

**MODEL KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI FAKTOR PENGUNGKIT
KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA PENYEDIA JASA LINGKUNGAN
WISATA ALAM UNTUK MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN ULANG:
DASAR PENGEMBANGAN KEBIJAKAN PUBLIK DI SEKTOR PARIWISATA**

Oleh

RAHAYU SULISTIOWATI

DISERTASI



**PROGRAM STRATA 3
PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU LINGKUNGAN
PASCASARJANA UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

**MODEL KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI FAKTOR
PENGUNGKIT KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA PENYEDIA JASA
LINGKUNGAN WISATA ALAM UNTUK MENINGKATKAN MINAT
KUNJUNGAN ULANG: DASAR PENGEMBANGAN KEBIJAKAN
PUBLIK DI SEKTOR PARIWISATA**

Oleh

RAHAYU SULISTIOWATI

DISERTASI

**sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
DOKTOR ILMU LINGKUNGAN**

pada

**Program Studi Doktor Ilmu Lingkungan
Pascasarjana Multidisiplin Universitas Lampung**



**PROGRAM STRATA 3
PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU LINGKUNGAN
PASCASARJANA UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

MODEL KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI FAKTOR PENGUNGKIT KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA PENYEDIA JASA LINGKUNGAN WISATA ALAM UNTUK MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN ULANG: DASAR PENGEMBANGAN KEBIJAKAN PUBLIK DI SEKTOR PARIWISATA

Oleh

RAHAYU SULISTIOWATI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat kunjungan ulang ke destinasi ekowisata darat dan laut di Provinsi Lampung. Pariwisata merupakan aset penting bagi ekonomi dan budaya lokal, namun pandemi COVID-19 sempat berdampak signifikan terhadap infrastruktur pariwisata. Saat ini, sektor tersebut mulai mengalami pemulihan. Penelitian ini menggunakan Model Persamaan Struktural Mediasi (MSEM), menguji pengaruh daya tarik fisik, kualitas layanan, keramahtamahan, dan kepuasan pengunjung terhadap niat berkunjung kembali. Data diperoleh melalui survei di sejumlah destinasi unggulan dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS SEM. Hasil menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang (REVST). Kualitas layanan (SQUAL) berkontribusi positif secara langsung dengan pengaruh sebesar 0.283 satu satuan, sementara kepuasan pengunjung (SATISF) menunjukkan pengaruh terbesar 0.479 satu satuan. Sebaliknya, daya tarik objek wisata (ATRC) dan keramahtamahan (HOSPT) tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat kunjungan ulang. Secara tidak langsung melalui mediasi variabel SATISF yang berpengaruh signifikan terhadap REVST adalah SQUAL sebesar 0.257 dan HOSPT sebesar 0.167 satu satuan. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas layanan dan keramahtamahan sebagai strategi utama dalam kebijakan pengembangan pariwisata. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur pariwisata serta menawarkan rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan sektor pariwisata di Provinsi Lampung. Upaya ini penting guna mempertahankan posisi kompetitif destinasi Lampung sekaligus mendukung pemulihan sektor pariwisata secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Bahari-Terestris, Hospitality, Kualitas layanan, Model Persamaan Struktural Mediasi (MSEM), Rekomendasi kebijakan.

ABSTRACT

VISITOR SATISFACTION MODEL AS A LEVERAGING FACTOR OF HUMAN RESOURCES PERFORMANCE OF NATURAL TOURISM ENVIRONMENTAL SERVICE PROVIDERS TO IMPROVE REVISIT INTEREST: BASIS FOR PUBLIC POLICY DEVELOPMENT IN THE TOURISM SECTOR

By

RAHAYU SULISTIOWATI

This study aims to analyze the factors influencing revisit intention to marine and terrestrial ecotourism destinations in Lampung Province. Tourism is a vital asset for the local economy and culture; however, the COVID-19 pandemic significantly impacted tourism infrastructure. Currently, the sector is gradually recovering. This research employs the Mediated Structural Equation Modeling (MSEM) approach to examine the effects of physical attraction, service quality, hospitality, and visitor satisfaction on revisit intention. Data were collected through surveys conducted at several leading destinations and analyzed using SmartPLS SEM software. The results reveal that visitor satisfaction and service quality have a significant positive influence on revisit intention (REVST). Service quality (SQUAL) contributes directly with an effect size of 0.283, while visitor satisfaction (SATISF) shows the strongest direct effect at 0.479. In contrast, physical attraction (ATRC) and hospitality (HOSPT) do not have a significant direct impact on revisit intention. Indirectly, through the mediating variable SATISF, both SQUAL and HOSPT significantly influence REVST, with effect sizes of 0.257 and 0.167, respectively. These findings underscore the importance of enhancing service quality and hospitality as key strategies in tourism development policy. This study contributes to the tourism literature and offers policy recommendations to improve the competitiveness and sustainability of the tourism sector in Lampung Province. These efforts are crucial for maintaining Lampung's destination competitiveness and supporting the sustainable recovery of the tourism sector.

Keywords: *Marine-Terrestrial, Hospitality, Service Quality, Mediated Structural Equation Modeling (MSEM), Policy Recommendation.*

Judul Disertasi : **MODEL KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI
FAKTOR PENGUNGKIT KINERJA SUMBER
DAYA MANUSIA PENYEDIA JASA LINGKUNGAN
WISATA ALAM UNTUK MENINGKATKAN
MINAT KUNJUNGAN ULANG: DASAR
PENGEMBANGAN KEBIJAKAN PUBLIK
DI SEKTOR PARIWISATA**

Nama Mahasiswa : **Rahayu Sulistiowati**

Nomor Pokok Mahasiswa: 2030011007

Jurusan : Doktor Ilmu Lingkungan

Fakultas : Pascasarjana Multidisiplin

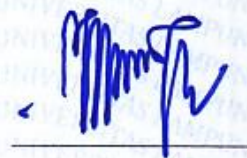
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Prof. Dr. Yulianto, M.Si.
NIP. 196107041988031005

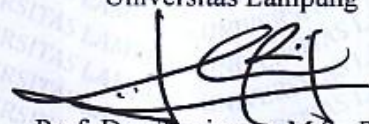


Prof. Dr. Ir. Samsul Bakri, M.Si
NIP. 196105051987031002



Dr. Maulana Mukhlis, S.Sos., M.IP.
NIP. 197804302008121001

**2. Ketua Program Studi Doktor Ilmu Lingkungan
Universitas Lampung**



Prof. Drs. Tugiyono, M.S., Ph. D
NIP. 196411191990031001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Promotor : Prof. Dr. Yulianto, M.Si.

Co-Promotor 1 : Prof. Dr. Ir. Samsul Bakri, M.Si

Co-Promotor 2 : Dr. Maulana Mukhlis, S.Sos., M.I.P.

Penguji Internal : Hari Kaskoyo, S.Hut., M.P, P.h.D.

Penguji Internal : Dr. Candra Perbawati, S.H., M.H.

Penguji Eksternal : Dr. Ir. Hamartoni Ahadis, M.Si.



2. Direktur Pascasarjana Universitas Lampung

Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP.196403261989021001

Tanggal Lulus Ujian Disertasi: 11 Juli 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Disertasi dengan judul : **“MODEL KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI FAKTOR PENGUNGKIT KINERJA SUMBER DAYA MANUSIA PENYEDIA JASA LINGKUNGAN WISATA ALAM UNTUK MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN ULANG: DASAR PENGEMBANGAN KEBIJAKAN PUBLIK DI SEKTOR PARIWISATA”** adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarism.
2. Hak intelektual atas karya ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidak benaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya, saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 11 Juli 2025
Yang membuat pernyataan,



RAHAYU SULISTIOWATI
NPM 2030011007

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Rahayu Sulistiowati, dilahirkan di Jembangan tanggal 22 Januari 1971, merupakan anak bungsu dari dua bersaudara pasangan dari Bapak Saparun (alm) dan ibu Hj. Wagiyem (almh). Penulis menikah dengan Anjas Moyo, SE dan dianugerahi dua orang anak yaitu Alif Caesario Anjas Utama, S,Ikom dan Ihsan Maulana Ghifari Anjas.

Adapun untuk riwayat pendidikan formal yang pernah peneliti tempuh dengan beberapa jenjang, yakni:

1. Pendidikan Sekolah Dasar di SDN Kutoarjo Gedong Tataan lulus tahun 1983
2. Pendidikan Menengah Pertama di SMPN 1 Gadingrejo lulus tahun 1986.
3. Pendidikan Menengah Atas di SMAN 1 Pringsewu lulus tahun 1989.
4. Pendidikan Sarjana diselesaikan pada tahun 1993 di Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung.
5. Pendidikan Magister diselesaikan pada tahun 2003 di Jurusan Ilmu Sosial Bidang Kajian Utama Ilmu Administrasi Universitas Padjadjaran Bandung.
6. Pendidikan Doktor dimulai pada tahun 2020 di Pogram Doktor Ilmu Lingkungan Universitas Lampung.

Sejak tahun 1995 penulis bertugas sebagai dosen tetap Jurusan Ilmu Pemerintahan Unila, dan pada tahun 1999 ketika dibuka Jurusan Administrasi Negara FISIP Universitas Lampung, penulis menjadi dosen di jurusan tersebut hingga saat ini. Penulis pernah menjadi ketua Jurusan Administrasi Negara Fisip Unila dari tahun 2007 hingga 2012. Selama menjadi dosen di juurusan Administrasi Negara, penulis menerbitkan 4 buah berISBN yaitu : Statistik Gender dan Analisis Kota Bandar Lampung tahun 2000); Kebijakan Desentralisasi& Otonomi Daerah tahun 2010;

Azas-Azas Manajemen tahun 2015; Teori Organisasi tahun 2017; Pendidikan Tanpa kekerasan tahun 2018; Teori dan issue Pembangunan tahun 2021; Profil Gender dan perlindungan Anak Provinsi Lampung tahun 2022 dan tahun 2024; Pengembangan Organisasi tahun 2022. Saat ini sedang menunggu penerbitan buku Perilaku Organisasi. Penulis juga aktif menjadi pengurus DPD *Indonesian Association for Public Administration* (IAPA) Provinsi Lampung masa bakti 2025 – 2028. Penulis juga aktif berkegiatan di Forum Komunikasi Partisipasi Publik untuk Kesejahteraan Perempuan dan Anak (FORKOM PUSPA) Provinsi Lampung sebagai bendahara umum untuk masa bakti 2023 – 2026.

MOTTO

“Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Aku perkenankan bagimu (apa yang kamu harapkan)”
(Surah Ghafir:60)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(Surah Al – Insyirah:5-6)

"Ilmu lingkungan memberikan dasar ilmiah untuk memahami dan menjaga keseimbangan ekosistem, sementara kebijakan publik yang etis menjadi instrumen strategis untuk menerjemahkan pengetahuan tersebut ke dalam tindakan nyata yang melindungi kepentingan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan."
(Penulis)

"Pelayanan yang memuaskan hari ini adalah investasi untuk kunjungan ulang karena ketika pengunjung puas, penyedia jasa berkembang, kebijakan publik menemukan pijakan nyata yang berarti kebijakan publik berpihak pada masa depan pariwisata”
(Penulis)

Bukan hanya pada hasil, tapi bersyukur juga atas semua proses, dan hasil terbaik datang dari suatu proses yang tulus
(Anonim)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Hirobbil Alamin,

Puji Syukur kehadiran Allah SWT Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan untuk segala urusan serta memberikan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat mempersembahkan tulisan ini sebagai tanda terimakasih dan kasih sayang kepada:

Keluarga

Ayahanda Bapak Saparun (alm) dan Ibunda Hj Wagiyem (Almh)
yang tak sempat melihat kelulusanku
Anak-anak ku yang tercinta Mas Tama dan Mas Ihsan serta Pak Suami
Mbakyuku tersayang Dra. Endah Sulistiani beserta keluarga, anak cucu

Para dosen dan civitas akademika

Yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat untuk menyelesaikan studi

Almamaterku

Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan disertasi dengan judul “***Model Kepuasan Pengunjung sebagai Faktor Pengungkit Kinerja Sumber Daya Manusia Penyedia Jasa Lingkungan Wisata Alam untuk Meningkatkan Minat Kunjungan Ulang: Dasar Pengembangan Kebijakan Publik di Sektor Pariwisata***” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Doktor Ilmu Lingkungan di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa disertasi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada.

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A.IPM, ASEAN Eng, selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Candra Perbawati, S.H., M.H., selaku Wakil Direktur Pascasarjana Bidang Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni Universitas Lampung sekaligus penguji internal 2 yang memberikan saran, arn masukan yang bersifat membangun untuk perbaikan disertasi ini.
4. Bapak Dr. Fitra Dharma, S.E., M.Si. selaku Wakil Direktur Pascasarjana Bidang Umum Universitas Lampung
5. Bapak Prof. Drs. Tugiyono, M.S., Ph. D., selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Lingkungan Pascasarjana Multidisiplin Universitas Lampung yang telah memberikan masukan, saran dan kritik atas penyempurnaan penulisan Disertasi.
6. Bapak Prof. Dr. Yulianto, M.S., selaku Promotor utama penulis atas segala bimbingan, arahan, kesabaran, dan dukungan yang telah Bapak berikan selama proses penulisan disertasi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan usia, ketenangan hati, dan keberhasilan dalam setiap

langkah Bapak/Ibu, baik dalam kehidupan pribadi maupun pengabdian ilmiah dan pendidikan. Semoga ilmu dan kebaikan yang telah Bapak/Ibu berikan menjadi amal jariyah yang tak terputus. Aamiin.

7. Bapak Prof. Dr. Ir. Samsul Bakri, M.Si., selaku Co-Promotor 1 yang telah memberikan arahan, nasihat, dukungan, serta motivasi dalam penyusunan penulisan disertasi ini. Dedikasi dan keteladanan Bapak dalam mendampingi saya melalui setiap tahapan riset telah menjadi penuntun yang sangat berarti dalam perjalanan penyelesaian disertasi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan usia, ketenangan hati, dan keberhasilan dalam setiap langkah Bapak baik dalam kehidupan pribadi maupun pengabdian ilmiah dan pendidikan. Semoga ilmu dan kebaikan yang telah Bapak berikan menjadi amal jariyah yang tak terputus. Aamiin.
8. Bapak Dr. Maulana Mukhlis, S.Sos., M.IP., selaku Co-Promotor 2 yang telah memberikan arahan, nasihat, dukungan, serta motivasi dalam penulisan disertasi ini. Terimakasih untuk sharing tentang pengalaman menulis disertasi Bapak dan arahan untuk penulisan disertasi ini agar menjadi lebih baik. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan usia, ketenangan hati, dan keberhasilan dalam setiap langkah Bapak baik dalam kehidupan pribadi maupun pengabdian ilmiah dan pendidikan. Semoga ilmu dan kebaikan yang telah Bapak berikan menjadi amal jariyah yang tak terputus. Semoga segera menjadi Profesor ya pak..Aamiin.
9. Bapak Hari Kaskoyo, S.Hut., M.P, P.h.D, selaku penguji 1 yang memberikan arahan, masukan, saran yang bersifat membangun untuk lebih memperbaiki disertasi ini. Semoga Bapak selalu sehat dan sukses, Aamiin.
10. Bapak Dr. Ir. Hamartoni Ahadis, M.Si., selaku penguji Eksternal yang memberikan arahan, masukan, saran yang bersifat membangun untuk lebih memperbaiki disertasi ini. Semoga Bapak selalu sehat dan makin sukses memimpin Kabupaten Lampung Utara menjadi makin maju lagi, Aamiin
11. Seluruh dosen Program Doktor Ilmu Lingkungan Unila atas ilmu pengetahuan yang diberikan selama penulis menempuh dan menyelesaikan pendidikan ini. Semoga ilmu dan kebaikan yang telah Bapak/Ibu berikan menjadi amal jariyah yang tak terputus. Aamiin.

12. Ketua Jurusan Administrasi Negara dan seluruh teman sejawat di jurusan atas segala doa dan dukungannya. Terimakasih sudah menjadi keluarga dan rumah kedua yang nyaman untuk warganya.
13. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Doktor Ilmu Lingkungan 2020, kita bisa lulus teman-teman. Semangat....., Juga kakak tingkat dan adik tingkat mahasiswa DIL Unila terimakasih untuk saling mensupport.
14. Seluruh staf pada Program Doktor Ilmu Lingkungan dan Program Pascasarjana Universitas Lampung atas arahan, bantuan, dan segala macam keperluan penulis selama menjalani perkuliahan hingga wisuda penulis.
15. Serta semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian disertasi ini

Akhir kata semoga segala kebaikan dan bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan disertasi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis akan menerima saran dan kritik yang bersifat membangun agar disertasi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Bandar Lampung, Juli 2025
Rahayu Sulistiowati

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL DISERTASI	i
ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR SINGKATAN	xxi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	15
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	16
1.5. Hipotesis.....	16
1.6. Urgensi Penelitian.....	18
1.7. Kebaruan (<i>Novelty</i>)	21
II. TINJAUAN PUSTAKA	31
2.1. Landasan <i>State of the Art</i>	31

2.2. Sektor Wisata sebagai Motor Penggerak Kesejahteraan	33
2.2.1. Pariwisata Bahari	33
2.2.2. Pariwisata Terrestrial.....	36
2.2.3. Ekowisata.....	37
2.3. Minat Kunjungan Ulang sebagai Indikator Kelayakan Pembangunan	
Sektor Wisata.....	40
2.3.1. Indikator Minat Kunjungan Ulang	41
2.3.2. Aspek Minat Kunjungan Ulang	42
2.4. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang	43
2.5. Regim Kepemilikan Sumberdaya	48
2.5.1. Definisi <i>Common Pool Resources</i> (CPR)	48
2.5.2. Karakteristik CPR.....	49
2.5.3. Tantangan Pengelolaan CPR.....	50
2.5.4. Lingkungan Sebagai CPR	50
2.6. Pemanfaatan Jasa Lingkungan untuk Wisata Alam.....	50
2.6.1. Konsep Jasa Lingkungan	50
2.6.2. Wisata Alam sebagai Jasa Lingkungan.....	51
2.6.3. Dampak Pemanfaatan Jasa Lingkungan untuk Wisata Alam	51
2.6.4. Prinsip Wisata Alam Berkelanjutan	52
2.7. Tata Kelola dan Pengembangan Jasa Wisata Alam.....	52
2.8. Kebijakan Publik	54
2.9. Kebijakan Ekowisata	57
2.10. <i>Structural Equation Model</i> (Sem)	60
2.10.1. <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	65
2.11. Aplikasi Hasil Pemodelan untuk Alat Bantu Pengembangan Kebijakan	
Publik di Sektor Wisata	68
2.12. Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata	69
2.12.1. Pembagian Wewenang Pemerintah dalam Pengembangan	
Pariwisata	69
2.12.2. Regulasi dalam Pengembangan Wisata Alam Nasional	70
2.12.3. Regulasi dalam Pengembangan Wisata Alam Lampung	71
III. METODE PENELITIAN.....	73

3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	73
3.1.1. Waktu	73
3.1.2. Lokasi Penelitian.....	73
3.2. Alat dan Bahan	74
3.3. Model Penelitian yang Digunakan.....	74
3.4. Populasi dan Sampel	77
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	78
3.6. Teknik Pengumpulan Data	84
3.7. Analisis Data dan Uji Hipotesis	85
3.7.1. Teknik Pengolahan Data	85
3.7.2. Teknik Analisis Data.....	86
3.8. Keterbatasan Penelitian	90
3.9. Indikator Capaian Terukur	91
 IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	 92
4.1. Gambaran Lokasi Objek Wisata	92
4.1.1. Taman Nasional Way Kambas (TNWK)	92
4.1.2. Danau Ranau	94
4.1.3. Teluk Kiluan.....	95
4.1.4. Pantai Tanjung Setia	97
4.1.5. Pulau Pahawang.....	99
4.2. Data Wisatawan	102
4.2.1. Usia Wisatawan	102
4.2.2. Asal Wisatawan	103
4.2.3. Tingkat Pendidikan Wisatawan	106
4.2.4. Pekerjaan Wisatawan	107
4.2.5. Pendapatan Wisatawan	109
4.2.6. Tujuan Kunjungan Wisatawan	111
4.2.7. Sumber Informasi Wisata.....	113
4.3. Deskripsi Data Statistik	117
4.4. Evaluasi Model Pengukuran (Inner Model)	119
4.4.1. Uji Validitas	119

4.4.1.1. <i>Outer Loading</i>	119
4.4.1.2. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	121
4.4.2. Uji Reliabilitas	123
4.4.2.1. <i>Composite Reliability (CR)</i>	123
4.4.2.2. <i>Cronbachs Alpha (CA)</i>	124
4.5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	126
4.5.1. Uji Multi Kolinearitas	126
4.5.2. Evaluasi R ² (R Square)	128
4.5.3. Evaluasi F ² (F-Square)	129
4.5.4. Evaluasi Model Fit	130
4.6. Evaluasi Hipotesis	131
4.6.1. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	132
4.6.2. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	143
4.6.3. Pengaruh/Efek Total (<i>Total Effect</i>)	149
4.7. Variabel Pengembangan Wisata Alam di Lampung	155
4.8. Analisis Kebijakan Pengembangan Ekowisata	159
V. KESIMPULAN DAN SARAN	172
5.1. Kesimpulan	172
5.2. Saran	174
DAFTAR PUSTAKA	177

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia per Bulan, 2023 dan 2024	4
2. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang), 2017-2022.....	4
3. Jumlah Kunjungan Wisatawan, Rata-rata Lama berkunjung dan Rata-rata Pengeluaran dari Tahun 2019 d 2023.....	6
4. Perkembangan Jumlah Wisatawan Provinsi Lampung Tahun 2015-2020.....	6
5. Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Prov Lampung 2019- 2023	8
6. Negara dilaksanakannya penelitian wisata analisis VOSviewer	27
7. Disertasi tentang Wisata	28
8. Butir Pernyataan untuk Variabel Daya Tarik Objek Wisata [ATRC]	76
9. Butir Pernyataan untuk Kualitas Pelayanan [SQUAL]	77
10. Butir Pernyataan untuk Variabel Keramahan/Hospitality [HOSPT]	77
11. Butir Pernyataan untuk Variabel Kepuasan Pengunjung [SATISF].....	77
12. Butir Pernyataan untuk Variabel Minat Kunjungan Ulang [REVST]	77
13. Definisi Operasional.....	79
14. Alternatif Jawaban Responden	84
15. Statistik Deskriptif Distribusi Jawaban Responden tiap Indikator	117
16. Nilai Outer Loading	120
17. Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	121
18. Nilai <i>Composite Reliability</i> (CR).....	123
19. Nilai <i>Cronbachs Alpha</i> (CA).....	125
20. Nilai VIF.....	125
21. Nilai R-square	128
22. Nilai F-square	129

23. Model Fit Penelitian.....	130
24. Hipotesis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	132
25. Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	143
26. Hipotesis Efek Total	149
27. Efek Total	152
28. Perbandingan Pengaruh Variabel Mediasi	154
29. Model Kebijakan Pengembangan Wisata Alam	166

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data kunjungan wisatawan mancanegara dari Sept 2021 hingga Sept 2022.....	3
2. <i>Network Visualization</i>	22
3. <i>Overlay Visualization</i>	23
4. <i>Density Visualization</i>	24
5. Klasifikasi barang atau sumberdaya berdasarkan regim kepemilikannya.	49
6. Peta Lokasi Penelitian.....	74
7. Algoritma Model SEM yang Diuji	75
8. Padang Savana TNWK	92
9. Danau Ranau	94
10. Teluk Kiluan (a) Pintu Masuk (b) Pemandangan Teluk Kiluan (c) Laguna Gayau Teluk Kiluan.	95
11. Pantai Tanjung Setia	98
12. (a) Penginapan di Pulau Pahawang (b) Wisata Bawah Laut Pulau Pahawang.	100
13. Grafik Usia Wisatawan	102
14. Asal Wisatawan (a)TNWK; (b) Danau Ranau; (c) Teluk Kiluan; (d) Pantai Tanjung Setia dan (e) Pulau Pahawang.	103
15. Pendidikan Wisatawan.....	106
16. Pekerjaan Wisatawan.....	107
17. Pendapatan Wisatawan	109
18. Tujuan Kunjungan Wisata.....	111
19. Sumber Informasi Wisata.....	113
20. <i>Outer Loading</i>	119
21. Model SEM Final	132

DAFTAR SINGKATAN

1	ATRC	: <i>Attraction/ Daya Tarik Objek Wisata</i>
2	SQUAL	<i>Service Quality / Kualitas Layanan Wisata</i>
3	HOSPT	<i>Hospitality / Keramahtamahan</i>
4	SATISF	<i>Satisfaction / Kepuasan Pengunjung wisata</i>
5	REVST	<i>Revisit Intention / Minat Kunjungan Ulang Wisata</i>
6	TNWK	<i>Taman Nasional Way Kambas</i>
7	SEM	<i>Structural Equation Modeling</i>
8	PLS	<i>Partial Least Square</i>

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

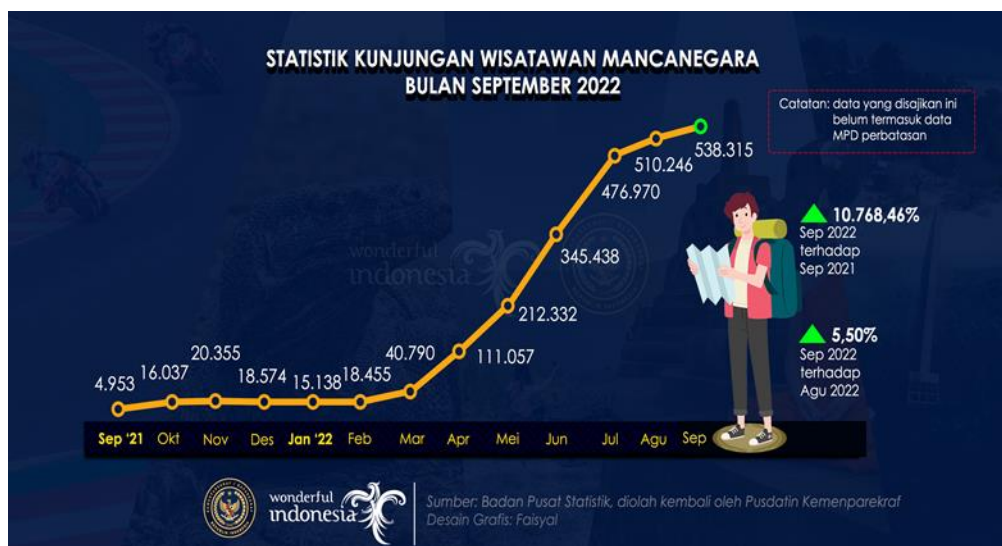
Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam, yang menjadikannya memiliki potensi besar di berbagai wilayah untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata. Berdasarkan *Natural Beauty Report* yang dirilis oleh Money.co.uk pada tahun 2022, Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan keindahan alam tertinggi di dunia, dengan skor 7,7 dari 10. Skor ini lebih tinggi dibandingkan beberapa negara lain seperti Selandia Baru (7,2), Kolombia (7,72), Tanzania (6,98), Meksiko (6,96), Kenya (6,7), India (5,54), dan Prancis (6,5). Indikator penentu peringkat destinasi wisata didasarkan pada berbagai faktor, termasuk kekayaan alam, budaya, prioritas kebijakan pemerintah yang mendukung pariwisata, dan daya saing harga. Indonesia memiliki keunggulan pada aspek kekayaan dan budaya.

Potensi pariwisata yang luar biasa dimiliki Indonesia, termasuk keindahan alam yang beragam dan kekayaan budaya yang beragam. Keunggulan Indonesia dalam aspek alam ini didukung oleh keberadaan sekitar 17.000 pulau, garis pantai sepanjang 50.000 kilometer, sejumlah situs warisan dunia, lebih dari 50.000 kilometer persegi kawasan terumbu karang yang kaya biodiversitas, serta bentang hutan tropis di wilayah Sumatera dan Kalimantan yang menjadi daya tarik wisata alam. *World Economic Forum* (WEF) telah memberikan wawasan tentang peringkat tujuan wisata Indonesia melalui *Travel and Tourism Development Index* (TTDI). Indeks ini mencerminkan posisi kompetitif Indonesia di pasar pariwisata global. Pada tahun 2021, Indonesia meningkatkan peringkat TTDI menjadi ke-32, dari ke 44 pada tahun 2019, ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam daya saing pariwisata (Maulana et al., 2022).

Meskipun Indonesia memiliki potensi destinasi wisata yang tersebar hampir di seluruh wilayah, daya saing pariwisatanya secara global masih tergolong rendah. Hal ini ditunjukkan dalam laporan *World Economic Forum (WEF)* tahun 2022 berjudul *The Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future*, di mana Indonesia menempati peringkat ke-32 dari 117 negara. Skor yang diperoleh Indonesia adalah 4,4 dari skala penilaian 1 hingga 7, dengan 1 menunjukkan performa terburuk dan 7 terbaik. Penilaian ini mencakup berbagai indikator, seperti kesehatan dan kebersihan, keselamatan dan keamanan, keberlanjutan lingkungan, serta infrastruktur layanan wisatawan. Di kawasan Asia Tenggara, posisi Indonesia masih berada di bawah Singapura yang meraih skor tertinggi, namun sedikit unggul dibandingkan Thailand dan Malaysia.

