil observasi ke 45 responden yang sebelumnya pernah mengunjungi objek wisata Pantai Mliwis Ambal.

Tabel 1-3
Hasil Observasi pada Pengunjung Pantai Mliwis Ambal

Variabel	Responden	Presentase
<i>Tourist Attraction</i>	21 orang	0.47%
<i>Service Quality</i>	10 orang	0.22%
<i>Facility</i>	7 orang	0.15%
<i>Price</i>	6 orang	0.13%
<i>Image Destination</i>	1 orang	0.03%
JUMLAH	45 orang	1.00%

Sumber: Data Observasi pada wisatawan Pantai Mliwis (2023)

Tabel 1-3 merupakan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti kepada empat puluh lima (45) wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Pantai Mliwis. Berdasarkan hasil observasi tersebut diperoleh data bahwa faktor yang mempengaruhi *revisit intention* yaitu, dua puluh satu (21) wisatawan memilih karena faktor *tourist attraction*. Selanjutnya ada sepuluh (10) wisatawan yang memilih karena faktor *service quality*. Selanjutnya terdapat delapan (7) wisatawan yang memilih karena faktor *Facility*. Selanjutnya ada enam (6) wisatawan yang memilih karena faktor *price*. Selain itu, terdapat satu (1) wisatawan yang lebih memilih karena faktor *image destination*.

Dari penjelasan di atas disimpulkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi responden untuk melakukan *revisit intention* di Pantai Mliwis

Ambal adalah *tourist attraction* atau daya tarik wisata. Untuk menjadikan Objek Wisata Pantai Mliwis sebagai pilihan destinasi bagi masyarakat tentunya harus dapat membuat pengunjung merasa puas dan nyaman. Tantangan bagi setiap industri pariwisata khususnya Pantai Mliwis Ambal yaitu meningkatkan jumlah pengunjung serta memberikan kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung. Sehingga, perlu adanya beberapa pengembangan yang dilakukan oleh pengelola wisata agar bisa meningkatkan jumlah pengunjung atau mempertahankan jumlah wisatawan, antara lain adalah dengan meningkatkan *tourist attraction* dan *service quality*.

Tourist attraction adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai yang menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi objek wisata. *Tourist attraction* menjadi unsur terkuat dalam sistem pariwisata, karena hal tersebut merupakan faktor utama bagi pengunjung dalam mempengaruhi pengambilan Keputusan untuk berkunjung ke suatu destinasi objek pariwisata. Pantai Mliwis merupakan objek wisata yang terkenal dengan keindahan pantainya yang menampilkan beberapa destinasi antara lain, pemandangan sunrise di pagi hari dan sunset di sore hari, tempat foto dengan berlatarkan gelombang air laut, pemandangan pasir yang berwarna kegelapan, serta keindahan rimbunan pohon cemara disekelilingnya yang membuat wisatawan betah untuk berlama-lama menikmati keindahan yang ada.

Objek wisata pantai Mliwis juga dilengkapi berbagai macam fasilitas dan bangunan yang sudah dibangun untuk menambah daya tarik pengunjung.

Beberapa diantaranya yaitu, area parkir kendaraan yang luas, mushola untuk tempat ibadah, kamar mandi/MCK, pendopo dan pusat informasi, kolam renang untuk anak-anak, tempat pemancingan, gazebo yang unik untuk bersantai, kursi dan tempat duduk yang nyaman dan *aesthetic*, serta banyaknya warung dan tempat makan disekitar pantai. Warung yang berdiri di area pantai Mliwis menyediakan aneka makanan, jajanan, dan minuman untuk menemani pengunjung dan dapat dinikmati sambil berteduh dibawah pohon cemara dengan menikmati indahnya pemandangan alam disekitar.

Hal lain yang menjadi daya tarik wisata (*tourist attraction*) tambahan yaitu, pengelola wisata Pantai Mliwis Ambal sering melakukan berbagai acara yang dilakukan pada hari libur dan hari-hari tertentu. Misalnya pada saat peringatan hari besar umat islam, hari besar nasional, tahun baru nasional, dan lainnya. Bentuk event kegiatan yang dilakukan juga bermacam-macam, mulai dari lomba tumpeng, jalan sehat, konser musik, dan event tahunan yang disebut grebeg cah angon.

