

PENGARUH KOMPONEN DESTINASI WISATA, TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG ULANG MELALUI KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI DESA WISATA BURAI KABUPATEN OGAN ILIR SUMATERA SELATAN

Muhamad Adri Eriyan ¹⁾, Nurbaeti ²⁾, Fetty Asmaniati ³⁾
 Prodi Pariwisata Institut Pariwisata Trisakti, Jakarta, Indonesia ^{1,2,3)}

Corresponding Author:

adrieriyan@gmail.com ¹⁾, nurbaeti@iptrisakti.ac.id ²⁾, fettyasmaniati@iptrisakti.ac.id ³⁾

Abstrak

Desa wisata Burai awalnya dipopulerkan sebagai kampung warna warni oleh masyarakat secara bergotong royong dengan melakukan pengecatan dengan berbagai warna pada jalan setapak desa, tempat ibadah dan rumah penduduk di sepanjang pinggir Sungai Kelakar. Dari daya tarik wisata yang ditawarkan bermacam-macam diharapkan bisa menarik minat berkunjung wisatawan ke Desa Wisata Burai. Namun kunjungan wisatawan di Desa Wisata Burai jumlahnya fluktuatif, ini juga dapat dipengaruhi oleh kurangnya minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Melihat permasalahan di atas, bahwa minat wisatawan untuk berkunjung ulang ke Desa Wisata Burai diduga masih kurangnya inovasi-inovasi baru terkait komponen destinasi wisata, *electronic word of mouth* dan citra destinasi dari Desa Wisata Burai yang juga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 340 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen destinasi wisata dan *electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Peran *intervening* kepuasan wisatawan hanya bisa memengaruhi citra destinasi dengan keputusan berkunjung ulang.

Kata Kunci: Komponen Destinasi Wisata, Kepuasan Wisatawan, Kepuasan Berkunjung Ulang

Abstract

Burai tourism village was initially popularized as a colorful village by the community by working together to paint the village paths, places of worship and houses along the banks of the Kelakar River with various colors. From the various tourist attractions offered, it is hoped that it can attract tourists to visit Burai Tourism Village. However, the number of tourist visits to Burai Tourism Village fluctuates, this can also be influenced by the lack of interest of tourists to make repeat visits. Seeing the problems above, it is suspected that the interest of tourists to revisit Burai Tourism Village is still lacking in new innovations related to the components of tourist destinations, *electronic word of mouth* and the destination image of Burai Tourism Village which also affect tourist satisfaction. The method used in this study is a quantitative approach with 340 respondents. The results of the study showed that the components of tourist destinations and *electronic word of mouth* did not affect visitor satisfaction. The intervening role of tourist satisfaction can only affect the destination image with the decision to revisit.

Keywords: Tourist Destination Components, Tourist Satisfaction, Satisfaction of Revisiting

PENDAHULUAN

Desa wisata Burai merupakan salah satu desa yang diarahkan untuk membuat desa ekowisata dari tahun 2017, diawali oleh program inisiatif masyarakat yang kemudian mendapatkan dukungan dari Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan, Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir, BUMN serta lembaga yang lainnya. Desa Wisata Burai berada di Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan (Kartika, 2020).

Tabel 1. Potensi Produk Wisata Desa Wisata Burai

No	Produk	Jenis Wisata	Lokasi
1	Wisata Susur Sungai dengan perahu wisata	Wisata Alam	Sungai Kelakar, Desa Burai
2	Wisata Berkemah/ <i>Camping Ground</i>		Lapangan Desa Burai
3	Wisata Memancing		Sungai Kelakar, Desa Burai
4	Pembuatan Songket/ UMKM	Wisata Budaya	Desa Burai
5	Pembuatan Kemplang khas Desa Burai		Desa Burai
6	Atraksi Tari Bumme		Desa Burai
7	Ziarah Makam Puyang Darussalam		Dusun I, Desa Burai

History:

Received : 25 April 2024
 Revised : 29 Mei 2024
 Accepted : 23 November 2024
 Published : 22 Desember 2024

Publisher: LPPM Universitas Darma Agung

Licensed: This work is licensed under
Attribution-NonCommercial-No
Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)



