Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

PENGARUH *MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE*, KEPUASAN WISATAWAN, DAN AKSESBILITAS PADA MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN OBJEK WISATA BATURRADEN

[1]Andin Zahrani Ardanasti,[2]Puspita Lianti Putri,[3]Slamet
[123] Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial Universitas Harapan Bangsa Purwokerto
[1]andinzahrani35@gmail.com,[2]puspita@uhb.ac.id,[3]slamet@uhb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Memorable Tourism Experience, Tourist Satisfaction, and Accessibility on the Revisit Intention of tourists at Baturraden tourist attractions. In this study, two theories are utilized: Community-Based Tourism (CBT) and the Theory of Planned Behavior (TPB). CBT focuses on how local community participation and accessibility affect tourist satisfaction, which in turn contributes to their revisit intention. Meanwhile, TPB explains how tourists' beliefs and memorable experiences influence their intention to return. Using a quantitative approach and data collected from 135 respondents, this study finds that all independent variables have a significant positive effect on tourists' revisit intention. These findings highlight the importance of creating unforgettable tourism experiences and ensuring adequate accessibility to enhance tourist satisfaction, ultimately fostering their interest in revisiting Baturraden

Keywords: Memorable Tourism Experience, Tourist Satisfaction, Accessibility, Revisit Intention

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Memorable Tourism Experience, Kepuasan Wisatawan, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali wisatawan di objek wisata Baturraden. Dalam kajian ini, teori yang digunakan adalah Community-Based Tourism (CBT) dan Theory of Planned Behavior (TPB). CBT berfokus pada bagaimana partisipasi komunitas lokal dan aksesibilitas mempengaruhi kepuasan wisatawan, yang kemudian berkontribusi pada minat mereka untuk kembali. Sementara itu, TPB menjelaskan bagaimana keyakinan dan pengalaman yang berkesan dari wisatawan mempengaruhi niat mereka untuk berkunjung kembali. Dengan metode kuantitatif dan menggunakan data yang diperoleh dari 135 responden, penelitian ini menemukan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Temuan ini menekankan pentingnya menciptakan pengalaman wisata yang tak terlupakan serta memastikan aksesibilitas yang memadai untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya dapat mendorong minat mereka untuk kembali mengunjungi Baturraden

Kata Kunci : Memorable Tourism Experience, Kepuasan Wisatawan, Aksesbilitas, Minat BerkunjungKembali

Artikel diterima : 09-09-2024, Review : 17 10 2024, Revisi : 05 11 2024 Publikasi : 30 06 2025

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi perekonomian negara. Industri pariwisata memiliki potensi turut tumbuh menjadi sumber pendapatan daerah. Pariwisata merupakan industri yang potensial dan berperan penting dalam pembangunan suatu daerah, yang menjadikannya sebagai keunggulan bagi perkembangan sektor lain (Kusumah, 2023). Indonesia memiliki banyak destinasi pariwisata, pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat berpengaruh bagi perekonomian masyarakat. Berbagai macam objek wisata memiliki daya tarik untuk dikunjungi dan salah satu objek wisata yang menarik di Indonesia adalah Baturraden.

Baturraden merupakan destinasi wisata di Indonesia yang lokasinya berada di Banyumas. Banyak pilihan destinasi yang disediakan di wisata Baturraden, seperti Pancuran Pitu dan Pancuran Telu yang berada di Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden. Selain itu, ada pula Teater Alam Baturraden, Lokawisata Baturraden, Wisata *The Geong* dan masih banyak lagi. Dalam dunia pariwisata, pengunjung adalah sasaran yang perlu dijaga dan dibuat nyaman agar mendapati kesan yang baik hingga memunculkan minat berkunjung kembali. Menurut Nugraha & Rafdinal (2022), minat berkunjung kembali merupakan elemen yang membangun loyalitas pelanggan dan dorongan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi pada waktu mendatang. Niat untuk kembali berkaitan dengan tindakan individu yang dipengaruhi oleh pengalaman positif dan negatif dalam membuat keputusan untuk menyambangi destinasi tersebut lagi di masa depan (Nugraha & Rafdinal, 2022).

