

PENGARUH CITRA DESTINASI, DAYA TARIK WISATA DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI DESA WISATA PENGLIPURAN BALI

Haniek Listyorini¹, Andhi Supriyadi², Gana Wuntu³, Febe Humble Kristanto⁴, Anggun Rina Ardiana⁵

^{1,2,3,4,5}STIEPARI Semarang

E-mail : hanieklityorini@stiepari.ac.id¹, andhisupriyadi@stiepari.ac.id², ganawuntu1@gmail.com³, febe.humble@gmail.com⁴, aggunrina2002@gmail.com⁵

ABSTRACT

The decision to visit a destination and its satisfaction are caused by various pull factors and push factors. Pull factors from the external side of tourists include tourist attraction, amenities, accessibility, destination image and promotion. Meanwhile, the driving factors are from the internal side of tourists such as demographics, motivation or purpose of visiting. Therefore, destination managers need to strive to create strong pull and push factors so that they have an impact on visiting decisions and create visitor satisfaction. From various research results, there are still differences in the factors that cause decisions and visitor satisfaction. The aim of this research is to examine the influence of destination image, tourist attractions and amenities directly and indirectly on visiting satisfaction with the decision to visit as a mediator. The research was conducted in Penglipuran Village, Bali, which has a very popular destination image at home and abroad. Quantitative research method using incidental sampling technique of 100 visitors, processed using SPSS to obtain regression and path analysis results. The study results show that destination image, tourist attractions and amenities have an influence both individually and together on the decision to visit. Visitor satisfaction is influenced by tourist attractions and visiting decisions, while visitor satisfaction is not directly influenced by destination image and amenities. The research results also state that the image of the destination influences visitors' decisions and then influences visitor satisfaction, however, although attractions and attractions influence the decision to visit, they do not have an impact on visitor satisfaction in Penglipuran village, Bali.

Keywords: Destination Image, Tourist Attraction, Amenities, Visiting Decision, Visitor Satisfaction.

ABSTRAK

Keputusan berkunjung ke suatu destinasi serta kepuasannya disebabkan berbagai faktor penarik dan faktor pendorong. Faktor penarik dari sisi eksternal wisatawan antara lain daya tarik wisata, amenitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan promosi. Sedangkan faktor pendorong dari sisi internal wisatawan seperti demografi, motivasi, atau tujuan berkunjung. Oleh karena itu

pengelola destinasi perlu berupaya menciptakan faktor penarik dan pendorong yang kuat agar berdampak pada keputusan berkunjung dan menciptakan kepuasan pengunjung. Dari berbagai hasil penelitian masih terdapat perbedaan dalam faktor penyebab keputusan dan kepuasan pengunjung. Tujuan penelitian ini dalam rangka menguji pengaruh citra destinasi, daya tarik wisata dan amenitas secara langsung dan tak langsung terhadap kepuasan berkunjung dengan keputusan berkunjung sebagai mediasi. Penelitian dilakukan di Desa Penglipuran Bali yang sangat populer citra destinasinya di dalam dan luar negeri. Metode penelitian kuantitatif dengan Teknik insidental sampling 100 pengunjung, diolah dengan SPSS untuk mendapatkan hasil regresi dan path analysis. Hasil studi menunjukkan bahwa citra destinasi, daya tarik wisata dan amenitas memiliki pengaruh baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama terhadap keputusan berkunjung. Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh daya tarik wisata dan keputusan berkunjung, sementara kepuasan pengunjung tidak secara langsung dipengaruhi oleh citra destinasi dan amenitas. Hasil penelitian juga menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh pada keputusan pengunjung dan selanjutnya berpengaruh pada kepuasan pengunjung, namun baik daya tarik dan atraksi meskipun berpengaruh terhadap keputusan berkunjung tetapi selanjutnya tidak berdampak pada kepuasan pengunjung di desa Penglipuran Bali.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata, Amenitas, Keputusan Berkunjung, Kepuasan Pengunjung.