Aktivitas wisata merupakan aktivitas produktif di sektor perekonomian wisata, sehingga sektor ini memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Pariwisata dapat meningkatkan pendapatan devisa, menciptakan lapangan kerja, merangsang pertumbuhan industri pariwisata, dan mendorong berbagai sektor ekonomi lainnya. Oleh karena itu, kebijakan publik yang berorientasi pada pengembangan *common pool resources*/sumberdaya bersama dalam sektor wisata menjadi krusial untuk memastikan keberlanjutan serta peningkatan daya tarik wisata. Sektor pariwisata memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan devisa negara, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan industri terkait, sehingga secara keseluruhan berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, pariwisata menjadi salah satu instrumen strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui pengembangan destinasi wisata, masyarakat lokal memiliki peluang kerja di berbagai bidang seperti perhotelan, kuliner, dan jasa transportasi, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan mereka. Tidak hanya itu, pariwisata juga menjadi sumber pendapatan negara melalui pungutan pajak dan belanja wisatawan mancanegara. Dana yang diperoleh dapat dialokasikan untuk pembangunan infrastruktur dan layanan publik, seperti peningkatan akses jalan, fasilitas pendidikan, dan layanan kesehatan. Dengan demikian, sektor pariwisata turut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan.

Pada awal tahun 2020, dunia mengalami bencana pandemi COVID-19 di mana hal tersebut juga memberikan dampak negatif bagi beberapa sektor, tak terkecuali sektor pariwisata. Keterpurukan sektor pariwisata menyangkut penurunan jumlah kunjungan wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara telah menurun secara tajam jika dibandingkan tahun 2019. Seiring penanganan pandemic covid yang sudah berhasil, perlahan-lahan aktivitas pariwisata mulai bangkit. Kebangkitan pariwisata di Indonesia ditandai dengan hadirnya kembali wisatawan mancanegara di Indonesia sejak tahun 2022 yang dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Sumber: Pusdatin Kemenparekraf 2022.

Gambar 1. Data kunjungan wisatawan mancanegara dari Sept 2021 hingga Sept 2022

Sejak pandemi COVID-19, peningkatan tertinggi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terjadi di tahun 2023. Kunjungan wisatawan mancanegara meningkat tajam dengan jumlah kunjungan lebih dari dua kali lipat dibandingkan dengan tahun 2022, dari 5,89 juta kunjungan menjadi 11,68 juta kunjungan. Adapun total kunjungan wisatawan mancanegara sampai dengan akhir tahun 2024 semakin mendekati angka sebelum pandemi, dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 13.902.420. Nilai tersebut naik 19,05 persen dibandingkan dengan tahun 2023. Secara terperinci disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia per Bulan, 2023 dan 2024

Bulan	Pengunjung 2023	Persentase 2023 (%)	Pengunjung 2024	Persentase 2024 (%)	% Perubahan
Januari	798.469	6,84	927.746	6,67	16,19
Februari	749.436	6,42	1.062.149	7,64	41,73
Maret	869.244	7,44	1.041.861	7,49	19,86
April	865.811	7,41	1.066.958	7,67	23,23
Mei	953.714	8,17	1.145.499	8,24	20,11
Juni	1.062.791	9,10	1.197.941	8,62	12,72
Juli	1.121.189	9,60	1.310.756	9,43	16,91
Agustus	1.132.638	9,70	1.339.946	9,64	18,30
September	1.070.245	9,16	1.279.258	9,20	19,53
Oktober	978.519	8,38	1.193.867	8,59	22,01
November	931.227	7,97	1.092.067	7,86	17,27
Desember	1.144.542	9,80	1.244.372	8,95	8,72
Jan-Des	11.677.825	100,00	13.902.420	100,00	19,05 (rata-rata)

Sumber: Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2024, vol 16 (2025).

Sementara itu data kunjungan wisatawan nusantara dari tahun 2017 hingga 2023 dapat dilihat melalui Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang), 2017-2023

Tahun	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang)
2017	270.822.003
2018	303.403.888
2019	282.925.854
2020	524.570.000
2021	603.200.000
2022	734.860.000
2023	741.000.000

Sumber : Badan Pusat Statistik (2024).

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan nusantara pada tahun 2019 mengalami penurunan, tetapi kemudian seiring dengan membaiknya penanganan covid, jumlah perjalanan wisatawan nusantara mengalami peningkatan pada tahun 2020 hingga tahun 2023 dan jumlah perjalanan wisatawan nusantara terus meningkat.

Sektor pariwisata merupakan aset penting bagi banyak negara dan komunitas lokal di seluruh dunia. Menurut Waever dan Lawton, (2014) keberhasilan suatu

destinasi wisata sering diukur berdasarkan jumlah pengunjung yang datang setiap tahunnya. Jumlah pengunjung tidak hanya mencerminkan popularitas suatu destinasi wisata, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada ekonomi lokal, lingkungan, dan budaya masyarakat setempat. Pertumbuhan jumlah pengunjung biasanya dianggap sebagai indikator positif dari popularitas destinasi wisata. Dengan mempertimbangkan pertumbuhan jumlah pengunjung pengelola destinasi perlu mengembangkan strategi untuk mengelola lonjakan pengunjung secara efektif, termasuk dalam hal infrastruktur, pengelolaan lingkungan, promosi, dan pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana jumlah pengunjung dapat memengaruhi perkembangan pariwisata.

Provinsi Lampung saat ini sedang berbenah untuk mengembangkan sektor pariwisata, sektor ini sangat terpuruk karena pandemic covid 19 dan perlahan mulai bangkit dengan berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan pengelola tempat wisata. Berbicara tentang pariwisata yang ada di Lampung tentu saja identik dengan wisata alam karena ini adalah jenis wisata yang paling banyak dan paling murah karena sudah disediakan oleh alam, contoh pantai dan danau yang indah dan asri, hutan yang hijau, udara yang bersih dan lain-lain. Meskipun Provinsi Lampung belum termasuk dalam daftar 10 Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP) nasional, wilayah ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan, baik di tingkat regional Sumatera, nasional, maupun internasional. Hal ini tidak terlepas dari posisi geostrategis Lampung yang memberikan keuntungan kompetitif, serta meningkatnya konektivitas transportasi darat, laut, dan udara menuju wilayah ini. Pertumbuhan sektor pariwisata di Lampung menunjukkan tren positif, baik dari sisi permintaan wisatawan maupun penawaran atraksi wisata. Dari aspek penawaran, ragam destinasi wisata yang layak jual terus berkembang, meliputi wisata alam seperti bahari, pegunungan, wisata minat khusus, dan petualangan—contohnya Gunung Krakatau, Pulau Pahawang, Teluk Kiluan, Taman Nasional Way Kambas (TNWK), Taman Nasional Bukit Barisan Selatan (TNBBS), hingga surfing di Tanjung Setia. Selain itu, Lampung juga memiliki kekayaan wisata budaya yang mencerminkan nilai-nilai lokal dan tradisi masyarakat, serta potensi wisata sejarah dan buatan seperti taman rekreasi di kawasan urban dan desa wisata.

Provinsi Lampung meraih predikat sebagai provinsi terbaik ketiga dalam ajang Anugerah Bangsa Berwisata di Indonesia (ABBWI) Tingkat Kawasan Sumatera pada tahun 2023. Selain itu, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Lampung menempati peringkat ketiga dalam jumlah pergerakan wisatawan nusantara tertinggi di Pulau Sumatera. Secara nasional, Jawa Timur berada pada peringkat pertama sebagai provinsi yang paling banyak dikunjungi wisatawan nusantara, disusul oleh Bali, kemudian Lampung. Provinsi Lampung memiliki potensi pariwisata yang sangat menjanjikan, baik dari aspek kekayaan alam maupun budaya lokal, sehingga menjadikannya sebagai salah satu destinasi wisata yang populer di Indonesia (Disparekrif Provinsi Lampung, 2023). Berikut adalah data wisatawan yang berkunjung ke provinsi Lampung selama 5 tahun terakhir .

Tabel. 3. Jumlah Kunjungan Wisatawan, Rata-rata Lama Berkunjung dan Rata-rata Pengeluaran dari Tahun 2019 sd 2023

No	Jumlah Kunjungan wisatawan, lama tinggal dan pengeluaran	Jumlah dan Tahun				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Jumlah kunjungan wisatawan (orang)	10.743.918	2.913.053	2.939.152	4.585.077	9.004.032
2	Rata-rata lama tinggal wisatawan (Hari)	1,88	1,875	1,97	2,2	2,6
3	Rata-rata pengeluaran wisatawan (rupiah)	700.000	686.000	732.213	781.271	896.118

Sumber: Renstra Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 2019-2024.

Sementara bila dilihat perbandingan kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara di Provinsi Lampung dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 4. Perkembangan Jumlah Wisatawan Provinsi Lampung Tahun 2015-2020

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara	Mancanegara	
2017	11.395.827	245.372	11.641.199
2018	13.933.207	274.742	14.207.949
2019	10.445.855	298.063	10.743.918
2020	2.911.406	1.647	2.913.053

Sumber: Pariwisata dalam Angka , BPS Prov Lampung (2020).

Dari Tabel 4 tersebut terlihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Lampung selalu mengalami peningkatan sampai tahun 2019 tapi menurun pada tahun 2020. Begitu pula juga hanya dengan pergerakan wisatawan nusantara, yang pada tahun 2020 mengalami penurunan. Khusus untuk wisatawan nusantara (wisnus), data terbaru menunjukkan bahwa data kunjungan wisnus ke Provinsi Lampung menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2023 tercatat 13.760.000 perjalanan wisnus. Pada tahun 2024, tercatat 17.875.613 perjalanan wisnus, meningkat 29.90% dibandingkan tahun 2023 (Sumber: Dinas Parekraf Provinsi Lampung 2024).

Sebagai sebuah provinsi yang menjadi pintu gerbang Pulau Sumatera dan pintu masuk sebelum ke Pulau Jawa, Provinsi Lampung dikenal sebagai Provinsi yang cukup berkembang pesat, dimana banyak tumbuh beragam industri. Industri pariwisata menjadi salah satu industri yang menjadi andalan. Banyak tersedia objek pariwisata yang ditawarkan bagi wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung antara lain wisata alam, wisata religi, wisata belanja, wisata kuliner, wisata budaya dan wisata bahari. Beragam objek pariwisata yang ada di Provinsi Lampung menjadi target pemerintah Provinsi Lampung guna menarik wisatawan berkunjung dan melakukan kunjungan ulang ke objek pariwisata Provinsi Lampung serta merekomendasikan ke orang lain untuk mengunjungi destinasi wisata di Lampung.

Sektor pariwisata merupakan salah satu urusan pemerintahan yang tercantum dalam lampiran Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, di mana kewenangannya terbagi antara pemerintah pusat, provinsi, dan kabupaten/kota. Bagi Pemerintah Provinsi Lampung, sektor ini memberikan kontribusi penting terhadap struktur Produk *Domestik Regional Bruto* (PDRB), meskipun baru mencapai sekitar 1,63%. Walaupun kontribusinya terhadap PDRB belum dominan, sektor pariwisata terbukti tangguh dan mampu bertahan di tengah berbagai krisis, termasuk saat pandemi COVID-19. Selain itu, sektor ini melibatkan banyak pemangku kepentingan serta memberikan kontribusi langsung terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan promosi potensi daerah sehingga mampu mendorong pembangunan daerah yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung telah mengungkapkan fluktuasi jumlah wisatawan dalam beberapa tahun terakhir, yang diperkirakan mempengaruhi distribusi dan perekonomian daerah (Primananda et al., 2022). Tercatat, sebelum pandemi pada 2020, pergerakan wisatawan di Provinsi Lampung dalam setahun bisa mencapai dua belas juta orang. Namun, sepanjang 2020, pergerakan wisatawan di Provinsi Lampung hanya mencapai dua juta orang. Capaian kinerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung tahun 2022 tidak mencapai target atau capaian kurang dari 100%. Salah satunya adalah peringkat peningkatan kunjungan wisatawan, yang dinilai sangat rendah. Rendahnya jumlah kunjungan wisatawan langsung dinilai akan berdampak pada rendahnya pendapatan daerah (PDRB) di Provinsi Lampung (Tuti, 2022). Selain itu, juga akan mempengaruhi stabilitas ekonomi masyarakat lokal seperti pengembang pariwisata dan UMKM (Sutrisno, 2021). Konsekuensi negatif lainnya akan membuat masyarakat di sekitar destinasi kehilangan sumber penghidupan lain (Rini & Apriyanti, 2022) sehingga diperlukan upaya strategis dalam menjaga daya saing pariwisata di provinsi Lampung. Hal ini bertujuan untuk menghindari dampak buruk yang diterima (Faturrahman et al., 2021). Evaluasi oleh pemerintah menyatakan bahwa setiap daerah harus menyiapkan strategi untuk mendorong menggeliatnya kunjungan kembali wisatawan pasca pandemi.

Berikut adalah data tentang kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB provinsi lampung tahun 2019 hingga 2023.

Tabel 5. Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Prov Lampung 2019- 2023

Tahun	Kontribusi pariwisata	kontribusi jasa lainnya
2019	1,63	0,92
2020	1,57	0,91
2021	1,48	0,85
2022	1,52	1
2023	1,78	1,2
Rata-Rata	1,60	0,98

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2023

Dari data tersebut terlihat bahwa sektor pariwisata memberikan sumbangan dalam pembangunan provinsi Lampung dan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Sektor pariwisata ini merupakan salah satu sektor yang strategis dalam

meningkatkan PAD. Pendapatan dari kegiatan pariwisata juga menyerap tenaga kerja dan mendorong kesempatan pada sub-sub sektor pariwisata. Pengembangan destinasi wisata di Provinsi Lampung memberi dampak tersendiri terhadap PDRB, misalnya Festival Krakatau memberi dampak terhadap jumlah kunjungan wisatawan, tumbuhnya perhotelan, dan penginapan (Adha *et al* ,2021; Basri *et al*, 2020), wisata alam (Herwanti, *et al* 2021), pengembangan wisata halal di Bandar Lampung (Ali *et al*, 2019) dan beberapa konsep pengembangan pariwisata lainnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mendorong pertumbuhan ekonomi suatu daerah

Sektor pariwisata merupakan sektor yang paling besar kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat melalui *multiplier effect* dari hulu sampai ke hilir. Pariwisata adalah sebuah industri yang kompleks dengan berbagai sektor dan komponen yang saling terkait. Komponen pada sektor pariwisata meliputi akomodasi (hotel, *resort*, *villa*, *homestay*, dan akomodasi lainnya), transportasi (pesawat, kereta api, bus, mobil, dan moda transportasi lainnya), atraksi wisata (destinasi wisata alam, budaya, sejarah, dan buatan manusia), agen perjalanan (penyedia jasa pemesanan tiket, akomodasi, dan paket wisata), serta MICE (*meeting*, *incentive*, *conference*, dan *exhibition*). Beberapa komponen pariwisata tersebut saling berkaitan dan memberikan dampak berganda atau *multiplier effect*.

Efek berganda pariwisata atau *multiplier effect* merupakan konsep yang menjelaskan dampak tidak langsung dari pengeluaran wisatawan terhadap perekonomian lokal. Artinya, uang yang wisatawan keluarkan selama perjalanan mereka tidak hanya dinikmati oleh bisnis pariwisata langsung, tetapi juga berdampak pada sektor-sektor ekonomi lainnya. *Multiplier effect* atau efek berganda pada sektor pariwisata dapat bersifat langsung (*direct effect*), efek tidak langsung (*indirect effect*), dan efek lanjutan (*induced effect*). Efek langsung merupakan pengeluaran wisatawan terhadap bisnis pariwisata langsung. Efek tidak langsung merupakan pengeluaran bisnis pariwisata langsung untuk membeli barang dan jasa dari bisnis pendukung. Sedangkan efek lanjutan merupakan pengeluaran karyawan yang bekerja di sektor pariwisata dan sektor pendukung.

Sebagai contoh wisatawan datang ke sebuah destinasi pariwisata dan membelanjakan uang mereka untuk akomodasi, makanan, transportasi, atraksi wisata, dan souvenir. Pelaku bisnis pariwisata langsung seperti hotel, restoran, agen perjalanan, dan penyedia layanan wisata akan menerima pendapatan dari pengeluaran wisatawan. Pelaku bisnis pariwisata langsung kemudian menggunakan pendapatan tersebut untuk membeli barang dan jasa dari bisnis lain, misalnya pemasok makanan, perusahaan transportasi, dan sebagainya sehingga bisnis pendukung akan menerima pendapatan dari pelaku bisnis pariwisata langsung, hingga seterusnya.

Pengembangan industri wisata dipengaruhi kunjungan wisatawan. Jumlah kunjungan memainkan peranan penting dalam pengembangan industri wisata. Jumlah kunjungan adalah indikator utama prestasi dan keberhasilan destinasi wisata (Amin et al., 2023; Kusumawardhani, 2023; Luo, 2018). Peningkatan jumlah pengunjung dalam suatu destinasi wisata dapat dicapai melalui dua cara utama: menarik pengunjung baru dan mempertahankan pengunjung lama untuk kembali. Mempertahankan pengunjung lama untuk kembali dianggap lebih efektif daripada menarik pengunjung baru (Emuy et al., 2024; Widaningsih et al., 2023)

Ada beberapa alasan mempertahankan pengunjung lama lebih diutamakan karena mempertahankan pengunjung lama cenderung lebih hemat biaya daripada menarik pengunjung baru dan pengunjung lama cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata daripada pengunjung baru, serta pengunjung lama yang puas cenderung lebih mungkin memberikan referensi dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Rekomendasi dari teman atau keluarga yang telah mengunjungi destinasi sebelumnya dapat menjadi sumber daya pemasaran yang kuat dan dapat membantu menarik pengunjung baru (Lončarić & Licul, 2016; Oliveira et al., 2020)

Mempertahankan pengunjung lama dalam industri pariwisata sangat erat kaitannya dengan kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung ke destinasi yang sama. Pengunjung yang memiliki pengalaman positif di destinasi cenderung merasa puas dan senang dengan layanan dan fasilitas yang diberikan. Strategi yang perlu menjadi fokus pengembangan

adalah meningkatkan pengalaman kepuasan destinasi wisata (Nurmala & Sullaida, 2022). Kepuasan pengunjung dinilai memiliki korelasi yang tinggi dengan kemungkinan wisatawan berkunjung kembali pasca pandemi (Chairunnisa dan Siregar, 2019). Peningkatan kepuasan pengunjung dalam industri pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk sumber daya alam fisik (*physical resources*) dan sumber daya manusia (*human resources*) (Tribe, 2020).

Sumber daya alam fisik (*Physical Resources*) meliputi lingkungan alami berupa destinasi pariwisata yang memiliki keindahan alam yang menarik, seperti pantai, gunung, dan taman nasional, cenderung memberikan pengalaman positif kepada pengunjung. Dimana keberadaan sumber daya alam yang indah dan unik dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan infrastruktur wisata berupa ketersediaan fasilitas dan infrastruktur yang memadai, seperti akomodasi yang nyaman, transportasi yang efisien, dan fasilitas umum yang bersih dan terawat, juga dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan pengunjung.

Sumber daya manusia (*human resources*) meliputi pelayanan pelanggan: interaksi antara pengunjung dengan staf dan petugas di destinasi wisata sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan. pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional dapat meningkatkan pengalaman positif pengunjung serta keterampilan dan pengetahuan staf yang baik tentang destinasi, atraksi, dan layanan yang disediakan juga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, maka akan membuka peluang bagi sektor pariwisata di Provinsi Lampung untuk kembali bersemangat (Anom et al., 2022). Lampung memiliki banyak peluang untuk cepat pulih dari dampak pandemi terhadap sektor pariwisata. Peningkatan aksesibilitas/infrastruktur seperti jalan tol dan dermaga eksekutif Bakauheni, pasar potensial bagi wisatawan domestik/domestik dan mancanegara akan terbuka. Peluang lain yang dapat dimanfaatkan adalah pengembangan destinasi wisata unggulan yang ada. Pesona pariwisata di Provinsi Lampung juga cukup menarik bagi masyarakat lokal maupun mancanegara.

Berdasarkan uraian masalah tersebut, peneliti tertarik untuk mengajukan model penelitian yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali destinasi wisata alam darat dan

laut di Provinsi Lampung. Penelitian ini dilandasi pada pengembangan teori yang dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan yaitu teori kepuasan pengunjung wisatawan. Teori ini menurut (Pearce, 2019) menyatakan bahwa kepuasan pengunjung wisata merupakan faktor utama yang mempengaruhi seseorang untuk mengunjungi kembali suatu objek wisata. Menurut teori ini, kepuasan pengunjung wisata terdiri dari dua komponen utama, yaitu kepuasan fungsional, dan kepuasan afektif (Qomariah, 2020). Kepuasan fungsional adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh seseorang dengan fasilitas dan pelayanan yang diterimanya ketika mengunjungi tempat wisata. Kepuasan afektif adalah tingkat kepuasan yang dirasakan seseorang terhadap suasana dan suasana yang ditemui ketika mengunjungi suatu tempat wisata.

Kepuasan pengunjung wisata dapat mempengaruhi seseorang untuk mengunjungi kembali tempat wisata melalui mekanisme loyalitas. Loyalitas adalah tingkat komitmen seseorang terhadap objek wisata, yang dapat ditunjukkan oleh minat untuk mengunjungi kembali (Jang dan Yoon, 2018). Semakin tinggi kepuasan pengunjung wisata yang dirasakan oleh seseorang, semakin tinggi loyalitas yang ditunjukkan oleh orang tersebut, yang berarti semakin tinggi minat untuk mengunjungi kembali. Oleh karena itu, mereka yang mengelola tempat wisata harus memperhatikan tingkat kepuasan pengunjung wisata agar minat pengunjung yang berkunjung kembali tetap tinggi (Irawati, 2019). Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, menyediakan fasilitas yang memadai, serta menjaga suasana dan suasana yang nyaman di tempat wisata (Fotiadis et al., 2018).

Untuk memperdalam model penelitian yang diangkat maka dipilih beberapa faktor yang akan dianalisis terkait kepuasan pengunjung yang juga berimplikasi pada niat berkunjung ulang yaitu:

1. Daya tarik objek wisata.

Daya tarik merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengunjungi suatu tempat wisata dan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung wisata ketika berkunjung ke tempat tersebut. Semakin tinggi daya tarik suatu tempat wisata, maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung wisata yang dirasakan oleh seseorang. Di sisi lain, semakin rendah daya tarik suatu objek wisata,

semakin rendah kepuasan pengunjung wisata yang dirasakan oleh seseorang. Hal ini bisa terjadi karena daya tarik sebuah tempat wisata merupakan faktor yang dapat mempengaruhi ekspektasi seseorang terhadap suatu objek wisata (Milman et al., 2017).

2. Kualitas layanan di tempat wisata

Kualitas layanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pengunjung wisatawan. Kualitas layanan terdiri dari dua komponen utama, yaitu kualitas berwujud dan kualitas tidak berwujud. Kualitas benda berwujud merupakan komponen yang dapat dilihat langsung oleh seseorang, seperti fasilitas yang tersedia, kebersihan, dan keamanan. Kualitas *intangibles* merupakan komponen yang tidak terlihat langsung oleh seseorang, seperti sikap dan perilaku petugas yang bertugas di tempat wisata. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima seseorang, maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung wisata yang dirasakan oleh seseorang. Di sisi lain, semakin rendah kualitas pelayanan yang diterima seseorang, maka semakin rendah pula kepuasan pengunjung wisata yang dirasakan oleh seseorang. Oleh karena itu, mereka yang mengelola tempat wisata harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar kepuasan pengunjung wisata tetap tinggi. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas fasilitas yang tersedia di tempat wisata, meningkatkan kompetensi dan sikap petugas yang bertugas di tempat wisata, serta memastikan kebersihan dan keamanan di tempat wisata tetap terjaga dengan baik (Dileep Kumar et al., 2020).

3. Keramahan

Keramahan adalah konsep yang mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan layanan kepada tamu. Keramahtamahan dapat berupa pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola tempat wisata tersebut, seperti fasilitas yang tersedia, sikap dan perilaku petugas yang bertugas di tempat wisata tersebut, serta suasana dan suasana yang tercipta di tempat wisata tersebut. Keramahtamahan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung wisata dan niat berkunjung kembali seseorang ke tempat wisata karena keramahtamahan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi ekspektasi seseorang terhadap suatu objek wisata. Semakin baik

keramahan yang diterima oleh seseorang ketika mendapatkan layanan di tempat wisata, dihipotesiskan semakin tinggi minat untuk mengunjungi kembali seseorang ke tempat itu (Li dan Agyeiwaah, 2022).

Semua faktor tersebut, yaitu daya tarik, kualitas pelayanan dan keramahan dihipotesiskan memiliki hubungan positif dengan minat berkunjung kembali, dimana semakin baik daya tarik, kualitas pelayanan dan keramahan yang dimiliki suatu tempat wisata, maka semakin tinggi pula minat untuk mengunjungi kembali seseorang. Selain itu, indikasi berbagai faktor ini juga memiliki pengaruh positif pada kemungkinan seseorang merekomendasikan tempat wisata (Yoon dan Kim, 2019).

Semakin tinggi minat untuk mengunjungi kembali seseorang, semakin besar kemungkinan seseorang merekomendasikan akan kepada pihak lain untuk melakukan kunjungan objek suatu wisata tersebut yang pernah dia pilih untuk berwisata (Kakoudakis dan McCabe, 2020). Minat kunjungan ulang, secara ekstrim dapat merupakan suatu obsesi. Obsesi secara psikologis merupakan suatu beban, yang sering diimpose kepada pihak lain jika belum dapat diwujudkan. Setara dengan fenomena ini adalah surat wasiat ketika orang menjelang ajalnya (Abror 1993 dan Jahja 2015). Kecuali itu, seseorang yang memiliki minat tinggi untuk berkunjung kembali biasanya merasa puas dengan pengalaman yang didapat ketika berkunjung ke suatu tempat wisata, sehingga mereka akan berbagi pengalaman dengan orang lain dan menyarankan agar orang lain juga mengunjungi tempat wisata tersebut (Hamid et al., 2020).

Sebaliknya, jika seseorang tidak memiliki minat yang tinggi untuk mengunjungi kembali, umumnya yang kurang puas atau malah kecewa. Seseorang dengan psikologi semacam ini, mushkil untuk diharapkan agar merekomendasikan kepada pihak lain. Pengalaman kurang menyenangkan seperti ini bagi seseorang kecil bahkan tidak mungkin akan berbagi pengalaman dengan orang lain, apalagi untuk–memberikan rekomendasi kepada para anggota keluarga ataupun relasi lainnya agar mengunjungi tempat wisata tersebut (Vieira et al., 2021).

Berdasarkan ramifikasi permasalahan yang diuraikan tersebut, maka perlu untuk membangun model persamaan daya tarik obyek wisata yang selanjutnya disebut *Atraction* [ATRC], kualitas layanan yang selanjutnya disebut *Service*

quality [SQUAL], dan keramahtamahan/*hospitality* yang selanjutnya disebut [HOSPT] terhadap minat kunjungan ulang yang selanjutnya disebut *Revisit intention* [REVST] wisatawan secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kepuasan pengunjung/*satisfaction* yang selanjutnya disebut [SATISF]. Lebih lanjut model ini akan diterapkan untuk merancang kebijakan publik pengembangan pariwisata di Provinsi Lampung, khususnya melakukan kebijakan pengembangan fasilitas publik termasuk suprastruktur, infrastruktur dan manajemennya berbasis dari beberapa parameter hubungan yang dihasilkan melalui pemodelan SEM.

1.2.Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Seberapa besar pengaruh langsung daya tarik obyek wisata [ATRC], kualitas layanan [SQUAL], dan keramahtamahan penyedia jasa [HOSPT] terhadap Kepuasan pengunjung [SATISF]
2. Seberapa besar pengaruh langsung daya tarik obyek wisata [ATRC], kualitas layanan [SQUAL], keramahtamahan penyedia jasa [HOSPT] DAN Kepuasan pengunjung [SATISF] terhadap Minat kunjungan ulang [REVST]
3. Seberapa besar pengaruh tidak langsung daya tarik obyek wisata [ATRC], kualitas layanan [SQUAL], keramahtamahan penyedia jasa [HOSPT] melalui Kepuasan pengunjung [SATISF] terhadap Minat kunjungan ulang [REVST].

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Menetapkan pengaruh langsung variabel daya tarik objek wisata (ATRC), kualitas layanan (SQUAL), keramahtamahan (HOSPT) dan kepuasan pengunjung (SATISF) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
2. Menetapkan pengaruh tidak langsung variabel daya tarik objek wisata (ATRC), kualitas layanan (SQUAL), keramahtamahan (HOSPT) terhadap minat

kunjungan ulang (REVST) melalui variabel mediasi kepuasan pengunjung (SATISF)

3. Menetapkan *total effect* daya tarik objek wisata (ATRC), kualitas layanan (SQUAL), keramahtamahan (HOSPT) dan kepuasan pengunjung (SATISF) terhadap minat kunjungan ulang (REVST).