8	Ziarah Makam Puyang Bang Tari Sakti		Dusun I, Desa Burai
9	Ziarah Makam Puyang Tuan Said		Dusun I, Desa Burai
10	Ziarah Makam Puyang Usang Gemuk		Dusun II, Desa Burai
11	Ziarah Makam Puyang Datuk Langkin		Dusun II, Desa Burai
12	Ziarah Makam Puyang Kramat 7 Pangeran		Dusun III, Desa Burai
13	Ziarah Makam Puyang Pinang Kote		Dusun IV, Desa Burai
14	Ziarah Makam Puyang Sindor Mato		Dusun IV, Desa Burai
15	Ziarah Makam Puyang Sang Darah Putih		Dusun V, Desa Burai
16	Ziarah Makam Puyang Putri Rambut Panjang		Dusun Peninjauan, Desa Burai
17	Ziarah Makam Puyang Pangeran Aska Alumuddin		Desa Burai
18	Wisata Belanja Kain Songket		Homestay Desa Burai
19	Wisata Memasak Pindang Burai (<i>Cooking Class</i>)	Wisata Buatan	Homestay Desa Burai
20	Paket Wisata <i>Outbound</i>		Homestay Desa Burai
21	Pengelolaan Homestay Rumah Limas (Kampung Warna Warni)		Desa Burai

Sumber: Djohan dkk, 2024

Sesuatu yang mempunyai daya tarik dapat dilihat dan dinikmati yang bernilai jual di pasar pariwisata merupakan daya tarik wisata (Zaenuri dalam Musthofa, 2019). Daya tarik juga menjadi salah satu aspek keputusan pengunjung dalam mengunjungi suatu destinasi wisata. Destinasi wisata yang mempunyai daya tarik lebih dan memiliki perbedaan dari destinasi lain dapat menjadi indikator unggulan pada daerah tersebut menjadi pilihan destinasi wisata untuk wisatawan dan destinasi tersebut juga dapat mengadakan berbagai kegiatan-kegiatan untuk lebih menarik kedatangan wisatawan untuk datang berkunjung.

Desa Burai memiliki atraksi wisata Rumah adat Burai atau Rumah Bari yang berusia lebih dari 100 tahun, rumah warna-warni, ikon wisata Burai, memiliki objek wisata air, wisata budaya (Tari Beume), kerajinan (songket dan purun), aktivitas pertanian dan perikanan serta adanya makanan khas yaitu hasil olahan ikan sungai di Desa Burai.

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Burai

Tahun	Jumlah Kunjungan
2018	2.750
2019	1.650
2020	694
2021	2.255

Sumber: Pokdarwis Desa Wisata Burai, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 2. yang mencatat jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Burai dari 2018 hingga 2021, dapat diidentifikasi adanya tren fluktuatif yang signifikan. Pada tahun 2018, Desa Wisata Burai mencatat angka kunjungan sebesar 2.750 wisatawan. Jumlah ini mengindikasikan bahwa pada tahun tersebut, Desa Wisata Burai memiliki daya tarik yang relatif tinggi. Faktor-faktor yang mungkin berkontribusi terhadap tingginya kunjungan pada periode ini meliputi peningkatan upaya promosi, pengembangan fasilitas yang memadai, serta kemungkinan adanya kegiatan atau acara khusus yang menarik minat wisatawan. Namun, pada tahun 2019 terjadi penurunan jumlah kunjungan yang cukup signifikan, yaitu turun menjadi 1.650 wisatawan. Penurunan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kemungkinan adanya kendala dalam manajemen destinasi, penurunan kualitas layanan, atau perubahan eksternal seperti tren wisatawan dan kondisi ekonomi makro yang tidak mendukung.

Pada tahun 2020, jumlah kunjungan mengalami penurunan drastis lebih lanjut, dengan hanya 694 wisatawan yang tercatat mengunjungi Desa Wisata Burai. Penurunan ini dikarenakan adanya pandemi COVID-19, telah menyebabkan pembatasan mobilitas, penutupan destinasi wisata, dan ketidakpastian dalam keamanan kesehatan yang menurunkan minat wisatawan untuk bepergian. Meskipun demikian, pada tahun 2021, terdapat tanda-tanda pemulihan dengan jumlah kunjungan yang meningkat menjadi 2.255 wisatawan ke Desa Wisata Burai. Peningkatan ini mengindikasikan adanya adaptasi terhadap situasi pandemi, seperti penerapan protokol kesehatan yang ketat dan strategi promosi yang lebih efektif. Meskipun

jumlah kunjungan belum kembali ke tingkat sebelum pandemi, tren ini menunjukkan potensi pemulihan yang positif.

Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa Desa Wisata Burai mengalami fluktuasi dalam jumlah kunjungan wisatawan selama periode 2018-2021. Penurunan yang tajam selama periode pandemi COVID-19 diikuti oleh pemulihan yang cukup signifikan, yang mencerminkan fleksibilitas dan kemampuan destinasi ini untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi eksternal. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Apakah Komponen Destinasi Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan ke Desa Wisata Burai. Dengan tujuan yang dapat dipenuhi dalam penelitian ialah untuk menganalisis pengaruh komponen destinasi wisata memiliki nilai kepuasan wisatawan ke Desa Wisata Burai.

