

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan memperkenalkan budaya lokal ke berbagai kalangan. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang dikembangkan oleh pemerintah, karena pariwisata dianggap mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai salah satu sektor pendapatan daerah maupun negara (Aliansyah & Hermawan, 2021). Indonesia sebagai negara kepulauan dengan beragam destinasi wisata alam, budaya, sejarah, dan kuliner, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan sektor pariwisata sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi. Pariwisata memberikan dampak signifikan atas perekonomian dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui berbagai sektor yang terkait (Arghutashvili, 2018). Kontribusi sektor ini terlihat dari adanya peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja baru, serta perputaran ekonomi yang melibatkan banyak pihak, mulai dari pelaku usaha, masyarakat lokal, hingga pemerintah.

Destinasi Pariwisata belakangan ini menjadi tujuan utama sebagian besar masyarakat untuk meluangkan waktu. Pariwisata memberikan kenikmatan suguhan segala sesuatu yang dapat dirasakan seperti berupa keindahan segala yang disajikan oleh alam atau buatan manusia (Enden, 2021). Melalui pariwisata, suatu daerah dapat memanfaatkan keindahan alam,

keunikan budaya, serta fasilitas yang dimiliki untuk menarik minat wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Semakin besar jumlah kunjungan wisatawan di suatu destinasi pariwisata berarti akan memperbesar pula jumlah penerimaan dari pengeluaran mereka yang berimplikasi pada peningkatan ekonomi masyarakat. Dalam mengoptimalkan peran pariwisata bagi pengembangan ekonomi, diperlukan adanya sinergi yang erat antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha, dengan melakukan pengembangan dan pengelolaan yang baik, agar destinasi wisata tersebut dapat menjadi daya tarik yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

Saat ini perkembangan pariwisata di Indonesia menunjukkan tren yang positif, dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara terutama setelah adanya pelonggaran pembatasan pandemi COVID-19. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia dari tahun sebelumnya. Adanya pertambahan jumlah kedatangan wisatawan dari tahun ke tahun menunjukkan keberhasilan dari industri pariwisata. Peningkatan industri pariwisata ini ditandai dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara yang meningkat secara kumulatif. Pada bulan Januari sampai bulan Oktober 2024, perjalanan wisatawan domestik di Indonesia mencapai 839,39 juta perjalanan, yang dimana jumlah ini naik 21,87 persen dibandingkan kumulatif periode yang sama pada tahun 2023. Selanjutnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara juga meningkat pada periode yang sama yaitu Januari hingga Oktober 2024. Jumlah kunjungan

wisata mancanegara ke Indonesia pada bulan Januari sampai Oktober 2024 mencapai 11,57 juta kunjungan, atau naik 20,45 persen dibandingkan periode yang sama di tahun 2023 (Badan Pusat Statistik, 2023).

Perkembangan pariwisata ini juga membuat banyaknya persaingan dalam industri pariwisata. Persaingan dalam industri pariwisata, kini semakin ketat dan membuat para pelaku usaha untuk terus berinovasi untuk menciptakan destinasi wisata yang mempunyai daya tarik yang unik. Saat ini banyak destinasi wisata baru yang bermunculan atau banyak juga destinasi wisata lama yang memperbarui suasana tempat wisata dan menambahkan berbagai fasilitas yang lebih modern untuk meningkatkan kenyamanan dan menarik lebih banyak pengunjung. Wisatawan kini memiliki beragam pilihan, mulai dari pantai dengan panorama indah hingga lokasi wisata alam yang dilengkapi fasilitas memadai untuk kenyamanan pengunjung. Maka dari itu, kini destinasi wisata ini bersaing menawarkan pengalaman unik, menghadirkan pemandangan yang estetik, serta fasilitas yang mendukung kenyamanan wisatawan. Adanya persaingan ini membuat setiap destinasi wisata berusaha menciptakan rasa nyaman dan pengalaman yang berkesan bagi para pengunjung.