1.4. Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat penelitian adalah

1. Memberikan kontribusi pengembangan ilmu tentang Pengembangan kebijakan publik di sektor wisata berbasis temuan ilmiah yang valid khususnya pada bidang pemodelan persamaan struktural.
2. Memberikan rekomendasi pada praksis pengembangan sektor wisata berdasarkan minat kunjungan ulang.
3. Analisis terhadap 3 tsimpul masalah agar dapat dijasikan dasar dalam merancang kebijakan publik sektor pariwisata.

1.5. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini ada 3 pengaruh yang akan diuji yaitu:

I. Secara Langsung terdapat pengaruh nyata :

- H1 : dari variabel daya tarik objek wisata (ATRC) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H2 : dari variabel kualitas layanan (SQUAL) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H3 : dari variabel keramahtamahan (HOSPT) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H4 : dari variabel kepuasan pengunjung (SATISF) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)

- H5 : dari variabel daya tarik objek wisata (ATRC) terhadap kepuasan pengunjung (SATISF)
- H6 : dari variabel kualitas layanan (SQUAL) terhadap kepuasan pengunjung (SATISF)
- H7 : dari variabel keramah tamahan (HOSPT) terhadap kepuasan pengunjung (SATISF)

II. Secara Tidak Langsung Melalui Variabel Mediating SATISF terdapat pengaruh nyata:

- H8 : dari variabel daya tarik objek wisata (ATRC) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H9 : dari variabel kualitas layanan (SQUAL) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H10 : dari variabel keramah tamahan (HOSPT) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)

III. Total Efek dari Pengaruh Langsung maupun Melalui Variabel Mediating:

- H11 : dari variabel daya tarik objek wisata (ATRC) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H12 : dari variabel kualitas layanan (SQUAL) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H13 : dari variabel hospitality (HOSPT) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H14 : dari variabel kepuasan pengunjung (SATISF) terhadap minat kunjungan ulang (REVST)
- H15 : dari variabel daya tarik objek wisata (ATRC) terhadap kepuasan pengunjung (SATISF)
- H16 : dari variabel kualitas layanan (SQUAL) terhadap kepuasan pengunjung (SATISF)
- H17 : dari variabel hospitality (HOSPT) terhadap kepuasan pengunjung (SATISF)

Serta Hipotesis keseluruhan Model Struktural:

H18 : Dari H1- H17 dapat dibangun model struktural yang sah tentang hubungan ATRC, SQUAL, HOSPT, SATISF terhadap REVST

1.6.Urgensi Penelitian

Wisata alam merupakan sektor perekonomian yang mempunyai daya ungkit (*leverage*) yang sangat besar bagi perekonomian suatu wilayah terutama di negara-negara berkembang seperti di Indonesia yang sebagian besar pendapatan masyarakatnya masih bergantung pada eksploitasi sumberdaya alam seperti halnya yang terjadi di Provinsi Lampung. Besarnya daya ungkit tersebut bisa terjadi karena beberapa faktor. Pertama karena naturalnya pemanfaatan sumberdaya alam untuk kegiatan wisata alam tidak melakukan ekstraksi biofisik, melainkan hanya untuk dinikmati, udaranya, kenyamanan lingkungannya. Tidak seperti sektor pertambangan, pemungutan hasil hutan, maupun budidaya pertanian dan perikanan yang senantiasa disertai ekstraksi material untuk diangkut ke tempat lain dengan menyisakan banyak kerusakan lingkungan.

Kedua, sektor wisata alam merupakan kegiatan konsumsi dimana konsumennya yang mendatangi tempat produsennya sehingga sistem produksinya menjadi sangat efisien untuk sampai ke konsumen dibandingkan kegiatan perekonomian lainnya dari sudut pandang transportasi untuk eksploitasi maupun untuk pemasaran hasil. Tingginya tingkat efisiensi ini semakin besar ketika konsumen atau wisatawannya berasal dari mancanegara yang berarti melakukan ekspor barang, tetapi wujud barangnya tidak dipindahkan ke luar negeri, tetapi eksis di lokasi wisata.

Ketiga sebagai produk ekonomi berupa jasa, wisata alam mampu untuk membangkitkan *multiplier effect* dalam sistem perekonomian karena sektor ini dapat menggerakkan berbagai sektor hulu maupun hilir. Ke arah hilir kegiatan wisata alam dapat membangkitkan sektor komunikasi, transportasi, perdagangan, konstruksi, industri perhotelan, pangan, keuangan, kerajinan dll. Ke arah hulu juga

dapat membangkitkan sektor pertanian, perindustrian dll. Oleh karena itu *public investasi* menciptakan satu lapangan pekerjaan di sektor pariwisata jauh lebih murah dari pada sektor-sektor lain. Menurut Deputy Bidang Usaha Energi, Logistik, dan Pariwisata Kementerian BUMN, investasi di sektor pariwisata ternyata lebih murah namun memiliki *multiplier effect* yang tinggi, dibandingkan berinvestasi di sektor minyak dan gas. Sebagai contoh untuk membuka peluang tenaga kerja 1 orang di oil and gas itu harus investasi US\$ 50.000, tetapi pada sektor pariwisata dengan investment per US\$ 3.000 itu terdapat penambahan 1 tenaga kerja, (Sumber: detikfinance, 26/02/2019)

Menurut Bappenas (2023) Setiap bangkitnya suatu kegiatan perekonomian selalu disertai dengan penyerapan tenaga kerja, menyumbangkan pajak pendapatan yang berarti juga akan meningkatkan pendapatan pemerintah daerah maupun pusat. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, Bappenas menargetkan pengembangan 244 desa wisata dan 71.381 desa digital. Upaya ini dilakukan untuk mendorong pemerataan pembangunan wilayah dan mempercepat pengembangan desa secara terpadu. Bappenas menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah pusat, daerah, dan sektor swasta untuk memastikan pembangunan infrastruktur yang mendukung pariwisata, seperti penataan kawasan, aksesibilitas jalan, penyediaan air bersih, dan pengelolaan sampah. Berdasarkan hal tersebut maka pemerintah akan dapat meningkatkan investasi publik termasuk di luar sektor wisata pada tahun berikutnya.

Investasi harus ada jaminan akan adanya peningkatan kunjungan wisata. Selama ini investasi publik masih kurang berbasis pada jaminan tersebut. Karena itu sangat urgent untuk merancang kebijakan publik yang mampu membangkitkan *multiplier effect* bagi sektor-sektor lain. Sektor wisata alam bisa menjadi menjadi andalannya. Melihat fungsinya yang sangat esensial dalam menggerakkan sektor-sektor lain ini, maka investasi bagi pengembangan sektor ini juga harus perform secara kuat dalam meningkatkan volume kunjungan.

Urgensi ini semakin penting pada periode awal setelah lepas dari suasana Pandemi Covid 19. Akibat dari penutupan semua destinasi wisata, yang mengakibatkan banyak fasilitas rusak tidak terpakai baik yang ada di destinasi wisata maupun akses jalan menuju tempat wisata. Demikian pula dengan

keterampilan para penyedia jasa yang berkaitan dengan wisata, termasuk supir taksi, tukang parkir, *ticketing person*, *lavatory service*, pelayan restoran dan hotel-hotel umumnya menurun akibat mengalami pemutusan hubungan kerja. Dengan begitu daya tarik obyek wisata bisa menurun, *hospitality*, *social capital*, maupun kualitas pelayanan para penyedia jasa ini dapat menurunkan kualitas layanan. Terlebih lagi bila pekerja jasa wisata tersebut adalah hasil rekrutmen baru sehingga memerlukan pelatihan kepada mereka agar dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada wisatawan. Semua variabel tersebut dapat menurunkan minat kunjungan ulang ke destinasi wisata dan dapat berimbas kepada tidak bersedianya wisatawan untuk memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk mengunjungi suatu objek wisata yang pernah dikunjungi.

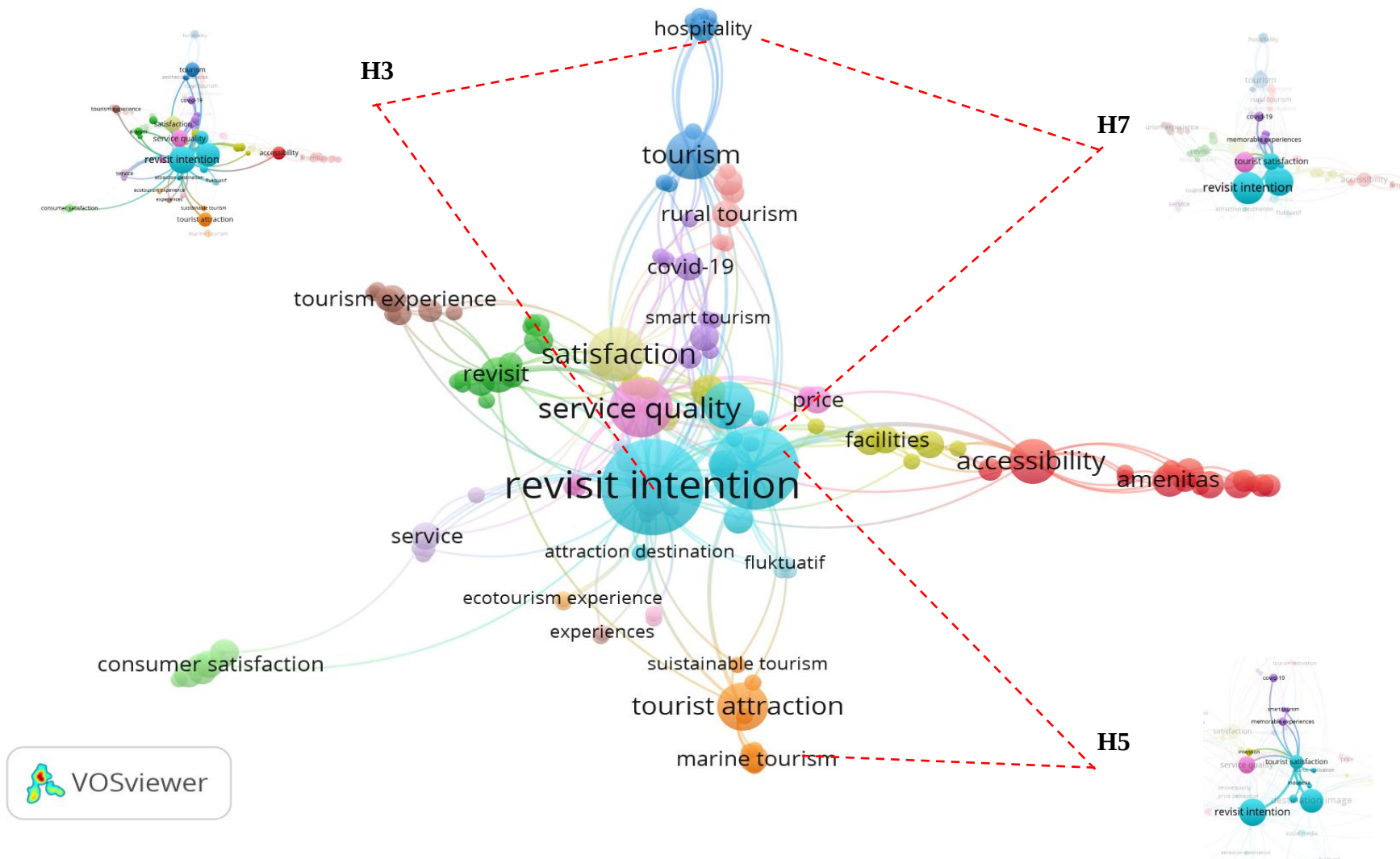
Testimoni dan rekomendasi kepada pihak lain, seperti kepada saudara dan kawan-kawan dekat lainnya, dapat dipandang sebagai promosi gratis. Padahal biaya promosi ini tergolong komponen dari struktur biaya dari setiap manajemen, yang akan sangat mereduksi biaya keseluruhan. Penghematan biaya promosi ini bagi pengelola obyek wisata dapat digunakan untuk mengadakan perbaikan berbagai fasilitas obyek wisata yang dikelolanya. Demikian pula bagi para pengelola restoran dan hotel ataupun penginapan untuk meningkat keterampilan dan *softskill* para pekerja melalui berbagai pelatihan. Termasuk dalam *softskill* yang sangat penting ini adalah perilaku *hospitality*/keramahmatan para pekerja penyedia jasa wisata. Perbaikan fasilitas dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, yang diharapkan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan pada akhirnya juga meningkatkan kunjungan ulang bahkan bisa merekomendasikan kepada teman atau saudaranya.serta masyarakat secara umum. Peningkatan *softskill* penyedia jasa wisata juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan yang kemudian juga berdampak pada kepuasan pengunjung wisata sehingga wisatawan tersebut berkeinginan untuk melakukan kunjungan ulang bahkan merekomendasikan kepada orang lain yang dapat berdampak nyata pada peningkatan kunjungan wisatawan baru.

Meningkatnya volume kunjungan wisata baik yang merupakan pengunjung ulang ataupun pengunjung baru, keduanya akan sangat meningkatkan pendapatan masyarakat maupun para pengelola obyek wisata. Peningkatan

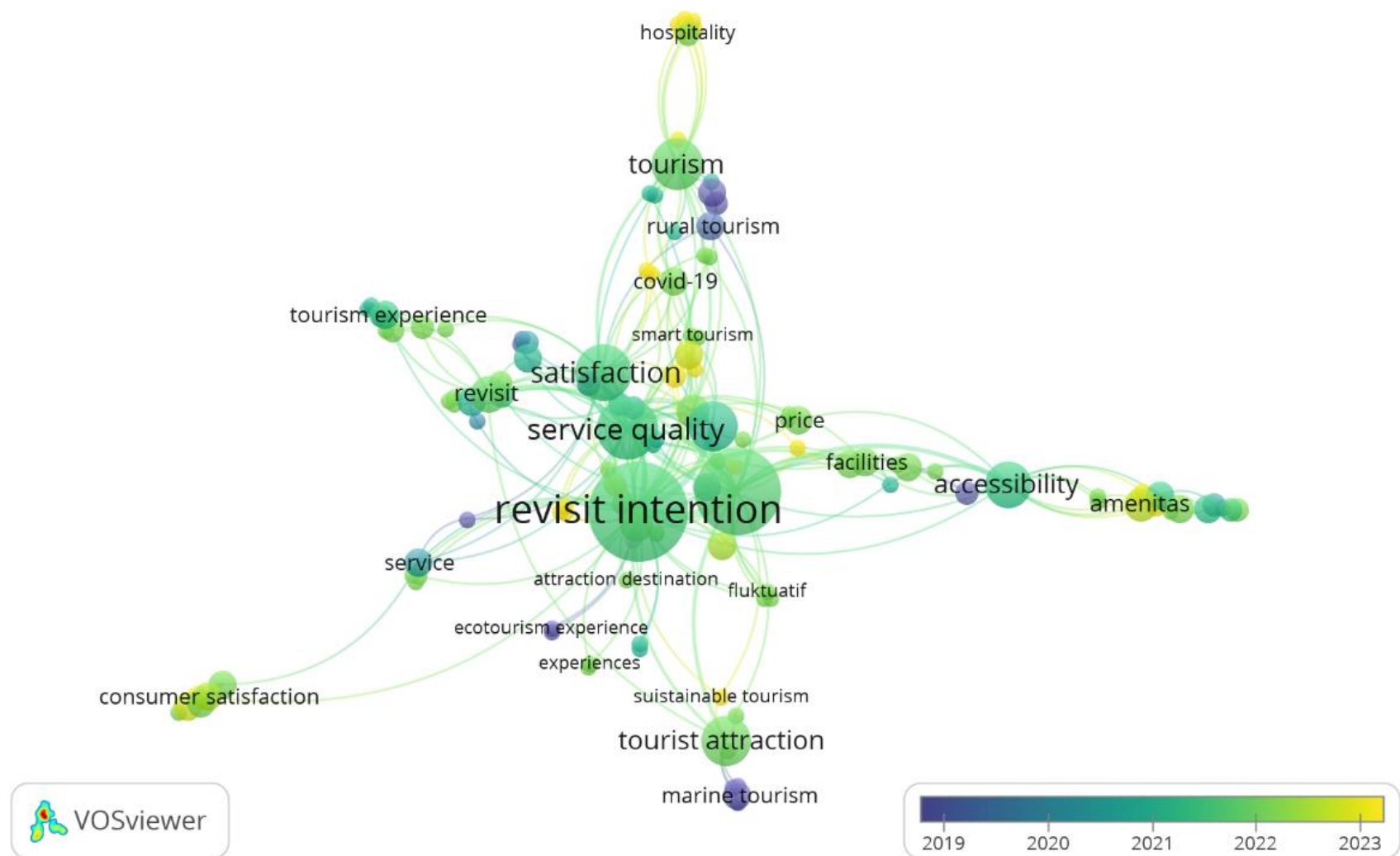
pendapatan masyarakat ini juga berarti meningkatkan pendapatan pemerintah lokal melalui pajak dan pungutan lainnya. Pendapatan otoritas daerah ini dapat dipergunakan untuk meningkatkan infrastruktur daerah seperti jalan kabupaten, jalan kecamatan, bahkan jalan desa dimana suatu obyek wisata berada. Demikian juga peningkatan pendapatan pemerintah pusat dari sektor wisata ini untuk meningkatkan kualitas infrastruktur pusat, termasuk jalan konektor ke kabupaten, jaringan listrik dan air bersih. Peningkatan kualitas berbagai fasilitas publik ini seperti jalan pada akan memudahkan akses pengunjung menuju destinasi wisata dan berkualitasnya fasilitas yang didalam area destinasi wisata akan memberikan kepuasan pengunjung yang pada akhirnya meningkatkan minat berkunjung ulang bahkan merekomendasikan kepada pihak lain untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

1.7. Kebaruan (*Novelty*)

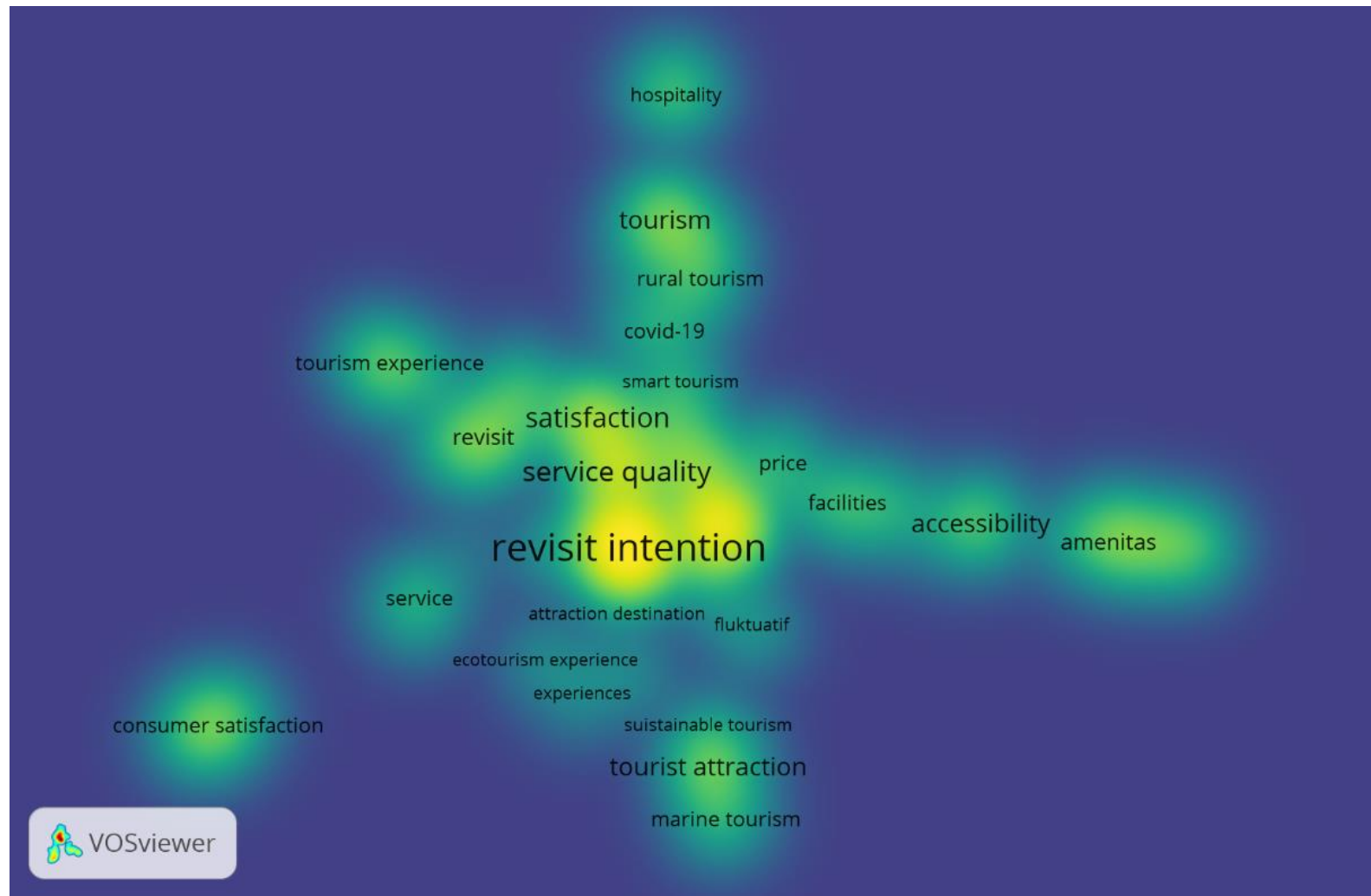
Pengembangan kebijakan publik di sektor wisata berbasis sensitivitas parameter dari variabel daya tarik wisata (ATRC), keramahtamahan (HOSPT), kualitas layanan (SQUAL), kepuasan pengunjung (SATISF) terhadap minat kunjungan ulang (REVST) yang diperoleh melalui model persamaan struktural. Melakukan analisis penelitian terdahulu menggunakan VOSviewer. Adapun hasil penjejukan *novelty* secara visual dilihat pada Gambar 2 sampai Gambar 4.



Gambar 2. Network Visualization.



Gambar 3. Overlay visualization.



Gambar 4. Density Visualization.

Pada Gambar 2 memperlihatkan kuantitas penelitian mengenai wisata yang menyangkut variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini, dimana H3: Hubungan pengaruh langsung antara variabel keramahtamahan (HOSPT) terhadap minat kunjungan ulang (REVST); H5: Hubungan pengaruh langsung dari variabel daya tarik objek wisata (ATRC) terhadap kepuasan pengunjung (SATISF), H7: Hubungan pengaruh langsung antara variabel keramahtamahan (HOSPT) terhadap kepuasan pengunjung (SATISF), berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa penelitian mengenai keramahtamahan yang berhubungan langsung dengan minat kunjungan ulang masih sangat langka yang mana hal tersebut ditunjukkan melalui tampilan hasil VOSviewer yang dilakukan dengan menganalisis ± 1000 artikel (2020-2024) tidak ada nya penelitian yang berkaitan antara keramahtamahan (HOSPT) dan minat kunjungan ulang (REVST), daya tarik objek wisata (ATRC) dan kepuasan pengunjung (SATISF), dan keramahtamahan (HOSPT) dan kepuasan pengunjung (SATISF).

Pada Gambar 3 yang dihasilkan oleh VOSviewer ini merupakan visualisasi peta bibliometrik dari penelitian terkait pariwisata. Fokus utama dari penelitian-penelitian tersebut adalah *revisit intention*, yang menunjukkan bahwa banyak studi menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi niat wisatawan untuk kembali berkunjung. Kebaruan dalam penelitian ini terlihat pada beberapa aspek utama. Pertama, konsep *service quality* dan *satisfaction* semakin dikaitkan dengan elemen seperti aksesibilitas, harga, dan amenitas, yang menunjukkan pendekatan yang lebih komprehensif dalam meningkatkan pengalaman wisatawan. Kedua, keberadaan kata kunci seperti *COVID-19* dan *smart tourism* mengindikasikan adanya pergeseran fokus penelitian ke arah dampak pandemi dan inovasi teknologi dalam industri pariwisata. Ketiga, perhatian terhadap keberlanjutan juga meningkat, sebagaimana terlihat dari keterkaitan dengan *sustainable tourism* dan *ecotourism experience*, yang menunjukkan bahwa aspek lingkungan mulai menjadi faktor penting dalam meningkatkan niat kunjungan ulang wisatawan. Dari segi trend temporal, warna kuning menunjukkan bahwa konsep seperti *hospitality* dan *amenitas* lebih banyak muncul dalam penelitian terbaru, sementara *marine tourism* lebih banyak didominasi oleh penelitian terdahulu. Jika dikaitkan dengan ekowisata di Lampung, kebaruan dalam penelitian ini dapat ditemukan dalam hubungan

antara aksesibilitas, amenitas, dan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan serta minat kunjungan ulang wisatawan. Selain itu, fokus pada *ecotourism experience* masih belum terlalu menonjol, sehingga terdapat peluang penelitian lebih lanjut di bidang ini. Secara keseluruhan, hasil pemetaan ini menunjukkan bahwa topik *revisit intention* dan *service quality* masih dominan, tetapi terdapat potensi kebaruan dalam eksplorasi ekowisata, aksesibilitas, dan dampak teknologi terhadap pariwisata pasca-pandemi.

Pada Gambar 4 hasil visualisasi VOSviewer yang menggambarkan hubungan antar konsep dalam penelitian pariwisata. Kata kunci yang paling menonjol adalah *revisit intention*, yang menunjukkan bahwa banyak penelitian berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk kembali berkunjung. Selain itu, konsep *service quality*, *satisfaction*, dan *accessibility* juga memiliki keterkaitan erat dengan pengalaman wisatawan. Namun, terdapat beberapa hubungan yang masih jarang diteliti, sehingga memberikan peluang kebaruan dalam riset.

Salah satu celah penelitian yang masih jarang dieksplorasi adalah hubungan antara *hospitality* dan *revisit intention*. Meskipun keramahan layanan dan interaksi sosial memiliki potensi besar dalam membentuk loyalitas wisatawan, penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh langsung *hospitality* terhadap minat kunjungan ulang masih terbatas. Sebagian besar studi lebih berfokus pada *service quality* dan *satisfaction* sebagai faktor utama dalam keputusan wisatawan untuk kembali, tanpa melihat secara mendalam peran pengalaman personal dan interaksi manusiawi dalam destinasi wisata. Selain itu, hubungan antara *tourist attraction* dan *satisfaction* juga masih belum banyak mendapat perhatian dalam penelitian terbaru. Daya tarik wisata sering dikaji dalam konteks promosi dan pemasaran, tetapi masih sedikit penelitian yang membahas bagaimana elemen daya tarik wisata seperti wisata alam, budaya, dan buatan secara langsung berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan. Padahal, daya tarik wisata yang kuat dapat menciptakan pengalaman yang lebih bermakna dan meningkatkan kepuasan pengunjung dalam jangka panjang.

Hubungan antara *hospitality* dan *satisfaction* juga masih menjadi area penelitian yang langka. Secara teori, keramahan dan pelayanan personal seharusnya berpengaruh besar terhadap kepuasan wisatawan, namun penelitian saat ini lebih

banyak berfokus pada aspek *service quality* secara umum. Faktor-faktor seperti interaksi staf, atmosfer tempat wisata, dan pengalaman emosional wisatawan masih belum banyak diteliti sebagai elemen penting dalam membentuk kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, ada peluang besar untuk mengeksplorasi bagaimana aspek-aspek tersebut berkontribusi terhadap pengalaman wisatawan yang lebih positif dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi wisata. Secara keseluruhan, peta bibliometrik ini menunjukkan bahwa penelitian tentang kualitas layanan, kepuasan, dan minat kunjungan ulang masih mendominasi, tetapi masih terdapat ruang untuk eksplorasi lebih lanjut dalam hubungan antara *hospitality* dan *revisit intention*, *tourist attraction* dan *satisfaction*, serta *hospitality* dan *satisfaction*. Studi lebih lanjut dapat mengkaji bagaimana integrasi faktor-faktor ini dapat memperkuat strategi pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan dan meningkatkan daya saing pariwisata di berbagai daerah.