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dilakukan dalam tesis ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada ilmu sosial, penelitian ini dinilai dapat mengukur perilaku, pendapat atau sikap yang akan menjawab pertanyaan apa, siapa berapa banyak dan kapan (Astuty, 2018). Penelitian kuantitatif dikenal juga dengan penelitian positivis (*positivist*) yang menekankan pada pengujian teori-teori terkait melalui pengukuran variabel – variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan pengolahan statistik atau yang biasa disebut *Primer on partial least structural equation model* (PLS-SEM).

Dalam pelaksanaannya, peneliti juga menggunakan metode deskriptif yang dapat memberikan gambaran profil, karakteristik, atau elemen-elemen yang relevan dari variabel yang diamati dalam penelitian ini yang menyangkut dengan manusia, organisasi, industri atau lainnya (Sekaran & Bougie dalam Astuty 2018).

B. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian memiliki dua sumber data utama, yakni data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2018). Data primer di dapatkan dengan cara penyebaran angket online menggunakan *Google Form*, kunjungan langsung, atau observasi. Observasi ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu deskriptif, dimana peneliti melakukan eksplorasi secara luas dan mendetail, menggambarkan segala hal yang terlihat, dirasakan, dan terdengar. Kemudian observasi terfokus, untuk memfokuskan pada aspek tertentu, data yang berhubungan dengan efektifitas. Terakhir yaitu observasi terseleksi, tahap ini menjabarkan fokus yang telah didapatkan, sehingga datanya lebih terperinci. Selanjutnya data primer diperoleh melalui saluran telepon, media internet, maupun surat. Dari hasil penyebaran kuisioner, akan diperoleh data yang dapat mewakili pandangan dan pemikiran responden, baik berdasarkan dari perasaan hingga kepada perilaku yang dimiliki oleh masing-masing responden. Angket ini dibagikan kepada pengunjung yang ke Desa Wisata Burai dalam mengacu kepada kumpulan dari pernyataan yang diajukan melalui perangkat *google form* dan format tertulis untuk responden dan jawaban yang diperoleh juga melalui perangkat *google form* dan format tertulis baik secara bertemu langsung maupun secara online.

Tabel 3. Skala Likert

Kategori		Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, 2018

Penelitian ini didesain tanpa adanya pilihan jawaban ragu-ragu atau tidak

berpendapat, untuk menghindari tendensi responden yang memiliki kecenderungan ragu dalam menyatakan pendapat atau jawabannya secara tegas. Data sekunder dalam hal ini peneliti mempelajari buku atau jurnal mengenai komponen destinasi wisata, *electronic word of mouth*, kepuasan wisatawan, minat kunjungan ulang, serta metodologi penelitian. Sedangkan populasi wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Burai Kabupaten Ogan Ilir pada tahun 2021 sebanyak 2.255 orang yang didapatkan hasil wawancara dengan Pokdarwis Desa Wisata Burai. peneliti menggunakan teknik sampel *simple random sampling* yaitu teknik sampling yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada populasi (Sugiyono, 2018). Penentuan jumlah sampel yang menyeluruh ditetapkan berdasarkan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

N : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Perkiraan tingkat kesalahan (*error*)

Dengan menggunakan tingkat kesalahan pengambilan sampel 5%, maka ukuran sampel penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{2255}{1 + 2255(0,05)^2} \\ n &= \frac{2255}{1 + 2255(0,025)} \\ n &= \frac{2255}{1 + 5,6375} \\ n &= \frac{2255}{6,6375} \\ &= 339,74 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 339,74 sampel atau jika dibulatkan menjadi 340 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung yang pernah datang ke Desa Wisata Burai. Responden yang melakukan pengisian terhadap kuesioner yang disebarakan menggunakan media *google formulir* agar memudahkan proses pengisian kuesioner dan pengolahan data. Responden yang menjadi objek penelitian ini berjumlah 340 orang dengan digolongkan berdasarkan berbagai jenis karakteristik. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin: Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden yang terbagi menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan Perempuan.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	136	40
Perempuan	204	60
Total	340	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Dapat dilihat pada tabel di atas yang menunjukkan hasil 136 orang laki-laki (40%) dan 204 orang perempuan (60%). Maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini mayoritas respondennya yaitu berjenis kelamin Perempuan, dikarenakan banyak perempuan menikmati berbagai pengalaman perjalanan mereka melalui foto dan bercerita di media sosial, dan perempuan juga menyukai wisata berbelanja

dimana mereka bisa berbelanja makanan dan kerajinan yang ditawarkan oleh suatu destinasi.