PENDAHULUAN

Wisatawan memutuskan berkunjung ke suatu destinasi dapat disebabkan karena oleh faktor baik pendorong maupun penarik. Faktor pendorong wisatawan terkait dengan aspek intrinsik diri wisatawan antara lain demografi, motivasi wisatawan untuk lepas dari rutinitas hidup sehari-hari, beristirahat, menjaga kesejukan dan kebugaran, merasakan petualangan, alasan status, dan merasakan interaksi sosial. Sementara faktor penarik adalah aspek eksternal wisatawan antara lain mencakup keindahan atraksi alam, budaya, even, ketersediaan amenitas, aksesibilitas, citra destinasi, dan promosi destinasi (Yoon & Uysal, 2005). Oleh sebab itu pengelola destinasi dalam pemasaran destinasinya berupaya untuk menciptakan faktor penarik untuk bisa mempengaruhi wisatawan mengambil keputusan dan pilihan perjalanan mereka (AB, 2018).

Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa faktor penyebab wisatawan berkunjung ke suatu destinasi adalah citra destinasi ((Fatimah, 2019); (Suwarduki et al., 2018); (Ropiah, 2020) dan (Ester et al., 2020)). Kunjungan juga dipengaruhi oleh Lokasi dan promosi (Suwarduki et al., 2018), serta daya tarik wisata dan amenitas. (Hermawan, 2017); (Susianto et al., 2022); (Ramadhani, 2020); dan (Nurbaeti et al., 2021). (Fatimah, 2019) menyatakan citra destinasi dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berkunjung, bahkan variable yang paling dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung adalah citra destinasi dibanding lokasi. Ditambahkan pula oleh (Ramadhani, 2020) dan (Nurbaeti et al., 2021) menyatakan atraksi, amenitas dan aksesibilitas bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian lain memiliki hasil yang berbeda dimana secara

parsial citra destinasi tidak berpengaruh pada kepuasan wisatawan (Sangkaeng, Stela, 2014).

Pentingnya sebuah destinasi memiliki keunikan daya tarik wisata yang berkarakteristik (Rosyanta et al., 2018), dimana karakteristik yang dimiliki desa wisata dapat bersumber dari keaslian daya tarik alam, keunikan desa, tradisi dan budaya masyarakat lokal (Rosyanta et al., 2018). Penelitian terdahulu mengemukakan bahwa citra, promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan ((Hanif & Mawardi, 2016) dan (Nurlestari, 2016)). Kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh atraksi, amenitas dan aksesibilitas ((Putri & Andriana, 2021); (Alvianna et al., 2020); (Saway et al., 2021); (Handayani et al., 2019); (Susetyarini & Masjhoer, 2018); (Aprilia et al., 2017); (Kirom & Wayan Adi Putra, 2016)). Ditambahkan pula bahwa kepuasan wisatawan juga dipengaruhi oleh adanya factor *Ancillary* dikemukakan oleh (Alvianna et al., 2020). Hasil penelitian di atas memberikan pernyataan pentingnya mempengaruhi keputusan dan setelah itu keputusan dapat dijamin menghasilkan kepuasan wisatawan yang disebabkan oleh berbagai faktor antara lain citra destinasi, daya tarik wisata, amenitas, aksesibilitas.

Di Indonesia desa wisata yang memiliki citra destinasi yang kuat hingga ke tingkat internasional dan daya tarik yang berkarakteristik adalah Desa Wisata Penglipuran, Kabupaten Bangli di Provinsi Bali. Berita CNN Indonesia melaporkan bahwa Desa penglipuran, memiliki citra yang tersohor ke pelosok negeri sebagai desa terbersih di Dunia. Selain itu oleh media desa Penglipuran juga di kenal dengan citra desa konservasi lingkungan, desa konservasi

budaya, dan desa berprestasi (www.cnnindonesia.com). Desa ini ditetapkan sebagai salah satu desa paling bersih ke tiga di dunia di tahun 2016 menurut Majalah Internasional Boombastic, dan Tp 100 Indonesian Sustainable Destinations menurut Green Destinations Foundation serta mendapat penghargaan Kalpataru karena telah melestarikan lingkungan hidup Indonesia. Desa pionir di Indonesia ini, berdiri sejak tahun 1995 mengusung patokan adat turun temurun berkonsep Tri Mandala yang meelestarian budaya dan tradisi serta mengedepankan konservasi lingkungan (www.brobali.com).