Klasifikasi untuk mendeskripsikan persebaran negara tempat dilaksanakannya penelitian yang digunakan pada VOSviewer untuk menciptakan *novelty* tersebut disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Asal Negara dilaksanakannya penelitian wisata yang dilacak VOSviewer

Wilayah Sebaran Penelitian		Persentase
Wilayah	Negara	
Indonesia	Indonesia	85%
Asia Tenggara	Vietnam, Malaysia, Thailand	3,6%
Asia Timur	China, Korea Selatan	3,6%
Eropa	Polandia, Albania, Republik Ceko, Serbia	3%
Timur Tengah	Saudi Arabia, Turki, Mesir	2,8%
Amerika	Amerika	1%
India	India	1%
Total		100%

Sumber: Analisis VOSviewer ,2024

Selain menggunakan Vosviewer, dilakukan pula cara manual membandingkan beberapa disertasi tentang tema yang terkait dengan tema disertasi ini di Indonesia. Hasil perbandingan menunjukkan perbedaan seperti yang terlihat dari tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Disertasi tentang Wisata

Aspek	Sulfi Abdul Haji (2021)	Windi Novia Ratri Wardhani (2021)	Abedneigo (2024)	Disertasi
Objek Penelitian	Pulau Dodola (Wisata Bahari), Kabupaten Pulau Morotai, Maluku Utara	Objek wisata peninggalan sejarah (heritage tourism) di Jawa Tengah	Pariwisata berkelanjutan di berbagai kota/kabupaten di Sulawesi Selatan	Wisata alam di Provinsi Lampung
Jenis Wisata	Wisata bahari	Wisata sejarah dan budaya (heritage & religious tourism)	Umum (tidak spesifik: mencakup destinasi wisata secara luas)	Ekowisata/alam berbasis sumber daya fisik dan manusia
Variabel Eksogen	Kualitas pengalaman	Pengetahuan strategis, budaya organisasi	Destinasi wisata, jasa pariwisata, strategi pemasaran	Daya tarik objek wisata (sumber daya fisik), hospitality dan kualitas layanan (sumber daya manusia)
Variabel Mediasi	Persepsi nilai, kepuasan, kebahagiaan	Budaya reputasi religius (religious reputation culture)	Bauran komunikasi	Kepuasan pengunjung
Variabel Endogen	Niat berperilaku wisatawan	Kinerja destinasi wisata berkelanjutan	Pariwisata berkelanjutan	Minat kunjungan ulang
Metode Analisis	Smart PLS 3.0	SEM AMOS versi 24	PLS-SEM (SmartPLS-3)	PLS-SEM (Partial Least Squares-SEM 4.1)
Fokus SDM & Layanan	Tidak eksplisit; SDM tersirat dalam pengalaman	Budaya organisasi & pengetahuan sebagai sumber daya strategis	Tidak eksplisit; hanya menyebut “layanan pariwisata” secara umum	Hospitality dan kualitas layanan sebagai representasi sumber daya manusia

Kontribusi	Menganalisis hubungan psikologis wisatawan Validasi hubungan mediasi kepuasan, nilai, dan kebahagiaan terhadap niat perilaku wisata	<i>Integrasi religious reputation culture dan resource-based theory</i> dalam konteks <i>heritage tourism</i> Memberi strategi penguatan destinasi heritage berbasis reputasi religius dan budaya organisasi	Menunjukkan bahwa bauran komunikasi adalah mediator penuh dalam model bauran pemasaran dan keberlanjutan pariwisata Strategi komunikasi untuk pariwisata berkelanjutan	Peningkatkan model perilaku minat kunjungan ulang berbasis peningkatan sumberdaya manusia
-------------------	--	---	---	---

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Dalam ranah penelitian pariwisata, sebagian besar studi sebelumnya masih terfokus pada jenis wisata tertentu dan pendekatan-pendekatan yang bersifat makro atau normatif. Sebagai contoh, Sulfi (2021) meneliti hubungan antara kualitas pengalaman dengan niat berperilaku wisatawan di Pulau Dodola dengan pendekatan psikologis yang banyak bertumpu pada persepsi nilai, kepuasan, dan kebahagiaan. Sementara itu, Windi Novia Ratri Wardhani (2021) lebih menekankan aspek budaya organisasi dan reputasi religius dalam konteks heritage tourism di Jawa Tengah, yang terintegrasi dalam kerangka resource-based theory. Adapun Abedneigo (2024) menekankan pentingnya strategi pemasaran dan bauran komunikasi dalam menunjang keberlanjutan pariwisata secara umum di Sulawesi Selatan.

Disertasi ini menghadirkan pembeda yang signifikan baik dari segi pendekatan teoritik, jenis wisata yang diteliti, hingga fokus pada variabel yang bersifat operasional dan aplikatif. Tidak seperti penelitian-penelitian sebelumnya yang lebih menyoroti persepsi atau strategi makro, disertasi ini secara khusus membangun model perilaku minat kunjungan ulang wisatawan alam dengan pendekatan berbasis peningkatan sumber daya manusia melalui variabel hospitality dan kualitas layanan, serta mengintegrasikannya dengan daya tarik objek

wisata berbasis sumber daya fisik. Fokus ini tidak hanya menekankan sisi permukaan dari pengalaman wisatawan, tetapi juga menyentuh akar dari pengelolaan destinasi, yakni kemampuan SDM dan potensi lingkungan yang dikelola secara berkelanjutan.

Berbeda dengan pendekatan Abedneigo yang menempatkan bauran komunikasi sebagai mediator utama dalam model keberlanjutan, disertasi ini memilih jalur yang lebih realistis dan berbasis psikologi wisatawan dengan menjadikan kepuasan pengunjung sebagai mediator tunggal. Pendekatan ini memberikan gambaran konkret bagaimana interaksi langsung antara wisatawan dan pelayanan yang diberikan oleh SDM destinasi (melalui kualitas layanan dan hospitality) dapat mendorong loyalitas dan minat kunjungan ulang, khususnya dalam konteks ekowisata yang mengedepankan keberlanjutan dan keaslian pengalaman.

Dengan demikian, *Novelty* utama dari disertasi ini terletak pada pengembangan model perilaku wisata berbasis penguatan SDM dalam destinasi wisata alam, suatu pendekatan yang belum diangkat secara mendalam dalam ketiga disertasi sebelumnya. Kontribusi teoritisnya terletak pada integrasi antara teori perilaku konsumen, pengelolaan sumber daya manusia, dan daya tarik wisata fisik, sedangkan kontribusi praktisnya mengarah pada formulasi kebijakan peningkatan kualitas layanan dan pengelolaan ekowisata yang berbasis manusia dan lingkungan secara simultan.

Novelty yang disumbangkan dari penelitian ini berdasarkan identifikasi menggunakan VOSviewer:

1. Masih sangat langka penelitian yang mengkaitkan secara langsung antara variabel daya tarik wisata (ATRC) dengan kepuasan pengunjung (SATISF).
2. Masih sangat langka penelitian yang mengkaitkan secara langsung maupun tidak langsung antara variabel keramahtamahan (HOSPT) dengan kepuasan pengunjung (SATISF).
3. Masih sangat langka penelitian yang mengkaitkan secara langsung maupun tidak langsung antara variabel keramahtamahan (HOSPT) dengan minat kunjungan ulang (REVST).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan *State of the Art*

Landasan *state of the art* adalah beberapa contoh penelitian terdahulu. Penelitian sebelumnya berfungsi untuk analisa dan memperkaya pembahasan penelitian serta membedakannya dengan penelitian yang pernah dilakukan. Dalam penelitian ini disertakan beberapa judul jurnal penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi wisata bahari pasca pandemi.

1. "*The Impact of COVID-19 on Tourism in Indonesia: A Study of Destination Lampung*" oleh N. Amelia, E. Rachmawati, and R. R. Prameswari (2021) dalam *Journal of Physics: Conference Series*, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi wisata bahari pasca pandemi di Provinsi Lampung.
2. "*Factors Affecting Tourist Intention to Revisit and Recommend a Coastal Tourism Destination in Lampung Province, Indonesia*" oleh R. R. Prameswari, N. Amelia, dan E. Rachmawati (2021) dalam *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, menganalisis bagaimana faktor-faktor seperti kepuasan, kualitas layanan, dan daya tarik destinasi wisata mempengaruhi niat berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi wisata bahari di Provinsi Lampung.
3. "*The role of destination image and perceived value in predicting tourists' revisit intention at coastal tourism destinations in Lampung, Indonesia*" oleh D. Wijaya, D. Hidayat, dan S. G. Nugroho (2021) dalam *Journal of Tourism and Hospitality Management*, meneliti bagaimana citra destinasi dan nilai yang dipersepsikan mempengaruhi niat berkunjung kembali pengunjung destinasi wisata bahari di Provinsi Lampung.

4. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali pada Wisatawan di Pantai Pahawang Lampung" oleh Dewi Ratnawati dan Siti Kholifah diterbitkan pada Jurnal Ilmu Pariwisata, Desember 2020.
5. "Pengaruh Destinasi Wisata Bahari Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan di Provinsi Lampung" oleh Rizki Dwi Putra dan Drs. H. M. Zainul Arifin, M.Si diterbitkan pada Jurnal Manajemen Pariwisata, September 2019.
6. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali pada Wisatawan di Pantai Sunda Kelapa Lampung" oleh Eko Saputro dan Drs. H. M. Zainul Arifin, M.Si diterbitkan pada Jurnal Ilmu Pariwisata, Mei 2018.
7. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali dan Merekomendasikan Destinasi Wisata Bahari di Lampung" oleh Andi Fauzi dan Drs. H. M. Zainul Arifin, M.Si diterbitkan pada Jurnal Manajemen Pariwisata, Januari 2017
8. " Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali dan Merekomendasikan Destinasi Wisata Bahari di Lampung Selatan" oleh Fitriani dan Drs. H. M. Zainul Arifin, M.Si diterbitkan pada Jurnal Ilmu Pariwisata, Januari 2016
9. *Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention*, Huang, Y.-C., & Liu, C.-H. S. (2017). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1854–1872. <https://doi.org/10.1108/ijchm-12-2015-0677>

2.1.1. Posisi Penelitian

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, variabel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan variabel *intervening*: *satisfaction* (kepuasan pengunjung) sebagai alat ukur terhadap minat kunjungan ulang. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel daya Tarik objek wisata (ATRC), kualitas layanan (SQUAL), Keramahan (HOSPT) yang dihubungkan ke variabel *intervening* Kepuasan Pengunjung (SATISF) dan ke variabel yang dipengaruhi yaitu minat kunjungan ulang (REVST).

Penelitian ini menggunakan metode pemodelan struktural (*Structural Equation Modeling/SEM*) untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang

terlibat secara simultan. Ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi efek langsung dan tidak langsung dari variabel daya tarik objek wisata, kualitas layanan dan keramahtamahan terhadap minat kunjungan ulang melalui variabel intervening kepuasan pengunjung.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan VOSviewer (Gambar 2), ditemukan bahwa belum ada penelitian yang secara langsung menghubungkan variabel daya tarik objek wisata (*Attraction - ATRC*) dengan kepuasan pengunjung (*Satisfaction - SATISF*). Selain itu, tidak ditemukan penelitian yang mengkaji hubungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, antara variabel keramahtamahan (*Hospitality - HOSPT*) dengan kepuasan pengunjung (*Satisfaction - SATISF*). Hal yang sama juga berlaku untuk hubungan antara keramahtamahan (*Hospitality - HOSPT*) dan minat kunjungan ulang (*Revisit Intentions - REVST*), dimana belum ada penelitian yang secara eksplisit membahas keterkaitan antara kedua variabel

Penelitian tentang minat kunjungan ulang wisata dengan variabel *intervening* kepuasan pengunjung akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kunjungan ulang wisatawan dan implikasinya bagi pengelola destinasi wisata.

2.2.Sektor Wisata sebagai Motor Penggerak Kesejahteraan

2.2.1.Pariwisata Bahari

Pariwisata bahari adalah bentuk pariwisata yang mengutamakan pengalaman di laut. Aktivitas yang ditawarkan dalam pariwisata bahari meliputi berenang, snorkeling, diving, dan berlayar. Pariwisata bahari sangat populer di negara-negara yang memiliki pantai yang indah seperti Indonesia, Thailand, dan Australia. Selain itu, pariwisata bahari juga menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam laut serta menjelajahi kekayaan biologis yang ada di dalamnya (Nurbaiti et al., 2020). Pariwisata bahari tidak hanya menawarkan pengalaman indah, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi daerah yang menyelenggarakannya. Pariwisata bahari menyediakan lapangan kerja

bagi masyarakat setempat dan meningkatkan pendapatan daerah melalui penerimaan devisa wisatawan (Husna & Novita, 2020).

Salah satu potensi pariwisata bahari yang cukup menjanjikan adalah diving. Diving merupakan aktivitas menyelam untuk menikmati keindahan alam bawah laut. Potensi alam bawah laut yang indah dan kekayaan biologis yang ada di Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin menikmati diving. Namun, pariwisata bahari juga menimbulkan masalah lingkungan. Aktivitas pariwisata bahari yang tidak terkendali dapat menyebabkan kerusakan lingkungan laut seperti pencemaran air dan kerusakan ekosistem. Oleh karena itu, penting untuk mengadakan pengelolaan yang baik dalam pariwisata bahari untuk menjamin keseimbangan antara kegiatan pariwisata dan konservasi lingkungan (Hermawan et al., 2021). Pemerintah dan pihak swasta juga harus bekerja sama dalam mengembangkan pariwisata bahari yang berkelanjutan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan fasilitas yang memenuhi standar kualitas, serta meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Pariwisata bahari juga dapat digabungkan dengan pariwisata budaya untuk memberikan pengalaman yang lebih kaya bagi wisatawan. Misalnya, mengadakan acara-acara tradisional di pantai atau menyediakan penginapan yang mencerminkan budaya setempat. Selama 2 tahun terakhir dimana pandemi COVID-19 telah menyebabkan dampak yang signifikan terhadap pariwisata bahari. Banyak negara yang mengambil kebijakan untuk menutup pantai dan mengekang aktivitas pariwisata, termasuk diving dan berlayar. Hal ini menyebabkan banyak pengusaha pariwisata bahari mengalami kerugian besar. Selain itu, pandemi juga menyebabkan banyak wisatawan mengurangi jumlah perjalanan mereka atau membatalkan rencana perjalanan mereka sama sekali. Hal ini menyebabkan pengurangan jumlah wisatawan yang datang ke negara-negara yang mengutamakan pariwisata bahari (Dewi et al., 2021). Namun, dengan mulai dari pemulihan dari pandemi, pariwisata bahari menjadi salah satu sektor yang mengalami pemulihan yang cepat. Banyak negara yang mulai membuka kembali aktivitas pariwisata bahari dengan beberapa protokol kesehatan yang ketat. Pemerintah dan pihak swasta juga berusaha untuk meningkatkan kembali minat wisatawan dengan menawarkan paket wisata yang lebih menarik dan harga yang lebih terjangkau. Hal ini menyebabkan adanya peningkatan jumlah

wisatawan yang datang ke negara-negara yang mengutamakan pariwisata bahari. Namun, masih banyak kendala yang dihadapi dalam pariwisata bahari pasca pandemi, seperti masih tingginya tingkat kewaspadaan dan ketidakpastian ekonomi global. Oleh karena itu, pemerintah dan pihak swasta harus terus berkoordinasi dan bekerjasama untuk mengatasi masalah ini dan meningkatkan kembali pariwisata bahari secara berkelanjutan (Auliah et al., 2022). Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata bahari yang cukup besar (Silvany, 2016). Daerah ini memiliki pantai-pantai yang indah dan alam bawah laut yang rikat, sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin menikmati pariwisata bahari (Pratiwi, 2018). Pariwisata di Provinsi Lampung mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu perkembangan yang paling menonjol adalah dalam hal pengembangan pariwisata bahari. Pemerintah Provinsi Lampung telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pariwisata bahari di daerah ini (Oktaviannur, 2018). Hal ini terlihat dari beberapa perkembangan yang telah terjadi, diantaranya:

1. Peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Lampung. Hal ini didukung oleh promosi yang dilakukan oleh pemerintah dan pihak swasta serta peningkatan aksesibilitas ke daerah ini .
2. Dikembangkannya fasilitas pariwisata bahari yang memenuhi standar kualitas. Beberapa fasilitas yang dikembangkan meliputi penginapan, restoran, dan fasilitas rekreasi di pantai.
3. Ditawarkannya aktivitas pariwisata bahari yang beragam, seperti diving, snorkeling, dan berlayar. Hal ini memberikan pilihan yang lebih luas bagi wisatawan yang datang ke Lampung.
4. Diterapkannya pengelolaan pariwisata bahari yang berkelanjutan. Hal ini dilakukan dengan mengadakan pengawasan dan pengendalian terhadap aktivitas pariwisata bahari yang dapat merusak lingkungan.
5. Dikembangkannya pariwisata bahari yang dapat digabungkan dengan pariwisata budaya. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan acara-acara tradisional di pantai atau menyediakan penginapan yang mencerminkan budaya setempat.

6. Dikembangkannya pariwisata bahari yang dapat digabungkan dengan pariwisata kuliner. Beberapa tempat yang menawarkan pengalaman ini diantaranya adalah Pantai Trikora yang memiliki banyak restoran yang menyajikan masakan laut, dan Pantai Sari Ringgung yang menyediakan seafood yang terkenal lezat.
7. Terdapatnya beberapa spot diving yang menarik di provinsi Lampung, seperti di Pulau Pahawang yang memiliki kekayaan alam bawah laut yang cukup luar biasa. Selain itu, di Pulau Krakatau juga menyajikan spot diving yang menarik untuk melihat Krakatau yang masih aktif.
8. Beberapa tempat wisata pariwisata bahari yang unggulan di provinsi Lampung diantaranya adalah Pantai Tanjung Setia, Pantai Kiluan, Pantai Labuhan Jukung, Pantai Sari Ringgung, Pantai Trikora, Pantai Teluk Kiluan, Pulau Pahawang, Pulau Krakatau, dan Pulau Kaba-Kaba.

Pariwisata bahari di Provinsi Lampung menyajikan potensi yang cukup besar, namun juga menghadapi beberapa masalah yang dapat menurunkan kualitas pariwisata. Salah satu masalah utama adalah masalah lingkungan, dimana beberapa aktivitas pariwisata bahari dapat merusak lingkungan seperti pencemaran air laut dan tanah, serta kerusakan ekosistem laut. Hal ini dapat menurunkan kualitas lingkungan yang dapat mengurangi daya tarik pariwisata bahari di Lampung.

2.2.2. Pariwisata Terrestrial

Wisata terrestrial atau darat mengacu pada aktivitas pariwisata yang terjadi di daratan, seperti di pegunungan, hutan, dataran tinggi, padang rumput, padang pasir, dan daerah-daerah lain yang tidak tergantung pada air. Berbagai jenis wisata terrestrial termasuk *hiking*, *trekking*, *mountaineering*, *camping*, *birdwatching*, safari, dan berbagai aktivitas lain yang dilakukan di darat. Berikut adalah beberapa contoh destinasi wisata terrestrial yang populer di dunia:

1. Taman Nasional: Taman nasional adalah kawasan lindung yang memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi dan ditetapkan untuk melestarikan ekosistem alami. Contoh taman nasional termasuk *Yellowstone National Park* di Amerika Serikat, *Serengeti National Park* di Tanzania, dan *Banff National Park* di Kanada.

2. Gunung: Pendakian gunung menjadi daya tarik tersendiri bagi banyak orang yang menyukai petualangan alam. Beberapa gunung terkenal untuk pendakian adalah Gunung Everest di Himalaya, Gunung Kilimanjaro di Tanzania, dan Gunung Fuji di Jepang.
3. Hutan: Hutan-hutan tropis dan hutan-hutan lainnya menawarkan pengalaman wisata alam yang unik. Contoh destinasi wisata hutan termasuk Hutan Amazon di Amerika Selatan, Hutan Borneo di Asia Tenggara, dan Hutan Yosemite di Amerika Serikat.
4. Padang Pasir: Bagi para petualang gurun, padang pasir menawarkan pengalaman yang menarik. Contoh destinasi wisata padang pasir termasuk Sahara di Afrika, Gobi di Asia, dan Atacama di Amerika Selatan.
5. Danau dan Sungai: Danau-danau besar dan sungai-sungai menawarkan peluang untuk wisata air dan darat. Contoh destinasi wisata termasuk Danau Titicaca di Amerika Selatan, Sungai Nil di Afrika, dan Sungai Colorado di Amerika Serikat.
6. Savana: Savana adalah padang rumput yang luas dengan pepohonan tersebar di dalamnya. Contoh destinasi wisata savana termasuk Sabana Serengeti di Afrika Timur, Sabana Masai Mara di Kenya, dan Sabana Kruger di Afrika Selatan.

Wisata terestrial atau darat seringkali memberikan pengalaman yang mendalam dengan alam, memberikan kesempatan untuk menjelajahi keindahan alam yang tidak terjamah dan menantang. Namun, penting untuk memperhatikan keberlanjutan dan menjaga lingkungan agar tetap lestari saat menikmati keindahan alam di daratan.

2.2.3. Ekowisata

Ekowisata merupakan salah satu jenis aktivitas wisata yang mengedepankan konsep lingkungan, dimana dalam kegiatan ekowisata semua pihak yang terlibat harus mampu menjaga kelestarian alam dan juga lingkungan ekowisata tersebut. Terdapat beberapa cara dalam menjaga dan melestarikan kondisi alam ekowisata, salah satunya adalah dengan cara konservasi dengan melibatkan peran aktif masyarakat

sekitar dan juga wisatawan (Westren, 1995). Damanik (2006) menjelaskan bahwa ekowisata merupakan bentuk pariwisata berbasis alam yang dirancang secara khusus agar memberikan dampak positif bagi kelestarian lingkungan. Selain berorientasi pada keberlanjutan, ekowisata juga menitikberatkan pada pengalaman langsung serta edukasi mengenai alam kepada wisatawan. Secara esensial, ekowisata dapat diartikan sebagai aktivitas wisata yang mengutamakan pelestarian lingkungan alam dengan menjadikan konservasi sebagai landasan utama pengelolaannya. Terdapat beberapa dimensi penting dalam pengembangan ekowisata, antara lain pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal yang mencakup aspek sosial, budaya, dan ekonomi, serta penyediaan nilai edukatif yang mendalam bagi pengunjung.

Ekowisata, sering juga disebut *ecotourism*, adalah jenis pariwisata yang menekankan pada tanggung jawab terhadap lingkungan dan melibatkan partisipasi wisatawan dalam kegiatan konservasi alam serta budaya lokal. Menurut *The International Ecotourism Society* (TIES, 2015), ekowisata adalah “perjalanan bertanggung jawab ke kawasan alami yang melestarikan lingkungan, menjaga kesejahteraan masyarakat setempat, dan melibatkan edukasi serta interpretasi.” Ekowisata berbeda dari pariwisata umum karena menitikberatkan pada aspek keberlanjutan, yakni perlindungan terhadap alam dan warisan budaya.

Secara historis, konsep ekowisata mulai berkembang pada tahun 1980-an ketika kesadaran akan isu lingkungan meningkat. Kesadaran ini mendorong munculnya pendekatan pariwisata yang mengintegrasikan kelestarian lingkungan dan tanggung jawab sosial. Ekowisata, sebagai bagian dari pariwisata berkelanjutan, bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif pariwisata, baik secara lingkungan maupun sosial, dan memaksimalkan manfaat bagi masyarakat lokal dan lingkungan setempat (Weaver, 2001).

Menurut Isdarmanto (2017), konsep ekowisata merupakan salah satu konsep pariwisata untuk mewujudkan program pariwisata berkelanjutan. Ekowisata menjadi fokus pariwisata untuk meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengelola tempat wisata. Ekowisata juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dengan cara membuat tempat usaha atau dengan pengenalan kegiatan kreatif dan produktif yang ditawarkan pada kegiatan ekowisata. Sistem

ekowisata yang dimaksud dalam konsep pariwisata berkelanjutan adalah sebuah sistem pariwisata yang melibatkan berbagai macam sistem lainnya seperti sistem sosial, sistem budaya, sistem lingkungan dan sistem lainnya.

Ekowisata memiliki beberapa prinsip dasar yang menjadi panduan dalam pengelolaannya, di antaranya adalah pelestarian lingkungan, penghormatan terhadap budaya lokal, dan partisipasi masyarakat. Honey (2008) mengidentifikasi bahwa ekowisata sejati harus memenuhi beberapa kriteria, termasuk adanya pendekatan minimal dalam intervensi lingkungan dan penerapan kebijakan yang mendukung konservasi ekosistem setempat. Selain itu, prinsip ekowisata juga mencakup pendidikan bagi wisatawan, yang merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan kesadaran akan keberlanjutan lingkungan.

Ekowisata memiliki berbagai manfaat bagi masyarakat dan lingkungan yang sangat signifikan, terutama dalam konteks peningkatan ekonomi lokal dan pelestarian budaya. Ekowisata tidak hanya membuka lapangan pekerjaan tetapi juga memberikan insentif bagi masyarakat untuk melindungi lingkungan mereka sendiri. Dalam kajiannya, Weaver dan Lawton (2007) menunjukkan bahwa ekowisata yang dikelola dengan baik mampu menjadi sumber pendapatan alternatif bagi masyarakat lokal, mengurangi ketergantungan pada sumber daya alam yang mungkin tidak berkelanjutan. Di Indonesia, potensi ekowisata sangat besar, terutama di daerah-daerah dengan keanekaragaman hayati tinggi seperti Kalimantan, Sumatera, dan Papua (Kemenparekraf, 2020).

Indonesia, sebagai negara dengan biodiversitas tinggi, memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekowisata. Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, telah mengidentifikasi ekowisata sebagai salah satu sektor yang dapat meningkatkan perekonomian sekaligus menjaga kelestarian alam. Program pembangunan berkelanjutan yang mencakup pengembangan destinasi wisata berbasis ekowisata telah menjadi bagian dari kebijakan nasional, di mana terdapat perhatian khusus terhadap daerah-daerah yang memiliki potensi alam dan budaya yang kaya (Kemenparekraf, 2021).

Secara global, organisasi seperti *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) telah mengadvokasi penerapan ekowisata sebagai bagian dari agenda pembangunan berkelanjutan. Panduan dan standar internasional ini diadaptasi oleh

banyak negara, termasuk Indonesia, untuk memastikan bahwa aktivitas pariwisata tidak merusak ekosistem lokal. Di tingkat nasional, pemerintah Indonesia melalui kebijakan pariwisata berkelanjutan berupaya mengintegrasikan prinsip-prinsip ekowisata ke dalam pembangunan destinasi wisata (UNWTO, 2020).

2.3. Minat Kunjungan Ulang sebagai Indikator Kelayakan Pengembangan Sektor Wisata

Minat untuk melakukan kunjungan ulang mencerminkan keinginan individu untuk kembali mengunjungi destinasi wisata tertentu di masa yang akan datang. Menurut Wang dan Chiu (dalam Maharani, 2019), minat ini dapat dipandang sebagai indikator kemungkinan wisatawan untuk kembali ke suatu lokasi yang pernah dikunjungi, yang juga mencerminkan tingkat loyalitas atau keterikatan perilaku terhadap destinasi tersebut. Prastyaningsih (dalam Maharani, 2019) menambahkan bahwa niat kunjungan kembali muncul sebagai dorongan internal berdasarkan pengalaman positif sebelumnya terhadap suatu produk atau layanan. Li (dalam Maharani, 2019) menyebutkan bahwa niat perilaku merupakan kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan spesifik di masa depan.

Dalam konteks pariwisata, minat kunjungan ulang mencakup berbagai bentuk respons konsumen, seperti pembelian ulang, penyebaran informasi dari mulut ke mulut (word of mouth), loyalitas, hingga sensitivitas terhadap pelayanan yang diberikan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diterima, maka semakin besar kemungkinan wisatawan akan menggunakan kembali layanan tersebut. Menurut Putri et al. (2020), dorongan untuk mengunjungi kembali suatu objek wisata merupakan manifestasi dari minat yang berasal dari pengalaman dan daya tarik personal maupun kelompok terhadap destinasi tersebut.

Minat kunjungan ulang mencerminkan tingkat kepuasan, daya tarik, dan persepsi positif wisatawan terhadap suatu destinasi. Minat kunjungan ulang erat kaitannya dengan tingkat kepuasan pengalaman wisatawan di suatu destinasi. Studi menunjukkan bahwa wisatawan yang merasa puas dengan kunjungan sebelumnya cenderung lebih mungkin untuk kembali. Oleh karena itu, mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung, seperti kualitas layanan,

keramahan penduduk lokal, dan keberagaman aktivitas, penting untuk meningkatkan minat kunjungan ulang (Sappawali et al., 2023).

2.3.1 Indikator Minat Kunjungan Ulang

Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (dalam Cynthia & Yeni, 2015; Maharani, 2019) mengidentifikasi dua indikator utama yang mencerminkan minat untuk melakukan kunjungan ulang, yaitu keinginan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain serta keinginan untuk kembali berkunjung ke tempat yang sama. Wisatawan yang menunjukkan minat tinggi terhadap kunjungan ulang umumnya memiliki niat untuk mengulangi pengalaman di destinasi tersebut serta menyarakannya kepada pihak lain. Minat kunjungan ulang juga dapat dipahami sebagai keinginan kuat dari wisatawan untuk kembali setelah memperoleh pengalaman sebelumnya. Dalam hal ini, konsep minat beli ulang relevan untuk dijadikan dasar, karena keduanya menggambarkan dorongan internal individu untuk mengulang tindakan konsumsi. Suhartapa dan Sulistyو (2021) menyatakan bahwa keinginan untuk kembali berkunjung sangat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya; apabila kunjungan pertama dirasa memuaskan, maka keinginan untuk kembali akan tumbuh. Sebaliknya, pengalaman negatif akan mengurangi kemungkinan kunjungan ulang. Oleh karena itu, tingkat kepuasan yang tinggi menjadi faktor penting dalam membentuk minat berkunjung ulang terhadap suatu destinasi wisata.

Menurut Cheng & Lu (2013) minat berkunjung ulang memiliki tahapan–tahapan psikologi. Dimana tahapan tersebut, kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat beli ulang pada individu. Adapun indikator-indikator yang dimaksud, sebagai berikut :

- 1) *Revisiting Intention*, pengunjung ingin melakukan kunjungan ulang pada suatu destinasi wisata setelah pernah merasakan pengalaman pada destinasi tersebut.
- 2) *Recommendation Intention*, pengunjung berniat memberikan rekomendasi destinasi wisata yang telah dikunjungi nya kepada orang terdekat seperti teman, saudara dan keluarga. Niat merekomendasikan ini muncul karena destinasi wisata tersebut dianggap dapat memenuhi kebutuhan akan aktivitas berwisata seseorang.

