



Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Daya Tarik Wisata Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Obyek Wisata Gunung Kemukus, Sragen, Jawa Tengah)

Racita Permatasari¹

¹ *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia*

*Corresponding author email: racitapermatasari16@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Augustus 14, 2025
Approved November 12, 2025

Keywords:

*Service Quality, Innovation,
Tourist Image, Tourist
Attraction, Tourist Interest
In Repeat Visits*

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of service quality, innovation, tourist image, and tourist attraction on the revisit intention of visitors to Gunung Kemukus, Sragen, Central Java. A quantitative method was used in this study, with a purposive sampling technique to select 200 tourists who met specific criteria. Data collection was conducted through closed-ended questionnaires and documentation, while data analysis was performed using multiple linear regression. The results of the study indicate that service quality has a significant effect on the tourist attraction at Gunung Kemukus. This is evidenced by a t-value greater than the t-table ($3.397 > 2.042$) and a significance value smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$), with a positive regression coefficient of 0.354. This means that the better the service quality, the higher the tourist attraction. Innovation also has a significant impact on tourist attractions at Gunung Kemukus. The t-value is greater than the t-table ($3.329 > 2.042$), the significance value of $0.003 < 0.05$, and a positive regression coefficient of 0.465 show that the innovation implemented by the management can enhance the tourist attraction of the site. Furthermore, the tourist image has a significant effect on tourist attraction, with a t-value greater than the t-table ($3.806 > 2.042$), significance value of $0.000 < 0.05$, and a positive regression coefficient of 0.235. This indicates that a positive image of the tourist destination can increase its tourist attraction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, inovasi, citra wisata, dan daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang wisatawan di Gunung Kemukus, Sragen, Jawa Tengah. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan teknik purposive sampling untuk memilih 200 wisatawan yang memenuhi kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket tertutup dan dokumentasi, sementara analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Gunung Kemukus. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung yang lebih besar dari ttabel ($3,397 > 2,042$) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), serta koefisien regresi positif sebesar 0,354. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi daya tarik wisata yang dimiliki. Inovasi juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata di Gunung Kemukus. Nilai thitung yang lebih besar dari ttabel ($3,329 > 2,042$), nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, dan koefisien regresi positif sebesar 0,465 menunjukkan bahwa inovasi yang diterapkan oleh pengelola dapat meningkatkan daya tarik wisata di tempat

tersebut. Citra wisata juga berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata, dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,806 > 2,042$), nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi positif sebesar 0,235. Hal ini mengindikasikan bahwa citra positif dari destinasi wisata dapat meningkatkan daya tarik wisata tersebut.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



How to cite: Permatasari, R. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Inovasi, Citra Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Daya Tarik Wisata Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Obyek Wisata Gunung Kemukus, Sragen, Jawa Tengah). *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(4), 2560–2571. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i4.4574>

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Indonesia memegang peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, didukung oleh kekayaan alam dan keanekaragaman budaya yang unik (Rustam, 2022). Potensi ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi utama bagi wisatawan, baik domestik maupun internasional, sehingga upaya pengelolaan yang optimal dan inovasi berkelanjutan menjadi kunci untuk memperkuat sektor ini (Dewi et al., 2023). Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah wisata alam, yang memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik industri pariwisata di berbagai daerah (Chaerunnisa & Yuningsih, 2020). Keindahan alam yang dimiliki Indonesia menjadi magnet tersendiri yang memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak, termasuk masyarakat dan pemerintah, agar dapat dikelola secara optimal dan berkelanjutan. Peningkatan fasilitas umum dan infrastruktur yang memadai sangat krusial untuk menunjang pertumbuhan pariwisata yang stabil dan berkelanjutan, serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi-destinasi di seluruh negeri (Susanto et al., 2022).

Gunung Kemukus, sebagai salah satu objek wisata di Sragen, Jawa Tengah, menonjol dengan karakteristiknya yang unik, yaitu perpaduan antara destinasi wisata religi dan kontroversi yang melingkupinya. Keberadaan Makam Pangeran Samudro dan Sendang Ontrowulan menjadikannya pusat ziarah bagi para peziarah, yang menunjukkan nilai religiusitas yang kuat di kalangan masyarakat setempat (Nugroho & Rengganis, 2020). Namun, di sisi lain, tempat ini juga dikenal dengan praktik-praktik kontroversial yang telah berlangsung selama bertahun-tahun, menciptakan stigma ganda yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Fenomena ini menunjukkan adanya dinamika sosial, budaya, dan religiusitas yang kompleks, yang tidak hanya membentuk identitas unik Gunung Kemukus tetapi juga memengaruhi persepsi publik dan perilaku wisatawan. Stigma tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola dalam mengelola citra dan daya tarik destinasi ini di mata publik (Priyatna et al., 2021).