Dengan adanya masalah persaingan tersebut, maka muncul fenomena dimana masyarakat kini tidak hanya membutuhkan layanan wisata yang memenuhi kebutuhan mereka akan liburan dan hiburan saja, tetapi juga dapat memberikan kesan yang baru sebagai nilai tambah yang dapat dinikmati saat mengunjungi suatu destinasi wisata, baik dari segi kenyamanan, suasana

lingkungan, fasilitas yang tersedia, dan kemudahan akses menuju tempat wisata. Pariwisata saat ini sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi banyak orang, karena berwisata dapat membantu mengurangi stress, melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari dapat membantu mengembalikan energi dan memberikan kesegaran pikiran. Manfaat pariwisata bagi seorang wisatawan yaitu melakukan perjalanan wisata untuk mencari kepuasan dengan menghabiskan waktu luang, sedangkan bagi masyarakat sekitar lokasi wisata, mereka mengharapkan adanya dampak positif dari peningkatan pendapatan yang dapat memperbaiki perekonomian. Peningkatan ini tercermin dari bertambahnya jumlah pengunjung dan destinasi wisata semakin dikenal luas. Ketika wisatawan merasa puas dan mendapatkan kesan yang baik selama berwisata maka akan terjadi niat untuk berkunjung ulang dan mereka dapat merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain (Vardhani & Octafian, 2024). Macam-macam faktor yang dapat berperan dalam menciptakan pengalaman wisatawan yang berkesan yaitu suasana yang diciptakan oleh lingkungan baik interaksi dengan pengunjung lain atau dengan masyarakat setempat, fasilitas, kemudahan akses, kualitas layanan yang baik dan masih banyak lagi. Salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki banyak destinasi wisata adalah Kebumen.

Kebumen merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki wilayah pesisir yang cukup luas yaitu 36,6 km<sup>2</sup> dengan panjang garis pantai 57,5 km. Kabupaten Kebumen dikenal memiliki potensi pariwisata alam yang sangat menarik, terutama di wilayah pesisir Pantai Selatan. Dengan

memiliki garis pantai yang cukup panjang disebelah selatan, perbukitan yang sejuk pada bagian utara dan tanah yang subur serta bebatuan alamnya membuat Kabupaten Kebumen menjadi kaya akan potensi untuk dijadikan lokasi wisata. Dengan mengoptimalkan pengelolaan dan pengembangan yang baik, akan menjadikan pesona alam di Kabupaten Kebumen menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, baik bagi mereka yang berasal dari dalam maupun luar kota, untuk dapat berkunjung dan menikmati keindahan alamnya. Salah satu destinasi wisata di Kabupaten Kebumen yang akhir-akhir ini menarik minat pengunjung yaitu Sagara View Of Karangbolong.

Sagara View Of Karangbolong terletak di Desa Karangbolong, Kecamatan Buayan, Kabupaten Kebumen, hanya berjarak 33 kilometer dari pusat Kota Kebumen dengan waktu tempuh kurang lebih 45 menit. Sagara View of Karangbolong merupakan obyek wisata yang baru diluncurkan pada Kamis 12 Oktober 2023 lalu. Sagara View menawarkan pemandangan yang indah dan memukau, terutama dari area bukit yang memungkinkan pengunjung menikmati panorama laut lepas dengan deburan ombak yang menghantam karang di bawahnya. Dari ketinggian, pengunjung dapat melihat hamparan laut biru yang luas yang menciptakan suasana alami dan dramatis. Dengan Perpaduan biru laut dan perbukitan hijau Serayu Selatan membuat Sagara View of Karangbolong menjadi tempat yang cocok untuk dijadikan spot sunrise dan sunset dengan pemandangan bentangan putih garis lurus pantai selatan. Selain keindahan alamnya yang memukau, Sagara View of Karangbolong dihiasi dengan berbagai fasilitas baru seperti hotel, villa jembatan kaca, balon udara,

rest area, playground, dan spot-spot foto menarik yang instagramable, mulai dari Bukit Samudera, Spot Pengilon, Spot Celeleng, Puncak Jengger, dan teras kaca yang memaksa pengunjung betah berlama-lama di sini.