Grebeg Cah Angon adalah event budaya tahunan yang diselenggarakan oleh masyarakat pesisir pantai selatan Kebumen, khususnya di daerah Ambal dan sekitarnya. Acara ini dilaksanakan pada bulan Mulud atau bulan kelahiran Nabi Muhammad SAW, sebagai wujud rasa syukur masyarakat Ambal yang mayoritas bekerja sebagai petani dan peternak. Dalam acara tersebut, peternak membawa hewan ternak mereka seperti sapi, kambing, dan kerbau, berjalan kaki dari titik kumpul menuju lokasi acara yang telah disiapkan panitia, diiringi tarian kuda lumping dan musik tradisional. Lokasi acara biasanya di pesisir

pantai yang luas. Setiap peserta mendapat kupon yang akan diundi setelah semua berkumpul. Panitia telah bekerja sama dengan sponsor, umumnya perusahaan rokok dan toko besar di daerah Ambal, untuk menyediakan hadiah-hadiah. Panitia juga mengadakan lomba tumpeng untuk anak-anak, lomba panjat pinang untuk pria dewasa, serta mengundang bintang tamu untuk konser musik dan MC sebagai pembawa acara dan pembagian hadiah.

Bentuk event tersebut menjadikan daya tarik tersendiri yang membuat Pantai Mliwis banyak peminatnya. Dengan berbagai keindahan *tourist attraction* yang ada di Pantai Mliwis Ambal, membuat banyak wisatawan yang merasa puas dan berminat untuk berkunjung kembali. Dari hasil mini riset tersebut dapat diketahui bahwa faktor *tourist attraction* sangatlah penting bagi wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek karena ada hal yang menarik perhatian wisatawan yang membuat ketertarikan sehingga wisatawan ingin mengunjungi tempat tersebut.

Hasil penelitian dari Wahyu Eko Saputro et al. (2020) yang berjudul "Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pantai Manggar Sari Balikpapan)" menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang. Daya tarik wisata juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lebih lanjut, daya tarik wisata melalui kepuasan konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang di Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan dan minat berkunjung ulang pada suatu destinasi wisata, dalam hal ini Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan.

Timbulnya minat berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Mliwis tidak semata-mata hanya karena keindahan panorama atau *tourist attraction* nya saja, melainkan *service quality* atau kualitas pelayanan dari pengelola wisata dan para penjual makanan yang ada juga sangat mempengaruhi. Wisatawan akan datang dan berkunjung kembali. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan keindahan daya tarik wisata diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan memberikan kepuasan. Sehingga, akan membuat pengunjung menjadi tertarik dan berminat untuk berkunjung kembali pada objek wisata Pantai Mliwis Ambal.

Kotler (2000:25), menurut pendapatnya *service quality* merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang terlihat secara langsung ataupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada *customers* merupakan suatu hal yang harus dilakukan apabila perusahaan tersebut ingin mencapai keberhasilan. Sebuah tempat wisata tidak cukup hanya mengandalkan daya tarik wisata yang indah saja untuk menarik pengunjung. Namun, diperlukan juga *service quality* yang baik agar pengunjung merasa nyaman dan bisa merasakan pelayanan yang menyenangkan, sehingga pengunjung merasa puas dan berminat untuk mengunjunginya kembali di masa yang akan mendatang.

Bentuk *service quality* yang ada di objek wisata Pantai Mliwis Ambal antara lain adalah adanya bentuk keamanan bagi pemillik kendaraan yang parkir di objek wisata, kebersihan tempat wisata, keramahan dan kehandalan pengelola wisata. Keamanan di objek wisata pantai Mliwis terbilang sudah cukup baik dikarenakan sudah adanya petugas parkir yang berjaga di area tempat parkir, serta sudah dipasangnya plang larangan untuk mandi di laut. Tidak hanya itu, harga tiket masuk yang murah juga menjadi motivasi tersendiri untuk memutuskan berkunjung ke objek wisata Pantai Mliwis Ambal. Harga tiket disini tergolong sangat murah jika dibandingkan dengan objek wisata lain yang ada di kebumen.