Adapun citra desa Penglipuran dimata wisatawan dihimpun dari hasil 475 ulasan pengunjung sepanjang tahun 2019-2022 dihimpun oleh Tripadvisor adalah sebagai berikut:

Tabel-1
Ulasan Pengunjung Terhadap Desa Penglipuran Bali

Periode	Inti Ulasan Citra Desa Penglipuran	Ulasan Kepuasan/ketidakpuasan terhadap Desa Penglipuran
2019-2022	Desa yang bersih, Desa yang asri, bersih dan nyaman Desa yang rapi dan aman Desa edukasi budaya Lingkungan rapi, bersih dan indah Desa dengan penduduknya ramah Desa rapi, bersih dan unik Desa yang unik Desa bersih dan sejuk Desa yang bersih dan teratur Desa dengan adat istiadat yang terjaga	Akses ke Lokasi tidak nyaman, desa bersih, petugas tidak ramah, tidak sopan dan pilih kasih, Pemandangan asri, bersih dan nyaman Tersedia aneka makanan dan minuman.. tradisional, Tersedia aneka oleh-oleh, Warga terbuka dan ramah, Lingkungan bersih indah, Parkir mudah, Wisata adat menarik dan unik, Tersedia tempat spot foto, Harga terjangkau

Sumber: <https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g1025506-d3263502-r840660090-Penglipuran-Bangli-Bali.html>

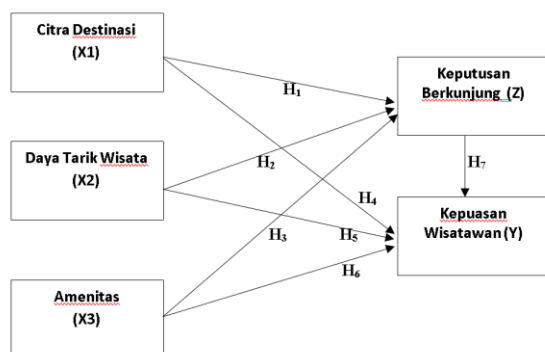
Meskipun desa Penglipuran ini telah memiliki reputasi yang tinggi di tingkat internasional, namun dari hasil ulasan pengunjung melalui laman *TripAdvisor* ditemukan masih terdapat pengalaman ketidakpuasan wisatawan selama berkunjung di Desa Penglipuran, tamu menyatakan bahwa Desa Penglipuran buruk dan sangat buruk sebesar 1.7%. seperti tabel sebagai berikut:

Tabel-2
Peringkat Kepuasan Pengunjung terhadap Desa Penglipuran
Periode 2019-2022



Sumber: Sumber: https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g1025506-d3263502-r840660090-Penglipuran-Bangli_Bali.html