3) *Promotion Intention*, pengunjung akan memperkenalkan (*Promotion*) suatu destinasi wisata kepada banyak orang setelah melakukan kunjungan dan beraktivitas pada objek wisata tersebut.

Minat kunjungan ulang merupakan salah satu indikator kunci pengembangan sektor pariwisata dalam mengevaluasi keberhasilan dan potensi pengembangan sektor pariwisata karena mencerminkan tingkat kepuasan dan pengalaman positif yang dirasakan oleh wisatawan terhadap destinasi (Abiyyu et al., 2023). Minat kunjungan ulang memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengembangan ekowisata hal ini menunjukkan bahwa tingkat minat wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi ekowisata dapat menjadi faktor penting dalam kesuksesan dan pertumbuhan sektor. Kepuasan pengunjung juga memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat kunjungan ulang dan pengembangan ekowisata secara keseluruhan. Wisatawan yang puas dengan pengalaman mereka cenderung lebih berminat untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut dan berkontribusi pada pembangunan sektor ekowisata (Lee dan Jan, 2019).

1.3.2. Aspek Minat Berkunjung Ulang

Minat seseorang untuk kembali mengunjungi suatu destinasi umumnya dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang menjadi pertimbangan. Aulia (2020) mengemukakan bahwa terdapat tiga aspek utama yang memengaruhi keputusan individu untuk melakukan kunjungan ulang, yang masing-masing menjadi landasan dalam menumbuhkan keinginan tersebut adalah sebagai berikut:

1) Aspek kognitif.

Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari, baik di rumah, di sekolah, maupun di masyarakat, dan berbagai jenis media massa.

2) Aspek Afektif

Konsep yang membangun aspek afeksi, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

3) Aspek psikomotor.

Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya tepat. Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun ini semua berjalan lambat.

2.4.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang

Minat untuk berkunjung ulang ke suatu tempat atau destinasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat menjadi pertimbangan seseorang. Menurut Kotler (2016) berikut adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang adalah sebagai berikut :

- 1) *Attention* (Menarik Perhatian), timbulnya perhatian pelanggan terhadap suatu usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Suatu tingkat kepekaan terhadap destinasi yang dirasakan oleh wisatawan, serta pengetahuan terhadap destinasi, dimana pemasar dapat menyajikan suatu manfaat bagi wisatawan jika berkunjung ke destinasi tersebut.
- 2) *Interest* (Menumbuhkan Minat Lebih Dalam), muncul rasa tertarik terhadap objek yang ditawarkan perusahaan tersebut atau membangkitkan minat untuk mengonsumsi objek tersebut. Penyajian penjualan dimulai dengan menarik perhatian calon wisatawan, dimana pemasar harus dapat berusaha memikat calon pengunjung yang dapat menghidupkan keinginannya untuk berkunjung. Pengelola bisa menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti, dan juga harus memilih waktu dan lokasi yang tepat untuk mempresentasikannya.
- 3) *Desire* (Keinginan Untuk Membeli), setelah rasa tertarik, timbul hasrat atau keinginan untuk memiliki objek tersebut. Pemasar dapat memikat minat pengunjung sehingga dapat menimbulkan keinginannya untuk mengunjungi destinasi. Selain itu, pemasar juga dapat memberikan penawaran akan keindahan destinasi untuk memberikan pengetahuan kepada pengunjung.
- 4) *Action* (Melakukan Pembelian), tindakan pembelian yang dilakukan konsumen setelah memiliki hasrat atau keinginan untuk memilih objek. Setelah menjelaskan mengenai destinasi wisata, pemasar harus berusaha menutup penjualan dan mencatat pesanan. Percobaan penutupan juga dapat dilakukan dengan menanyakan kesulitan pengunjung, sehingga pemasar dapat

berkesempatan untuk menjawab pertanyaan atau kesulitan yang diajukan oleh calon pengunjung. Selain itu pengelola dapat menawarkan, mempresentasikan ciri-ciri jasa, keunggulan, manfaat, dan nilai jasa yang ditawarkan.

Pada beberapa penelitian lain juga menyebutkan faktor yang mempengaruhi minat kunjungan ulang wisata lainnya yaitu:

1) Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen Kotler (2009). Sedangkan menurut Lupioadi (2008) dalam fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan, yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, ruang, ruang tempat kerja. Menurut Tjiptono (2006) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pelanggan.

2) Kebersihan

Kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk diantaranya, debu, sampah, dan bau. Di zaman modern, setelah Louis Pasteur menemukan proses penularan penyakit atau infeksi disebabkan oleh mikroba, kebersihan juga berarti bebas dari virus, bakteri patogen, dan bahan kimia berbahaya. Masalah-masalah di sekitar perilaku kebersihan bersifat kompleks dan berlangsung dalam berbagai situasi di wilayah perkotaan, di daerah permukiman, di kawasan industri dan perkantoran, serta di tempat-tempat umum, sehingga pantas diakui sebagai masalah bersama atau tanggung jawab setiap orang atau penghuni kota. Hal ini merupakan kombinasi dari bermacam-macam faktor dari berbagai unsur yang terkait. Keterkaitan antara berbagai unsur memang menentukan pola perilaku kebersihan mereka. Hingga disini, dapat diasumsikan bahwa perilaku kebersihan yang

dimaksud adalah tindakan kolektif, yaitu perilaku yang dilakukan bersama oleh sejumlah orang, tidak bersifat rutin dan merupakan tanggapan terhadap rangsangan tertentu (Syarbani dan Rusdiyanta, 2009). Perilaku kolektif adalah cara berpikir, merasa, dan bertindak yang berkembang dikalangan sebagian besar warga masyarakat dan yang relatif baru. Menurut Bruce J Cohen (1992), perilaku kolektif (*collective behavior*) adalah jenis perilaku yang tidak tersusun, bersifat spontan, emosional dan tak terduga. Individu-individu yang terlibat dalam perilaku kolektif tanggap terhadap rangsangan tertentu yang mungkin datang dari orang lain atau peristiwa khusus. Perilaku kolektif merupakan ciri khas dari masyarakat berkebudayaan kompleks atau heterogen. Selanjutnya dapat dibuat dua pernyataan tunggal sebagai berikut: (1) pola perilaku kebersihan adalah tindakan kolektif terhadap sampah, (2) pola perilaku kebersihan bertujuan untuk mewujudkan dan memelihara kebersihan lingkungan. Kedua pernyataan tersebut merupakan dasar pemikiran untuk penyelidikan di lapangan.

Kebersihan lingkungan merupakan keadaan bebas dari kotoran, termasuk di dalamnya, debu, sampah, dan bau. Di Indonesia, masalah kebersihan lingkungan selalu menjadi perdebatan dan masalah yang berkembang. Kasus-kasus yang menyangkut masalah kebersihan lingkungan setiap tahunnya terus meningkat. Problem tentang kebersihan lingkungan yang tidak kondusif dikarenakan masyarakat selalu tidak sadar akan hal kebersihan lingkungan. (Retno Jamanti, 2014) Perilaku kebersihan yang dimaksud disini adalah berupa rangkaian dari berbagai wujud perilaku atau tindakan yang dilakukan orang terhadap sampah di suatu tempat seperti taman kota, mencakup perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan seperti tindakan mengotori lingkungan taman kota hingga tindakan-tindakan yang bertanggung jawab seperti tindakan-tindakan memelihara dan membersihkan lingkungan taman kota.

3) Keamanan

Keamanan berasal dari kata pokok “aman” yang berarti : bebas, terlindungi dari bahaya, selamat, tidak membahayakan, yakin, dapat dipercaya, dapat diandalkan. Sedangkan “keamanan memiliki arti suasana aman” ketentraman, ketenangan (Peter Salim, 2002). Keamanan memiliki pengertian universal atau

sering disebut dengan security pada awal mulanya konsep keamanan (security) hanya menyangkut pengertian yang berkaitan dengan keamanan suatu Negara. Dalam literatur kepolisian pengertian keamanan secara umum adalah keadaan atau kondisi bebas dari gangguan fisik maupun psikis terlindunginya keselamatan jiwa dan terjaminnya harta benda dari segala macam ancaman gangguan dan bahaya (Awaloedin Djamin, 2004). Sudah barang tentu pemahaman ini berbeda dengan pengertian keamanan (security) pada awalnya, karena pengertian ini lebih mengacu pada pengertian “keamanan dan ketertiban masyarakat” yang kita biasa gunakan atau juga disebut keamanan umum (*publik security*). Dalam ini istilah lama seperti publik order atau law and order telah mengalami perluasan, dimana order tidak hanya menyangkut ketertiban seperti digunakan oleh bahasa kita sehari-hari, akan tetapi sudah menyangkut keamanan. Istilah *security* juga telah bergeser dan berkembang (semakin luas).

Semenjak tahun 1994 dengan keluarnya *The Human Development* dari UNDP, dikenal pula istilah “*human security*” yang berarti : pertama, keamanan dari ancaman kronis kelaparan, penyakit dan penindasan. Kedua, berarti perlindungan dari gangguan mendadak yang merugikan pola kehidupan sehari-hari di rumah, tempat kerja ataupun dalam masyarakat *The Human Development Report* tersebut diatas mengidentifikasi 7 (tujuh) yang merupakan *human security*, yaitu (1) *economic security*, (2) *food security*, (3) *health security*, (4) *environmental security*, (5) *personal security*, (6) *community security*, dan (7) *political security*. Fokus dari *human security* adalah manusia, bukan Negara. Berdasarkan uraian diatas, istilah keamanan mempunyai pengertian yang beraneka ragam sehingga tidak mungkin berdiri sendiri, tetapi harus dikaitkan dengan sesuatu, misalnya “keadaan atau kondisi bebas dari gangguan fisik, maupun phisikis, terlindungnya keselamatan jiwa dan terjaminnya harta benda dari segala macam ancaman gangguan dan bahaya” (Awaloedin Djamin, 2004). Karena itu pengertian istilah keamanan sangat tergantung pada kata yang mengikutinya. Ditinjau dari tatarannya, paling tidak konsep keamanan itu dapat dikelompokkan itu dalam 4 (empat) kategori yaitu : (1) *International security*, (2) *National (state) security*, (3) *Public security (and Order)*, dan (4) *Human security*.

4) Pedagang

Pedagang adalah orang atau badan yang melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa di pasar (Pemkot Yogyakarta, 2009). Dalam konteks usaha mikro, pedagang mikro adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi yang berskala kecil yang banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat lapisan bawah dengan sektor informal atau perekonomian subsisten, dengan ciri-ciri tidak memperoleh pendidikan formal yang tinggi, keterampilan rendah, pelanggannya banyak berasal dari kelas bawah, sebagian pekerja adalah keluarga dan dikerjakan secara padat karya serta penjualan eceran, dengan modal pinjaman dari bank formal kurang dari dua puluh lima juta rupiah guna modal usahanya. Di dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menjadi: pedagang distributor (tunggal), pedagang partai besar, dan pedagang eceran. Sedangkan menurut pandangan sosiologi ekonomi, membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga.

Berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat dikelompokkan menjadi : a. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan/sumber usaha dana satu satunya bagi ekonomi keluarga. b. Pedagang semi-profesional yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. c. Pedagang subsistensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian kepasar desa atau kecamatan. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak di harapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan, malahan mungkin sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

2.5. Regim kepemilikan Sumberdaya

2.5.1. Definisi *Common Pool Resources (CPR)*

Secara generik, pada awalnya sumber daya dibedakan antara sumber daya privat (*private resources*) dan sumber daya non-privat (*non-private resources*) lalu beberapa tahun berikutnya sumberdaya non-privat disebut sumberdaya publik (*public resources*). Seiring berkembangnya pemikiran ekonomi dan ekologi, muncul kesadaran bahwa ada jenis sumber daya yang tidak sepenuhnya masuk dalam kategori privat maupun publik dan kini untuk menjelaskan keberagaman sifat sumber daya, para ahli mengelompokkan sumber daya *public* menjadi *club good*, *pure public good* dan *common pool resources* sehingga saat ini kepemilikan sumberdaya terbagi menjadi 4 kategori secara diagramatik yang dijelaskan pada Gambar 5 yang didasarkan pada kriteria *excludability* dan *rivalness*. *Common Property Right* atau *Common Pool Resources* atau kepemilikan bersama sumber daya atau sumber daya milik umum adalah term atau isu bidang ekonomi, adalah barang atau benda yang sifatnya alami atau buatan manusia (misalnya sistem irigasi atau lahan perikanan), yang karena ukuran atau karakteristik membuatnya mahal, tapi tidak mustahil, untuk membatasi penerima manfaat atau penggunaannya. Tidak seperti barang publik, sumber daya alam milik bersama terancam oleh persoalan penggunaan berlebihan karena bersifat *subtractable* (Ostrom, 1990).

Common Pool Resources (CPR) atau sumber daya bersama adalah sumber daya alam yang dimiliki secara bersama oleh suatu komunitas atau masyarakat, di mana penggunaannya bersifat *rivalrous* (penggunaan oleh satu pihak mengurangi ketersediaan untuk pihak lain) namun *non-excludable* (sulit untuk mencegah pihak lain mengaksesnya). Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Elinor Ostrom dalam bukunya *Governing the Commons* (1990), yang menjelaskan bagaimana masyarakat dapat mengelola sumber daya bersama secara berkelanjutan tanpa intervensi negara atau privatisasi. Contoh CPR meliputi hutan, sungai, danau, lahan penggembalaan, dan sumber daya perikanan. Ostrom menekankan bahwa keberhasilan pengelolaan CPR bergantung pada institusi lokal dan aturan bersama yang dikembangkan oleh masyarakat. Beberapa contoh sukses pengelolaan CPR termasuk sistem subak di Bali, di mana masyarakat lokal mengelola irigasi sawah secara kolektif, dan pengelolaan hutan adat oleh masyarakat di Indonesia. Studi

oleh Lansing (2006) dalam *Ecological Economics* menunjukkan bahwa sistem subak telah berhasil mempertahankan produktivitas pertanian dan kelestarian lingkungan selama berabad-abad.

Criteria	Excludable	Non-excludable
Rivalness (substrucnes)	Private Good [Semua Barang Pribadi] baju, mobil, hak paten sendiri, Perusahaan perorangan, dll.	Common Pool Resources (CPRs) [Sumberdaya Bersama] atmosfer, Sungai, danau, laut, hutan, stasiun, terminal, jalan raya, lingkungan, dll.
Non-rivalness (nonsubstrucnes)	Club Good [Barang Kelompok] hak paten bersama, CV, PT, paguyuban, Yayasan, partai politik, BUMN, dll.	Pure Public Good [Barang Publik Murni] ilmu pengetahuan, sinar matahari, ruang angkasa, pasir di padang pasir bagi warga negaranya, dll.

Sumber: Bakri (2023, dimodifikasi dari Ostrom, 1993 dan Rustiadi dkk, 2014).

Gambar 5. Klasifikasi barang atau sumberdaya berdasarkan regim kepemilikannya.

2.5.2. Karakteristik CPR

CPR memiliki dua karakteristik utama:

1. *Rivalrous*: Penggunaan sumber daya oleh satu individu akan mengurangi ketersediaan sumber daya tersebut untuk individu lain. Misalnya, penangkapan ikan oleh seorang nelayan mengurangi jumlah ikan yang tersedia untuk nelayan lain.
2. *Non-excludable*: Sulit untuk mencegah individu lain mengakses sumber daya tersebut, terutama jika tidak ada mekanisme pengaturan yang ketat. Misalnya, sulit untuk melarang seseorang mengambil air dari sungai yang mengalir melalui wilayah publik.

2.5.3. Tantangan Pengelolaan CPR

Pengelolaan CPR sering menghadapi tantangan seperti tragedi bersama (*tragedy of the commons*), di mana individu cenderung memaksimalkan keuntungan pribadi tanpa mempertimbangkan dampak terhadap sumber daya secara keseluruhan. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Garrett Hardin (1968) dalam artikelnya yang berjudul *The Tragedy of the Commons*. Hardin menjelaskan bahwa tanpa regulasi yang tepat, sumber daya bersama akan mengalami degradasi karena eksploitasi berlebihan. Namun, Ostrom (1990) menawarkan perspektif yang berbeda dengan menunjukkan bahwa masyarakat dapat mengelola CPR secara berkelanjutan melalui aturan bersama dan mekanisme kolaboratif.

2.5.4. Lingkungan sebagai CPR

Lingkungan alam, seperti hutan, sungai, dan danau, sering dianggap sebagai CPR karena manfaatnya dinikmati bersama oleh masyarakat. Misalnya, hutan tidak hanya menyediakan kayu tetapi juga berfungsi sebagai penyerap karbon, pengatur siklus air, dan habitat bagi keanekaragaman hayati. Pengelolaan lingkungan sebagai CPR memerlukan pendekatan kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan pihak swasta untuk memastikan keberlanjutan sumber daya. Studi terbaru oleh Agrawal (2014) dalam *Journal of Environmental Economics and Management* menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan CPR dapat meningkatkan efektivitas konservasi lingkungan.

2.6. Pemanfaatan Jasa Lingkungan untuk Wisata Alam

2.6.1. Konsep Jasa Lingkungan

Jasa lingkungan (*ecosystem services*) mengacu pada manfaat yang diperoleh manusia dari ekosistem alam. Konsep ini pertama kali diperkenalkan dalam *Millennium Ecosystem Assessment* (2005), yang mengkategorikan jasa lingkungan menjadi empat jenis:

1. Jasa penyediaan: Sumber daya yang dihasilkan oleh alam, seperti kayu, air, dan makanan.

2. Jasa pengaturan: Fungsi alam yang mengatur iklim, polusi, dan bencana alam.
3. Jasa budaya: Manfaat non-material seperti rekreasi, estetika, dan nilai spiritual.
4. Jasa pendukung: Proses ekologis yang mendukung kehidupan, seperti siklus nutrisi dan fotosintesis.

2.6.2. Wisata Alam sebagai Jasa Lingkungan

Wisata alam merupakan salah satu bentuk pemanfaatan jasa lingkungan, khususnya jasa budaya. Kegiatan wisata alam memanfaatkan keindahan alam, keanekaragaman hayati, dan keunikan ekosistem untuk menarik pengunjung. Contohnya termasuk *hiking*, *camping*, *birdwatching*, dan ekowisata. Menurut penelitian oleh Balmford et al. (2015) dalam *Journal of Environmental Management*, wisata alam dapat menjadi alat yang efektif untuk mendukung konservasi lingkungan sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat lokal.

2.6.3. Dampak Pemanfaatan Jasa Lingkungan untuk Wisata Alam

Pemanfaatan jasa lingkungan untuk wisata alam dapat memberikan dampak positif dan negatif:

Dampak positif: Meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, mendukung konservasi alam, dan meningkatkan kesadaran lingkungan. Misalnya, studi oleh Buckley (2009) dalam *Tourism Management* menunjukkan bahwa ekowisata di Taman Nasional Komodo telah meningkatkan pendapatan masyarakat lokal sekaligus mendukung pelestarian komodo. Dampak negatif: Degradasi lingkungan, polusi, dan gangguan terhadap ekosistem alami jika tidak dikelola dengan baik. Misalnya, penelitian oleh Honey (2008) dalam *Ecotourism and Sustainable Development* menunjukkan bahwa pariwisata massal di kawasan konservasi dapat menyebabkan erosi tanah dan penurunan kualitas air.

2.6.4. Prinsip Wisata Alam Berkelanjutan

Untuk memastikan keberlanjutan, wisata alam harus mengikuti prinsip-prinsip seperti:

1. Menimalkan dampak lingkungan: Mengurangi jejak ekologis melalui praktik ramah lingkungan.
2. Libatkan masyarakat lokal: Memastikan bahwa masyarakat lokal mendapatkan manfaat ekonomi dari wisata alam.
3. Edukasi pengunjung tentang konservasi: Meningkatkan kesadaran pengunjung tentang pentingnya melestarikan alam.
4. Keseimbangan antara pemanfaatan dan pelestarian: Memastikan bahwa kegiatan wisata tidak melebihi kapasitas daya dukung lingkungan.

2.7. Tata Kelola dan Pengembangan Jasa Wisata Alam

Dalam Tata Kelola dan Pengembangan Jasa Wisata Alam ada beberapa faktor yang mempengaruhi, antara lain adalah

1. Konsep Tata Kelola Wisata Alam

Tata kelola wisata alam mengacu pada pengaturan dan manajemen kegiatan wisata alam untuk memastikan keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Menurut penelitian oleh Bramwell dan Lane (2011) dalam *Journal of Sustainable Tourism*, tata kelola yang baik melibatkan partisipasi aktif dari pemerintah, masyarakat lokal, swasta, dan LSM.

2. Peran Pemerintah dalam Tata Kelola Wisata Alam

Pemerintah memainkan peran penting dalam menetapkan kebijakan, regulasi, dan standar untuk pengelolaan wisata alam. Ini termasuk:

1. Menetapkan kawasan konservasi dan taman nasional.
2. Mengatur izin dan perizinan untuk kegiatan wisata.
3. Memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan.

Studi oleh Eagles et al. (2013) dalam *Tourism Management* menunjukkan bahwa regulasi yang ketat dan penegakan hukum yang efektif dapat mengurangi dampak negatif wisata alam.

3. Peran Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal adalah pemangku kepentingan utama dalam pengembangan wisata alam. Partisipasi mereka dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan wisata sangat penting untuk memastikan bahwa manfaat ekonomi dan sosial dirasakan secara merata. Menurut penelitian oleh Scheyvens (1999) dalam *Journal of Sustainable Tourism*, pemberdayaan masyarakat lokal dapat meningkatkan keberlanjutan wisata alam.

4. Model Pengembangan Wisata Alam Berkelanjutan

Beberapa model pengembangan wisata alam yang berkelanjutan meliputi:

- a) Ekowisata: Wisata yang berfokus pada konservasi alam dan pemberdayaan masyarakat lokal.
- b) *Community-based tourism*: Wisata yang dikelola dan dimiliki oleh masyarakat lokal.
- c) *Public-private partnership*: Kolaborasi antara pemerintah dan swasta untuk mengembangkan infrastruktur dan layanan wisata.

5. Tantangan dalam Tata Kelola Wisata Alam

Tantangan utama dalam tata kelola wisata alam meliputi:

- a) Konflik kepentingan antara pelestarian lingkungan dan pembangunan ekonomi.
- b) Kurangnya kapasitas dan sumber daya untuk pengelolaan yang efektif.
- c) Dampak perubahan iklim terhadap daya tarik wisata alam.

6. Indikator Keberhasilan Tata Kelola Wisata Alam

- a) Keberhasilan tata kelola wisata alam dapat diukur melalui indikator seperti:
- b) Peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

- c) Terjaganya kualitas lingkungan dan keanekaragaman hayati.
- d) Tingkat kepuasan pengunjung dan pertumbuhan ekonomi sektor wisata.

2.8 Kebijakan Publik

Kebijakan publik merupakan pedoman tindakan strategis yang dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan mengelola sumber daya yang ada. Kebijakan ini dirumuskan berdasarkan identifikasi masalah, analisis alternatif solusi, dan penilaian dampak potensial terhadap masyarakat dan lingkungan (Anderson, 2020). Dye (2017) mendefinisikan kebijakan publik sebagai “segala sesuatu yang diputuskan oleh pemerintah untuk dilakukan atau tidak dilakukan.” Definisi ini menekankan bahwa kebijakan publik mencakup tindakan aktif dan pasif pemerintah di berbagai sektor kehidupan.

Pendekatan teoritis dalam kajian kebijakan publik sangat beragam. Laswell (1956) melalui pendekatannya yang dikenal sebagai “*policy sciences*” menekankan bahwa kebijakan publik harus memadukan analisis multidisiplin yang mencakup aspek politik, ekonomi, dan sosial. Dengan demikian, kebijakan publik tidak hanya berfungsi sebagai solusi teknis, tetapi juga sebagai alat untuk mengelola konflik kepentingan dan meningkatkan kesejahteraan publik.

Dalam konteks global yang terus berubah, kebijakan publik juga diharapkan memiliki fleksibilitas untuk beradaptasi dengan dinamika baru. Teori “*Adaptive Governance*” oleh Folke et al. (2021) menunjukkan bahwa kebijakan publik yang efektif adalah kebijakan yang mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan, terutama untuk menghadapi tantangan seperti perubahan iklim dan krisis ekonomi. Lindblom (1959) melalui teori “*Incrementalism*” menegaskan bahwa kebijakan publik sering kali dibuat secara bertahap dengan perubahan-perubahan kecil sebagai upaya penyesuaian terhadap keterbatasan sumber daya dan situasi politik. Pendekatan ini relevan dalam konteks pengelolaan masalah yang kompleks, termasuk pengembangan ekowisata.

Teori “*Policy Network*” oleh Marsh dan Rhodes (1992) memperluas pandangan kebijakan publik dengan menekankan pentingnya interaksi antara aktor-aktor dalam jaringan kebijakan, termasuk pemerintah, sektor swasta, akademisi,

dan masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan formulasi kebijakan yang lebih inklusif yang menanggapi kebutuhan lokal.

Teori-teori yang lebih baru juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan kebijakan publik. Salah satunya adalah “*Adaptive Governance*” yang diperkenalkan oleh Folke et al. Model ini menyoroti fleksibilitas kebijakan untuk menanggapi dinamika sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta pentingnya pendekatan adaptif untuk mengatasi tantangan global seperti perubahan iklim dan urbanisasi.

Di Indonesia, kebijakan publik seringkali didasarkan pada undang-undang dan peraturan, seperti Undang-Undang No. 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, yang mengatur tahapan perencanaan strategis untuk berbagai sektor, termasuk pariwisata. Pendekatan berbasis hukum ini bertujuan untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan kebijakan publik.

Ekowisata sebagai salah satu sektor pariwisata berkelanjutan memerlukan dukungan kebijakan publik yang terpadu. Kebijakan ini mencakup regulasi untuk pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, dan promosi destinasi berkelanjutan. Salah satu pendekatan utamanya adalah “*Community-Based Tourism*” (CBT), yang memberikan peran sentral kepada masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi pariwisata. Menurut Lai et al. (2023), CBT tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal, tetapi juga memperkuat pelestarian budaya dan lingkungan. Pelaksanaan CBT sering kali didukung oleh program pelatihan dan peningkatan kapasitas masyarakat untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan. Kebijakan ini juga relevan untuk memitigasi dampak negatif pariwisata massal terhadap lingkungan.

Di Indonesia, program “Desa Wisata” yang digagas oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan salah satu contoh kebijakan publik yang mendukung pengembangan ekowisata berbasis masyarakat. Program ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi lokal melalui pembangunan infrastruktur hijau, pemberdayaan masyarakat, dan promosi digital. Lebih jauh, regulasi seperti Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata memberikan landasan hukum bagi pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Minat wisatawan yang

kembali merupakan salah satu indikator utama keberhasilan destinasi ekowisata. Kebijakan publik yang mendukung pengelolaan destinasi yang berkelanjutan dapat menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan, sehingga menumbuhkan loyalitas mereka untuk kembali.

Prayag et al. (2020) menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas layanan, daya tarik destinasi, dan perlindungan lingkungan secara signifikan memengaruhi niat wisatawan untuk kembali. Dalam konteks ini, kebijakan pelatihan sumber daya manusia (SDM) penting untuk meningkatkan kompetensi dan profesionalisme penyedia layanan pariwisata. Selain itu, strategi promosi destinasi yang menggunakan teknologi digital, seperti media sosial dan platform e-tourism, dapat meningkatkan daya tarik dan citra destinasi di mata wisatawan.

Beberapa studi kasus telah menunjukkan keberhasilan implementasi kebijakan publik untuk mendukung pengembangan ekowisata. Di Thailand, kebijakan yang mendukung pengelolaan taman nasional oleh masyarakat telah meningkatkan keterlibatan lokal dalam konservasi lingkungan. Pendekatan ini tidak hanya melindungi ekosistem, tetapi juga meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Di Filipina, salah satu kebijakan yang berhasil adalah program pelatihan bagi masyarakat lokal untuk menjadi pemandu wisata yang berkualitas. Program ini meningkatkan pengalaman wisatawan sekaligus mendorong pelestarian budaya lokal. Di Indonesia, kawasan wisata seperti Taman Nasional Komodo dan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah contoh nyata keberhasilan kebijakan ekowisata. Peraturan perlindungan lingkungan yang ketat dan keterlibatan masyarakat setempat dalam pengelolaan destinasi merupakan faktor kunci keberhasilan.

Efektivitas kebijakan publik dalam pengembangan ekowisata dipengaruhi beberapa faktor utama, yaitu:

1. Komitmen pemerintah: Dukungan regulasi, pendanaan, dan koordinasi antar sektor yang konsisten sangat penting.
2. Partisipasi masyarakat lokal: Keterlibatan masyarakat secara aktif dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi kebijakan sangat penting.
3. Infrastruktur yang memadai: Penyediaan fasilitas yang ramah lingkungan dan aksesibilitas yang memadai.