Selain itu, *service quality* yang terdapat di objek wisata Pantai Mliwis Ambal adalah banyaknya penjual dan warung berdiri di area pantai Mliwis yang menyediakan berbagai jenis makanan, jajanan, dan minuman untuk menemani pengunjung bersantai dan menikmati pemandangan. Penjual yang ada di Pantai Mliwis juga ramah dan tidak segan untuk menawarkan dagangannya secara langsung kepada pengunjung. Mereka menjual aneka jajanan khas Kebumen seperti, peyek undur-undur, sate ayam khas Ambal, Keripik, gorengan dan mendoan, es kelapa muda, pecel, dll.

Service quality mampu mempengaruhi *revisit intention* seperti penelitian yang telah dibuktikan oleh Budiman Marpaung pada tahun 2019 dengan berjudul “Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai variabel Interventing Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan”. Hasil penelitian tersebut

menyatakan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang, dan kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang di TNGG. Pangrango.

Menurut (Zeithaml et al: 2018) *Revisit Intention* atau minat mengunjungi kembali suatu objek wisata adalah suatu bentuk *behavioral intention* atau keinginan pengunjung untuk datang kembali, memberi *wird of mounth* yang positif, adanya kemauan untuk tinggal lebih lama dari perkiraan, serta kemauan untuk berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Dengan banyaknya pengunjung yang datang dan membeli produk atau jasa perusahaan, maka perusahaan akan mencapai keuntungan yang diharapkan. Berdasarkan definisi diatas *revisit intention* merupakan suatu keinginan pelanggan untuk datang Kembali di waktu mendatang. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Trisna Widjianto (2019) yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung kembali Wisatawan di objek wisata Ketep Pass”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata (*tourist attraction*) dan kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass.

Tourist Satisfaction (kepuasan wisatawan) menurut Utama (2017) adalah penilaian evaluatif konsumen setelah melakukan pembelian atau purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Kepuasan

pengunjung sangat penting karena pengetahuan tentang kepuasan wisatawan akan memberikan informasi penting tentang bagaimana destinasi dapat memenuhi kebutuhan wisata, dan juga informasi ini akan membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan pada destinasi sehingga mampu memberikan sesuatu yang baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung (Mandala dan Hudrasyah, 2016). Kepuasan memiliki indikator berupa harapan yang sesuai dengan ekspektasi, minat untuk mengunjungi kembali serta kesediaan seseorang untuk merekomendasikan kepada orang lain. Terciptanya kepuasan pengunjung akan memunculkan minat mereka untuk berkunjung kembali. Selain itu, kepuasan pengunjung merupakan aspek yang sangat penting dalam industri pariwisata, karena kepuasan wisatawan berkaitan secara langsung dengan pilihan destinasi wisata yang dikunjungi, konsumsi produk atau layanan jasa wisata, serta minat untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang.

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa *tourist satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil ekspektasi dari mereka. Semakin berkualitas produk atau jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya, jika tanpa kepuasan, maka dapat mengakibatkan pelanggan pindah ke produk lain (Kotler dan Armstrong, 2009).

Hal ini didukung dengan penelitian oleh (Wahyu Eko Saputro et al: 2020) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen terbukti berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang. Itu artinya, kepuasan wisatawan akan sangat mempengaruhi seseorang dalam keputusan mengunjungi kembali suatu objek wisata di waktu yang akan mendatang. Rita et al., (dalam Albi et al., 2021) berpendapat jika terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap minat beli ulang, maka dari itu akan menjadi suatu pernyataan pendukung untuk hasil hipotesis pada penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *TOURIST ATTRACTION* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DENGAN *TOURIST SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal).**

1.2. Rumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh *tourist attraction* terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal?
2. Apakah terdapat pengaruh *service quality* terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal?

3. Apakah terdapat pengaruh *tourist attraction* terhadap *revisit intention* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal?
4. Apakah terdapat pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal?
5. Apakah terdapat pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal?
6. Apakah terdapat pengaruh *tourist attraction* terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal?
7. Apakah terdapat pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal?