Masih ditemukan perbedaan pada hasil penelitian terkait faktor-faktor penyebab kepuasan wisatawan. Ditemukan pula perbedaan hasil penelitian dari (Kalebos, 2016) faktor penarik yang berpengaruh dan tidak berpengaruh pada kepuasan wisatawan, bahkan berhubungan negatif. Ditambahkan oleh (Susetyarini & Masjhoer, 2018) bahwa amenities maupun citra destinasi tidak signifikan berpengaruh pada kepuasan pengunjung (Sangkaeng, Stela, 2014). Tujuan penelitian ini untuk melakukan studi pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata dan Amenitas di Desa Wisata Penglipuran Bali, secara langsung dan tak langsung terhadap Kepuasan Berkunjung dengan Keputusan Berkunjung sebagai variabel mediasi.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Studi di Desa Wisata Penglipuran Bali ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif, keseluruhan populasi adalah pengunjung domestik Desa Penglipuran yang dalam kurun waktu 6 bulan Januari-Juli 2023 rata-rata 67.364/bulan, menggunakan rumus slovin diperoleh 100 pengunjung sampel. Sampel diambil secara *Accidental Sampling*, dengan cara mencari pengunjung desa wisata yang kebetulan di temui dan bersedia menjadi responden. Kuesioner disebarikan dengan menggunakan skala likert 1-5, diolah dengan SPSS dan diuji secara partial dan uji mediasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Responden pengunjung di Desa Penglipuran Bali didominasi oleh Wanita 51% dan sisanya Pria 49%. Rentang usai responden sebagian besar adalah 14-25 tahun sebanyak 75%, disusul usia 26-35 tahun 13%, berusia 36-45 sebesar 8%, dan usia di atas 55 tahun ada 2 % dan sisanya 46-55 tahun 1%, serta purna bakti 1%. Dilihat dari asal daerah, sebagian besar pengunjung berasal dari Pulau Jawa 87%, pengunjung yang berasal dari luar Jawa dan Bali 10% dan pengunjung local Bali sebesar 3%. Dari sisi pekerjaan, responden sebagian besar adalah pelajar dan mahasiswa 59%, karyawan swasta 22%, wirausaha 9%, Profesi onal 6%, ASN 3% dan sisanya tidak bekerja 2%. Tujuan berkunjung ke desa wisata Penglipuran adalah dominan untuk rekreasi 56%, kemudian tujuan *study tour* 29%, acara keluarga dan pekerjaan masing masing 9% dan tujuan-tujuan lainnya sebesar 7%. Sebagian besar responden berkunjung ke desa Penglipuran bersama teman dan kolega sebanyak 58%, kemudian bersama keluarga

31%, bersama pasangan 15% dan serta pergi sendiri 9%.

Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil perhitungan menggunakan *SPSS ver.23 for Windows* untuk masing-masing variabel diperoleh hasil bahwa seluruh item pernyataan valid dengan nilai signifikansi $<0,05$ dinyatakan valid serta mampu mengukur keadaan yang sesungguhnya.

2. Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas dari ke lima variabel menghasilkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ sehingga kuesioner yang disusun adalah dapat diandalkan (reliabel).

Tabel-3.
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Alpha Standar	Keterangan
1.	X ₁ =Citra Destinasi	0,768	0,6	Reliabel
2.	X ₂ =Daya Tarik Wisata	0,761	0,6	Reliabel
3.	X ₃ =Amenitas	0,770	0,6	Reliabel
4	Z = Keputusan Berkunjung	0,798	0,6	Reliabel
5.	Y=Kepuasan Pengunjung	0,809	0,6	Reliabel

Sumber: Data yang diolah pada tahun 2024

Uji Model

Pada uji Anova Model Pertama diperoleh nilai, F hitung sebesar 96,938 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga variabel Citra Destinasi (X₁), Daya Tarik Wisata (X₂) dan Amenitas (X₃) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variabel Keputusan Berkunjung (Z). Perhitungan koefisien determinasi (Uji R²) diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R square*) sebesar 0,744 atau 74,4 % perubahan pada variabel dependen Keputusan Berkunjung (Z) dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen Citra Destinasi (X₁), Daya Tarik Wisata (X₂) dan Amenitas (X₃),

sedangkan sisanya sebesar 25,6 % diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini.

Pada uji Anova Model Kedua data menunjukkan bahwa F hitung sebesar 61,809 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Variabel Citra Destinasi (X₁), Daya Tarik Wisata (X₂), Amenitas (X₃) dan Keputusan Berkunjung (Z) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variable. Kepuasan Pengunjung (Y). Perhitungan koefisien determinasi (Uji R²) persamaan kedua diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R square*) sebesar 0,711 atau 71,1 % perubahan pada variabel dependen Kepuasan Pengunjung (Y) dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen Citra Destinasi (X₁), Daya Tarik Wisata (X₂), Amenitas (X₃), dan Keputusan Berkunjung (Z) sedangkan sisanya 28,9 % diterangkan oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam model penelitian ini.

Hasil Analisis Data

Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda Pertama dituangkan dalam table.