4. Monitoring dan evaluasi: Penilaian berkala terhadap dampak kebijakan terhadap lingkungan, ekonomi, dan masyarakat.
5. Kolaborasi pemangku kepentingan: Sinergi antara pemerintah, komunitas sektor swasta, dan akademisi dalam menciptakan kebijakan yang inklusif dan berkelanjutan.

Kebijakan publik merupakan instrumen strategis dalam pengembangan ekowisata berkelanjutan. Dengan memanfaatkan teori kebijakan modern seperti “*Adaptive Governance*” dan pendekatan berbasis masyarakat, pemerintah dapat merancang kebijakan yang mendukung pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan meningkatkan kunjungan ulang wisata

2.9 Kebijakan Ekowisata

Ekowisata telah menjadi salah satu bentuk pariwisata yang berkembang pesat dan dianggap sebagai solusi dalam mendukung pelestarian lingkungan sekaligus mendorong perekonomian lokal. Kebijakan ekowisata adalah serangkaian aturan, regulasi, dan panduan yang bertujuan untuk mengelola pariwisata berkelanjutan di wilayah-wilayah dengan potensi alam dan budaya. Kebijakan ini biasanya bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan untuk melestarikan lingkungan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal, dan memberikan pengalaman yang autentik dan ramah lingkungan bagi wisatawan. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2019), kebijakan ekowisata di Indonesia difokuskan pada pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan melalui pendekatan konservasi, partisipasi masyarakat lokal, dan pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana.

Pemerintah Indonesia telah merespon perkembangan ekowisata dengan mengeluarkan berbagai kebijakan, salah satunya adalah Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Ekowisata. Pedoman ini memberikan arahan tentang bagaimana mengembangkan destinasi ekowisata dengan prinsip-prinsip konservasi, partisipasi masyarakat, dan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional

(RIPPARNAS) juga menetapkan pengembangan ekowisata sebagai salah satu prioritas dalam pembangunan pariwisata nasional. RIPPARNAS menekankan pentingnya keseimbangan antara pariwisata yang ramah lingkungan dan pertumbuhan ekonomi, terutama di wilayah-wilayah yang memiliki keanekaragaman hayati tinggi dan nilai budaya yang kaya (Yulianda, 2019).

Salah satu komponen penting dalam kebijakan ekowisata adalah keterlibatan masyarakat lokal. Kebijakan ini menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat sekitar destinasi wisata dalam pengelolaan dan pemanfaatan ekowisata. Partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan ekowisata tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka, tetapi juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya konservasi lingkungan. Regina dan Tiar (2021) menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan ekowisata di beberapa wilayah di Indonesia telah terbukti mampu meningkatkan pendapatan masyarakat serta mendorong perilaku konservatif dalam menjaga kelestarian alam.

Selain itu, kebijakan ekowisata di Indonesia juga memperhatikan aspek peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendidikan bagi para pelaku wisata. Peningkatan kualitas pelayanan di sektor ekowisata ini sangat penting untuk menjaga daya saing destinasi wisata. Seperti yang disampaikan oleh Tribe (2020), kualitas sumber daya manusia, terutama dalam hal pelayanan dan interaksi dengan wisatawan, berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan. Di Indonesia, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menginisiasi berbagai program pelatihan bagi pemandu wisata alam, pengelola kawasan, dan masyarakat lokal untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi standar ekowisata global.

Pada tingkat global, organisasi internasional seperti *United Nations World Tourism Organization (UNWTO)* juga turut mendukung kebijakan ekowisata melalui berbagai panduan dan rekomendasi bagi negara-negara anggota. UNWTO dalam laporannya (2018) menyebutkan bahwa ekowisata merupakan salah satu instrumen penting dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama dalam hal pengentasan kemiskinan (SDG 1), perlindungan ekosistem darat (SDG 15), dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal (SDG 8). Rekomendasi dari UNWTO menekankan pentingnya kerjasama antara

pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal dalam mengelola destinasi ekowisata agar manfaat ekonomi dapat dirasakan secara merata tanpa mengorbankan lingkungan.

Selain kebijakan-kebijakan nasional dan global, berbagai daerah di Indonesia juga telah mulai mengembangkan peraturan daerah (Perda) terkait ekowisata untuk menyesuaikan dengan karakteristik lokal. Sebagai contoh, Provinsi Bali telah mengembangkan kebijakan khusus yang memadukan prinsip-prinsip ekowisata dengan nilai-nilai adat lokal. Bali menerapkan kebijakan yang memastikan keseimbangan antara pembangunan wisata dan pelestarian lingkungan melalui pengaturan zonasi wisata dan pengawasan ketat terhadap pembangunan infrastruktur di kawasan yang rentan terhadap kerusakan lingkungan (Yusnita, 2020).

Provinsi Lampung juga menjadi salah satu daerah yang aktif mengembangkan ekowisata, khususnya di kawasan taman nasional seperti Taman Nasional Way Kambas. Kebijakan yang diterapkan di Lampung berfokus pada peningkatan kualitas destinasi ekowisata melalui penguatan sumber daya manusia, perbaikan infrastruktur, serta pelestarian flora dan fauna yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Lampung (2022), upaya ini telah berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya, yang juga berdampak positif pada perekonomian lokal.

Kebijakan ekowisata di Indonesia terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pariwisata berkelanjutan. Tantangan ke depan adalah memastikan bahwa kebijakan-kebijakan tersebut dapat diimplementasikan secara efektif di lapangan, dengan dukungan penuh dari semua pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Dengan demikian, Indonesia dapat terus mengembangkan ekowisata sebagai sektor unggulan yang tidak hanya meningkatkan perekonomian, tetapi juga melindungi lingkungan dan memberdayakan masyarakat lokal.

2.10. *Structural Equation Model (SEM)*

Structural Equation Model (SEM) adalah salah satu analisis statistika yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah penelitian, dimana variabel bebas maupun variabel respon adalah variabel yang tak terukur. *Structural Equation Model* dapat menguji secara simultan sebuah rangkaian hubungan yang relatif sulit terukur. Hubungan yang dimaksud adalah hubungan yang dibentuk dari salah satu atau lebih variabel bebas dengan satu atau lebih variabel terikat. Variabel- variabel tersebut dapat berupa variabel laten yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, yang terbentuk dari beberapa variabel penjas/ indikator, yaitu variabel yang dapat diukur secara langsung (Ghozali, 2014).

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan generasi kedua dari teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* (model penyebab yang mempunyai satu arah, dan tidak ada arah membalik atau adanya pengaruh sebab akibat) untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh tentang keseluruhan model (Hidayat, 2012). Teknik analisis data menggunakan SEM dilakukan untuk menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. *Structural Equation Model* digunakan bukan untuk merancang suatu teori, tetapi lebih ditujukan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model. Syarat utama menggunakan SEM adalah membangun suatu model hipotesis yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran dalam bentuk diagram jalur yang berdasarkan justifikasi teori.

Justifikasi utama penggunaan SEM menurut Dillala (2000) antara lain adalah pertama, model yang dianalisis relatif rumit sehingga akan sulit untuk diselesaikan dengan metode analisis jalur pada regresi linear. Kedua, SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang bersifat *multiple relationship*. Ketiga, kesalahan pada masing - masing observasi tidak diabaikan tetapi tetap dianalisis, sehingga SEM cukup akurat untuk menganalisis data kuesioner yang melibatkan persepsi. Keempat, peneliti dapat dengan mudah memodifikasi model untuk memperbaiki model yang telah disusun agar lebih layak secara statistik. Kelima, SEM mampu menganalisis hubungan timbal balik secara serempak.

Structural Equation Modeling (SEM) adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji dan mengembangkan model konseptual yang kompleks. Ada beberapa perangkat lunak yang umum digunakan untuk menerapkan SEM, di antaranya adalah: *AMOS (Analysis of Moment Structures)*: AMOS adalah perangkat lunak yang digunakan untuk menerapkan SEM dengan antarmuka grafis yang intuitif. Ini memungkinkan pengguna untuk membangun, mengevaluasi, dan menguji model SEM dengan mudah. *LISREL (Linear Structural Relations)*: LISREL adalah salah satu perangkat lunak yang paling awal dikembangkan untuk analisis SEM. Ini memiliki fitur-fitur yang kuat untuk menganalisis model hubungan linear antara variabel laten dan teramati.

Model persamaan struktural adalah gabungan analisis faktor dan analisis jalur (*path analysis*) menjadi satu metode statistik yang komprehensif. Merujuk pendapat Wright ada korelasi antar variabel yang dapat digabungkandengan parameter dari suatu model yang digambarkan menggunakan diagram jalur (*path diagram*) guna untuk mengestimasi pengaruh langsung, tidak langsung dan total (Haryono, 2017). Menurut pendapat Ghazali (2014) ada 2 bagian dari *structura equations modelling* (SEM) yaitu sebagai berikut:

1. Model pengukuran (*Measurement Model*).

Measurement model, atau model pengukuran, merupakan kerangka analisis yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel laten (*constructs*) dengan variabel manifest (*indicators* atau *observed variables*) dalam sebuah penelitian kuantitatif. Tujuan utamanya adalah untuk menguji seberapa akurat indikator-indikator tersebut merepresentasikan konstruk yang diukur. Penggunaan measurement model membantu memastikan validitas dan reliabilitas instrumen yang dipakai, yang penting dalam memperoleh hasil yang *robust* dan terpercaya dalam analisis model struktural

- a) Validitas Konstruk dalam *Measurement Model*

Validitas adalah aspek yang mengukur sejauh mana suatu instrumen dapat mengukur apa yang hendak diukur, yang dalam measurement model terdiri dari dua jenis utama: validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Validitas Konvergen mengacu pada tingkat di mana indikator yang mengukur konstruk yang sama berkorelasi tinggi satu sama lain. Tingginya korelasi antara indikator menunjukkan bahwa mereka cukup representatif terhadap konstruk yang sama. Analisis Validitas Konvergen dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai *Average Variance Extracted* (AVE), dimana nilai $AVE > 0,5$ dianggap memenuhi kriteria validitas konvergen (Hair et al., 2020).

Validitas Diskriminan adalah kemampuan konstruk untuk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya dalam model. Validitas diskriminan dicapai jika konstruk memiliki korelasi yang rendah dengan konstruk yang berbeda, yang memastikan bahwa setiap konstruk hanya mewakili dirinya sendiri dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lain. Teknik yang biasa digunakan dalam pengujian validitas diskriminan adalah Fornell-Larcker Criterion dan Heterotrait-Monotrait (HTMT) ratio (Henseler et al., 2015).

b) Reliabilitas dalam *Measurement Model*

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi dan stabilitas dari instrumen yang digunakan. Dalam konteks measurement model, reliabilitas mencakup:

Reliabilitas Indikator (*Outer Loadings*) - Mengacu pada kontribusi setiap indikator terhadap konstruk laten yang diukur. Dalam konteks SEM-PLS, nilai loading indikator yang dianjurkan adalah lebih dari 0,7 (Ghozali, 2021).

Reliabilitas Konstruk (*Composite Reliability*) - Mengukur reliabilitas konsistensi internal konstruk dan direkomendasikan memiliki nilai di atas 0,7. Composite reliability sering kali disandingkan dengan *Cronbach's Alpha* untuk validasi tambahan dari konsistensi konstruk (Jöreskog, 2018).

c) *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*

CFA adalah salah satu metode dalam SEM yang digunakan dalam measurement model untuk memverifikasi struktur faktor yang ditetapkan secara teoritis. Dengan CFA, peneliti dapat menguji model pengukuran yang dihipotesiskan dan memeriksa kesesuaian model tersebut dengan data yang ada. CFA memungkinkan peneliti melakukan konfirmasi langsung mengenai

kesesuaian model pengukuran terhadap data yang diperoleh (Kline, 2021). CFA dalam SEM juga membantu dalam:

1. Pengujian Model Konfirmatori - Dengan CFA, peneliti dapat menentukan sejauh mana data sesuai dengan model teoritis yang ditetapkan sebelumnya.
2. Pengujian Kesesuaian Model - CFA memungkinkan *pengujian fit indices*, seperti *Chi-square (χ^2)*, *Comparative Fit Index (CFI)*, dan *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* untuk menilai kesesuaian model (Schreiber et al., 2006).

d) Pengukuran dan Analisis SEM-PLS dalam *Measurement Model*

Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) adalah pendekatan berbasis varian dalam SEM yang semakin populer karena kemampuan mengatasi ukuran sampel yang lebih kecil dan data yang tidak berdistribusi normal. SEM-PLS memungkinkan analisis yang lebih fleksibel pada model yang kompleks, serta pengujian indikator dari variabel laten dengan lebih detail. Model pengukuran berbasis PLS juga memberikan estimasi yang akurat mengenai validitas dan reliabilitas dalam model penelitian.

e) Perkembangan Terbaru dalam Measurement Model

Pada beberapa tahun terakhir, penelitian measurement model berfokus pada metode-metode baru untuk meningkatkan keakuratan validitas dan reliabilitas. Beberapa perkembangan terbaru termasuk penerapan:

1. *Method Factor (MF)*, yang digunakan untuk menangani bias pengukuran, seperti bias respon dan faktor metode umum (Podsakoff et al., 2019).
2. *Cross-loadings* dan *Indicator Retention* dalam PLS-SEM untuk memastikan bahwa semua indikator yang disertakan dalam penelitian benar-benar memiliki kontribusi signifikan pada konstruk (Sarstedt et al., 2020).
3. Teknik *Machine Learning* dan *Artificial Intelligence* untuk evaluasi validitas diskriminan dan konvergen yang lebih efisien dan otomatis (Ringle et al., 2023).

Measurement model merupakan langkah penting dalam penelitian yang memanfaatkan model struktural, terutama dengan SEM dan PLS-SEM, untuk menjamin keakuratan pengukuran konstruk laten. Penggunaan validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas pada measurement model memungkinkan peneliti mendapatkan model yang robust dan valid dalam menjelaskan fenomena yang diukur. Perkembangan metodologi dalam pengujian validitas dan reliabilitas menambah presisi serta keakuratan pengukuran dalam model pengukuran, yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan hasil penelitian di berbagai disiplin ilmu.

2. Model prediktif (Struktural Model)

Hubungan kausal antara variabel-variabel laten eksogen dan endogen dianalisis melalui sistem persamaan simultan secara linear, menggunakan indikator kelayakan model seperti *Goodness of Fit Index* (GOFI) untuk menguji signifikansinya. Analisis ini dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM), yang merupakan metode generasi kedua dalam analisis multivariat. SEM memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan yang kompleks antar variabel, baik dalam struktur *recursive* maupun *non-recursive*, sehingga dapat diperoleh pemahaman menyeluruh terhadap model penelitian. Pengujian dilakukan pada dua bagian utama model, yaitu structural model (hubungan antara konstruk independen dan dependen) dan measurement model (hubungan antara indikator dengan konstruk laten melalui nilai *loading*). Kombinasi dari kedua model ini mempermudah proses analisis faktor dalam pengujian hipotesis (Ghozali & Fuad, 2014).

Dalam praktiknya, terdapat dua pendekatan utama dalam SEM: pendekatan berbasis kovarians (*Covariance-Based SEM*) dan pendekatan berbasis varians (*Variance-Based SEM*), di mana yang terakhir sering diterapkan menggunakan teknik *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-PM). Salah satu alat analisis yang umum digunakan untuk pendekatan berbasis varians adalah SmartPLS. SmartPLS bekerja berdasarkan komponen, cocok untuk konstruk formatif, dan sangat berguna dalam konteks penelitian yang belum memiliki landasan teori yang kuat. Oleh karena itu, teknik ini lebih menekankan pada aspek prediksi daripada

pengujian model secara konfirmatori, serta sering digunakan dalam studi-studi di bidang ekonometrika.

Dalam PLS SEM arah hubungan kausalitas dari indikator ke konstruk atau membentuk konstruk dengan arah panah. Sesama indikator diasumsikan tidak berkorelasi sehingga tidak perlu diuji konsistensi atau reliabilitas internalnya. Hilangnya salah satu indikator dapat mengakibatkan perubahan makna dari konstruk. Dalam indikator yang sifatnya formatif tidak diperlukan kovarian antar indikator (Haryono, 2017)

PLS (Partial Least Squares): PLS adalah teknik alternatif untuk SEM yang biasanya digunakan ketika data memiliki struktur yang kompleks atau ketika sampelnya relatif kecil. PLS dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel laten dan teramati, serta untuk melakukan prediksi (Hair et al., 2019).

2.10.1. Partial Least Square (PLS)

Metode *Partial Least Square* (PLS) merupakan salah satu pendekatan alternatif yang sering digunakan untuk mengatasi keterbatasan dalam pengujian model, terutama ketika asumsi statistik yang ketat tidak dapat dipenuhi. PLS dikenal sebagai teknik *soft modeling*, karena tidak memerlukan asumsi keras terkait distribusi data maupun jumlah sampel, yang berarti metode ini tetap dapat digunakan meskipun ukuran sampel relatif kecil atau data tidak berdistribusi normal. Menurut Jöreskog dan Wold sebagaimana dikutip dalam Ghozali (2014), PLS dikembangkan sebagai pendekatan umum untuk memperkirakan model dengan konstruk laten, di mana konstruk tersebut tidak diukur secara langsung melainkan melalui indikator-indikator atau variabel-variabel observasi.

Keunggulan metode analisis PLS antara lain adalah : (Jogiyanto dan Abdillah, 2009) :

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks).
2. Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independen.

3. Hasil tetap kokoh (*robust*) walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang (*missing value*).
4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis cross- product yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi.
5. Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif.
6. Dapat digunakan pada sampel kecil.
7. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu nominal, ordinal dan kontinu.

Sedangkan untuk kelemahan metode PLS antara lain:

1. Sulit menginterpretasi loading variabel laten independen jika berdasarkan pada hubungan cross product yang tidak ada (seperti pada teknik analisis faktor berdasarkan korelasi antar manifes variabel independen).
2. Property distribusi estimasi yang tidak diketahui menyebabkan tidak diperolehnya nilai signifikan kecuali melakukan proses bootstrap.
3. Terbatas pada pengujian model estimasi statistika.

Analisis SEM PLS melalui lima proses tahapan dimana setiap tahapan akan berpengaruh terhadap tahapan selanjutnya, yaitu (Ghozali, 2014) :

1. Merancang Model Struktural (*inner model*)

Inner Model atau model struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Perancangan model struktural hubungan antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

2. Merancang Model Pengukuran (*outer model*)

Peneliti mendefinisikan dan menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya apakah berifat reflektif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel.

3. Mengkonstruksi Diagram Jalur

Fungsi utama dari membangun diagram jalur adalah untuk memvisualisasikan hubungan antara indikator dengan variabelnya serta antara variabel yang akan mempermudah peneliti untuk melihat model secara keseluruhan.

4. Estimasi Model

Tiga skema pemilihan weighting dalam proses estimasi model yaitu faktor :

- a) *Weight estimate* digunakan untuk menghitung data variabel laten.
- b) *Path estimate* yang menghubungkan antar variabel laten dan estimasi loading antara variabel laten dengan indikatornya.
- c) *Means dan parameter* lokasi (nilai konstanta regresi, intersep) untuk indikator dan variabel laten.

5. Goodness of Fit

Goodness of Fit atau evaluasi model meliputi evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) R^2 menyatakan persentase varian yang dapat dijelaskan oleh variabel dependen. Interpretasi nilai R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantive. Kriteria R^2 terdiri dari tiga klasifikasi, yaitu: nilai R^2 0.67, 0.33 dan 0.19 sebagai substansial, sedang (*moderate*) dan lemah (*weak*) (Yamin dan Kurniawan, 2011).
- b) Estimasi koefisien jalur menggambarkan kekuatan hubungan antar konstruk. Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikansi dapat diperoleh dengan prosedur *bootstrapping*.
- c) *Effect size* (f^2) Nilai f^2 sama dengan 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural.
- d) Relevansi Prediksi (Q^2 dan q^2) nilai Q^2 lebih besar dari nol (0) menunjukkan bahwa model memiliki predictive relevance, sedangkan nilai Q^2 dibawah nol mengindikasikan model kurang memiliki predictive relevance.
- e) *Goodness of Fit* (GoF) digunakan untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan. GoF indeks merupakan ukuran tunggal untuk

memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural.

6. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis (β , γ , dan λ) dilakukan dengan metode *resampling bootstrap* yang dikembangkan oleh Geisser & Stone. Statistik uji yang digunakan adalah statistik t atau uji t . Penerapan metode *resampling*, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (*distribution free*) tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar (direkomendasikan sampel minimum 30).

2.11. Aplikasi Hasil Pemodelan untuk Alat Bantu Pengembangan Kebijakan Publik di Sektor Wisata

Prinsip dasar yang mendasari industri pariwisata meliputi beberapa konsep kunci yang penting untuk dipahami dalam pengembangan kebijakan pariwisata. Beberapa prinsip dasar tersebut antara lain:

1. Keberlanjutan: Industri pariwisata harus dikembangkan dengan memperhatikan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Hal ini mencakup pelestarian sumber daya alam, budaya, dan sosial, serta memastikan manfaat ekonomi dari pariwisata didistribusikan secara adil.
2. Partisipasi dan Keterlibatan Stakeholder: Pengembangan kebijakan pariwisata yang berhasil memerlukan partisipasi dan keterlibatan aktif dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, industri pariwisata, komunitas lokal, dan organisasi non-pemerintah.
3. Pemasaran dan Promosi: Pemasaran dan promosi yang efektif sangat penting dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata, menarik wisatawan, dan meningkatkan pendapatan pariwisata. Penggunaan strategi pemasaran yang tepat dan analisis pasar yang cermat dapat membantu dalam mengembangkan kebijakan pemasaran yang efektif.
4. Diversifikasi Produk dan Pengalaman: Industri pariwisata harus berusaha untuk menawarkan beragam produk dan pengalaman kepada wisatawan. Hal ini mencakup pengembangan atraksi wisata baru, kegiatan yang unik,

dan penyediaan layanan yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi beragam wisatawan.

5. Pendekatan Berbasis Data: Pengembangan kebijakan pariwisata yang efektif harus didasarkan pada pemahaman yang kuat tentang tren pasar, profil wisatawan, dan dampak ekonomi pariwisata. Penggunaan pemodelan dan analisis data dapat membantu dalam memahami dinamika industri pariwisata dan merumuskan kebijakan yang relevan.

Penerapan hasil pemodelan untuk pengembangan kebijakan pariwisata melibatkan penggunaan teknik analisis data, seperti analisis regresi, analisis spasial, dan analisis dampak ekonomi pariwisata. Melalui pemodelan ini, pemerintah dan organisasi pariwisata dapat memperkirakan efek dari kebijakan yang diusulkan, mengidentifikasi solusi alternatif, dan merencanakan tindakan yang sesuai untuk meningkatkan hasil pariwisata secara keseluruhan (Cooper et al., 2008).

2.12. Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata

Ekowisata di Indonesia diarahkan untuk mendukung pariwisata berkelanjutan yang tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga melestarikan lingkungan serta memberdayakan masyarakat lokal. Dalam konteks ini, pemerintah memegang peran sentral sebagai pembuat kebijakan, fasilitator, regulator, dan pengawas dalam penyelenggaraan kegiatan pariwisata, termasuk ekowisata.

2.12.1. Pembagian Wewenang Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah menjadi dasar pembagian kewenangan antara pemerintah pusat, pemerintah provinsi, dan pemerintah kabupaten/kota dalam pengelolaan urusan pariwisata. Pemerintah Pusat memiliki kewenangan untuk merumuskan kebijakan umum, menetapkan standar nasional, dan membina serta mengawasi penyelenggaraan pariwisata secara nasional. Pemerintah Provinsi memiliki peran sebagai koordinator lintas kabupaten/kota, merumuskan kebijakan di tingkat provinsi, serta melaksanakan pengembangan destinasi dan promosi pariwisata berskala regional.

Pemerintah Kabupaten/Kota bertanggung jawab langsung dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata, pelibatan masyarakat lokal, serta penyediaan infrastruktur pendukung pariwisata sesuai dengan potensi wilayahnya. Pembagian wewenang ini bertujuan untuk menciptakan sinergi lintas level pemerintahan dalam mewujudkan pengembangan pariwisata yang terintegrasi dan berkelanjutan.

2. 12.2. Regulasi dalam Pengembangan Wisata Alam Nasional

A. Peraturan dan Kebijakan Nasional

a) UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan

Undang-undang ini menjadi dasar hukum utama pengelolaan pariwisata di Indonesia, termasuk ekowisata. Di dalamnya ditegaskan pentingnya pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dengan mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial, dan budaya.

b) Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional (RIPPNAS) 2020-2025

RIPPNAS menetapkan arah strategis pengembangan pariwisata berbasis alam dengan memprioritaskan kawasan konservasi, seperti taman nasional dan kawasan hutan lindung, sebagai destinasi ekowisata utama.

c) Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 14 Tahun 2016 Regulasi ini memberikan pedoman teknis pengembangan ekowisata berbasis masyarakat (*Community-Based Tourism*), yang mencakup pelibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi wisata dan pembagian keuntungan yang adil.

B. Program Nasional untuk Ekowisata

a) Sertifikasi Ekowisata

Pemerintah telah memperkenalkan sertifikasi ekowisata untuk destinasi wisata yang memenuhi standar keberlanjutan, seperti konservasi sumber daya alam, pengelolaan limbah, dan pelibatan masyarakat lokal. Contoh sertifikasi ini adalah *Green Globe Certification*.

b) Program Desa Wisata Berbasis Ekowisata

Program ini mendorong pengembangan desa wisata dengan memanfaatkan potensi lokal. Desa-desanya yang terlibat diarahkan untuk melestarikan kearifan lokal, menjaga lingkungan, dan menawarkan pengalaman wisata berbasis edukasi.

C. Infrastruktur dan Teknologi

Pemerintah mendorong pembangunan infrastruktur pendukung, seperti jalan menuju kawasan konservasi, fasilitas pengolahan limbah di destinasi wisata, dan teknologi hemat energi di hotel atau penginapan. Misalnya, kawasan Labuan Bajo sebagai destinasi super prioritas telah dilengkapi dengan infrastruktur yang ramah lingkungan.

D. Kolaborasi dengan Sektor Swasta dan Internasional

a) Kemitraan Publik-Swasta (PPP)

Model kerja sama ini diterapkan untuk mendanai dan mengelola kawasan ekowisata. Misalnya, Taman Nasional Komodo melibatkan sektor swasta dalam operasional destinasi dengan tetap mematuhi regulasi pemerintah.

b) Kerjasama dengan Organisasi Internasional

Beberapa program konservasi dan ekowisata dilakukan bekerja sama dengan organisasi internasional, seperti WWF, UNWTO, dan ASEAN. Fokusnya adalah pada perlindungan spesies langka, pelatihan masyarakat lokal, dan promosi pariwisata yang bertanggung jawab.

2.12.3. Regulasi dalam Pengembangan Wisata Alam Lampung

Provinsi Lampung memiliki potensi besar untuk wisata alam/ekowisata dengan kekayaan alam seperti Taman Nasional Way Kambas, Teluk Kiluan, dan Pulau Pahawang. Pemerintah provinsi telah menerapkan kebijakan yang mendukung pengelolaan ekowisata berkelanjutan.

A. Kebijakan Daerah

a) Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2020

Regulasi ini menegaskan pengembangan sumber daya pariwisata berbasis ekonomi kreatif, melibatkan masyarakat lokal, dan memastikan pelestarian lingkungan. Salah satu fokusnya adalah pengembangan homestay berbasis masyarakat dengan pendekatan *Community-Based Tourism*.

b) Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Lampung
RIPPDA Lampung mengarahkan pengembangan destinasi wisata berbasis ekowisata dengan memperhatikan daya dukung lingkungan. Dalam RIPPDA, kawasan seperti Way Kambas dan Teluk Kiluan diidentifikasi sebagai prioritas utama untuk pengembangan ekowisata.

B. Pelibatan Masyarakat Lokal

a) *Community-Based Tourism (CBT)*

Pemerintah Provinsi Lampung telah mendorong program ekowisata berbasis masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Contoh sukses adalah pengelolaan Teluk Kiluan, di mana masyarakat lokal dilatih untuk menjadi pemandu wisata lumba-lumba dan pelestari lingkungan.

b) Pelatihan dan Edukasi

Program pelatihan keterampilan seperti bahasa asing, pengelolaan homestay, dan pelestarian lingkungan dilakukan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat dalam mendukung pariwisata.

C. Peningkatan Infrastruktur

Infrastruktur pendukung di kawasan wisata Lampung, seperti jalan menuju Way Kambas dan dermaga di Teluk Kiluan, telah ditingkatkan untuk memudahkan akses wisatawan. Perbaikan ini juga diikuti dengan pengelolaan limbah di destinasi wisata agar tidak merusak ekosistem.