Sagara View merupakan destinasi wisata yang baru beroperasi pada Oktober 2023. Sagara View merupakan obyek wisata yang di kelola oleh pihak swasta. Meskipun baru memulai operasionalnya, Sagara View sudah dapat menarik perhatian pengunjung, hal tersebut mencerminkan adanya potensi besar destinasi ini untuk berkembang lebih lanjut seiring dengan peningkatan promosi yang lebih luas. Pada tahun tersebut Sagara View berhasil menarik 89.802 pengunjung, angka tersebut mampu menunjukkan antusiasme yang tinggi dari wisatawan terhadap Sagara View sebagai destinasi baru yang menawarkan pemandangan alam yang indah yang berbeda dari destinasi lainnya. Hal tersebut tidak lepas dari adanya persaingan di industri pariwisata, seperti Pitris Ocean. Kedua destinasi ini sama-sama dikelola oleh pihak swasta dan sama-sama menawarkan pemandangan pantai dari atas bukit. Di tahun yang sama yaitu 2023, jumlah pengunjung Pitris Ocean lebih unggul sedikit dari sagara View yaitu mencapai 93.244 pengunjung. Hal ini membuat Sagara View harus terus berinovasi dan memperkuat daya tariknya untuk tetap bersaing dengan destinasi lain.

Sagara View ini termasuk obyek wisata baru yang menunjukkan jumlah kunjungan awal yang cukup tinggi dan hampir menyamai tingkat kunjungan destinasi wisata lain yang telah lebih dulu dikenal. Hal tersebut menarik untuk diteliti karena dapat memberikan gambaran awal potensi keberlanjutan

kunjungan wisatawan ke Sagara View dan meninjau apakah antusiasme awal yang ditunjukkan oleh wisatawan terhadap Sagara View dapat berkembang menjadi kunjungan ulang di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami sejauh mana wisatawan memiliki keinginan untuk kembali berkunjung ke Sagara View.

Sagara View harus bisa lebih memfokuskan faktor-faktor yang mendukung kenyamanan, kepuasan pengunjung dan pengalaman yang didapatkan ketika berkunjung, yang akhirnya dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung ulang ke destinasi. Karena salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh wisata buatan seperti ini adalah tingkat kunjungan ulang yang cukup rendah, meskipun memiliki jumlah pengunjung yang banyak (Selamet, Hartoyo, 2024). Banyak wisatawan yang kemungkinan tertarik untuk datang karena daya tarik awal dari destinasi, namun belum tentu memiliki keinginan untuk kembali berkunjung dimasa depan.

Minat berkunjung ulang pada dasarnya merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang dan merupakan suatu keinginan untuk mendatangi suatu objek atau wilayah yang menarik atensi individu maupun kelompok secara terus menerus Putri et al., (2020) dalam (Afifah, 2024). Minat berkunjung ulang timbul karena adanya keinginan untuk menikmati kembali produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Minat ini muncul sebagai respon terhadap destinasi wisata yang menunjukkan keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang (Gustina et al., 2019). Pengunjung akan melakukan kunjungan ulang di masa mendatang sebagai respon langsung

terhadap perilaku selama kunjungan seseorang dalam jangka waktu tertentu. Minat berkunjung ulang pada pengunjung Sagara View tercermin karena antusiasme pengunjung untuk mengunjungi kembali destinasi ini setelah kunjungan pertama mereka. Fenomena ini didukung oleh kesan positif pengunjung selama atau setelah kunjungan. Pengunjung yang mendapatkan kesan yang positif dan menyenangkan cenderung memiliki keinginan untuk mengulangi kunjungan mereka.

Minat berkunjung ulang terbentuk dari pengalaman yang menyenangkan, kepuasan terhadap pelayanan dan fasilitas yang tersedia, serta keunikan destinasinya (Basori Niken Lembayung, 2022). Ketika pengunjung merasa puas dan mendapatkan kesan yang mendalam, mereka cenderung akan menjadikan destinasi tersebut sebagai pilihan untuk dapat dikunjungi kembali. Oleh karena itu, minat berkunjung ulang tidak hanya mencerminkan kualitas wisatawan tetapi juga merupakan sebuah indikator keberhasilan manajemen destinasi dalam menciptakan daya tarik dan menjaga kepuasan pengunjung. Untuk dapat menarik minat wisatawan berkunjung ulang ke obyek wisata, maka pihak pengelola harus bisa meningkatkan pelayanan serta sarana dan prasarana agar nantinya dapat memberikan kesan yang baik bagi wisatawan saat mengunjungi obyek wisata tersebut (Gustina et al., 2019). Minat berkunjung ulang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dan menentukan seberapa besar daya tarik sebuah destinasi wisata di mata pengunjung. Maka dari itu penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang. Untuk itu penulis