Tabel-4
Hasil Regresi Berganda ke 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.220	1.709		-.714	.477
	X1CITRA	.268	.080	.375	4.435	.000
	X2DAYATARIK	.134	.042	.346	3.188	.002
	X3AMENITAS	.092	.043	.212	2.140	.035

a. Dependent Variable: ZKEPUTUSAN

Sumber: Data primer diolah tahun 2024

$$Z = 0,375 X_1 + 0,346 X_2 + 0,212 X_3$$

Keterangan:

Z = Keputusan Berkunjung

X₁ = Citra Destinasi

X₂ = Daya Tarik Wisata

X_3 = Amenitas

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien pengaruh

Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda Kedua ditungkan dalam tabel

Tabel-5
Hasil Regresi Berganda ke 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.254	1.993		-.829	.531
	X1CITRA	.062	.077	.067	.675	.502
	X2DAYATARIK	.135	.052	.320	2.619	.010
	X3AMENITAS	.062	.061	.132	1.226	.223
	ZKEPUTUSAN	.427	.119	.390	3.595	.001

a. Dependent Variable: YKEPUASAN

Sumber: Data Primer diolah tahun 2024

$$Y = 0,067 X_1 + 0,320 X_2 + 0,132 X_3 + 0,390 Z$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pengunjung

Z = Keputusan Berkunjung

X_1 = Citra Destinasi

X_2 = Daya Tarik Wisata

X_3 = Amenitas

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien pengaruh

Hasil Uji Hipotests

Uji t (pengaruh parsial)

1. Pengujian hipotesis pertama

Uji terhadap hipotesis ke-1 tentang pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung, diperoleh koefisien beta yang positif sebesar 0,375, dengan t-hitung 4,435 > t tabel (1,98) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan **hipotesis pertama diterima**. Artinya Citra Destinasi berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Penglipuran Bali.

Desa Wisata Penglipuran memiliki citra *unique image* yang kuat populer sebagai desa wisata adat yang sangat kental budaya, adat istiadat dan tradisi Hindu. *Layout* atau tata ruang unik desa Pengliputan mengusung konsep Tri Mandala. Tata ruang kawasan

terbagi dalam tiga besar terdiri dari Utama Mandala yang merupakan area Pura, Madya Mandala adalah pemukiman penduduk dan Nista Mandala ditujukan sebagai area pemakaman. Penataan kawasan menjunjung tinggi adat leluhur dengan tatanan yang rapi dan teratur berkonsep berkeninambungan dengan lingkungan sekitar. Pola ruang ini menyebabkan area pemukiman penduduk di Tengah berkonsep pemukiman tradisional Bali dan polar uang menarik serta khas untuk aktivitas budaya masyarakatnya. Kawasan ini memiliki area pertanian baik kebun dan ladang serta area hutan bambu dan hutan alami.

Adapun penilaian *cognitive image* desa terkait dengan penggambaran desa wisata yang dikenal dengan citra desa terbersih. Berbagai berbagai media massa mempopulerkan desa Penglipuran sebagai desa terbersih baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan pengelolaan kebersihan yang baik maka desa ini bebas dari sampah, desa ramah lingkungan dan salah satu desa pinoir di Indonesia.

Ketiga dimensi citra destinasi baik *cognitive image*, *affective image* maupun *unique image* ini telah mempengaruhi secara positif keputusan berkunjung ke desa wisata Penglipuran. Hasil penelitian ini telah mendukung penelitian (Fatimah, 2019) yang menjelaskan Citra Destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, namun tidak mendukung penelitian (Suwarduki et al., 2018) yang menemukan jika citra destinasi tidak signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung.

Dalam mempengaruhi keputusan berkunjung, variable Citra Destinasi merupakan variable terkuat dengan koefisien

pengaruh 0,375 dibandingkan dengan variable daya tarik wisata dan amenitas. Kuatnya citra destinasi penglipuran menjadi faktor pendorong pengunjung memutuskan berlibur di penglipuran,

2. Pengujian Hipotesis Ke-2

Hipotesis nomer 2 uji pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung, dengan hasil koefisien beta positif 0,346 dengan $t\text{-hitung } 3.166 > t\text{-tabel } (1,98)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, dengan demikian **hipotesis kedua diterima**. Artinya Daya Tarik Wisata mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Penglipuran Bali.