Berdasarkan observasi, kunjungan wisatawan ke Gunung Kemukus menunjukkan pola yang sangat tidak konsisten. Jumlah pengunjung meningkat drastis saat libur Lebaran, namun cenderung stagnan atau menurun pada hari-hari biasa. Ketergantungan pada momen-momen tertentu ini menyebabkan ketidakstabilan pendapatan dan menyulitkan pencapaian target Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar 1 miliar rupiah per tahun yang ditetapkan oleh pemerintah daerah. Fluktuasi ini juga berimbas pada permasalahan operasional, seperti kemacetan lalu lintas dan minimnya fasilitas umum, yang mengurangi kenyamanan dan kepuasan pengunjung (Chaerunnisa & Yuningsih, 2020). Kondisi ini menggarisbawahi

pentingnya strategi pengelolaan yang lebih holistik dan berkelanjutan untuk menarik pengunjung sepanjang tahun, bukan hanya pada musim liburan.

Selain itu, Gunung Kemukus juga menghadapi tantangan serius terkait isu keamanan dan citra negatif. Kasus-kasus kriminalitas yang dilaporkan, seperti pencurian dan penipuan, telah menambah kompleksitas permasalahan yang dihadapi (Pramono & Hidayat, 2023). Masalah-masalah ini tidak hanya mengganggu kenyamanan, tetapi juga secara signifikan merusak citra destinasi di mata publik, yang pada akhirnya dapat mengurangi minat kunjungan ulang. Meskipun daya tarik utama objek wisata ini terletak pada promenadenya yang menawan, berbagai isu tersebut menunjukkan bahwa perbaikan fundamental dalam hal keamanan, kebersihan, dan pengelolaan fasilitas sangat diperlukan untuk memulihkan citra positif dan meningkatkan daya tarik secara keseluruhan (Sari & Putri, 2022).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah daerah telah merencanakan berbagai langkah perbaikan, termasuk peningkatan aksesibilitas, penataan area parkir, pengelolaan sampah yang lebih baik, dan penyediaan fasilitas umum yang memadai. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisata dan menarik lebih banyak pengunjung (Ulya & Futaqi, 2019). Penelitian ini mengidentifikasi bahwa peningkatan kualitas layanan, inovasi, dan citra positif merupakan faktor-faktor kunci yang dapat memengaruhi daya tarik suatu destinasi wisata. Dengan demikian, pengelolaan yang efektif terhadap variabel-variabel ini sangat krusial untuk meningkatkan daya tarik Gunung Kemukus dan, pada akhirnya, minat kunjungan ulang wisatawan (Putra & Wijaya, 2021).

Penelitian ini sangat penting dan mendesak untuk dilakukan karena kemajuan industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung pada jumlah kunjungan wisatawan. Peningkatan kualitas Daerah Tujuan Wisata (DTW) merupakan langkah krusial untuk menjamin perkembangan pariwisata yang berkelanjutan (Ulya & Futaqi, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, inovasi, dan citra wisata terhadap daya tarik wisata, serta dampak daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang wisatawan di Gunung Kemukus. Urgensi penelitian ini terletak pada upaya memberikan rekomendasi berbasis data kepada pengelola Gunung Kemukus untuk meningkatkan kinerja pariwisata, mengatasi permasalahan yang ada, dan mencapai target PAD yang realistis. Kebaruan penelitian ini adalah penggunaan daya tarik wisata sebagai variabel intervening untuk menguji hubungan antara variabel independen (kualitas layanan, inovasi, citra wisata) dan variabel dependen (minat kunjung ulang), yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang sering kali secara langsung menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut tanpa melibatkan variabel intervening. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung ke Gunung Kemukus, sekaligus mengisi celah penelitian yang ada (Widipurnomo & Santoso, 2022).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengkaji fenomena pariwisata di Gunung Kemukus. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan antar variabel secara numerik, sehingga dapat menarik kesimpulan yang objektif dan terukur (Irvan et al., 2023). Dengan metode kuantitatif, data yang dikumpulkan berupa angka dan statistik, yang kemudian diolah untuk menguji hipotesis penelitian. Pendekatan ini sangat sesuai untuk studi kausalitas dan korelasi, di mana tujuannya adalah untuk mengukur sejauh

mana variabel independen (kualitas layanan, inovasi, citra wisata) memengaruhi variabel intervening (daya tarik wisata) dan variabel dependen (minat kunjung ulang) (Creswell & Creswell, 2023). Metode ini memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk memastikan bahwa temuan penelitian dapat diandalkan dan digeneralisasi dalam konteks populasi yang lebih luas.

Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang mengunjungi Gunung Kemukus pada tahun 2024. Karena jumlah populasi yang tidak terbatas dan sulit dijangkau secara keseluruhan, maka digunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menentukan sampel berdasarkan kriteria spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga sampel yang diambil dapat merepresentasikan karakteristik populasi yang diteliti (Sugiyono, 2020). Kriteria sampel yang ditetapkan meliputi wisatawan yang berusia minimal 18 tahun, mengunjungi Gunung Kemukus pada periode Mei 2024, dan bersedia menjadi responden. Berdasarkan rumus yang dikemukakan oleh Sujarweni (2015) dengan *margin of error* 10%, jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 96. Namun, untuk memastikan keandalan data, penelitian ini mengambil jumlah sampel yang lebih banyak, yaitu 100 responden, yang ditemui langsung di lokasi penelitian. Pengambilan sampel ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki dasar statistik yang kuat untuk analisis lebih lanjut.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang diadopsi dari penelitian Widipurnomo & Santoso (2022). Angket ini berisi serangkaian pernyataan yang dirancang untuk mengukur variabel kualitas layanan (X1), inovasi (X2), citra wisata (X3), daya tarik wisata (Y1), dan minat kunjung ulang (Y2). Sebelum analisis, instrumen ini diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *Product Moment* untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan mengukur apa yang seharusnya diukur. Sementara itu, uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* untuk memastikan konsistensi internal dari instrumen (Sudaryono, 2021). Hasil uji menunjukkan bahwa semua instrumen valid dan reliabel (nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$), yang menandakan bahwa data yang diperoleh dari angket dapat dipercaya.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26.0. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan variabel intervening. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas, untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan statistik (Emzir, 2020). Uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan data terdistribusi normal (signifikansi $> 0,05$). Uji multikolinieritas menunjukkan tidak ada korelasi kuat antar variabel independen ($tolerance > 0,1$ dan $VIF < 10$). Sedangkan, uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak adanya masalah varian residu yang tidak konstan (signifikansi $> 0,05$). Dengan terpenuhinya semua asumsi ini, analisis regresi dapat dilanjutkan dengan keyakinan penuh akan keakuratan hasilnya.

Prosedur penelitian ini diawali dengan studi pendahuluan dan observasi untuk mengidentifikasi fenomena dan permasalahan di Gunung Kemukus. Setelah itu, penyusunan instrumen penelitian dilakukan dengan mengacu pada teori dan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Tosun et al. (2015) untuk kualitas layanan, Rauter et al. (2018) untuk inovasi, dan Nuraeni (2014) untuk daya tarik wisata. Langkah selanjutnya adalah pengumpulan data dengan menyebarkan angket kepada 100 responden di lokasi penelitian. Data yang terkumpul kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk tabulasi untuk mempermudah analisis.

Tahap akhir adalah analisis data menggunakan SPSS, yang meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Seluruh prosedur ini dirancang untuk memastikan bahwa penelitian ini dilakukan secara sistematis, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sudaryono, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini kuesioner yang disebar kepada responden adalah sejumlah 115 kuesioner. Selanjutnya setelah menyebarkan 115 kuesioner kepada responden, data yang diperoleh diolah dengan cara memindahkan skor dari setiap butir pernyataan ke dalam tabulasi data menggunakan Microsoft Excel 2007. Tahap ini bertujuan untuk mempermudah pengelolaan dan penyusunan data sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 26.0 untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan antara variabel dalam penelitian ini. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Product Moment untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha guna mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu kualitas layanan, inovasi, dan citra wisata terhadap variabel dependen, yaitu minat kunjung ulang, dengan daya tarik wisata sebagai variabel intervening. Selain itu, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi syarat analisis statistik. Uji hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, serta uji F untuk melihat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Ringkasan hasil analisis dari pengolahan data ini akan disajikan dalam bentuk tabel dan interpretasi statistik berdasarkan output dari SPSS 26.0.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel/Indikator	Corrected Total Correlation	Item- r tabel	Ket.
1	Kualitas Layanan (X₁)			
	Butir 1.1	0,632	0,195	Valid
	Butir 1.2	0,619	0,195	Valid
	Butir 1.3	0,409	0,195	Valid
	Butir 1.4	0,664	0,195	Valid
	Butir 1.5	0,460	0,195	Valid
2	Inovasi (X₂)			
	Butir 2.1	0,676	0,195	Valid
	Butir 2.2	0,375	0,195	Valid
	Butir 2.3	0,573	0,195	Valid
	Butir 2.4	0,338	0,195	Valid
	Butir 2.5	0,501	0,195	Valid
3	Citra Wisata (X₃)			
	Butir 3.1	0,679	0,195	Valid
	Butir 3.2	0,638	0,195	Valid