Pengalaman wisata yang berkesan merupakan salah satu unsur yang dinilai penting bagi para wisatawan, karena dengan pengalaman wisata yang berkesan yang baik, akan menjadikan pengunjung tertarik kembali untuk berwisata. Begitupun sebaliknya, apabila pengunjung merasa memiliki pengalaman wisata yang buruk atau kurang baik, maka akan menurunkan minatnya untuk berkunjung kembali. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa pengalaman dalam berwisata akan berkesan jika pengalaman mudah diingat dalam jangka waktu panjang atau lama, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengunjung sudah mencapai titik pengalaman wisata yang berharga (Dianty et al., 2021).

Pengalaman wisata yang berkesan dan kepuasan wisatawan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Kepuasan wisatawan menjadi alasan para *travelers* untuk kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain, seperti lingkungan terdekatnya (Prayoga, 2019). Kepuasan wisatawan merupakan suatu hal yang penting dan perlu diperhatikan oleh para pengelola wisata, tujuannya agar mendapat kepuasan pengunjung dan menjadikan minat berkunjung kembali meningkat. Kepuasan wisatawan merupakan salah satu unsur yang memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung kembali, hal ini karena kepuasan yang dirasakan memberikan dampak positif pada pemikiran dan berpotensi memunculkan niat atau keinginan untuk berkunjung kembali. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Prayoga, 2019) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan memiliki hubungan yang signifikan dengan minat berkunjung kembali.

Keinginan seseorang untuk berkunjung kembali ke suatu objek wisata juga perlu didukung oleh beberapa komponen salah satunya adalah aksesbilitas. Dalam konteks pariwisata, aksesibilitas mengacu pada sejauh mana destinasi wisata dapat dijangkau oleh wisatawan. Aksesbilitas merupakan fasilitas pendukung yang memudahkan wisatawan yang ingin melakukan kunjungan wisata, untuk melakukan perjalanan tersebut dibutuhkan suatu alat transportasi. Aksesbilitas adalah sarana yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata baik dari kemudahan transportasi, informasi, maupun

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

jalan menuju destinasi wisata (Rokhayah & Andriana, 2021). Aspek aksesbilitas menuju wilayah Baturraden menjadi faktor penting karena kondisi geografis dan infrastruktur transportasi yang dapat mempengaruhi pengalaman wisatawan. Baturraden terletak di daerah pegunungan dengan jalan yang berkelok-kelok, jika akses menuju Baturraden tidak memadai atau sulit dijangkau, hal ini dapat mengurangi kenyamanan wisatawan dan menurunkan kepuasan mereka.

Pesatnya perkembangan wisata di Baturraden yang ditunjukkan dengan semakin banyaknya objek wisata alam dan objek wisata, menimbulkan persaingan yang ketat dalam menarik para pengunjung. Oleh karena itu para pengelola dituntut untuk memberi layanan yang memuaskan kepada para pengunjung untuk mendapatkan kepuasan pengunjung serta memberikan pengalaman yang berkesan sehingga berkunjung kembali dan dapat menambah pengunjung baru. Salah satu upaya yang dilakukan untuk memberi kepuasan kepada pengunjung dan menciptakan pengalaman yang berkesan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepariwisataan. Kualitas pelayanan kepariwisataan dapat dinilai dari kepuasan pengunjung. Oleh karena itu kepuasan pengunjung adalah hal sangat penting untuk diperhatikan oleh pengelola wisata di Baturraden. Membentuk kepuasan pengunjung yang berkelanjutan serta menciptakan pengalaman yang berkesan adalah strategi yang tepat untuk merebut minat berkunjung kembali ke Baturraden. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan cara mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terlebih dulu. Tingkat kepuasan pengunjung dapat memberi informasi pada pihak pengelola wisata Baturraden tentang tinggi rendahnya atau besar kecilnya kepuasan konsumen atas pelayanan wisatanya. Tingkat kepuasan pengunjung juga dapat digunakan sebagai input untuk bahan pertimbangan dan referensi dalam membuat kebijakan guna meningkatkan kualitas pelayanan kepariwisataan, oleh karena itu penting dilakukan penelitian tentang tingkat kepuasan serta ada tidaknya pengalaman berkesan pada pengunjung terhadap objek wisata (Wafa, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Memorable Tourism Experience*, kepuasan wisatawan, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Baturraden. Dalam penelitian ini, pendekatan teoritis yang digunakan mencakup *Community-Based Tourism* (CBT) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). CBT menekankan pentingnya partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata, yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat tetapi juga memperkaya pengalaman wisatawan. Sementara itu, TPB digunakan untuk memahami bagaimana keyakinan dan sikap wisatawan mempengaruhi niat mereka untuk kembali berkunjung.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB), teori tersebut menyajikan pandangan bahwa keyakinan individu dalam melakukan suatu tindakan mengacu pada niat sadar yang dilandasi pada proses berfikir yang cermat, logis dan masuk akal dalam membuat keputusan atau merencanakan tindakan. Proses berpikir ini akan dijadikan dasar untuk menganalisis alasan dan konsekuensi mengenai tindakan yang diambil (Ryandana et al., 2023).

Niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu: (1) Sikap terhadap perilaku, yang merujuk pada keyakinan dan preferensi individu dalam menentukan tindakannya. Jika individu menilai sikap tersebut positif, mereka akan memilihnya sebagai dasar untuk bertindak. (2) Norma subyektif, yang berkaitan dengan lingkungan sosial individu, di mana mereka akan bertindak sesuai dengan pandangan atau kepercayaan orang lain yang menganggap perilaku tersebut dapat diterima. (3) Persepsi kontrol perilaku,

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

yaitu cara individu memahami bahwa tindakannya merupakan hasil dari kontrol atau pengendalian yang mereka lakukan sendiri (Ramadhani et al., 2023).

***Theory Community Based Tourism* (CBT)**

Community-Based Tourism (CBT) melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan serta memastikan mereka mendapatkan bagian terbesar dari pendapatan yang dihasilkan oleh wisatawan. Hal ini memungkinkan CBT menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan memberikan dampak positif pada pelestarian lingkungan serta budaya lokal. Pada akhirnya, diharapkan dapat memperkuat identitas dan kebanggaan masyarakat setempat yang tumbuh seiring dengan peningkatan kegiatan pariwisata. Oleh karena itu, CBT pada dasarnya merupakan konsep ekonomi kerakyatan di sektor riil, yang langsung diimplementasikan oleh masyarakat dan manfaatnya pun dirasakan langsung oleh mereka. Konsep CBT muncul pertama kali sekitar tahun 1970-an akibat adanya kritikan atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh *mass tourism*. Kemudian mendapatkan perhatian lebih pada tahun 2000, dimana Bank Dunia (*World Bank*) mulai memikirkan bagaimana caranya menanggulangi masalah kemiskinan melalui sektor pariwisata yang kemudian dikenal dengan *"Community Based Tourism*" (Wijaya & Sudarmawan, 2019)

Memorable Tourism Experience

Pengalaman wisata yang berkesan dan tak terlupakan merupakan pengalaman bermakna yang diingat secara positif setelah peristiwa yang terjadi secara selektif serta terbentuk dari pengalaman pariwisata berdasarkan penilaian individu terhadap pengalaman pribadinya (Abrian et al., 2023). Pengalaman perjalanan yang tak terlupakan merupakan hasil interaksi serangkaian kesan fisik, emosional, spiritual, dan atau atau intelektual yang dirasakan wisatawan secara subyektif dari awal perencanaan perjalanan melalui kenikmatan hingga kembali (Alifiana & Roostika, 2023). Dengan demikian, pengalaman wisata tak terlupakan merupakan strategi pengelola destinasi wisata kepada wisatawan agar memiliki kenangan yang baik tentang destinasi wisata.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan adalah sikap positif terhadap suatu merek yang memungkinkan konsumen akan membeli merek yang sama lagi. Kepuasan pelanggan adalah ukuran bagaimana kinerja organisasi dalam kaitannya dengan kebutuhan pelanggan (Ettah & Pondaag, 2019). Kepuasan sebagai perasaan konsumen yang tercipta dari hasil komparasi antara harapan konsumen dengan kualitas produk atau jasa yang telah diterimanya pasca melakukan pembelian. Kepuasan konsumen adalah hasil dari evaluasi konsumen yang diperoleh atas pembelian. Kepuasan pengunjung tergantung pada harapan wisatawan tentang pelayanan yang diterima (Masinambow et al., 2021). Kepuasan pengunjung merupakan perbandingan produk yang dihasilkan dengan yang dirasakan oleh wisatawan. Dengan demikian kepuasan pengunjung didefinisikan sebagai hasil perbandingan antara pencapaian harapan wisatawan dengan hasil atau daya tarik yang diperoleh dari destinasi wisata (Alana & Putro, 2020).