Daya tarik wisata diukur dengan menggunakan 4 dimensi yaitu wisata alam, wisata budaya, wisata sosial dan wisata buatan. Secara keseluruhan variable daya tarik wisata memperoleh skor 4,38 yang artinya wisatawan menilai bahwa daya tarik wisata desa wisata Penglipuran telah baik. Diantara ke empat dimensi pembentuk daya tarik wisata maka dimensi terkuat adalah pada dimensi wisata buatan sebesar 4,42. Dimensi selanjutnya adalah wisata budaya sebesar 4,30, disusul wisata sosial 4.33 dan wisata alam 4.30.

Hasil penelitian ini searah dengan hasil penelitian (Susianto et al., 2022), (Ramadhani, 2020) yang menyimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh pada keputusan berkunjung. Namun tidak sesuai dengan penelitian (Kalebos, 2016) yang menyebutkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh pada keputusan berkunjung

3. Pengujian hipotesis Ke-3

Hipotesis nomer 3 menguji pengaruh Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung, diperoleh hasil koefisien beta positif 0,212 dengan $t\text{-hitung } 3,166 > t\text{-tabel } (1,98)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$. Hal ini menunjukkan **hipotesis ketiga diterima**. Artinya Amenitas berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Penglipuran Bali.

Variabel amenitas dinilai dengan dua dimensi yaitu fasilitas pariwisata dan fasilitas umum. Secara keseluruhan variabel amenitas mendapatkan skor 4,19 artinya wisatawan menilai bahwa baik fasilitas pariwisata maupun fasilitas umum di desa wisata Penglipuran telah tersedia dengan baik. Dari kedua dimensi tersebut dimensi fasilitas umum memiliki skor yang lebih tinggi 4.32 dibanding skor fasilitas pariwisata 4,19.

Hasil studi ini tidak sesuai dengan penelitian (Ramadhani, 2020) yang menyebutkan amenitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung

4. Pengujian hipotesis Ke-4

Hipotesis nomer 4 menguji bahwa Citra Destinasi berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung, dengan perolehan nilai koefisien beta positif 0,067, dengan $t\text{-hitung } 0,675 < t\text{ tabel } (1,98)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,502 > 0,05$. Dengan hasil tersebut, sehingga **hipotesis keempat ditolak**. Artinya Citra Destinasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung ke Desa Wisata Penglipuran Bali.

Hasil temuan sejalan dengan penelitian (Sangkaeng, Stela, 2014) (Hanif & Mawardi, 2016) yang menyebutkan bahwa citra pariwisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, namun tidak sependapat dengan penelitian (Ester et al., 2020) yang menyatakan bawa citra berpengaruh pada kepuasan pengunjung.

5. Pengujian Hipotesis Ke-5

Hipotesis kelima menguji pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung, didapatkan koefisien beta positif 0,320 dengan t-hitung $2.619 > t\text{-tabel}$ (1,98) dan nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$, hal ini mengindikasikan **hipotesis kelima diterima**. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung ke Desa Wisata Penglipuran Bali.

Variabel daya tarik wisata memiliki dimensi wisata alam, wisata budaya, wisata budaya, dan wisata sosial secara keseluruhan dapat menyebabkan kepuasan pengunjung di desa wisata tersebut. Penelitian yang mendukung bahwa daya tarik wisata berpengaruh pada kepuasan pengunjung (Saway et al., 2021) (Nurbaeti et al., 2021) (Ester et al., 2020) (Nurlestari, 2016) (Handayani et al., 2019). (Aprilia et al., 2017) (Hermawan, 2017). Namun hasil studi ini belum sejalan dengan penelitian (Kalebos, 2016) (Alvianna et al., 2020) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung.