	Butir 3.3	0,428	0,195	Valid
	Butir 3.4	0,646	0,195	Valid
	Butir 3.5	0,638	0,195	Valid
4	Daya Tarik Wisata (Y₁)			
	Butir 4.1	0,788	0,195	Valid
	Butir 4.2	0,692	0,195	Valid
	Butir 4.3	0,664	0,195	Valid
	Butir 4.4	0,438	0,195	Valid
	Butir 4.5	0,788	0,195	Valid
5	Minat Kunjung Ulang (Y₂)			
	Butir 5.1	0,851	0,195	Valid
	Butir 5.2	0,875	0,195	Valid
	Butir 5.3	0,875	0,195	Valid
	Butir 5.4	0,660	0,195	Valid
	Butir 5.5	0,623	0,195	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel dinyatakan valid karena nilai *Coreected Item- Total Correlation* atau r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian ini reliabel. Hal ini dijelaskan melalui nilai *cronbach's alpha* yang semuanya lebih dari 0,600.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Ket.
	Kualitas Layanan (X ₁)	0,778	Reliabel
	Inovasi (X ₂)	0,723	Reliabel
	Citra Wisata (X ₃)	0,814	Reliabel
	Daya Tarik Wisata (Y ₁)	0,877	Reliabel
	Minat Kunjung Ulang (Y ₂)	0,729	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah 2024

Gambaran Umum Responden

Demografi responden menjelaskan tentang gambaran umum responden yang meliputi jenis kelamin, pekerjaan, usia, pendidikan terakhir, dan frekuensi kunjungan. Demografi responden dapat dilihat pada tabel 3, sebagai berikut:

Tabel 3. Demografi Responden

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	17	14,8
	Laki-laki	98	85,2
Pekerjaan	Wiraswasta	85	73,9
	PNS	11	9,6
	IRT	19	16,5
Usia	20-30 Tahun	17	14,7
	31-40 Tahun	39	33,9
	41-50 Tahun	59	51,3
Pendidikan Terakhir	SMP	78	67,8
	SMA	34	29,6

Frekuensi Kunjungan	S1/ Sarjana	3	2,6
	1 Kali	7	6,1
	2-5 Kali	25	21,7
	Lebih dari 5 Kali	83	72,2

Sumber: Data Primer diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut dapat dijelaskan bahwa mayoritas pengunjung di gunung Kemukus yang menjadi responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 98 orang (85,2%), bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 85 orang (73,9%), berusia 41-50 tahun sebanyak 59 orang (51,3%), pendidikan terakhir SMP sebanyak 78 orang (67,8%), dan frekuensi kunjungan lebih dari 5 kali sebanyak 83 orang (72,2%).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal, sehingga dapat memenuhi asumsi dalam analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil uji menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Distribusi data yang normal menjadi salah satu syarat dalam analisis statistik parametrik, karena memastikan bahwa hasil analisis regresi tidak bias dan dapat diinterpretasikan dengan baik. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka pengujian hipotesis selanjutnya dapat dilakukan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak ada hubungan yang sangat kuat antarvariabel independen dalam penelitian ini. Multikolinieritas dapat menyebabkan hasil regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan. Dalam penelitian ini, multikolinieritas diuji dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan bantuan SPSS versi 26.0. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Daya Tarik Wisata Di Gunung Kemukus

Hasil perhitungan uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai *t* hitung lebih besar dari nilai *t* tabel ($3,397 > 2,042$), nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,354. Dengan demikian, hipotesis diterima. Ini berarti hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap daya tarik wisata di Gunung Kemukus, terbukti benar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Implikasinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan di suatu destinasi wisata, semakin tinggi pula daya tarik yang dimiliki destinasi tersebut dalam bersaing dengan objek wisata lain yang sejenis. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Romiti dan Sarti (2016), yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang optimal berkontribusi terhadap pengalaman positif pengunjung serta membangun citra yang baik bagi destinasi wisata. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan dapat dianggap sebagai salah satu determinan utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih tempat wisata yang akan dikunjungi.