Aksesbilitas

Aksesibilitas merupakan faktor penting bagi pariwisata karena wisatawan dapat dengan mudah mengakses objek wisata yang akan dituju (Zaqiatun, 2022). Aksesbilitas wisata atau kemudahan dalam mencapai suatu destinasi, mencakup infrastruktur dan sarana yang mendukung kelancaran perjalanan menuju lokasi wisata. Dapat disimpulkan bahwa Aksesibilitas dalam pariwisata adalah kemampuan destinasi wisata untuk dijangkau dan dinikmati oleh semua orang, termasuk individu dengan berbagai kebutuhan dan kemampuan. Ini mencakup segala aspek yang memungkinkan wisatawan, tanpa memandang kondisi fisik, mental, atau sensorial mereka, dapat mengakses, menggunakan, dan menikmati fasilitas dan layanan pariwisata dengan mudah dan aman.

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

Minat Berkunjung Kembali

Minat adalah sesuatu yang pribadi yang berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, minat juga penting dalam mengambil keputusan (Bulan & Azmi, 2020). Minat berkunjung kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Minat beli muncul akibat dari adanya proses belajar dan proses pemikiran yang kemudian membentuk suatu persepsi. Minat beli ini akan muncul dan kemudian menjadi motivasi yang terus terekam dalam pikirannya dan menjadi kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang menjadi motivasi dalam pikirannya (Umayra et al., 2023)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur variabel *Memorable Tourism Experience* (MTE), kepuasan wisatawan, aksesibilitas, dan minat berkunjung kembali. Kuesioner disebarkan kepada wisatawan yang telah mengunjungi berbagai objek wisata di kawasan Baturraden, Jawa Tengah. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria utama adalah wisatawan yang telah berkunjung minimal satu kali ke Baturraden dan minimal berusia 17 tahun. Instrumen penelitian yang digunakan telah melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner dapat mengukur variabel-variabel yang dimaksud secara akurat dan konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang sudah di uji dan memperoleh hasil pengolahan data sehingga mengetahui pengaruh variabel *Memorable Tourism Experience* (X1), Kepuasan Wisatawan (X2) dan Aksesbilitas (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Sehingga hasil yang diperoleh sebagai berikut :

Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan pengaruh *Memorable Tourism Experience,* Kepuasan Wisatawan, dan Aksesbilitas pada minat berkunjung kembali wisatawan objek wisata Baturraden. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner secara daring melalui *google form* dapat dikumpulkan sebanyak 135 responden yang sesuai dengan kriteria sebagai sampel dalam penelitian yang kemudian data tersebut diolah menggunakan alat analisis SPSS

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel (160 - 2 = 158)	Interpretasi
MTE1	0,817	0,1422	Valid
MTE2	0,85	0,1422	Valid
MTE3	0,883	0,1422	Valid
MTE4	0,846	0,1422	Valid
MTE5	0,806	0,1422	Valid
MTE6	0,834	0,1422	Valid
MTE7	0,759	0,1422	Valid
KW1	0,78	0,1422	Valid
KW2	0,838	0,1422	Valid
KW3	0,819	0,1422	Valid
KW4	0,847	0,1422	Valid
KW5	0,868	0,1422	Valid
KW6	0,818	0,1422	Valid