- b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia: Karakteristik berdasarkan usia memiliki tujuan untuk memberikan gambaran usia responden yang menjadi sampel pada penelitian ini.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17-24 tahun	109	32,1
25-32 tahun	146	42,9
33-40 tahun	53	15,6
41-48 tahun	23	6,8
Di atas 48 tahun	9	2,6
Total	340	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang menjadi sampel penelitian ini berdasarkan usia terdiri dari usia 17-24 tahun sebanyak 109 orang (32,1%), usia 25-32 tahun sebanyak 146 orang (42,9%), usia 33-40 tahun sebanyak 53 orang (15,6%), sedangkan usia 41-48 tahun sebanyak 23 orang (6,8%) dan usia 48 tahun ke atas sebanyak 9 orang responden (2,6%). Maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini mayoritas respondennya yaitu dengan usia 22 – 32 tahun, dikarenakan pada rentang usia ini banyak orang ingin mencoba hal-hal baru, melihat tempat yang belum pernah mereka kunjungi, mereka mungkin telah bekerja dan memiliki pendapatan sendiri sehingga lebih mudah menyisihkan uang dan waktu untuk bepergian.

- c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir: Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dikelompokkan dalam beberapa karakter dimulai dari SMA/SMK sederajat, Diploma, S1, S2, dan lainnya.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
SMA/SMK sederajat	90	26,5
Diploma	71	20,9
S1	154	45,2
S2	21	6,2
Lainnya	4	1,2
Total	340	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang menjadi sampel penelitian ini berdasarkan Pendidikan terakhir terdiri dari SMA/SMK Sederajat sebanyak 90 orang (26,5%), Diploma sebanyak 71 orang (20,9%), S1 sebanyak 154 orang (45,2%), S2 sebanyak 21 orang (6,2%) dan lainnya sebanyak 4 orang (1,2%). Maka dapat disimpulkan mayoritas responden yaitu yang berpendidikan akhir S1, dikarenakan lulusan pendidikan tinggi memiliki keterampilan manajemen waktu yang baik, memungkinkan mereka untuk merencanakan dan mengatur waktu liburan dengan lebih efektif tanpa mengganggu pekerjaan mereka.

- d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan: Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dari sampel pada penelitian ini dikelompokkan menjadi Pelajar/Mahasiswa, PNS/Polri/Tentara, Pegawai Swasta, Wiraswasta/Pedagang dan pekerjaan lainnya.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	101	29,7

PNS/Polri/Tentara	61	17,9
Pegawai Swasta	125	36,8
Wiraswasta/Pedagang	38	11,2
Lainnya	15	4,4
Total	340	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang menjadi sampel penelitian ini berdasarkan Pendidikan terakhir terdiri dari Pelajar/Mahasiswa sebanyak 101 orang (29,7%), PNS/Polri/Tentara sebanyak 61 orang (17,9%), Pegawai Swasta sebanyak 125 orang (36,8%), Wiraswasta/Pedagang sebanyak 38 orang (11,2%) dan lainnya sebanyak 15 orang (4,4%). Maka dapat disimpulkan mayoritas responden yaitu yang berstatus sebagai pegawai swasta, dikarenakan tekanan pekerjaan di sektor swasta sering kali tinggi, sehingga liburan menjadi cara penting untuk melepaskan stres dan mengisi ulang energi. Berlibur ke tempat wisata menjadi cara yang efektif untuk relaksasi dan penyegaran mental.

- e. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung: Sampel penelitian ini dikelompokkan dari 4 yaitu 1 kali berkunjung, 2 kali berkunjung, 3 kali berkunjung, lebih dari 3 kali berkunjung.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung

Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Persentase (%)
1 kali	77	22,6
2 kali	144	42,4
3 kali	83	24,4
Lebih dari 3 kali	36	10,6
Total	340	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel di atas bahwa responden yang menjadi sampel penelitian ini berdasarkan berapa kali berkunjung ke Desa Burai terdiri dari 1 kali sebanyak 77 orang (22,6%), 2 kali ada 144 orang (42,4%), 3 kali 83 orang (24,4%) dan lebih dari 3 kali 36 orang (10,6%). Mayoritas responden yaitu yang sudah berkunjung sebanyak 2 kali, dikarenakan ketika seseorang sudah mengenal suatu tempat, mereka mungkin merasa lebih nyaman untuk kembali karena familiar dengan lokasi, budaya, dan fasilitas yang ada, pada kunjungan pertama, tidak semua tempat atau aktivitas di lokasi wisata bisa dijelajahi, kunjungan kedua kesempatan untuk melihat dan melakukan hal-hal yang terlewatkan sebelumnya.