6. Pengujian hipotesis Ke-6

Hipotesis keenam menguji Amenitas memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil uji menunjukkan koefisien

beta positif 0,132 dengan t-hitung $1,226 <$ dari t-tabel (1,98) dan nilai signifikansi sebesar $0,223 > 0,05$. Hal ini menyebabkan **hipotesis keenam ditolak**. Artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan amenitas terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa amenitas wisata tidak berpengaruh langsung terhadap Kepuasan pengunjung (Ester et al., 2020), namun demikian hasil penelitian belum sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa amenitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Saway et al., 2021) (Nurbaeti et al., 2021) (Handayani et al., 2019) (Hermawan, 2017).

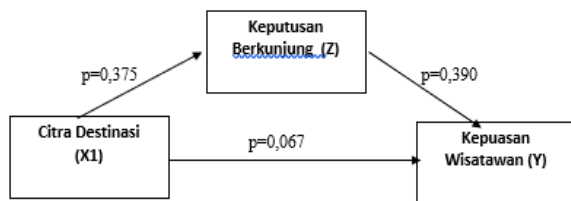
7. Pengujian hipotesis Ke-7

Hipotesis ketujuh menguji pengaruh Keputusan Berkunjung terhadap Kepuasan Pengunjung. Diperoleh koefisien beta positif 0,390 dengan t-hitung $3,595 >$ dari t-tabel (1,98) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan **hipotesis ketujuh diterima**. Artinya keputusan Berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Desa Penglipuran Bali.

8. Pengujian hipotesis Ke-8

Uji Mediasi

Uji Mediasi Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung serta dampaknya pada Kepuasan Pengunjung.

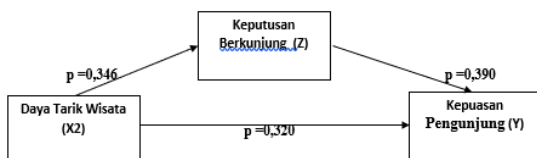


Gambar-2 Analisis Jalur Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung yang selanjutnya berdampak pada Kepuasan Pengunjung

Gambar di atas menunjukkan hasil uji mediasi pengaruh langsung citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung = 0,067, Pengaruh tidak langsung sebesar $0,375 \times 0,390 = 0,146$. Pengaruh tidak langsung sebesar $0,146 >$ lebih besar dari pengaruh langsung 0,067, sehingga citra destinasi mempengaruhi keputusan berkunjung dan selanjutnya berdampak pada kepuasan pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali.

9. Uji Hipotesis Ke-9

Uji pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung yang selanjutnya berdampak pada kepuasan pengunjung



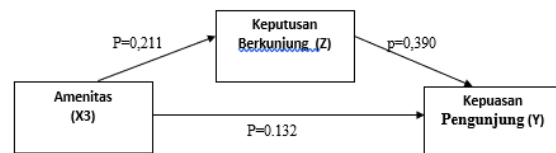
Gambar-3 Analisis Jalur Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung yang selanjutnya berdampak pada Kepuasan Pengunjung

Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan pengunjung dan selanjutnya berdampak pada kepuasan berkunjung, diperoleh hasil pengaruh langsung daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung = 0,320 dan pengaruh tidak langsung adalah $0,346 \times 0,390 = 0,135$. Pengaruh tidak langsung $<$ dari pengaruh langsung maka, daya tarik wisata lebih dominan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali tanpa melalui

mediasi variabel keputusan berkunjung. Hal ini menolak hipotesis yang menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dan selanjutnya berdampak pada kepuasan pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali.

10. Uji hipotesis ke sepuluh

Uji pengaruh amenitas terhadap keputusan berkunjung serta dampak selanjutnya pada kepuasan pengunjung.