D. Promosi dan Branding

Pemerintah Provinsi Lampung memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan destinasi ekowisata. Media sosial, pameran pariwisata, dan

kerja sama dengan influencer digunakan untuk meningkatkan daya tarik wisata Lampung.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian

3.1.1. Waktu

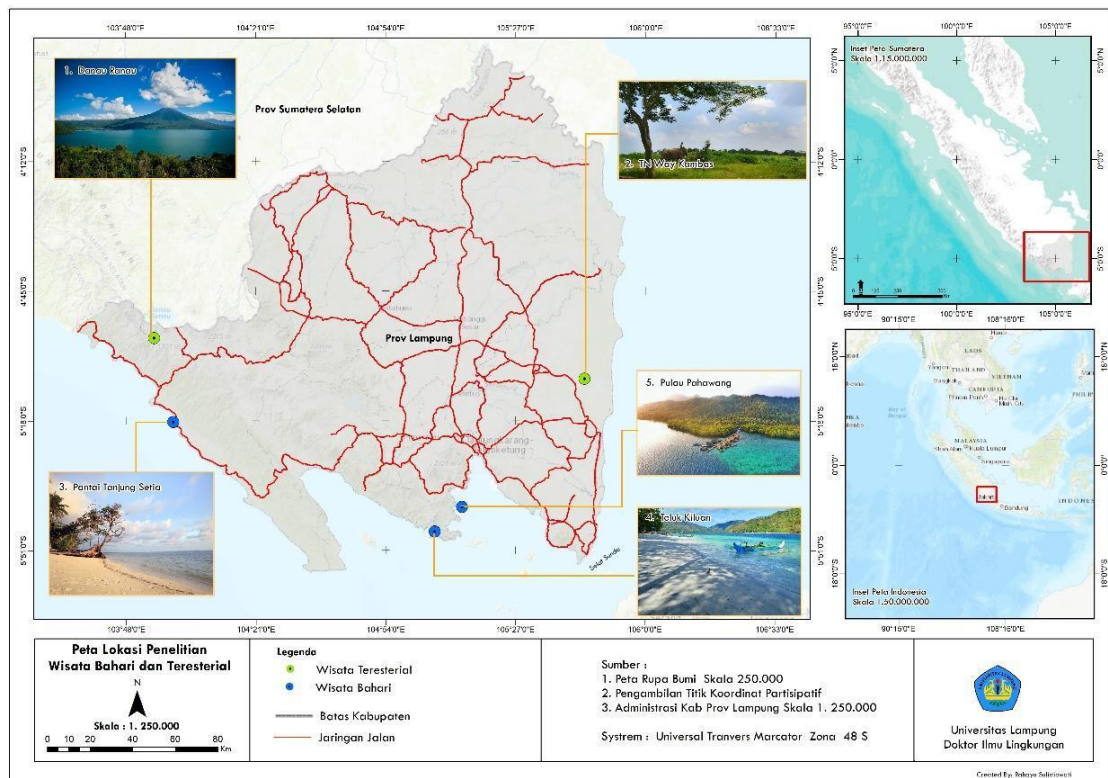
Penelitian ini dilakukan pada Bulan Maret – Mei 2024.

3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 5 lokasi objek wisata yang tersebar di Provinsi Lampung, yaitu

1. Wisata Bahari : Pantai Tanjung Setia, Pulau Pahawang dan Teluk Kiluan
2. Wisata Terrestrial: Taman Nasional Way Kambas (TNWK) dan Danau Ranau.

Alasan pemilihan tempat yang dipilih, karena kelima tempat wisata tersebut merupakan tempat wisata bahari dan terrestrial unggulan di Provinsi Lampung. 5 objek wisata ini memiliki daya tarik yang cukup menarik bagi para wisatawan yang ingin berkunjung, oleh karena itu, 5 objek wisata ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena diharapkan dapat memberikan data yang cukup valid dan representatif terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjung kembali dan merekomendasikan destinasi wisata di Provinsi Lampung. Selain itu, dengan mengambil sampel dari 5 lokasi tersebut, diharapkan dapat mengetahui perbedaan atau persamaan dari faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi wisata bahari dan terrestrial di Provinsi Lampung secara keseluruhan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk pengembangan dan peningkatan kualitas destinasi wisata bahari dan terrestrial di Provinsi Lampung. Peta lokasi penelitian dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Peta Lokasi Penelitian.

3.2. Alat dan Bahan

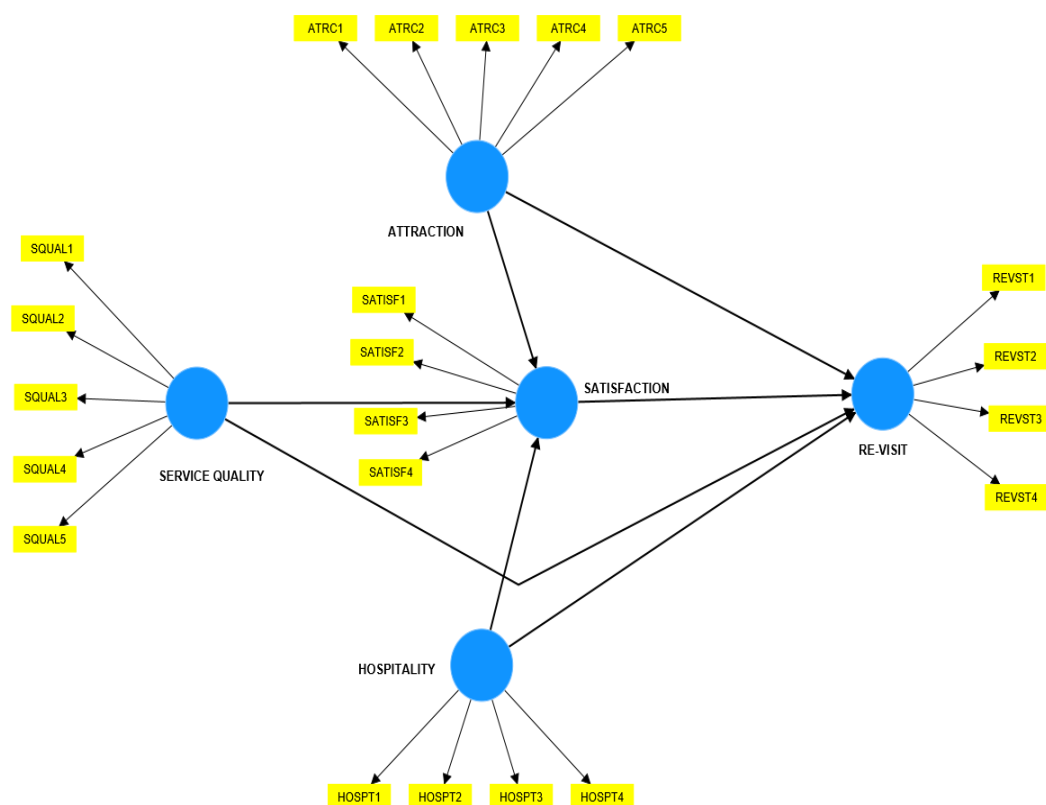
Alat yang digunakan pada penelitian ini berupa laptop, printer, *software* Smart PLS 4 (*Professional*), VOSviewer dan *Ms. Excel*. Sedangkan bahan yang digunakan berupa Stationary dan Kuesioner.

3.3. Model Penelitian yang Digunakan

Sebagai implikasi dari 18 hipotesis yang ingin dibuktikan maka postulat model yang cocok untuk digunakan adalah Postulat linier SEM (*Structural Equation Modeling*). Dalam konteks ini, variabel kepuasan pengunjung [SATISF] diposisikan sebagai variabel mediating, variabel keinginan berkunjung ulang [REVST] sebagai variabel endogen, variabel eksogennya adalah daya tarik objek wisata [ATRC], kualitas layanan [SQUAL] dan keramah tamahan [HOSPT] para penyedia jasa wisata

Implikasi lebih lanjut bahwa mengingat setiap variabel yang digunakan untuk membangun algoritma tersebut merupakan variabel laten yang tidak bisa diukur hanya dengan menggunakan satu ukuran, maka dalam penelitian ini masing-masing digunakan variabel manifes sebanyak empat indikator untuk [HOSTP], [SATISF] dan [REVST] masing-masing akan dituangkan kedalam 4 butir pertanyaan, sedangkan variabel [ATRC] dan [SQUAL] menggunakan 5 pertanyaan. Setiap butir pertanyaan disediakan 5 butir pilihan jawaban dengan menggunakan skala ordinal yaitu secara klimak mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, hingga sangat setuju. Pada Tabel 4 sampai Tabel 8 disajikan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner untuk mengukur indikator bagi kelima variabel laten. tersebut.

Dengan demikian algoritma struktural dari model linier yang diuji dapat diungkapkan pada Gambar 7 berikut:



Gambar 7. Algoritma Model SEM yang diuji

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang merupakan metode yang digunakan untuk mengukur atau mengumpulkan data dalam bentuk angka-angka

yang bersifat numerik (Suliyanto & MM, 2017). Metode kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dan mengukur variabel yang ditentukan. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan dengan pendekatan survey. Desain survey digunakan untuk mengumpulkan data dari responden dengan menggunakan instrumen kuesioner (Silalahi & Atif, 2015). Desain ini digunakan karena sesuai dengan tujuan dan sasaran penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali objek wisata baik wisata bahari maupun wisata terestrial di Provinsi Lampung

Tabel 8. Butir Pernyataan untuk Variabel Daya Tarik Objek Wisata [ATRC]

No	Indikator untuk Variabel ATRC	Pilihan				
1	Aksesibilitas ke sini dan fasilitas obyek wisata ini bagus untuk rekreasi	1	2	3	4	5
2	Aksesibilitas ke sini dan fasilitas obyek wisata ini menyenangkan untuk rekreasi	1	2	3	4	5
3	Rute menuju ke sini dan sarana prasarana di obyek bagus untuk rekreasi	1	2	3	4	5
4	Rute menuju ke sini dan sarana prasarana di obyek menyenangkan untuk rekreasi	1	2	3	4	5
5	Rute menuju ke sini dan sarana prasarana di obyek bagus menyenangkan untuk rekreasi	1	2	3	4	5

Tabel 9. Butir Pernyataan untuk Kualitas Pelayanan [SQUAL]

No	Indikator untuk Variabel SQUAL	Pilihan				
1	Secara umum bagus layanan yang diberikan petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan sampai di lokasi wisata ini.	1	2	3	4	5
2	Secara umum puas dengan layanan yang diberikan petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan sampai di lokasi wisata ini.	1	2	3	4	5
3	Petugas dan para penyedia jasa wisata mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi ini patut diberi apresiasi yang layak.	1	2	3	4	5
4	Saya rasa OK lah layanan yang petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini.	1	2	3	4	5
5	Saya rasa mantaplah layanan petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini.	1	2	3	4	5

Tabel 10. Butir Pernyataan untuk Variabel Keramahan/Hospitality [HOSPT]

No	Indikator untuk Variabel HOSPT	Pilihan				
1	Saya sangat terkesan dengan kesopanan para petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini	1	2	3	4	5
2	Saya sangat terkesan dengan keramahtamahan para petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini	1	2	3	4	5
3	Saya sangat terkesan dengan tindak-tanduk para petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini	1	2	3	4	5
4	Saya rasa OK lah dengan kesopanan para petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini	1	2	3	4	5

Tabel 11. Butir Pernyataan untuk Variabel Kepuasan Pengunjung [SATISF]

No	Kepuasan Pengunjung/Wisatawan	Pilihan				
1	Secara umum saya puas dengan layanan petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini.	1	2	3	4	5
2	Secara keseluruhan saya puas berwisata ke sini	1	2	3	4	5
3	Memang tepat rasanya saya memilih berwisata ke sini	1	2	3	4	5
4	Tidak keliru saya berwisata ke sini	1	2	3	4	5

Tabel 12. Butir Pernyataan untuk Variabel Minat Kunjungan Ulang [REVST]

No	Minat Kunjungan Ulang	Pilihan				
1	Saya berencana untuk kembali berwisata ke sini	1	2	3	4	5
2	Suatu saat saya akan kembali berwisata ke sini	1	2	3	4	5
3	Jika ada kesempatan saya berniat datang kembali ke sini	1	2	3	4	5
4	Suatu saat saya pasti kembali berwisata ke sini	1	2	3	4	5

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke destinasi wisata bahari dan terestrial di Provinsi Lampung. Namun, karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka peneliti menggunakan teknik sampling yang disebut dengan *insidental sampling*. *Insidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

kebetulan/*accidental* bertemu dengan peneliti pada lokasi penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian 5 tempat wisata yaitu Pulau Pahawang, Teluk Kiluan, Pantai Tanjung Setia, Taman Nasional Way Kambas (TNWK) dan Danau Ranau. Pada tiap lokasi jumlah sampel ditargetkan sekitar 40 responden. Jumlah ini dimaksudkan agar data yang akan diperoleh menghampiri sebaran normal (Sang dan Hae, 2017). Kriteria inklusi pemilihan sampel adalah pengunjung yang berwisata ke 5 objek wisata tersebut. Sample adalah seorang individu, jika datang secara bersamaan maka dipilih salah satu yang dapat mewakili.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Dalam rangka menentukan 5 variabel penelitian, peneliti melakukan analisis VOSviewer terhadap penelitian- penelitian terdahulu untuk membuktikan *Novelty* dari penelitian ini. Analisis VOS viewer dilakukan menggunakan jurnal nasional dan internasional dalam 5 tahun terakhir (2020-2024) dengan artikel sebanyak $\pm$ 1000 artikel yang berkaitan dengan wisata, ekowisata, wisata alam, minat kunjungan ulang, kepuasan pengunjung, keramahtamahan, kualitas layanan dan daya Tarik objek wisata fisik.

3.5.2. Definisi Operasional

Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel laten eksogen dan variabel laten endogen serta indikator-indikatornya. Variabel laten eksogen terdiri dari daya Tarik objek wisata, kualitas layanan dan keramahtamahan. Variabel laten endogen adalah kepuasan pengunjung dan minat kunjungan ulang. Variabel laten eksogen dan endogen diukur melalui indikator-indikatornya. Uraian mengenai definisi operasional indikator dapat dilihat pada Tabel 13

Tabel 13. Definisi Operasional

No	Variabel	Simbol	Definisi Operasional				
1	Daya Tarik Objek Wisata (Laten Eksogen)	ATRC	Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (UU 10 tahun 2009)				
			Indikator	Definisi Operasional	Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur
		ATRC1	Aksesibilitas ke sini dan fasilitas objek wisata ini bagus untuk rekreasi	Statement yang mengandung kata objek wisata tersebut bagus. Aksesibilitas: Merujuk pada kemudahan dan kenyamanan dalam mencapai atau mengakses lokasi obyek wisata. Fasilitas: Mengacu pada beragam layanan dan infrastruktur yang tersedia di obyek wisata tersebut untuk mendukung kegiatan rekreasi (Isdarmanto, 2017).	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		ATRC2	Aksesibilitas ke sini dan fasilitas objek wisata ini menyenangkan untuk rekreasi	Statement yang mengandung kata objek wisata yang menyenangkan. Aksesibilitas yang baik dan fasilitas yang menyenangkan di objek wisata ini dirancang untuk memastikan pengalaman rekreasi yang menyenangkan (Isdarmanto, 2017).	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		ATRC3	Rute menuju ke sini dan sarana prasarana di obyek bagus untuk rekreasi	Statement mengenai rute yang merupakan cara mencapai obyek wisata tertentu. Rute menuju ke sini mencakup informasi tentang jalan raya, transportasi umum, papan penunjuk arah, peta, dan segala sesuatu yang membantu pengunjung dalam navigasi mencapai destinasi. Sarana prasarana di objek bagus untuk rekreasi: Ini mencakup fasilitas dan infrastruktur yang disediakan di tempat wisata. (Rajoendah et al., 2023; Suryan dan Bustamam, 2021).	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		ARTC4	Rute menuju ke sini dan sarana prasarana di obyek menyenangkan untuk rekreasi	Statement mengenai rute perjalanan menuju objek wisata mengandung kata menyenangkan. Rute yang menawarkan pemandangan indah, atraksi wisata, atau pengalaman yang menarik di sepanjang perjalanan (Palupi et al., 2023).	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		ATRC5	Rute menuju ke sini dan sarana prasarana di obyek	Statement mengenai rute perjalanan menuju objek wisata mengandung kata bagus dan menyenangkan.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju

No	Variabel	Simbol	Definisi Operasional				
			bagus menyenangkan untuk rekreasi				3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
2	Kualitas Layanan (Laten Eksogen)	SQUAL	Kualitas layanan mengacu pada tingkat kepuasan, kepuasan, atau kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia jasa wisata (Alzaydi, 2021)				
			Indikator	Definisi Operasional	Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur
		SQUAL1	Secara umum bagus layanan yang diberikan petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan sampai di lokasi wisata ini.	Statement yang mengandung kata bagus dalam menilai kualitas layanan yang diberikan oleh petugas dan penyedia jasa selama perjalanan wisata, mulai dari bandara atau pelabuhan hingga sampai di lokasi wisata.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		SQUAL2	Secara umum puas dengan layanan yang diberikan petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan sampai di lokasi wisata ini.	Statement yang mengandung kata puas dalam menilai kualitas layanan yang diberikan oleh petugas dan penyedia jasa selama perjalanan wisata, mulai dari bandara atau pelabuhan hingga sampai di lokasi wisata.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		SQUAL3	Petugas dan para penyedia jasa wisata mulai dari Bandara/ Pelabuhan maupun di lokasi ini patut diberi apresiasi yang layak.	Apresiasi berupa serangkaian tindakan atau proses yang dilakukan untuk mengakui dan memberikan penghargaan yang layak kepada mereka atas kontribusi, kerja keras, dan pelayanan yang mereka berikan kepada pengunjung. Definisi ini mencakup berbagai aspek yang melibatkan penghargaan, pengakuan, dan dukungan kepada petugas dan penyedia jasa wisata (Syah dan Khotimah 2023).	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		SQUAL4	Saya rasa OK lah layanan yang petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini.	Statement yang memberikan nilai baik dalam evaluasi dan menilai kualitas layanan yang diberikan oleh petugas dan penyedia jasa di Bandara/Pelabuhan serta di lokasi wisata.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju

No	Variabel	Simbol	Definisi Operasional				
		SQUAL5	Saya rasa mantaplah layanan petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini.	Statement yang memberikan nilai sangat baik dalam evaluasi dan menilai kualitas layanan yang diberikan oleh petugas dan penyedia jasa di Bandara/Pelabuhan serta di lokasi wisata.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
3	Keramahtamahan (Laten Eksogen)	HOSPT	keramahtamahan adalah untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan ramah bagi pengunjung, sehingga meningkatkan kepuasan pengunjung (Aguinis, 2023).				
			Indikator	Definisi Operasional	Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur
		HOSPT1	Saya sangat terkesan dengan kesopanan para petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini	Statement yang mengandung kata terkesan dan mengevaluasi tingkat kesopanan dari petugas dan penyedia jasa yang mencakup aspek-aspek seperti sikap, tutur kata, responsifitas, dan kesediaan untuk membantu (Purnomi, 2012).	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		HOSPT2	Saya sangat terkesan dengan keramahtamahan para petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini	Statement yang mengandung kata terkesan dengan keramahtamahan. Keramahtamahan pada saat melayani pengunjung yang mencakup ketulusan, kerendahan hati, ungkapan rasa kehangatan dalam menerima orang lain (Mantolas 2019).	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		HOSPT3	Saya sangat terkesan dengan tindak-tanduk para petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini.	Statement yang mengandung kata terkesan dengan tindak-tanduk dari petugas dan penyedia jasa berdasarkan aspek-aspek seperti sikap, perilaku, keramahan, dan profesionalisme dalam berinteraksi dengan pengunjung.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju
		HOSPT4	Saya rasa OK lah dengan kesopanan para petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelabuhan maupun di lokasi wisata ini	Statement yang mengandung kata baik dalam mengevaluasi tingkat kesopanan dari petugas dan penyedia jasa yang mencakup aspek-aspek seperti sikap, tutur kata, responsifitas, dan kesediaan untuk membantu (Purnomi, 2012).	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju

No	Variabel	Simbol	Definisi Operasional	5: Sangat Setuju				
4	Kepuasan Pengunjung SATISF (Laten Mediating)		Kepuasan pengunjung adalah kunci keberhasilan dari objek wisata. Hal ini dikarenakan apabila pelayanan wisata serta memberikan kepuasan pengunjung terhadap tempat wisata tersebut maka pengunjung akan melakukan kunjungan ulang atau setidaknya akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain (Syafitri et al., 2021)					
		SATISF1	Secara umum saya puas dengan layanan petugas dan penyedia jasa mulai dari Bandara/Pelebuhan maupun di lokasi wisata ini.	Statement yang mengandung kata puas terhadap layanan petugas dan penyedia jasa	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju	Tidak
		SATISF2	Secara keseluruhan saya puas berwisata ke sini	Statement yang mengandung kata puas secara menyeluruh terhadap pengalaman pengunjung di suatu objek wisata.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju	Tidak
			Indikator		Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur	
5	MinatKunjungan Ulang (Laten Endogen)	SATISF3	Memang tepat rasanya saya memilih berwisata ke sini	Tingkat kepuasan dan kesesuaian pengunjung terhadap pilihan objek wisata	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju	Tidak
		SATISF4	Tidak keliru saya berwisata ke sini	Tingkat kepuasan dan kesesuaian pengunjung terhadap pilihan objek wisata dan evaluasi seberapa baik destinasi memenuhi harapan, preferensi, atau kebutuhan pengunjung.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju	Tidak
		REVST	Minat kunjungan ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang dan mengukur sejauh mana pengunjung tertarik untuk kembali mengunjungi destinasi wisata tertentu di masa mendatang (Lestari et al., 2022).					
		REVST1	Saya berencana untuk kembali berwisata ke sini	Niat atau keinginan pengunjung untuk kembali mengunjungi objek wisata di masa mendatang.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Setuju	Tidak

No	Variabel	Simbol	Definisi Operasional				
						2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju	
	REVST2	Suatu saat saya akan kembali berwisata ke sini	Keinginan pengunjung untuk kembali mengunjungi objek wisata	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju	Tidak
	REVST3	Jika ada kesempatan saya berniat datang kembali ke sini	Keinginan pengunjung untuk kembali mengunjungi objek wisata jika ada kesempatan di masa mendatang mencakup evaluasi seberapa kuat niat pengunjung untuk kembali, apakah mereka benar-benar berniat untuk kembali jika diberikan kesempatan.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju	Tidak
	REVST4	Suatu saat saya pasti kembali berwisata ke sini	Niat atau keinginan pengunjung untuk kembali mengunjungi objek wisata di masa mendatang dengan keyakinan atau kepastian.	Wawancara	Kuesioner (Likert)	1: Sangat Setuju 2: Tidak Setuju 3: Ragu-ragu 4: Setuju 5: Sangat Setuju	Tidak

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang paling umum digunakan dalam penelitian kuantitatif. Kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari responden melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam bentuk tertulis. Dalam penelitian ini, kuesioner diberikan kepada pengunjung destinasi wisata bahari dan terestrial di Provinsi Lampung yang dipilih sebagai tempat penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengambilan data menggunakan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan kuesioner: Perencanaan kuesioner dilakukan dengan menentukan jenis pertanyaan yang akan diajukan, struktur pertanyaan, dan skala pengukuran yang digunakan.
2. Penyusunan kuesioner: Setelah perencanaan kuesioner selesai, maka kuesioner akan disusun dengan menyusun pertanyaan-pertanyaan
3. Penyebaran kuesioner: Kuesioner akan disebarkan kepada responden yang merupakan populasi penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara langsung atau melalui internet.
4. Pengumpulan data: Setelah kuesioner disebarkan, maka responden akan mengisi kuesioner dan mengembalikan kuesioner kepada peneliti. Data yang diperoleh dari kuesioner akan digunakan untuk analisis.

Kuesioner penelitian ini menggunakan skala ordinal (1 sampai 5) peneliti menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran untuk menilai sikap subjek terhadap suatu objek, yang dinyatakan dengan setuju hingga tidak setuju.

Tabel 14. Alternatif Jawaban Responden

Alternatif Jawaban	Simbol	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.7. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). SEM-PLS merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel latent (tak teramati) dan variabel manifest (teramati) (Anshori & Iswati, 2019). SEM-PLS digunakan dalam penelitian ini karena metode ini dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel yang kompleks dan tidak linier. Selain itu, SEM-PLS juga dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel yang memiliki reliabilitas dan validitas yang tinggi, sehingga hasil analisis dapat dipercaya.

1. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dengan menggunakan metode SEM-PLS dilakukan beberapa Langkah yaitu

a) Penyuntingan

Peneliti menyunting atau mengedit data yang telah dikumpulkan, baik yang sifatnya primer maupun sekunder. Tujuannya untuk memastikan kesesuaian, konsistensi, dan relevansi dari data yang terkumpul agar layak diolah lebih lanjut.

b) Pembuatan Kode

Data yang telah selesai disunting selanjutnya diberikan kode, atau dengan kata lain mengubah data yang berbentuk kata atau kalimat menjadi angka atau bilangan. Hal ini demi memudahkan pengolahan data menggunakan media komputer atau perangkat lunak.

c) Memasukkan Data

Proses pengkodean seluruh indikator setiap variabel selesai, maka dapat dilanjutkan dengan penginputan atau memasukkan data ke dalam komputer dan perangkat lunak.

d) Pembersihan Data

Perlu dilakukan pengecekan terhadap data yang telah diinput, dan tidak menutup kemungkinan dilakukan pembersihan terhadap data yang tidak konsisten, tidak lengkap atau hilang.

e) Tabulasi

Maksud dari tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang berisikan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tahap ini dilakukan setelah data dianggap bersih.

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS 4.9.9 (*Professional*). PLS ini merupakan salah satu metode penyelesaian Structural Equation Modeling (SEM), sehingga dikenal dengan istilah PLS-SEM (Hardisman, 2021). Teknik ini digunakan karena penelitian ini memiliki jumlah sampel yang relatif sedikit, sehingga karakteristik PLS-SEM yang tidak membutuhkan banyak asumsi lebih relevan digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, indikator variabel yang digunakan dalam penelitian bersifat formative dan reflektif. Analisis data menggunakan PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau yang sering disebut outer model dan model struktural (*structural model*) atau biasa disebut inner model. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest mempresentasikan variabel laten untuk diukur. Sedangkan model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel konstruk. Menurut (Jaya, 2020) analisis data menggunakan PLS dilakukan dengan 3 tahap, yaitu:

a) Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan layak untuk digunakan sebagai pengukuran (valid dan reliabel). Analisa outer model menginterpretasikan keterkaitan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel latennya. Uji validitas dan reliabilitas prediktor atau item instrumen penelitian yang dilakukan dalam analisis outer model, yaitu:

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan derajat kebenaran dan keabsahan suatu alat ukur atau instrumen. Suatu instrumen dianggap sah atau valid apabila mampu menyampaikan data secara benar dari variabel-variabel yang

dianalisis dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Tingkat validitas instrumen yang tinggi ataupun rendah dapat menunjukkan seberapa dekat data yang dikumpulkan memenuhi gambaran validitas yang diinginkan.

1. Validitas Konvergen (*Convergen Validity*)

Validitas konvergen didefinisikan sebagai sekumpulan indikasi yang mewakili satu variabel laten dan variabel laten yang mendasarinya. Nilai validitas konvergen dapat dilihat nilai loading faktor (*outer loading*) dan *average variance extracted (AVE)*.

Loading factor pada variabel laten dengan indikatornya. Evaluasi validitas konvergen dari pemeriksaan individual item reabilitas dapat dilihat dari nilai standarized loading factor. Pengukuran indikator dengan konstruk nilai loading factor diatas 0,70 dapat dikatakan ideal. Jika terdapat indikator dengan dengan nilai loading factor dibawah 0,70 maka harus dikeluarkan dari model karena dianggap tidak valid (Ghozali, 2016).

Average Variance Extracted (AVE) Metode lain untuk mengukur validitas konvergen adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari AVE setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dalam model, maka memiliki nilai validitas diskriminan yang baik. Nilai AVE (*Average Variance Extracted*) juga dapat digunakan untuk merepresentasikan validitas konvergen. Nilai AVE diharapkan lebih dari 0,5 ($AVE > 0,5$) (Hardisman, 2021). Jika nilai AVE lebih dari 0,5, maka satu variabel laten dianggap dapat menjelaskan lebih dari separuh varians indikator. Nilai validitas konvergen yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan validitas konvergen yang substansial atau memadai.

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan adalah konsep tambahan yang memiliki arti bahwa dua konsep berbeda secara konseptual harus menunjukkan perbedaan yang memadai. Dengan kata lain, serangkaian indikator tidak diharapkan menjadi satu dimensi, tetapi lebih kepada perbedaan antar konsep. Dalam aplikasi Smart-PLS atau sejenisnya, uji validitas diskriminan dapat dilakukan dengan menggunakan nilai Cross Loadings, Fornell-Larcker Criterion dan Heterotrait-Monotrait (HTMT) (Syahrir et al., 2019).

Nilai *Cross Loading* dari setiap konstruk dinilai untuk memverifikasi bahwa korelasi konstruk dengan item-item pengukuran lebih kuat dibandingkan dengan konstruk lainnya. Nilai cross loading yang diharapkan harus di atas 0,7.

Fornell-Larcker Criterion adalah kriteria lain yang digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan, yang mana dilakukan dengan membandingkan nilai $\sqrt{AVE}$ di setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Model dianggap memiliki validitas diskriminan yang sangat baik jika nilai $\sqrt{AVE}$ dari setiap konstruk memiliki nilai yang lebih tinggi dari pada nilai korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dalam model.