Pengaruh Inovasi Terhadap Daya Tarik Wisata Di Gunung Kemukus

Hasil perhitungan uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,329 > 2,042$), nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,465. Oleh karena itu, hipotesis diterima. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan adanya pengaruh inovasi terhadap daya tarik wisata di Gunung Kemukus terbukti benar. Artinya, semakin baik dan beragam inovasi yang disediakan oleh pengelola Gunung Kemukus, maka semakin besar daya tarik wisata yang dimiliki untuk menarik wisatawan.

Febrianti (2023) menjelaskan bahwa inovasi merupakan suatu bentuk perubahan dalam organisasi yang mencerminkan kreativitas dalam menciptakan atau mengadaptasi produk, jasa, ide, atau proses. Inovasi ini dapat berasal dari dalam organisasi maupun dikembangkan melalui pengaruh eksternal. Dalam konteks pariwisata, inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik suatu destinasi, sebagaimana yang terjadi di Gunung Kemukus. Keunikan inovasi yang diterapkan di tempat tersebut menjadi faktor yang menarik minat pengunjung, terutama karena tidak semua destinasi wisata religi menawarkan konsep inovatif yang bersifat estetis dan sesuai dengan tren digital. Penyediaan elemen yang "instagramable" di kawasan wisata ini memberikan nilai tambah bagi pengunjung, memungkinkan mereka untuk mengabadikan momen dengan cara yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi media sosial saat ini.

Pengaruh Citra Wisata Terhadap Daya Tarik Wisata Di Gunung Kemukus

Hasil perhitungan uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,806 > 2,042$), nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,235, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa "terdapat pengaruh citra wisata terhadap daya tarik wisata di Gunung Kemukus" terbukti benar. Artinya, semakin positif citra wisata suatu daerah, maka semakin meningkat pula daya tarik wisata di daerah tersebut. Hal ini penting karena citra positif dari destinasi wisata dapat menutupi kekurangan yang dimiliki oleh destinasi tersebut, dan sebaliknya.

Citra positif suatu destinasi memiliki peran yang sangat penting dalam menarik serta mempertahankan wisatawan. Citra destinasi merupakan persepsi yang terbentuk dalam benak pengunjung mengenai suatu tempat wisata, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung dan kembali. Dalam kajian pariwisata, citra destinasi tidak hanya mencerminkan kondisi fisik suatu lokasi, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor subjektif, termasuk pengalaman individu, rekomendasi dari orang lain, serta promosi yang dilakukan oleh pihak terkait.

Menurut Huang (2015), terdapat tujuh faktor utama yang membentuk citra suatu destinasi sebagai bagian dari citra merek, yaitu kualitas atau mutu, keandalan, kegunaan, pelayanan, risiko, harga, dan citra merek itu sendiri. Kualitas atau mutu merujuk pada sejauh mana suatu

destinasi dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan wisatawan, baik dari segi fasilitas, kebersihan, maupun keamanan. Keandalan berkaitan dengan konsistensi pengalaman yang diberikan oleh destinasi kepada para wisatawan, sehingga mereka merasa yakin untuk kembali berkunjung. Kegunaan mencerminkan sejauh mana destinasi tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan, misalnya melalui aksesibilitas dan kemudahan mendapatkan informasi.