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

A1	0,847	0,1422	Valid
A2	0,837	0,1422	Valid
A3	0,871	0,1422	Valid
A4	0,844	0,1422	Valid
A5	0,808	0,1422	Valid
A6	0,83	0,1422	Valid
A7	0,84	0,1422	Valid
A8	0,843	0,1422	Valid
A9	0,829	0,1422	Valid
MBK1	0,871	0,1422	Valid
MBK2	0,908	0,1422	Valid
MBK3	0,865	0,1422	Valid
MBK4	0,908	0,1422	Valid
MBK5	0,798	0,1422	Valid

Sumber : Data primer diolah (2024)

Pada tabel 1 dapat dikatakan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r_{hitung} > r_{tabel} (0,1422) dan bernilai positif. Dengan demikian semua item pernyataan dikatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Instrumen	Nilai *Cronbach Alpha*	Interpretasi
Memorable Tourism Experience (X1)	0,923	0,6	Reliabel
Kepuasan Wisatawan (X2)	0,908	0,6	Reliabel
Aksesbilitas (X3)	0,947	0,6	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,92	0,6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah (2024)

Dari hasil tabel 2 dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* > 0,6 sehingga instrumen penelitian yang digunakan terbukti reliabel.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Sig. (2-tailed)	0,065

Sumber : Data primer diolah , 2024

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah distribusi data bersifat normal. Dalam penelitian ini, digunakan metode Kolmogorov-Smirnov untuk melakukan pengujian tersebut. Hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi distribusi data kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal (Putra et al., 2022). Berdasarkan hasil Uji Normalitas pada table tersebut, diketahui nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,065. Nilai tersebut melebihi nilai signifikansi standar yaitu 0,05 atau dapat disebut sebagai sig. > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan data tersebut terdistribusi secara normal.

Jurnal Ekbis (Ekonomi & Bisnis) POLITEKNIK PIKSI GANESHA
Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	*Tolerance*	VIF	Interpretasi
Memorable Tourism Experience	,429	2,331	Tidak terdapat multikolonearitas
Kepuasan Wisatawan	,249	4,022	Tidak terdapat multikolonearitas
Aksesbilitas	,221	4,516	Tidak terdapat multikolonearitas

Sumber :Data primer diolah, 2024

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.4 menunjukkan VIF untuk variabel pengaruh *memorable tourism experience* sebesar 2,331 , kepuasan wisatawan sebesar 4.022, aksesbilitas 4.516. Semua nilai VIF berada di bawah batas 10, menunjukkan tidak adanya multikolinearitas yang signifikan di antara variabel bebas dalam model regresi. Dengan demikian, hasil penelitian regresi dapat diinterpretasikan. Hal ini mengonfirmasi keandalan model regresi yang digunakan dalam mengevaluasi pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian generasi Z.

Tabel 5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Sig	Interpretasi
Memorable Tourism Experience	,628	Tidak terjadi heteroskedasitas
Kepuasan Wisatawan	,103	Tidak terjadi heteroskedasitas
Aksesbilitas	,842	Tidak terjadi heteroskedasitas

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastitas pada tabel 5, data menunjukkan bahwa nilai sig > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Tabel 6 Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	69	51%
Perempuan	66	49%
Jumlah	**135**	**100%**
Usia		
17-20	59	43,7%
21-25	39	28,8%
26-30	25	18,4%
31-40	4	2,8%
>40	8	5,6%
Jumlah	**135**	**100%**
Objek Wisata yang pernah dikunjungi		
Lokawisata Baturraden	38	28,15 %
Hutan Pinus	17	12,59 %
Curug Bayan	16	11,85 %
Pancuran 7	11	8,15 %
Wanawisata	9	6,67 %
Curug Jenggala	9	6,67 %
Telaga Sunyi	7	5,19 %
Pancuran 3	6	4,44 %

Artikel diterima : 09-09-2024, Review : 17 10 2024, Revisi : 05 11 2024 Publikasi : 30 06 2025

Jurnal Ekbis (Ekonomi & Bisnis) POLITEKNIK PIKSI GANESHA
Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