Gambar-4 Analisis Jalur Pengaruh Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung dan selanjutnya berdampak pada Kepuasan Pengunjung

Pengaruh amenitas terhadap keputusan berkunjung serta dampaknya pada kepuasan pengunjung diperoleh hasil pengaruh langsung amenitas terhadap kepuasan pengunjung = 0,132 dan pengaruh tidak langsung $0,211 \times 0,390 = 0,082$. Pengaruh tidak langsung $0,082 <$ pengaruh langsung 0,132, sehingga dominan pengaruh langsung amenitas terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali tanpa melalui mediasi variabel keputusan berkunjung. Hal ini menolak hipotesis yang menyebutkan amenitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung serta selanjutnya berdampak pada kepuasan di Desa Wisata Penglipuran Bali.

KESIMPULAN

1. Citra Destinasi secara signifikan memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali, dan citra destinasi menjadi variabel yang paling dominan

- dalam memengaruhi keputusan berkunjung ke Desa Penglipuran dibandingkan variable daya tarik wisata dan amenitas.
2. Daya Tarik Wisata memberikan kontribusi yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Desa Penglipuran Bali. Semakin menarik daya tarik desa wisata akan semakin mendorong keputusan berkunjung ke Desa Penglipuran Bali.
 3. Amenitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Desa Penglipuran Bali. Semakin lengkap amenitas baik fasilitas umum maupun fasilitas pariwisata dapat mendorong keputusan berkunjung ke Desa Wisata Penglipuran Bali
 4. Citra destinasi tidak berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali.
 5. Daya Tarik Wisata secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Desa Penglipuran Bali. Semakin menarik daya tarik wisata akan semakin memuaskan pengunjung di desa wisata tersebut
 6. Amenitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Desa Penglipuran Bali.
 7. Keputusan Berkunjung berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali
 8. Citra Destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dan selanjutnya berdampak pada kepuasan pengunjung di Desa Wisata Penglipuran Bali
 9. Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung namun

selanjutnya tidak berdampak terhadap kepuasan pengunjung di Desa Penglipuran Bali

10. Amenitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung namun selanjutnya tidak berdampak terhadap kepuasan pengunjung di Desa Penglipuran Bali

DAFTAR PUSTAKA

- AB, A. (2018). Citra Destinasi Dan Pengaruhnya Terhadap Intensi Untuk Berkunjung Kembali Di Sulawesi Selatan Sebagai Destinasi Pariwisata. *Sosiohumaniora*, 20(3), 207. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i3.14050>
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Attraction, Accesibility, Amenity, Anciliary Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(1), 53–59. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.41>
- Aprilia, E. R., Sunarti, & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Ampenan Mataram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 51.
- Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153.

- <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28–41. <https://doi.org/10.33489/mibj.v17i2.207>
- Handayani, S., Khairiyansyah, & Wahyudin, N. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123–133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>
- Hanif, A., & Mawardi, A. K. M. K. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1), 44–52.
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Jurnal Media Wisata*, 15(1), 562.
- Kalebos, F. (2016). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajem*, 4, 489–502.
- Kirom, N., & Wayan Adi Putra, I. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(3), 536–546.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Nurlestari, A. F. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjung Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 2, 1–9.
- Putri, O. A., & Andriana, A. N. (2021). Analisis Atraksi Amenitas dan Aksesibilitas dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Pantai Biru Kersik Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 51–58. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.49>
- Ramadhani, N. D. P. (2020). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Air terjun Teman. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(1).
- Ropiah, C. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 32–39. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.527>

- Rosyanta, P. M. C., Satriawan, I. K., & Sedana Yoga, I. W. G. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Kopi Luwak Pada Satria Agrowisata Di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 6(4), 269.
<https://doi.org/10.24843/jrma.2018.v06.i04.p01>
- Sangkaeng, Stela, L. M. (2014). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1089–1100.
- Saway, W. V., Alvianna, S., . E., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 6(1), 1.
<https://doi.org/10.25078/pba.v6i1.1937>
- Susetyarini, O., & Masjhoer, J. M. (2018). Pengukuran tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas umum, prasarana umum, dan fasilitas pariwisata di Malioboro pascarevitalisasi kawasan. *Jurnal Kepariwisata*, 12(1), 41–45.
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *JIMT Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukit Tinggi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 20(1), 168–187.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>