melakukan pra survey terhadap 30 responden yang sebelumnya pernah berkunjung dan berniat berkunjung ulang ke Sagara View Of Karangbolong.

**Tabel I- 1**  
**Hasil Pra Survey yang mempengaruhi Minat berkunjung Ulang**

No	Faktor yang Mempengaruhi	Jumlah Responden
1	<i>Servicescape</i>	9
2	Aksesibilitas	7
3	Kualitas Pelayanan	4
4	Harga	4
5	<i>Customer Experience</i>	6
Jumlah		30

*Hasil Mini Riset Sagara View Of Karangbolong, 2025*

Berdasarkan tabel I-1, dijelaskan bahwa hasil pra survey yang melibatkan 30 responden, terdapat 2 faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ulang Sagara View Of Karangbolong, diantaranya 9 responden menyatakan memiliki niat berkunjung kembali karena *Servicescape* atau lingkungan fisik dan estetika tempat. Selanjutnya 7 responden menyatakan memiliki niat berkunjung kembali disebabkan karena Aksesibilitas atau kemudahan wisatawan dalam mencapai lokasi wisata, seperti kondisi jalan menuju lokasi wisata.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang adalah *servicescape*. *Servicescape* merupakan lingkungan fisik destinasi yang dapat memberikan kesan mendalam bagi pelanggan, hal ini mencakup penataan ruang yang baik, desain yang menarik, unik, otentik, dan suasana yang menyegarkan (Kurniawan, 2024). Kondisi lingkungan fisik sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam lingkungan industri jasa. Kondisi lingkungan

fisik yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman dan dapat berdampak positif terhadap keinginan untuk kembalinya seseorang ke tempat tersebut dan berimbas pada pelanggan untuk berkunjung kembali ke tempat tersebut. Menurut Bitner & Gremler 2018 dalam (Shah & Handrito, 2022) mengemukakan bahwa *servicescape* mempunyai bentuk fisik yang dapat menunjang pelayanan dalam suatu fasilitas baik dari segi interior maupun eksterior. Terdapat tiga dimensi lingkungan dari *servicescape* yaitu: Kondisi lingkungan sekitar, Tata Letak dan Fungsi dalam Ruang serta adanya Petunjuk, Benda dan Simbol yang menjadi identitas tempat tersebut.

Konsep *servicescape* yang diterapkan di Sagara View menciptakan suasana yang mendukung kenyamanan dan kesenangan pengunjung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat berkunjung ulang. Konsep ini seperti tata letak area destinasi, kebersihan, serta pemandangan alam yang dipadukan dengan fasilitas yang nyaman berperan penting dalam membentuk persepsi pengunjung. *Servicescape* tidak hanya mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan wisatawan, tetapi juga menjadi persepsi kualitas layanan, memperkuat identitas destinasi, dan meningkatkan daya Tarik wisata. Variabel *servicescape* ini memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi minat berkunjung ulang seperti pada penelitian yang dilakukan Dzaqi Khoiruddin Lutfiy dan Apriyanti (2023) menyatakan bahwa *servicescape* berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang. Namun terdapat gap dalam penelitian yang dilakukan Wahyu Ramadhani dan Endang Sulistya (2020) dalam

penelitiannya menyatakan bahwa *servicescape* tidak berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang.