Bukit Bintang	5	3,70 %
Small World	5	3,70 %
Curug Gede	4	2,96 %
Kebun Raya	3	2,22 %
Curug 3	2	1,48 %
Bukit Tengtung	1	0,74 %
Safari To Sky	1	0,74 %
Total	**135**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel di atas dapat disimpulkan bahwa, dari total 135 responden, terdapat distribusi yang hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki sedikit lebih dominan dengan 69 orang (51%), sementara perempuan berjumlah 66 orang (49%). Hal ini menunjukkan partisipasi yang merata antara kedua gender dalam penelitian ini, responden didominasi oleh kelompok usia muda, dengan 59 orang (43,7%) berada dalam rentang usia 17-20 tahun sedangkan kelompok usia 31-40 tahun dan lebih dari 40 tahun merupakan kelompok yang paling sedikit berpartisipasi, masing-masing hanya terdiri dari 4 orang (2,8%) dan 8 orang (5,6%). Lokawisata Baturraden adalah destinasi paling populer, dengan 38 responden (28,15%). Ini menunjukkan bahwa Lokawisata Baturraden memiliki daya tarik yang paling besar atau paling dikenal di kalangan wisatawan yang berpartisipasi dalam survei ini.

Tabel 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MTE1	135	1	5	4,30	1,044
MTE2	135	1	5	4,25	,944
MTE3	135	1	5	4,30	,993
MTE4	135	1	5	4,22	1,049
MTE5	135	1	5	4,32	1,005
MTE6	135	1	5	4,38	,961
MTE7	135	1	5	4,32	,895
KP1	135	1	5	4,36	,834
KP2	135	1	5	4,31	,796
KP3	135	1	5	4,31	,893
KP4	135	1	5	4,39	,890
KP5	135	1	5	4,48	,836
KP6	135	1	5	4,47	,871
A1	135	1	5	4,16	1,016
A2	135	1	5	4,30	,916
A3	135	1	5	4,33	,946
A4	135	1	5	4,37	,920
A5	135	1	5	4,44	,895
A6	135	1	5	4,50	,827
A7	135	1	5	4,52	,800
A8	135	1	5	4,52	,854
A9	135	1	5	4,42	,958
MBK1	135	1	5	4,28	,869
MBK2	135	1	5	4,33	,913
MBK3	135	1	5	4,36	,886

Jurnal Ekbis (Ekonomi & Bisnis) POLITEKNIK PIKSI GANESHA
Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

MBK4	135	1	5	4,51	,854
MBK5		1	5	4,55	,750
Valid N (listwise)	160			4,55	,750

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan nilai rata-rata (*mean*) dari data jawaban responden yang ada dalam penelitian nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi yang menunjukkan penyimpangan data yang terjadi rendah sehingga penyebaran nilainya merata. Hasil nilai minimum berdasarkan data jawaban responden 1, 2, dan 3 kemudian hasil nilai maksimum berdasarkan data jawaban responden adalah 5.

Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	1,353	1,008		1,342	,182
	Memorable Tourism Experience	,116	,042	-,177	2,757	,007
	Kepuasan Wisatawan	,443	,074	,504	5,968	<,001
	Aksesbilitas	,140	,049	,256	2,862	,005

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Uji parsial atau uji T digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X1,X2 dan X3) terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan. Uji t parsial dilakukan dengan membandingkan nilai tHitung dengan tTabel. Adapun kriteria pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut: Jika thitung < t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima (Adnan et al., 2022). Berdasarkan tabel diatas, pengaruh variabel independen yaitu *memorable tourism experience* (X1), kepuasan wisatawan (X2) dan aksesbilitas (X3) terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung kembali (Y) dengan uji T sebagai berikut:

1. *Memorable Tourism Experience* berpengaruh positif pada minat berkunjung kembali wisatawan
   Hasil t_{hitung} *Memorable Tourism Experience* (X1) adalah 2,757 sedangkan t_{tabel} nya sebesar 1.97824 menunjukan bahwa nilai t_{hitung} variabel *Memorable Tourism Experience* (X1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 2,757 > 1.97824 (t_{tabel}), dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05. Sehingga dapat di simpulkan H_1 diterima yang berarti *Memorable Tourism Experience* berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan objek wisata Baturraden. Artinya jika wisatawan yang mendapatkan pengalaman wisata yang menyenangkan atau berkesan di objek wisata Baturraden mereka cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk melakukan kunjungan ulang ke objek wisata tersebut.
2. Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif pada minat berkunjung kembali wisatawan
   Hasil t_{hitung} Kepuasan Wisatawan (X2) adalah 5,968 sedangkan t_{tabel} nya sebesar 1.97824 menunjukan bahwa nilai t_{hitung} variabel Kepuasan Wisatawan (X2) terhadap