1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan masalah dalam penelitian ini, maka dari itu penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Subyek dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Pantai Miwis Ambal yang sudah pernah berkunjung minimal dua kali kunjungan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir.
2. Usia responden minimal 18 tahun dengan pertimbangan dapat memberikan pendapat yang obyektif.
3. Masalah yang diteliti meliputi:
 - a. *Tourist Attraction*

Tourist attraction adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang beranekaragam berupa kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tempat tujuan

wisatawan (Wiratini et al., 2018). Daya tarik wisata dapat berupa keunikan, keaslian, cuaca/iklim, serta keindahan (Wiratini et al., 2018). Batasan masalah pada *tourist attraction* dalam penelitian ini menurut Sugiono (2004) adalah sebagai berikut:

- 1) Atraksi (*Attraction*)
- 2) Aksesibilitas (*Accessibilities*)
- 3) Fasilitas (*Amenities*)

b. *Service Quality*

Service quality merupakan usaha memenuhi harapan dan keinginan wisatawan, serta penyampaiannya yang tepat untuk mengimbangi wisatawan. Semakin kecil gap atau perbedaan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan dan sebaliknya (Lukuhati et al, 2013; Wiratini et al. 2018). Batasan masalah pada *service quality* dalam penelitian ini menurut Wiratini et al. (2018), yaitu:

- 1) Keandalan (*reability*)
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*)
- 3) Jaminan (*assurance*)
- 4) Empati (*emphathy*)
- 5) Bukti fisik yang nyata (*tangibles*).

c. *Tourist Satisfaction*

Tourist satisfacton merupakan perbedaan antara ekspetasi sebelum dan sesuatu pengunjung suatu lokasi objek wisata. Semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan maka akan mendorong untuk berkunjung

kembali. Kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor utama yang perlu dipertimbangan oleh pengelola dalam persaingan bisnis industri pariwisata, karena mempengaruhi pilihan tujuan wisata (Rajesh, 2013; Widagdyo, 2017). Batasan masalah pada *tourist satisfaction* dalam penelitian seperti yang dikemukakan oleh Taylor dan Beker pada tahun 1994, yaitu:

- 1) Perasaan senang mengunjungi objek wisata
- 2) Pemenuhan harapan
- 3) Kepercayaan pengalaman berkunjung ke objek wisata merupakan pengalaman yang memuaskan
- 4) Secara keseluruhan objek wisata menyenangkan hati pengunjung

d. *Revisit Intention*

Menurut Umar (2003), *revisit intention* merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Minat beli muncul akibat dari adanya proses belajar dan proses pemikiran yang kemudian membentuk suatu persepsi. Batasan masalah pada *revisit intention* dalam penelitian ini menurut (Zeithaml dalam Baroroh, 2019), adalah sebagai berikut:

- a. *Willingness to visit again*, yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali.
- b. *Willingness to invite*, yaitu kesediaan seseorang untuk mengundang atau mengajak orang lain untuk berkunjung.

- c. *Willingness to positive tale*, yaitu kesediaan seseorang untuk menceritakan produk atau jasa dari suatu perusahaan kepada orang lain.
- d. *Willingness to place the visiting destination in priority*, yaitu kesediaan konsumen untuk menempatkan tujuan kunjungan dalam prioritas.

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 *tourist attraction* terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal.
3. Untuk mengetahui pengaruh *tourist attraction* terhadap *revisit intention* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal.
4. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal.
5. Untuk mengetahui pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal.
6. Untuk mengetahui pengaruh *tourist attraction* terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal.
7. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction* di objek wisata Pantai Mliwis Ambal.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk melakukan penelitian ilmiah dengan topik yang sama mengenai pengaruh *tourist attraction* dan *service quality* terhadap *revisit intention* dengan *tourist satisfaction* sebagai variabel intervening.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pengelola objek wisata Pantai Mliwis Ambal, agar memaksimalkan variabel *tourist attraction* dan *service quality* sehingga bisa memberikan *tourist satisfaction* (kepuasan pengunjung) dan membuat pengunjung bisa merasakan sesuatu hal yang membuat *revisit intention* atau berminat untuk berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Mliwis Ambal di waktu yang mendatang.