- f. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah: Berdasarkan asal daerah dari sampel penelitian ini dikelompokkan menjadi responden yang berasal dari Kabupaten Ogan Ilir, Kota Palembang, dan daerah lainnya.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah

Asal Daerah	Frekuensi	Persentase (%)
Kabupaten Ogan Ilir	155	45,6
Kota Palembang	172	50,6
Lainnya	13	3,8
Total	340	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan responden yang menjadi sampel penelitian ini berdasarkan asal daerah responden yang datang ke Desa Burai dari Kabupaten Ogan Ilir ada 155 orang (45,6%), Kota Palembang 172 orang (50,6%), dan daerah lainnya ada 13 orang (3,8%). Disimpulkan mayoritas responden yaitu berasal dari Kota Palembang, dikarenakan kurangnya destinasi wisata yang bisa dinikmati di Kota Palembang sehingga wisatawan banyak mencari destinasi-destinasi wisata, lokasinya dekat dengan Kota Palembang untuk dijadikan tempat untuk berlibur.

2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dilakukan dengan melihat hasil konstruk dari *outer model* dan *inner model*, untuk membaca hasilnya dapat dilihat report dari PLS Algorithm pada *software* SmartPLS.

- a. Uji Validitas Konvergen: Nilai ini menunjukkan validitas atas indikator-indikator pengukuran (Musyaffi, 2022).
 - Outer Loading: Nilai *loading factor* pada variabel endogen dan eksogen. Nilai yang direkomendasikan untuk validitas konvergen yaitu $> 0,7$ model penelitian yang relative sudah banyak diteliti, namun jika model dalam penelitian merupakan model baru maka nilai *loading factor* ditoleransi pada 0,5 (Musyaffi, 2022).

Tabel 10. *Outer Loading*

Komponen Destinasi Wisata (X1)			
X1.1	0,798	X3.6	
X1.2	0,804	Z.1	
X1.3	0,724	Z.2	
X1.4	0,714	Z.3	
X1.5	0,754	Z.4	
X1.6	0,771	Z.5	
X1.7	0,725	Z.6	
X1.8	0,788	Z.7	
X1.9	0,703	Z.8	
X1.10	0,804	Z.10	
X1.11	0,743	Z.11	
X1.12	0,745	Z.12	
X2.1		Z.13	
X2.2		Z.14	
X2.3		Z.15	
X2.4		Y.1	
X2.5		Y.2	
X2.6		Y.3	
X2.7		Y.4	
X2.8		Y.5	
X3.1		Y.6	
X3.2		Y.7	
X3.3		Y.8	
X3.4		Y.9	
X3.5			

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Pada tabel di atas peneliti melakukan uji validitas konvergen dengan hasil bahwa semua indikaor dari masing-masing indikator sudah valid, dikarenakan nilai outer loading $> 0,7$ (Musyaffi, 2022). Maka dapat dinyatakan valid atau alat-alat indikator yang digunakan untuk mengukur sudah tepat untuk mengukur setiap variabelnya pada tahap yang selanjutnya.

- Average Variance Extracted (AVE): Menurut Ghozali (2021), nilai validitas konvergen dapat terpenuhi ketika setiap variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,5. Selain itu, nilai *loading factor* 0,5 hingga 0,6 masih dapat diterima, namun nilai *loading factor* di atas 0,7 dianggap lebih reliabel. Oleh karena itu, dalam penelitian, nilai validitas konvergen dianggap memadai jika setiap variabel memiliki AVE di atas 0,5.

Tabel 11. *Avarage Variance Extracted (AVE)*

Average Variance Extracted (AVE)	
Komponen Destinasi Wisata (X1)	0,573
Kepuasan Wisatawan (Z)	0,603
Keputusan Berkunjung Ulang (Y)	0,727

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Dilakukan kembali uji validitas konvergen dengan menggunakan metode *Average Variance Extracted* (AVE) pada tabel diatas uji validitas konvergen dapat dinyatakan valid apabila nilai rata-rata varian diekstrak (AVE)

diharapkan minimal 0,5 (Musyaffi, 2022). Pada variabel X1 (Komponen Destinasi Wisata) menghasilkan nilai AVE 0,573, dan sedangkan variabel Y (Keputusan Berkunjung Ulang) menghasilkan nilai AVE 0,727 serta variabel Z (Kepuasan Wisatawan) menghasilkan nilai AVE 0,603. Dilihat dari hasil AVE pada masing-masing variabel yang peneliti uji maka penelitian ini tiap variabel sudah melebihi batas maksimum 0,5 sehingga penelitian ini dapat dinyatakan VALID.

b. Uji Validitas Diskriminan: Menurut Ghozali (2021) uji validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk atau variabel pengukuran yang diukur secara empiris benar-benar berbeda dari konstruk atau variabel pengukuran lainnya diukur dalam penelitian yang sama. Untuk mengetahui memadainya suatu diskriminan dalam suatu konstruk dengan perbandingan yang menghasilkan angka lebih besar antara nilai *loading* konstruk yang dituju dengan nilai *loading* yang lainnya.