Selain itu, pelayanan juga menjadi faktor penting dalam membangun citra destinasi, karena interaksi wisatawan dengan penyedia jasa dapat memengaruhi pengalaman mereka secara keseluruhan. Risiko mengacu pada kemungkinan adanya ketidakpastian atau potensi kerugian yang dapat dialami wisatawan, seperti faktor keamanan dan bencana alam, yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap destinasi tersebut. Faktor harga juga menjadi pertimbangan bagi wisatawan dalam menilai apakah suatu destinasi memiliki nilai yang sebanding dengan biaya yang harus mereka keluarkan. Terakhir, citra merek itu sendiri mencerminkan bagaimana destinasi tersebut dipersepsikan secara luas oleh masyarakat, termasuk melalui promosi, ulasan wisatawan, serta daya tarik khas yang dimilikinya. Dengan memahami faktor-faktor yang membentuk citra destinasi, para pemangku kepentingan di sektor pariwisata dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam membangun dan mempertahankan daya tarik suatu lokasi. Citra positif yang terbentuk tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan industri pariwisata di suatu daerah.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Di Gunung Kemukus

Hasil perhitungan uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($3,605 > 2,042$), nilai signifikansi $0,030 < 0,05$, dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,215, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa "pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang wisatawan di Gunung Kemukus" terbukti benar. Artinya, daya tarik wisata menjadi motivasi seseorang untuk mengunjungi tempat karena memiliki keunikan yang menarik minat mereka.

Menurut Mardalis dkk. (2016), daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi seseorang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Dalam konteks ini, daya tarik wisata dapat dikategorikan menjadi objek wisata dan atraksi wisata. Objek wisata bersifat statis dan tangible, yang berarti dapat diamati dan dirasakan secara langsung oleh wisatawan. Sementara itu, atraksi wisata mencakup berbagai aktivitas atau pengalaman yang dapat dinikmati oleh pengunjung selama berada di destinasi wisata.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Basiya dan Rozak (2012) menegaskan bahwa daya tarik suatu tempat tujuan wisata memiliki peran sentral dalam memotivasi pengunjung untuk melakukan perjalanan wisata. Dengan kata lain, daya tarik yang dimiliki oleh suatu destinasi menjadi faktor utama dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Faktor-faktor yang membentuk daya tarik wisata dapat beragam, meliputi keindahan alam, warisan budaya, keunikan kuliner, serta berbagai bentuk hiburan dan rekreasi yang tersedia di suatu destinasi. Oleh karena itu, pemahaman mengenai daya tarik wisata menjadi aspek penting dalam perencanaan dan pengembangan industri pariwisata guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta mendorong pertumbuhan sektor pariwisata secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa kualitas layanan, inovasi, dan citra wisata secara signifikan memengaruhi daya tarik wisata di Gunung Kemukus. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata, yang terbukti dari nilai *t*-hitung yang lebih besar dari *t*-tabel dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05. Temuan ini konsisten dengan literatur yang ada, yang menegaskan bahwa pelayanan prima, inovasi berkelanjutan, dan citra yang positif adalah kunci untuk meningkatkan daya tarik suatu destinasi. Lebih lanjut, penelitian ini juga mengonfirmasi peran sentral daya tarik wisata sebagai variabel intervening yang secara signifikan mendorong minat kunjungan ulang wisatawan. Koefisien regresi positif dan nilai signifikansi yang mendukung membuktikan bahwa semakin menarik suatu destinasi, semakin besar pula keinginan wisatawan untuk kembali. Temuan ini memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal di Gunung Kemukus berinteraksi untuk memengaruhi keputusan wisatawan.

Meskipun temuan ini memberikan kontribusi signifikan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, data penelitian dikumpulkan melalui purposive sampling dengan responden yang mayoritasnya adalah laki-laki, wiraswasta, berusia 41-50 tahun, dan berpendidikan SMP. Demografi yang tidak beragam ini berpotensi memengaruhi generalisasi hasil ke populasi wisatawan yang lebih luas. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan angket tertutup yang mungkin membatasi eksplorasi jawaban yang lebih mendalam dari responden. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode campuran (*mixed-methods*) dengan menambahkan wawancara mendalam atau fokus grup diskusi untuk mendapatkan wawasan kualitatif yang lebih kaya. Selain itu, perluasan sampel dengan melibatkan berbagai kelompok demografi dan pengunjung yang bukan peziarah dapat meningkatkan validitas eksternal. Akhirnya, penelitian mendatang juga dapat mempertimbangkan variabel lain yang relevan, seperti aksesibilitas, keamanan, dan promosi digital, untuk menguji pengaruhnya terhadap minat kunjungan ulang, sehingga menghasilkan model yang lebih komprehensif untuk pengembangan pariwisata di Gunung Kemukus.