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 5,968 > 1.97824 (t_{tabel}), dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Sehingga dapat di simpulkan H_2 diterima yang berarti Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan objek wisata Baturraden. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali berkunjung ke objek wisata Baturraden, ketika wisatawan merasa puas dengan pengalaman mereka, mereka cenderung mengembangkan perasaan positif terhadap objek wisata tersebut.

3. Aksesbilitas berpengaruh positif pada minat berkunjung kembali wisatawan

Hasil t_{hitung} Aksesbilitas (X3) adalah 2,862 sedangkan t_{tabel} nya sebesar 1.97824 menunjukan bahwa nilai t_{hitung} variabel Aksesbilitas (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 2,862 > 1.97824 (t_{tabel}), dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05. Sehingga dapat di simpulkan H_3 diterima yang berarti Aksesbilitas berpengaruh positif secara parsial dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan objek wisata Baturraden. Artinya, kemudahan akses menuju objek wisata merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut. Aksesibilitas di sini mencakup berbagai aspek, seperti kemudahan perjalanan menuju lokasi, kualitas jalan, ketersediaan transportasi, dan fasilitas penunjang yang memudahkan wisatawan dalam mengakses dan menikmati destinasi wisata.

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1427,660	3	475,887	144,234	<,001[b]
	Residual	432,222	131	3,299		
	Total	1859,881	135			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali
b. Predictors: (Constant), *Memorable Tourism Experience*, Kepuasan Wisatawan, Aksesbilitas
Sumber : Pengolahan Data, 2024

1. *Memorable Tourism Experience*, Kepuasan Wisatawan, dan Aksesbilitas berpengaruh positif pada minat berkunjung kembali

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besara variabel independen (X1, X2, dan X3) terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan tabel dibawah, bahwa perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} adalah 144,234 > 3,07 dan nilai signifikansi (sig.) 0,001 < 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_4 diterima yang artinya *memorable tourism experience,* kepuasan wisatawan dan aksesbilias berpengaruh positif pada minat berkunjung kembali wisatawan objek wisata Baturraden.
Berdasarkan profitabilitas, pengambilan keputusan didasarkan pada:
Taraf Signifikansi (α) = 0,05.
Jika Sig. < α, maka H0 ditolak dan Ha diterima.
Jika Sig. > α, maka H0 diterima dan Ha ditolak.
F_{tabel} = a ; (k-1 ; n-k-1)
= 0,05 ; (3-1 ; 135-3-1)

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

= 0,05 ; (2 ; 131)
F_{tabel} = 3,07

Tabel 10 Hasil Uji Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876[a]	,768	,762	1,816

a. Predictors: (Constant), *Memorable Tourism Experience*, Kepuasan Wisatawan, Aksesbilitas
b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali
Sumber : Data primer diolah (2024)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil tabel dibawah, diketahui bahwa nilai *Adjuste Square* adalah 0,762. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan dibawah, jika R^2 mendekati angka 0 (nol) maka variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen memiliki kemampuan sangat terbatas. Dengan demikian dapat diartikan *Memorable Tourism Experience* (X1), Kepuasan Wisatawan (X2) dan Aksesbilitas (X3) memiliki pengaruh sebesar 76,2% terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel dari luar penelitian ini. Jika melihat tabel Interval Koefisien dapat diketahui bahwa nilai koefisien R^2 yaitu 0,762 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari memorable tourism experience, kepuasan wisatawan, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali ke objek wisata Baturraden, baik secara parsial maupun simultan. Pengalaman wisata yang berkesan, tingkat kepuasan yang tinggi, dan kemudahan akses secara bersama-sama meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Dengan demikian, pengelola destinasi perlu fokus pada penciptaan pengalaman yang berkesan, menjaga kepuasan wisatawan, serta meningkatkan aksesibilitas untuk memperkuat loyalitas pengunjung dan meningkatkan daya tarik Baturraden sebagai destinasi wisata.