- Kriteria *Fornell-Larcker*: Digunakan untuk menilai validitas diskriminan. Menurut Ghozali (2021:67), terdapat dua kriteria untuk menilai uji validitas dalam outer model, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*. Uji validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk atau variabel pengukuran yang diukur secara empiris benar-benar berbeda dari konstruk atau variabel pengukuran lainnya yang diukur dalam penelitian yang sama. Kriteria *Fornell-Larcker* membandingkan akar dari nilai AVE (Average Variance Extracted) dengan korelasi variabel laten. Secara khusus, akar dari AVE setiap konstruk harus lebih besar dari korelasi tertinggi dengan konstruk lainnya.

Tabel 12. Kriteria Fornell-Larcker

	Komponen Destinasi Wisata (X1)	Kepuasan Wisatawan (Z)	Keputusan Berkunjung Ulang (Y)
Komponen Destinasi Wisata (X1)	0,757		
Kepuasan Wisatawan (Z)	0,181	0,776	
Keputusan Berkunjung Ulang (Y)	0,166	0,776	0,853

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Pada uji Kriteria *Fornell-Larcker* variabel dinyatakan VALID apabila, konstruksi laten harus menjelaskan nilai yang lebih baik pada indikatornya sendiri daripada nilai varian dari konstruksi laten lainnya atau nilai indikator sendiri > nilai varian dari konstruksi laten lain (Ab Hamid et al., 2017). Maka dapat disimpulkan pada Tabel 4.7 dinyatakan VALID dikarenakan nilai indikator yang dimiliki tiap-tiap variabel. Pada variabel X1 (Komponen Destinasi Wisata), untuk variabel Y (Keputusan Berkunjung Ulang) dan variabel Z (Kepuasan Wisatawan) lebih besar dari nilai varian dari konstruksi laten lain.

- *Cross Loading*: Metode untuk mengevaluasi validitas diskriminan pada *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Nilai *cross-loading* menunjukkan seberapa besar suatu indikator memuat informasi tentang konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Nilai *cross-loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7.

Tabel 13. Cross Loading

Komponen Destinasi Wisata (X1)			
X1.1	0,798	X3.6	0,365
X1.2	0,804	Z.1	0,105
X1.3	0,724	Z.2	0,159
X1.4	0,714	Z.3	0,184
X1.5	0,754	Z.4	0,038
X1.6	0,771	Z.5	0,144
X1.7	0,725	Z.6	0,125

X1.8	0,788	Z.7	0,172
X1.9	0,703	Z.8	0,198
X1.10	0,804	Z.9	0,064
X1.11	0,743	Z.10	0,096
X1.12	0,745	Z.11	0,125
X2.1	0,208	Z.12	0,153
X2.2	0,244	Z.13	0,193
X2.3	0,326	Z.14	0,144
X2.4	0,319	Z.15	0,178
X2.5	0,230	Y.1	0,146
X2.6	0,294	Y.2	0,134
X2.7	0,326	Y.3	0,168
X2.8	0,238	Y.4	0,159
X3.1	0,393	Y.5	0,134
X3.2	0,406	Y.6	0,134
X3.3	0,420	Y.7	0,141
X3.4	0,409	Y.8	0,122
X3.5	0,442	Y.9	0,133

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Variabel dinyatakan valid apabila nilai indikator pembeban pada konstruksi masing-masing harus lebih tinggi dari semua indikator pembeban konstruksi lainnya dengan syarat nilai cross loading-nya $> 0,70$ (Ab Hamid et al., 2017) dan Alfa et al., (2017) menyatakan apabila bahwa indikator mempunyai korelasi yang lebih tinggi dengan variabel laten lainnya, daripada variabel latennya sendiri, maka kesesuaian model harus dipertimbangkan ulang. Pada tabel diketahui bahwa pada tiap indikator sendiri lebih besar daripada nilai indikator variabel laten lainnya, maka dinyatakan tiap masing-masing indikator adalah VALID.

- c. Uji Realibilitas: Alfa et al., (2017) menyatakan bahwa suatu variabel laten dapat dikatakan reliabilitas yang baik apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7.
- Cronbach's Alpha: Nilai *cronbach's alpha* mengukur konsistensi internal dari suatu indikator dengan nilai minimal yang diharapkan adalah 0,7 pendapat lain menjelaskan bahwa minimal dari pengujian ini adalah 0,6 untuk seluruh konstruk yang terdapat dalam penelitian (Musyaffi, 2022).