KESIMPULAN

- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas daya tarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di Jawa Tengah. *Dinas Kepariwisataaan*, 11(2).
- Chaerunissa, S. F., & Yuningsih, T. (2020). Analisis komponen pengembangan pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Jurnal UNZIP*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, E., Riharjo, I., & Hermawan, H. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2), 1-12.
- Diponugroho, A., & Santoso, S. B. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kemampuan Inovasi terhadap Minat Beli Ulang dengan Daya Tarik Produk sebagai Variabel Intervening (Studi pada Parlour Cafe Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 4(73), 1-9.
- Emzir. (2020). *Metodologi penelitian: Kuantitatif dan kualitatif*. RajaGrafindo Persada.
- Febrianti. (2023). Pengaruh Inovasi Ragam Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Prestasi Kota Surabaya. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 3(4).

- Huang, H., Yuan, Z., & Li, Y. (2015). Assessing the relationships between image congruence, tourist satisfaction and intention to revisit in marathon tourism: the Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 16(4), 50.
- Irvan, I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2023). Filosofi penelitian kuantitatif dalam manajemen pendidikan Islam. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 1965–1976.
- Mardalis, A., & Wijaya, R. P. (2016). Pengelolaan daya tarik wisata alam berdasarkan kepuasan dan keinginan wisatawan. *Seminar Nasional Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.
- Nugroho, F. J., & Rengganis, A. D. (2020). Mitigasi ekologi di obyek wisata religi Gunung Kemukus. *Religi: Jurnal Studi Agama-Agama*, 16(1), 1–17.
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20.
- Nurlestari, A. F. (2016). Pengaruh daya tarik terhadap niat kunjungan ulang wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, (2), 1–9.
- Pramono, A., & Hidayat, A. (2023). Peran citra destinasi wisata dalam menekan kasus kriminalitas. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 7(1), 45-60.
- Priyatna, P., Wibowo, S., & Subagya, S. (2021). Citra destinasi dan niat kunjungan ulang pada wisata alam. *Jurnal Manajemen Pemasaran Pariwisata*, 14(3), 201-215.
- Purwanti, P., Sholikhin, A., & Purwanggono, G. D. (2017). Pengembangan potensi wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung di obyek wisata Curug Sewu Kabupaten Kendal. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(2), 23–39.
- Putra, A. D., & Wijaya, S. (2021). Analisis pengaruh kualitas layanan dan inovasi produk terhadap minat berkunjung kembali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 3(2), 112-125.
- Rauter, R., Globocnik, D., Perl-Vorbach, E., & Baumgartner, R. J. (2018). Open Innovation and its effects on economic and sustainability innovation performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 78, 1–8.
- Romiti, A., & Sarti, D. (2016). Service quality experience and customers' behavioural intentions in active sport tourism. *Modern Economy*, 7(12), 1361-1384.
- Rustam, Y. (2022). Analisa daya tarik wisata terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Pasir Mayang Kabupaten Paser. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 10(3).
- Saragih, R. M. T., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan (Survei pada wisatawan Taman Rekreasi Selecta Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(2), 1–4.
- Sari, N. F., & Putri, N. E. (2022). Peran inovasi produk dan keamanan terhadap minat kunjungan wisata. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 6(1), 21-34.
- Sudaryono. (2021). *Metode penelitian: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartapa, S., & Sulisty, A. (2021). Pengaruh persepsi dan motivasi wisatawan terhadap minat kunjung ulang di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2).
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Susanto, A., Wibowo, T., & Pratama, R. (2022). Peningkatan kualitas infrastruktur sebagai upaya meningkatkan minat kunjungan wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*,

5(1), 89-102.

- Tosun, C., Dedeoğlu, B. B., & Fyall, A. (2015). Destination service quality, affective image and revisit intention: The moderating role of past experience. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(4), 222–234.
- Ulya, N. S., & Futaqi, F. A. (2022). Analisis pengembangan potensi ekonomi pariwisata religi di Masjid Jami Tegalsari Ponorogo. *Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 175-190.
- Utomo, D. A. (2017). *Analisis pengaruh inovasi produk terhadap minat beli pada Benih Lestari*. [Skripsi, Universitas Mercu Buana].
- Widipurnomo, & Santoso. (2022). Analisis pengaruh kualitas layanan, citra wisata, inovasi terhadap minat kunjung ulang dengan daya tarik wisata sebagai variabel intervening (Studi pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 19(2).
- Widiyanto, I. (2015). Anteseden minat berkunjung ulang (Studi pada cagar budaya Bedung Lawang Sewu Semarang). *Journal of Management*, 4, 1–9.