Saran

Bagi pengembangan pariwisata di Baturraden, untuk Pelestarian Lingkungan dan Budaya**,** mengimplementasikan praktek pariwisata yang ramah lingkungan dan menjaga pelestarian budaya lokal untuk memastikan keberlanjutan destinasi.Bagi penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti mempertimbangkan untuk menambahkan variabel daya tarik wisata**.** Variabel ini penting untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali. Dengan mengintegrasikan variabel ini, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi dan kembali mengunjungi objek wisata.

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

DAFTAR PUSTAKA

Abrian, Y., Wardi, Y., Abror, A., Dwita, V., & Evanita, S. (2023). Pengalaman Wisata dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, *4*(2), 125–138. https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.347

Adnan, A. Z., Fauziah, Y., & Yusuf, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Produk Pada Factory Outlet Sleepedia Pt. Samudera Industri (Hilon) Kabupaten Bandung. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis), 8*(2), 54-72.

Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan …*, 180–194. http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481

Alifiana, A. S., & Roostika, R. (2023). Analisis Pengaruh Destination Quality Dan Destination Image Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Meaningful Tourism (Studi Pada Objek Wisata Di Kabupaten Klaten). *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, *10*(2), 155–168. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.867

Bulan, T. P. L., & Azmi, M. L. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *8*(3), 312–325. https://doi.org/https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2326

Dianty, R., Abrian, Y., & Surenda, R. (2021). Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, *2*(2), 163–169. https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i2.27772

Ettah, N. P., & Pondaag, J. J. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Mobil Pada PT . Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Emba*, *7*(3), 3069–3078.

Kusumah, G. (2023). Membangun Daerah Melalui Pariwisata: Tantangan dan Peluang. *Magister Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia*.

Masinambow, R. P., Tampi, J. R. E., Program, L. F. T., Bisnis, S. A., & Administrasi, J. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan. *Productivity*, *2*(2).

Nugraha, S. I., & Rafdinal, W. (2022). Pengaruh Destination Image dan Perceived Risk terhadap Revisit Intention melalui Tourist Satisfaction di Kampung Wisata Sejarah dan Budaya Braga. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1156–1167. https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4208%0Ahttps://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/download/4208/2787

Prayoga, R. R. (2019). *Tourist experience and tourist satisfaction: a case study of Goa Pindul, Yogyakarta*. *18*, 117–128. www.cothm.ac.cy

Putra, H. R., Pebrianto, Y., & Sudrartono, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Pembuatan Surat Keterangan Ahli Waris di Kantor Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *3*(3), 1984–1903. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Ramadhani, K., Putri, P. L., & Sari, K. D. C. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal EBI*, *5*(2), 67–76. https://doi.org/10.52061/ebi.v5i2.177

Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha
ISSN Online: 2722-4082, Print : 2339-1839
Volume 13 Nomor 1, Juni 2025

Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, *2*(1), 10–18. https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43

Ryandana, A., Hermuningsih, S., & Sari, P. P. (2023). Dampak Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Investasi Anak Milenial. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *7*(1), 226. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.818

Umayra, N. A., Nofriyandri, R., Dofest, H., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Museum Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Museum Adityawarman. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, *1*(2), 110–121. https://doi.org/https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v1i2.473

Wafa, R. S. N. (2017). *Analisis Tingkat Kepuasan Para Pengunjung Objek Wisata Dreamland Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Wijaya, N. S., & Sudarmawan, I. W. E. (2019). Community Based Tourism (Cbt) Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Dtw Ceking Desa Pekraman Tegallalang. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, *10*(1), 77–98. https://doi.org/10.22334/jihm.v10i1.162

Zaqiatun, R. (2022). *Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Citra Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Kidung Kampoengku Karangnangka Kabupaten Banyumas* [Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri]. https://repository.uinsaizu.ac.id/18011/1/ZAQIATUN_Pengaruh Aksesibilitas%2C Fasilitas dan Citra Wisata Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Kidung Kampoengku Karangnangka Kabupaten Banyumas.pdf