Selain *servicescape*, faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang adalah aksesibilitas. Aksesibilitas merupakan Salah satu aspek penting dalam mendukung pengembangan industri pariwisata, dimana pengembangan pariwisata tidak akan berjalan jika destinasi wisata tidak didukung oleh kemudahan akses menuju tempat wisata (A. A. Lestari, 2022). Dengan adanya aksesibilitas yang baik, dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan dan membuat suatu destinasi wisata lebih banyak di kunjungi. Menurut Rokhayah & Ana Noor Andriana, (2021) Aksesibilitas adalah sarana yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata baik itu dari kemudahan transportasi, informasi, maupun jalan menuju destinasi wisata. Aksesibilitas mencakup beberapa aspek seperti kondisi infrastruktur jalan, ketersediaan rute perjalanan yang jelas, kemudahan mendapatkan informasi perjalanan, serta fasilitas penunjang lainnya seperti shuttle bus dan area parkir. Semua elemen ini penting untuk menciptakan kesan perjalanan yang positif, serta mendorong wisatawan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain atau melakukan kunjungan ulang.

Aksesibilitas menuju Sagara View mengalami perbaikan yang signifikan dibandingkan kondisi sebelumnya, dimana akses jalan menuju destinasi banyak yang rusak dan kurang aman untuk dilalui. Namun, kini dengan adanya peningkatan infrastruktur jalan yang diperbarui membuat pengunjung dapat dengan mudah mencapai destinasi. Kemudian ketersediaan

lahan parkir yang cukup luas dan tersedianya fasilitas shuttle bus yang dapat membantu pengunjung mencapai tempat dengan aman, juga dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung selama berkunjung. Aksesibilitas yang terkelola dengan baik akan dapat memengaruhi tingkat kunjungan dan minat berkunjung ulang. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Anggia Ayu Lestari (2022), aksesibilitas terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Namun terdapat gap dalam penelitian yang dilakukan Dwie Sulistyono, Sanaji, dan Yessy Artanti (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara aksesibilitas dan niat berkunjung ulang wisatawan.

Kombinasi dari kedua faktor diatas dapat berkontribusi meningkatkan kepuasan pengunjung yang dimana pada akhirnya dapat mendorong minat untuk berkunjung kembali. Kotler & Keller (2016) dalam (Shah & Handrito, 2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu respon dari konsumen baik senang ataupun kecewa yang dihasilkan setelah konsumen mendapatkan perbandingan dari apa yang mereka harapkan dengan pelayanan yang mereka dapatkan. Dengan kata lain kepuasan pengunjung merupakan bentuk perasaan yang timbul dalam benak konsumen ketika membeli, merasakan atau menggunakan suatu produk atau jasa (Chotimah & Dian Wahyudi, 2019). Pengunjung yang merasa puas akan cenderung memiliki pengalaman yang positif, sehingga terdapat kemungkinan untuk melakukan pembelian atau kunjungan ulang dimasa depan. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat menjadi indikator bahwa fasilitas, dan pelayanan yang disediakan

perusahaan dapat memenuhi atau bahkan dapat melampaui harapan para pengunjung. Kepuasan wisatawan merupakan variabel mediasi penting yang menghubungkan kualitas komponen pariwisata dengan niat untuk berkunjung kembali, Foroudi et al (2018) dalam (Setiawan & Susilawati, 2025).

Sagara view menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, contohnya dari akses jalan yang baik menuju Sagara view dan tergolong mudah dijangkau untuk kendaraan pribadi maupun kendaraan umum, sagara view juga menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman seperti area duduk, toilet yang bersih, tempat bermain anak, beberapa spot foto yang menarik, dan masih banyak lagi. Kebersihan dan keamanan area wisata juga dijaga dengan baik untuk memastikan kenyamanan wisatawan selama berwisata. Selain itu keramahan dan kesigapan staf juga turut memberikan kontribusi dalam menciptakan kenyamanan serta kepuasan wisatawan selama berkunjung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Servicescape* Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Obyek Wisata Sagara View Of Karanbolong)”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Servicescape* berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung Sagara View Of Karangbolong?
2. Apakah Aksesibilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung Sagara View Of Karangbolong?
3. Apakah *Servicescape* berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang Sagara View Of Karangbolong?
4. Apakah Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang Sagara View Of Karangbolong?
5. Apakah Kepuasan Pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pengunjung Sagara View Of Karangbolong?
6. Apakah *Servicescape* berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang melalui Kepuasan Pengunjung Sagara View Of Karangbolong?
7. Apakah Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang melalui Kepuasan Pengunjung Sagara View Of Karangbolong?

### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini diperlukan agar penelitian ini lebih focus dan lebih mendalam. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian ini adalah wisatawan Sagara View Of Karangbolong minimal berusia 17 tahun dengan asumsi bahwa umur tersebut dapat memberikan jawaban yang objektif.
2. Responden penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke Sagara View Of Karangbolong minimal satu kali kunjungan.

3. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah pengaruh *servicescape*, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada pengunjung Sagara View Of Karangbolong. Guna menghindari meluasnya pembahasan pada penelitian ini, maka variabel ini dibatasi pada:

a. *Servicescape*

*Servicescape* merujuk pada lingkungan fisik yang sengaja dibuat atau diciptakan sebagai dukungan layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumennya, Lovelock et al. (2011) dalam (Pipit Mulyah et al., 2020). Adapun indikator dari *servicescape* menurut Putri et al., (2018) yaitu antara lain:

- 1) *Ambient condition* (kondisi sekitar).
- 2) *Spatial layout and functionality* (Tata Ruang dan Fungsi)
- 3) *Sign, symbol, and artifact* (Tanda, Simbol, dan Artefak).

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu penunjang dalam pengembangan pariwisata, dimana suatu objek wisata harus mudah dicapai dan mudah ditemukan, karena semakin mudahnya akses menuju objek wisata, maka semakin memberikan rasa aman dan nyaman kepada wisatawan dalam perjalanannya menuju ke objek wisata (Hapsara & Ahmadi, 2022). Indikator aksesibilitas menurut Soekadijo dalam Hidayat et al., (2017) adalah sebagai berikut:

- 1) Akses Informasi

2) Akses Kondisi Jalan menuju Objek Wisata

3) Tempat Akhir Perjalanan

c. Minat berkunjung ulang

Niat berkunjung kembali (*revisit intention*) yaitu penilaian pengunjung tentang kesediaan untuk meninjau kembali tujuan yang sama atau kesediaan untuk merekomendasikan tempat tujuan kepada orang lain (Suparni, 2018). Indikator dalam mengukur minat berkunjung ulang yang diungkapkan oleh Chung-Hslen Lin (2012) dalam (Japarianto, 2019), adalah sebagai berikut:

1) *Intention To Recommend* (Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain).

2) *Intention To Revisit* (Keinginan untuk kembali berkunjung).

d. Kepuasan Pengunjung

Menurut Philip Kotler dalam (Sopyan, 2015) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang dihiparkannya. Jika produk dapat memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan maka akan tercipta rasa puas begitupun sebaliknya. Indikator kepuasan menurut Quintal dan Polczynski (2012) dalam (Fila Miftahul Mufidah, 2020) adalah sebagai berikut:

1) Sesuai dengan ekspektasi.

2) Puas terhadap kunjungan.

3) Menikmati kunjungan

- 4) Kunjungan ini adalah pengalaman yang baik.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Terkait dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Servicscape* terhadap Kepuasan Pengunjung Sagara View Of Karangbolong.
2. Untuk mengetahui pengaruh Aksesibilitas terhadap Kepuasan Pengunjung Sagara View Of Karangbolong.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Servicscape* terhadap Minat Berkunjung Ulang Sagara View Of Karangbolong.
4. Untuk mengetahui pengaruh Aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang sagara view of karangbolong.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap Minat Berkunjung Ulang Sagara View Of Karangbolong.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Servicscape* terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung Sagara View Of Karangbolong.
7. Untuk mengetahui pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung Sagara View Of Karangbolong.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai salah satu dasar pertimbangan untuk mengambil langkah atau gambaran tentang pentingnya faktor *servicscape* dan aksesibilitas dengan

kepuasan pengunjung sebagai intervening terhadap minat berkunjung ulang sagara view of karangbolong. Kemudian temuan dari penelitian ini dapat menggambarkan sejauh mana pertumbuhan kunjungan telah terjadi, dan dapat dijadikan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian dibidang pemasaran.
2. Bagi akademik dapat menjadi referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