Tabel 14 Cronbach's Alpha

Komponen Destinasi Wisata (X1)	0,932
Kepuasan Wisatawan (Z)	0,952
Keputusan Berkunjung Ulang (Y)	0,952

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Dapat diketahui hasil dari setiap variabel pada Tabel 4.11 menunjukkan hasil nilai dari variabel Komponen Destinasi Wisata, Kepuasan Wisatawan, dan Keputusan Berkunjung Ulang lebih besar dari minimum 0,60 disimpulkan bahwa variabel ini dinyatakan RELIABEL.

- Composite Reliability: Nilai *composite reliability* merupakan ukuran untuk mengukur reliabilitas suatu indikator, dengan nilai harapan minimal 0,7 dan apabila nilai *composite reliability* di atas 0,8 maka dapat disimpulkan data yang ada memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi (Musyaffi, 2022).

Tabel 15. Composite Reliability

Komponen Destinasi Wisata (X1)	0,941
Kepuasan Wisatawan (Z)	0,958
Keputusan Berkunjung Ulang (Y)	0,960

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Dapat dilihat dari tabel bahwa pada variabel yang telah diujikan menunjukkan hasil nilai dari variabel Komponen Destinasi Wisata, Kepuasan Wisatawan, dan

Keputusan Berkunjung Ulang memiliki nilai diatas minimum atau lebih besar dari 0,7 maka dapat disimpulkan bahwasanya semua variabel yang di uji dari Tabel dapat dinyatakan RELIABEL.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Kode Item	Kategori Jawaban Responden					Min	Max	Mean	Mean Per-Sub Variabel	Mean Variabel
		1	2	3	4	5					
Komponen Destinasi Wisata (X1)	X1.1	-	2	22	150	166	1	5	4,41	4,41	4,39
	X1.2	-	-	25	145	170	1	5	4,42		
	X1.3	-	2	29	142	167	1	5	4,39		
	X1.4	-	-	28	147	165	1	5	4,40	4,42	
	X1.5	-	1	28	133	178	1	5	4,43		
	X1.6	-	-	27	143	170	1	5	4,42		
	X1.7	-	1	25	173	141	1	5	4,33	4,35	
	X1.8	-	1	19	174	146	1	5	4,36		
	X1.9	-	-	28	157	155	1	5	4,37		
	X1.10	-	-	24	139	177	1	5	4,45	4,37	
	X1.11	-	1	30	175	134	1	5	4,30		
	X1.12	-	1	22	167	150	1	5	4,37		

Kepuasan Wisatawan (Z)	Z.1	10	41	95	117	77	1	5	3,61	3,73	3,63
	Z.2	3	22	98	135	81	1	5	3,79		
	Z.3	5	34	76	133	92	1	5	3,80		
	Z.4	3	34	77	145	81	1	5	3,78	3,69	
	Z.5	13	54	106	102	65	1	5	3,44		
	Z.6	3	22	87	138	90	1	5	3,85		
	Z.7	11	44	113	111	61	1	5	3,49	3,66	
	Z.8	3	22	106	125	90	1	5	3,81		
	Z.9	3	37	97	133	70	1	5	3,67		
	Z.10	12	50	91	117	70	1	5	3,53	3,52	
	Z.11	10	49	112	95	74	1	5	3,51		
	Z.12	14	44	102	109	71	1	5	3,52		
	Z.13	10	39	87	134	70	1	5	3,63	3,56	
	Z.14	10	54	113	106	57	1	5	3,42		
	Z.15	8	30	14	120	71	1	5	3,63		
Keputusan Berkunjung Ulang (Y)	Y.1	18	26	75	125	96	1	5	3,75	3,95	3,90
	Y.2	9	15	61	106	149	1	5	4,09		
	Y.3	8	17	69	110	136	1	5	4,02		
	Y.4	14	24	72	119	111	1	5	3,85	3,89	
	Y.5	14	23	65	121	117	1	5	3,89		
	Y.6	10	24	63	123	120	1	5	3,93		
	Y.7	14	31	64	111	120	1	5	3,85	2,85	
	Y.8	11	19	68	117	125	1	5	3,95		
	Y.9	20	29	69	120	102	1	5	3,75		
Total Nilai Rata-Rata										4,11	

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan penilaian responden pada tabel Analisis Statistik Deskriptif Variabel untuk variabel Komponen Destinasi Wisata (X1) diperoleh angka mean sebesar \sum 4,39 besaran mean tersebut berada pada rentang 4,20 – 5,00 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi, , sedangkan variabel Keputusan Berkunjung Ulang (Y) memiliki angka mean \sum 3,90 berada pada rentang 3,40 – 4,19 termasuk dalam kategori tinggi, serta variabel Kepuasan Wisatawan (Z) memiliki angka mean \sum 3,63 yang berada pada rentang 3,40 – 4,19 termasuk dalam katategori tinggi. Berdasarkan hasil keseluruhan nilai rata-rata tertinggi dari variabel yang diteliti yaitu Komponen Destinasi Wisata (X1).