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) adalah pendekatan lain untuk menentukan validitas diskriminan karena beberapa ahli berpendapat bahwa *Cross Loading* dan *Fornell-Larcker Criterion* kurang sensitif. Dalam hal ini, multitrait-multimethod matrix digunakan sebagai dasar pengukuran dalam metode HTMT ini. Untuk menjamin validitas diskriminan antara dua konstruksi reflektif, nilai HTMT harus lebih kecil dari 0,9.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan sebagai instrumen yang cukup andal untuk bertindak sebagai alat pengumpul data atau pengukuran variabel yang dapat diandalkan karena memberikan hasil yang baik secara konsisten ketika digunakan berulang kali untuk pengukuran pada objek yang sama. Untuk pengujian reliabilitas ini, dapat ditentukan dengan berdasarkan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Dianggap dapat dipercaya jika nilai cronbach's alpha atau composite reliability lebih dari 0,7 (Hardisman 2021).

b) Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian inner model dilakukan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten, serta untuk mengetahui keakuratan model struktural yang dibangun. Evaluasi inner model dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

a) *R-Square* (R^2)

Merupakan suatu nilai yang menunjukkan besarnya hubungan atau korelasi antar variabel. Nilai R-square (R^2) adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya. Nilai R^2 berkisar antara 0 - 1 dimana semakin mendekati 1 maka semakin memiliki hubungan yang kuat, begitu pula sebaliknya. Nilai R-square (R^2) = 0,75 adalah substansi (kuat), R^2 = 0,50 moderat (sedang), dan R^2 = 0,25 model lemah (buruk) (Ghozali, 2016).

b) *Effect size* (F^2)

Nilai effect size (F-Square) merupakan penilaian tambahan untuk mengetahui besaran atau kekuatan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Nilai F-Square dapat diperoleh bersamaan pada tahap PLS-Algorithm. Berdasarkan nilai F-Square, kekuatan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat dikategorikan sebagai berikut: (Hardisman, 2021).

- 1) Nilai F-Square $<0,02$ berarti tidak ada pengaruh.
- 2) Nilai F-Square $0,02- <0,15$ berarti ada pengaruh kecil.
- 3) Nilai F-Square $0,15- <0,35$ berarti ada pengaruh medium.
- 4) Nilai F-Square $\geq 0,35$ berarti ada pengaruh besar.

c) *Path Coefficients* atau koefisien jalur

Koefisien jalur, atau secara sederhana koefisien jalur, berfungsi untuk mengevaluasi sifat dan intensitas hubungan dan mengeksplorasi hipotesis. Koefisien ini bervariasi nilainya antara -1 dan +1. Ketika nilainya mendekati +1, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara dua konstruk lebih kuat. Sebaliknya, nilai yang lebih dekat ke -1 mengindikasikan hubungan yang negatif atau lemah (Syahrir et al., 2019).

d) Model Fit

Model fit merupakan indikator kesesuaian (kecocokan) sebuah model (Syahrir et al., 2019). Untuk menilai kelayakan model pada model fit, dapat dilihat dari nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Nilai SRMR ini

digunakan untuk kecocokan antara hubungan antar variabel pada model yang diamati. Dalam hal ini, model dikatakan layak atau cocok untuk menjelaskan hubungan antar variabel tersebut apabila nilai SRMR $< 0,08$ atau dapat ditoleransi hingga $< 0,1$ (Hardisman, 2021).

c) Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Uji hipotesis merupakan prosedur *bootstrapping* yang menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan. Dalam hal ini, nilai t-statistik akan dibandingkan dengan nilai t-tabel. Tingkat kepercayaan, seperti 90%, 95%, atau 99%, dapat digunakan untuk menentukan nilai t-tabel. Apabila ambang batas akurasi atau ketidaktepatan (α) diatur 5% atau 0,05, maka menggunakan tingkat kepercayaan 95%. Dalam pengujian hipotesis ini, terdapat dua pengujian, yakni uji pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*). Uji pengaruh tidak langsung ini mengevaluasi dan menguji kekuatan korelasi antara variabel intervening (mediasi atau moderasi) dengan variabel lainnya. Analisis ini tepat digunakan ketika sebuah variabel memiliki kemampuan untuk mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Perubahan variabel independen selanjutnya berdampak pada variabel mediator yang selanjutnya mempengaruhi variabel dependen (Syahrir et al., 2019). Syarat yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah:

- H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $p\text{-value} \geq 0,05$
- H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $p\text{-value} \leq 0,05$

3.8. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

- a) Penelitian hanya dilakukan di wisata bahari dan terestrial Provinsi Lampung
- b) Penelitian hanya menggunakan satu jenis instrumen pengumpulan data yaitu kuesioner.

- c) Meskipun peneliti telah melakukan identifikasi terhadap sekitar 1000 artikel yang dipublikasi dalam jurnal, tetapi masih sangat mungkin ada variabel lain yang berpengaruh terhadap pengembangan wisata.
- d) Rekomendasi kebijakan yang disampaikan bukan dalam perspektif isu pariwisata secara umum tetapi berdasarkan pada variabel yang digunakan pada penelitian ini, sehingga sangat mungkin untuk adanya rekomendasi lain yang lebih tepat untuk pengembangan pariwisata.

3.9. Indikator Capaian Terukur

Dalam penelitian ini, indikator capaian terukur digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi wisata bahari pas-pandemi di Provinsi Lampung. Beberapa indikator capaian terukur yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan pengunjung: Indikator ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi wisata yang diteliti.
2. Niat berkunjung ulang: Indikator ini digunakan untuk mengukur tingkat niat pengunjung untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata yang diteliti.

Indikator-indikator tersebut digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh faktor-faktor yang diteliti terhadap niat berkunjung kembali ke destinasi wisata terestrial dan bahari di Provinsi Lampung. Hasil dari analisis ini akan digunakan untuk menyusun rekomendasi yang dapat digunakan oleh pihak yang berwenang sebagai implikasi pada pilihan kebijakan publik untuk pengembangan wisata di Provinsi Lampung.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil terkait pengaruh daya tarik objek wisata, kualitas layanan, keramah tamahan, dan kepuasan pengunjung terhadap minat kunjungan ulang.

1. Pengaruh Langsung:

- a) Daya tarik objek wisata (ATRC) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang (REVST) dengan nilai p 0,045 dan T-statistik sebesar 2.003, sehingga hipotesis H1 ditolak.
- b) Kualitas layanan (SQUAL) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjungan ulang (REVST) dengan nilai p 0.003 dan T-statistik 2.970, sehingga hipotesis H2 diterima.
- c) Keramah tamahan (HOSPT) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan ulang (REVST) dengan nilai p 0.581, sehingga hipotesis H3 ditolak.
- d) Kepuasan pengunjung (SATISF) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang (REVST) dengan nilai p 0.000 dan T-statistik 5.994, sehingga hipotesis H4 diterima.

2. Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi):

- a) Daya tarik objek wisata (ATRC) tidak mempengaruhi minat kunjungan ulang (REVST) secara tidak langsung melalui kepuasan pengunjung (SATISF) dengan nilai p 0.329, sehingga hipotesis H8 ditolak.
- b) Kualitas layanan (SQUAL) memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang (REVST) melalui kepuasan pengunjung (SATISF) dengan nilai p 0.000 dan T-statistik 4.262, sehingga hipotesis H9 diterima.

- c) Keramahtamahan (HOSPT) juga berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat kunjungan ulang (REVST) melalui kepuasan pengunjung (SATISF) dengan nilai p 0.001 dan T-statistik 3.226, sehingga hipotesis H10 diterima.

3. Total Effect:

- a) Secara keseluruhan, daya tarik objek wisata (ATRC) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang (REVST) dengan nilai p 0.127, sehingga hipotesis H11 ditolak.
- b) Kualitas layanan (SQUAL) memiliki pengaruh total yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang (REVST) dengan nilai p 0.000 dan T-statistik 6.441, sehingga hipotesis H12 diterima.
- c) Keramahtamahan (HOSPT) tidak memiliki pengaruh total yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang (REVST) dengan nilai p 0.218, sehingga hipotesis H13 ditolak.
- d) Kepuasan pengunjung (SATISF) secara signifikan berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang (REVST) dengan nilai p 0.000 dan T-statistik 5.994, sehingga hipotesis H14 diterima.

4. Dampak terhadap Kepuasan Pengunjung:

- a) Daya tarik objek wisata (ATRC) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (SATISF) dengan nilai p 0.299, sehingga hipotesis H15 ditolak.
- b) Kualitas layanan (SQUAL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (SATISF) dengan nilai p 0.000 dan T-statistik 6.549, sehingga hipotesis H16 diterima.
- c) Keramahtamahan (HOSPT) juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung (SATISF) dengan nilai p 0.000 dan T-statistik 3.806, sehingga hipotesis H17 diterima.

Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah bahwa kualitas layanan (SQUAL) dan kepuasan pengunjung (SATISF) merupakan faktor yang paling berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap minat

kunjungan ulang (REVST). Sementara itu, daya tarik objek wisata (ATRC) dan keramahtamahan (HOSPT) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang secara langsung, meskipun keramahtamahan dapat mempengaruhi minat kunjungan ulang secara tidak langsung melalui kepuasan pengunjung.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai minat kunjungan ulang wisata alam di Provinsi Lampung, dengan mempertimbangkan pengaruh *Service Quality*, *Hospitality*, dan *Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. *Service Quality* (Kualitas Layanan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *Revisit Intention*, serta juga secara tidak langsung melalui *Satisfaction*. Oleh karena itu:

- a). Pada tingkat Provinsi Lampung, pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata Provinsi perlu terus meningkatkan standar kualitas pelayanan di seluruh destinasi wisata alam, seperti kecepatan layanan, kejelasan informasi wisata, keamanan, kenyamanan fasilitas, serta kemampuan petugas dalam memberikan bantuan. Standar layanan yang terukur dan seragam antar kabupaten akan menciptakan citra pariwisata yang konsisten di tingkat provinsi.
- b). Pada tingkat Kabupaten, Dinas pariwisata kabupaten (misalnya Kabupaten Tanggamus, Pesawaran, Lampung Timur, Lampung Barat, dan Pesisir Barat) perlu melakukan pelatihan berkala bagi petugas lapangan dan pengelola destinasi, baik yang dikelola pemerintah, swasta, maupun kelompok masyarakat. Kualitas layanan frontliner menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk melakukan kunjungan ulang.

2. *Hospitality* (Keramahtamahan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Hospitality* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *Revisit Intention*, namun berpengaruh secara tidak langsung melalui *Satisfaction*. Oleh karena itu:

- a) Pada tingkat Provinsi Lampung, perlu ada program penguatan budaya pelayanan ramah (*local hospitality culture*) berbasis kearifan lokal Lampung, seperti Piil Pesenggiri, Nengah Nyappur, dan Sakai Sambayan. Budaya lokal ini dapat menjadi fondasi dalam membangun citra keramahan wisata Lampung di mata wisatawan domestik maupun mancanegara.
- b) Pada tingkat Kabupaten, pemerintah daerah dapat memberikan pelatihan *soft skill hospitality* kepada pelaku wisata, termasuk homestay, pemandu wisata, pedagang lokal, dan sopir angkutan wisata, agar mereka memahami pentingnya keramahtamahan dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan.

3. *Satisfaction* (Kepuasan Wisatawan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Satisfaction* berpengaruh secara nyata terhadap *Revisit Intention*. Oleh karena itu:

- a). Pada tingkat Provinsi Lampung, Dinas Pariwisata dapat melakukan monitoring dan evaluasi berkala terhadap tingkat kepuasan pengunjung di seluruh destinasi wisata unggulan, seperti Way Kambas, Teluk Kiluan, Pulau Pahawang, dan lainnya. Survei kepuasan secara rutin akan memberikan umpan balik untuk perbaikan manajemen destinasi.
- b). Pada tingkat Kabupaten, pengelola destinasi wisata perlu memastikan bahwa seluruh elemen pelayanan wisata, termasuk harga tiket masuk, kebersihan lingkungan, kemudahan aksesibilitas, serta ketersediaan fasilitas pendukung (toilet, tempat makan, pusat oleh-oleh) berjalan optimal sehingga meningkatkan kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N. A., Batu, K. L., & Aryandika, A. A. (2024). Analisis Pengaruh Authenticity Dan Physical Attractiveness Influencer Marketing Serta Mobile Convenience Pada Produk Scarlett Whitening. 13, 1–13.
- Agrawal, A. (2014). "Studying the Commons, Governing Common-Pool Resource Outcomes: Some Concluding Thoughts." *Journal of Environmental Economics and Management*, 68, 67-76.
- Bakri, S. (2023). MSLK5102 – Kelembagaan Lingkungan (Edisi ke-2). Universitas Terbuka.
- Buckley, R. (2009). "Ecotourism: Principles and Practices." *Tourism Management*, 30(1), 116-118.
- Eagles, P. F. J., et al. (2013). "Governance of Recreation and Tourism Partnerships in Parks and Protected Areas." *Tourism Management*, 37, 1-10.
- Adha, M. M., Dasim, B., Nugroho, A., & Mollison, M. (2021). Lampung Krakatau Festival: Tourism Development and Active Citizens Participation to Strengthen Community Civic Virtue. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 2(2). <https://doi.org/10.36256/ijtl.v2i2.130>
- Alananzeh, O. A., Al-Mahasneh, R. A., Jawabreh, O., Al-Badarneh, M. B., & Obeidat, B. (2019). The relationship between tourism destination attributes and tourist satisfaction. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(2), 301-309.
- Ali, S., Maharani, L., & Untari, D. T. (2019). Development of religious tourism in Bandar Lampung, Indonesia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5).
- Amin, M., Idrus, Y., Puturuhu, D., & Said Perintah, S. (2023). Pengaruh Pengembangan Objek Wisata dan Tingkat Kunjungan Wisatawan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat. *Journal of Business Application*, 2, 16–29.
- Anderson, J. E. (2020). *Public Policy Making: An Introduction*. Wadsworth Cengage Learning.

- Anom, R. I. P., Barusman, T. M., Barusman, A. R. P., & ... (2022). Pengaruh Tingkat Literasi Digital dan Kualitas Teknologi Informasi terhadap Keputusan Berkunjung Turis ke Wisata Bahari Lampung pada masa Pandemi Covid-19. VISIONIST.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1. books.google.com.
- Arida, I. N. S. (2016). Buku Ajar Pariwisata Berkelanjutan.
- Auliah, A., Prayitno, G., Ari, I. R. D., Rahmawati, Wardani, L. E., & Meidiana, C. (2022). The Role of Social Capital Facing Pandemic COVID-19 in Tourism Village to Support Sustainable Agriculture (Empirical Evidence from Two Tourism Villages in Indonesia). *Economies*, 10(12), 320. <https://doi.org/10.3390/economies10120320>
- Bitok, K. (2020). Sustainable tourism and economic growth nexus in Kenya: policy implications for post-Covid-19. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 1(2), 123–138. <https://doi.org/10.35912/joste.v1i2.209>
- Balmford, A., et al. (2015). "Walk on the Wild Side: Estimating the Global Magnitude of Visits to Protected Areas." *Journal of Environmental Management*, 207, 29-36.
- Basri, H., Evadianti, Y., & Hernawan, W. (2020). Impact of Krakatau festival on the tourism growth in Lampung Province, Indonesia. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25(Extra1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3774593>
- BPS. (2020). Pariwisata Dalam Angka 2020 (Data Permintaan).
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). "Critical Research on the Governance of Tourism and Sustainability." *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421.
- Chairunnisa, F., & Siregar, M. R. (2019). Pengaruh Risiko Fisik Dan Risiko Psikologis Terhadap Niat Berkunjung Kembali Yang Dimediasi Oleh Citra Kognitif Pada Wisatawan Di *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*
- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Dewanto, D. A. P. (2019). Wahana Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung eprints.umm.ac.id.
- Dewi, M. intan P., Tirtawati, N. M., & Liestiandrea, H. K. (2023). Pengaruh memorable tourism experience terhadap kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali di desa wisata penglipuran. 22(2), 132–148.
- Dewi, P. P., Prayitno, G., & Dinanti, D. (2021). Social Capital Of The Pujon Kidul Tourism Village Community In Facing The Covid-19 Pandemic. *Geojournal*

- of Tourism and Geosites, 38(4), 1239–1246.
<https://doi.org/10.30892/gtg.38431-765>
- Dileep Kumar, M., Govindarajo, N. S., & Khen, M. H. S. (2020). Effect of service quality on visitor satisfaction, destination image and destination loyalty – practical, theoretical and policy implications to avitourism. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 14(1), 83–101.
<https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2019-0066>
- Dye, T. R. (2017). *Understanding Public Policy* (15th ed.). Pearson.
- Elake, A. A., Ronald, S., Saleky, J., & Ufie, A. J. R. (2024). VOL 3 , NO . 1 , MARET 2024 Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua , Kabupaten Maluku Tengah. 3(1), 264–272.
- Emuy, E. V., Alvar, R., C, P. D. C., & Gadjamel, I. D. (2024). Tourist satisfaction and destination loyalty on beach resorts. *International Journal of Tourism and Hotel Management*, 6(1), 08–11.
<https://doi.org/10.22271/27069583.2024.v6.i1a.80>
- Farida, F., Indriani, M., & Sair, A. (2019). *Perkembangan Pariwisata Danau Ranau Kecamatan Banding Agung Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan Tahun 2008-2017*. Sriwijaya University.
- Faturrahman, A. D., Abidin, Z., & Pi, S. (2021). ... Risk dan Memorable Tourism Experience Sebagai Mediasi Hubungan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Ke Ekowisata Universitas Brawijaya.
- Faully, M., & Wiloso, P. G. (2021). Social Capital and Community-Based Rural Tourism Development in Kauman Kidul, Salatiga, Central Java Malinton. *Jurnal Studi Sosial dan Politik*, 5(2), 241–251.
- Fitrianti, D., & Sonani, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri Pariwisata di Jawa Barat. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1(3), 140–147.
- Folke, C., Carpenter, S. R., Walker, B., Scheffer, M., Chapin, F. S., & Rockström, J. (2021). Resilience thinking: Integrating resilience, adaptability, and transformability. *Ecology and Society*, 16(2), 1-15.
<https://doi.org/10.5751/ES-03491-160212>
- Fotiadis, A., Sotiriadis, M., & Vassiliadis, C. A. (2018). Destination image, customer satisfaction and behavioural intentions. In *The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism* (pp. 208–217). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315659657-24>

- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. 3(2), 273–282.
- Gunn, C. A. (2004). Prospects for tourism planning: issues and concerns [Invited Senior Scholar Editorial]. *Journal of Tourism Studies*, 15(1), 3–7. <https://search.informit.org/doi/10.3316/ielapa.200501364>
- Hardin, G. (1968). "The Tragedy of the Commons." *Science*, 162(3859), 1243–1248.
- Hariyanto, O. I. B., & Rukmandiana, J. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pengunjung. In *Jurnal download.garuda.kemdikbud.go.id*.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta: Luxima Metro Medika.
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: Its use by national tourism organizations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211–239.
- Hermawan, D. D., Nurdin, B. V, & Robi, C. K. (2021). Pemulihan Sektor Pariwisata Berbasis Model Partisipasi Adaptif Pada Destinasi Wisata Bahari yang terdampak Pandemi Covid-19 di Provinsi Lampung. laporan penelitian DIPa Fakultas
- Herwanti, S., Febryano, I. G., Yuwono, S. B., Khotimah, K., Banuwa, I. S., Hariyanto, S. P., Tsani, M. K., Surnayanti, Damayanti, I., Prasetya, H., Rusita, & Fitriana, Y. R. (2021). Tourism economic value of Bukit Pangonan Urban Forest, Lampung, Indonesia. *International Journal of Design and Nature and Ecodynamics*, 16(5). <https://doi.org/10.18280/ijdne.160508>
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Island Press.
- Huang, Y.-C., & Liu, C.-H. S. (2017). Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1854–1872. <https://doi.org/10.1108/ijchm-12-2015-0677>
- Husna, N., & Novita, D. (2020). Peran Aesthetic Experiential Qualities Dan Perceived Value Untuk Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Wisata Bahari Di Provinsi Lampung. *Jurnal Pariwisata Pesona*.

- Irawati, N. (2019). Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Terapan Visitor Management Di Kawasan Candi Prambanan Dengan Metode Importance Performance Analysis. In *Journal of Tourism and Economic* (Vol. 2, Issue 1). STIE Pariwisata API Yogyakarta. <https://doi.org/10.36594/jtec.v2i1.11>
- Jang, H.-S., & Yoon, S.-M. (2018). An analysis for structural relationships among perceived safety satisfaction, trust, and behavioral intention of visitor in theme park: focusing on the moderating effect of involvement. In *Journal of Hospitality and Tourism Studies* (Vol. 20, Issue 3, pp. 1–13). The Academy of Korea Hospitality and Tourism. <https://doi.org/10.31667/jhts.2018.09.76.1>
- Jaya, I. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. books.google.com.
- Kakoudakis, K. I., & McCabe, S. (2020). Social tourism as a modest, yet sustainable, development strategy: policy recommendations for Greece. In *Social Tourism at the Crossroads* (pp. 8–22). Routledge.
- Kanwil Ditjen Perbendaraan Provinsi Lampung. (2020). *Kajian Fiskal Regional Tahun 2020 Provinsi Lampung*. 152.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Laporan Ekowisata Indonesia*.
- Kim, H., & Park, J. (2022). The Role of Hospitality in Tourist Satisfaction: A Mediated Model. *Journal of Tourism Management*, 45(2), 123-135.
- Kim, J., Park, J., & Lee, J. (2019). The impact of tourist experience on satisfaction, emotional attachment, and destination loyalty. *Sustainability*, 11(9), 2515.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.
- Lai, P. H., Chong, K. S., & Tsang, S. K. (2023). *Community-Based Tourism and Sustainable Development*. Elsevier.
- Lansing, J. S. (2006). *Perfect Order: Recognizing Complexity in Bali*. Princeton University Press.
- Lasally, A. (2015). *Kualitas Daya Tarik Wisata Alam Dan Budaya Kawasan Tanjung Setia Dan Kawasan Pulau Pisang, Di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung*. etd.repository.ugm.ac.id.
- Laswell, H. D. (1956). *The Decision Process: Seven Categories of Functional Analysis*. University of Maryland Press.
- Lee, S., Kim, Y., & Choi, H. (2021). Hospitality and Tourist Experience: Analyzing the Relationship Between Service Quality and Revisit Intention. *International Journal of Hospitality Management*, 98, 103-119.

- Li, C. (Cherise), & Agyeiwaah, E. (2022). Online learning attributes on overall tourism and hospitality education learning satisfaction: Tourism Agenda 2030. In *Tourism Review*. Emerald. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2022-0221>
- Lindblom, C. E. (1959). The Science of "Muddling Through". *Public Administration Review*, 19(2), 79-88.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
- Liu, Z., Building, C., Street, C., & Kingdom, U. (2003). *Strathprints004105.Pdf*. 11(6), 459–475.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning. Boston. 816 hlm.
- Marsh, D., & Rhodes, R. A. W. (1992). *Policy Networks in British Government*. Clarendon Press.
- Merce, I. I., & Milin, I. A. (2014). Ecotourism Destinations in Romania. *Animal Sciences and Biotechnologies*, 47(1), 327–329.
- Milman, A., Zehrer, A., & Tasci, A. D. A. (2017). Measuring the components of visitor experience on a mountain attraction: the case of the Nordkette, Tyrol, Austria. In *Tourism Review* (Vol. 72, Issue 4, pp. 429–447). Emerald. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0060>
- Motsa, A., Rybakova, S., Shelemetieva, T., Zhuvahina, I., & Honchar, L. (2021). The effect of regional tourism on economic development: Case study: The EU countries. *International Review*, 1–2. <https://doi.org/10.5937/intrev2102069m>
- Nugraha, A. S., & Ardi, M. (2021). Pengaruh Peningkatan Kapasitas SDM Terhadap Pengelolaan Ekowisata di Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 112–119. <https://doi.org/10.31219/osf.io/cg6v2>
- Nurbaiti, N., Harianto, S. P., & ... (2020). Persepsi Pengunjung Terhadap Wisata Bahari Di Pantai Klara, Provinsi Lampung. *Journal of Tropical ...*
- Nurfa, ajkiani, Sadat, A. M., & Sari, D. A. P. (2023). Pengaruh Destination Image dan Tourist Experience terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus: Desa Wisata Ciseeng). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 769–784. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.12>
- Nurmala, N., & Sullaida, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong

- Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73–78. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.861>
- Oktaviannur, M. (2018). Model Kualitas Pelayanan Pengguna Objek Wisata Bahari Di Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Mandiri Universitas Bandar Lampung.
- Oliveira, T., Araujo, B., & Tam, C. (2020). Why do people share their travel experiences on social media? *Tourism Management*, 78(November 2017), 104041. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104041>
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.
- Pearce, P. L. (2019). Controlling disturbing tourist behaviour: a perspective article. In *Tourism Review* (Vol. 75, Issue 1, pp. 225–227). Emerald.
- Pratiwi, Y. D. (2018). Pengembangan Aktivitas Wisata Bahari Di Pantai Labuhan Jukung Lampung. repository.upi.edu.
- Prayag, G., & Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342–356.
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2020). The Role of Service Quality and Destination Attributes in Revisit Intentions. *Journal of Travel Research*, 59(3), 421–435. <https://doi.org/10.1177/0047287519875187>
- Primananda, P. G. B. N., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Setiawan, P. Y. (2022). Trust as a mediating effect of social media marketing, experience, destination image on revisit intention in the COVID-19 era. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 517–526.
- Pujiastuti, E. E., Utomo, H. J. N., & Tasyqila, A. N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Memorable Tourism Experience Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Wisatawan Pada Kondisi Menuju New Normal. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 269–287.
- Punama, I., & Yuliana. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 162–170.
- Punama, I., & Yuliana. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 162–170.

- Qomariah, N. (2020). Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung. Cv. Pustaka Abadi.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioral intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100536.
- Ratna, R. A. K., Abidin, Y., & Kurniawan, D. T. (2023). Keberterimaan Media Multimodalitas Berbasis Website Dalam Perspektif Guru: Tinjauan the Utaut Model. *Jurnal Review Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Hasil Penelitian*, 9(2), 104–116. <https://doi.org/10.26740/jrpd.v9n2.p104-116>
- Rini, R. S., & Apriyanti, A. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Lembah Wilis Madiun. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen*
- Rohaeni, H., & Nisa, M. (2018). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.51826/fokus.v16i1.136>
- Scheyvens, R. (1999). "Ecotourism and the Empowerment of Local Communities." *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3-4), 232-249.
- Siswadi, F., Muharam, H., & Hannan, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 42–53. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Siswandi, F., Muharam, H., & Hannan, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 42–53. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Solihin, D., & Ahyani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(1), 77–88.
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 718–736.
- Swarbrooke, J. (2002). *The development and management of visitor attractions*. Routledge.
- TIES (The International Ecotourism Society). (2015). What is Ecotourism?. <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>.
- Tribe, J. (2020). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (6th ed.). Routledge. New York. 496 hlm.

- UNCTAD. (2013). Sustainable tourism: Contribution to economic growth and sustainable development. United Nations Conference on Trade and Development, January.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional.
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2020). Tourism for Sustainable Development Goals. <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>.
- Vieira, J. C., Jordan, E., & Santos, C. (2021). The effect of nationality on visitor satisfaction and willingness to recommend a destination: A joint modeling approach. In *Tourism Management Perspectives* (Vol. 39, p. 100850). Elsevier BV. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100850>
- Wang, T., Zhang, L., & Li, M. (2024). Determining Factors of Tourist Revisit Intention: The Interplay of Service Quality and Satisfaction. *Tourism Review*, 79(1), 56-72.
- Waruwu, O., & Siregar, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Festival Pesona Aekhula Kabupaten Nias Barat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 13595–13612
- Wearing, S. L., Cunningham, P. A., Schweinsberg, S., & Jobberns, C. (2014). Whale Watching as Ecotourism: How Sustainable is it? *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, 6(1), 38–55.
- Weaver, D. B. (2001). *The Encyclopedia of Ecotourism*. CABI Publishing. New York. 663 p.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2007). Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management*. 28 (5): 1168-1179.
- Widaningsih, R. R. A., Santoso, R. B., Kartika, E., & Trimiati, K. E. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung Dan Motivasi Berkunjung Kembali Ke Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(1), 27–40. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v6i1.1217>
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 132–138. <https://doi.org/10.1177/004728750104000203>
- Yoon, S., & Kim, J.-H. (2019). The Effect of Tourism City Brand Equity on Tourism Satisfaction and Recommendation Intention. In *Journal of Korea Culture Industry* (Vol. 19, Issue 4, pp. 7–17). Korean Society of Culture Industry. <https://doi.org/10.35174/jkci.2019.12.19.4.7>

- Yulianto, Y., Fahmi, T., & Hidayati, D. A. (2018). Pengembangan Desa Wisata Bahari dalam rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir (Pendampingan dan Penerapan Community Based Tourism/CBTdi Pekon Tejang Pulau Sebesi, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan). Prosiding Seminar Nasional Hasi-Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2018.
- Zhang, L., Sun, J., & Chen, W. (2023). The Impact of Hospitality on Tourist Behavior: A Longitudinal Study. *Annals of Tourism Research*, 91, 204-221.