B. Pembahasan

Penelitian ini telah menetapkan tujuan untuk mengetahui apakah komponen destinasi wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ulang dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel *intervening*. Pembahasan ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini bahwa variabel komponen destinasi wisata (atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan pelayanan tambahan) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai *T statistics* $1,839 < 1,97$

dan nilai *P value* $0,067 > 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sudarwan *et al.*, (2021) yang menemukan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurina *et al.*, (2024) yang mengungkapkan bahwa aksesibilitas dan fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan, dan hasil penelitian dari Dewandaru *et al.*, (2021) menemukan bahwa aksesibilitas dan pelayanan tambahan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa daya tarik yang dimiliki oleh Desa Wisata Burai belum memiliki keunikan atau keunggulan kompetitif yang berbeda dibandingkan dengan destinasi wisata lain yang dapat memikat wisatawan secara khusus. Dimana wisatawan yang berkunjung berharap dapat menemukan sesuatu yang benar-benar khas dan hanya bisa ditemukan di Desa Wisata Burai, tetapi apa yang ditemukan cukup umum dan bisa ditemui di tempat yang lain. Aksesibilitas yang meliputi transportasi dan infrastruktur jalan masih menjadi kendala, akses menuju Desa Wisata Burai sulit dijangkau, dengan kondisi jalan banyak yang berlubang, minimnya penunjuk arah ke lokasi dimana kondisi jalan yang sangat sepi jarang dilewati oleh Masyarakat sekitar untuk menanyakan arah dan untuk menuju kesana dibutuhkan waktu yang cukup lama dan transportasi umum untuk menuju ke Desa Wisata Burai tidak ada. Fasilitas yang disediakan kurang memadai seperti toilet yang hanya ada di masjid. Pelayanan tambahan yang diharapkan seperti layanan pusat informasi, pemandu wisata lokal dan tenaga pengamanan kurang memadai. Ketika ingin mengetahui lebih banyak tentang sejarah dan budaya setempat, wisatawan kesulitan menemukan informasi lengkap, pemandu wisata yang ada kurang terlatih dan belum mampu memberikan penjelasan mendalam. Dapat disimpulkan bahwa komponen destinasi wisata yang sudah ada di Desa Wisata Burai masih belum bisa memberikan kepuasan kepada wisatawan.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti melalui bantuan *software SmartPLS 3* bahwa komponen destinasi wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dapat diartikan bahwa komponen destinasi wisata yang terdiri dari bermacam-macam atraksi yang bisa dinikmati, aksesibilitas yang sudah memadai untuk menuju ke Desa Wisata Burai seperti akses jalan yang baik, tersedianya papan penunjuk arah, dan parkir untuk pengunjung yang datang, fasilitas pendukung seperti toilet umum, tempat ibadah, tempat souvenir dan tersedia juga akomodasi untuk pengunjung yang ingin menginap dan pelayanan tambahan seperti layanan informasi dan pemandu wisata sudah disiapkan. Tetapi dari komponen destinasi wisata yang sudah ada belum bisa memberikan kepuasan kepada pengunjung yang datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Desa Wisata Burai yang telah membantu dan memberikan izin untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfa, A. A. G., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan *Structural Equation Modeling Partial Least Square*: Studi Kasus Konsumen Tempat Makan Di Kota Bandung. *Jurnal Eurekamatika*, 5(2), 59–71.
- Astuty, E. (2018). *Soft Innovation Sebagai Strategi Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Fesyen*. (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia). <http://repository.upi.edu/44734/>
- Camilleri, M. A. (2018). The planning and development of the tourism product. *Tourism Planning and Destination Marketing*, 1–23. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-291-220181001>.

- Dewandaru, B., Rahmadi, A. N., & Susilaningsih, N. (2021). Pengaruh Attraction, Accesibility, Amenity Dan Ancillary Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Wisata Besuki Kediri. In *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)* (pp. 498-508).
- Musthofa, F. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Wom (Word Of Mouth), Promosi Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Obyek Wisata Gunung Kemukus, Stagen, Jawa Tengah. (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Nurina, N., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2024). Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Daya Tarik terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Pesona Kumejing. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 4(3), 61-73.
- Istikhomah, D., & Nugraha, H. S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia, Tlatar, Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 147-154. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24831>
- Suwena, I Ketut dan I Gst Ngr Widyatmaja. 2010. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar : Udayana University.
- Yulianto, A. (2021). Peringkat Destinasi Dan Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Media Wisata*, 16(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v16i1.259>.