

INTEREST OF REVISIT WISATA PANTAI BIRU KECAMATAN TANJUNG BUMI KABUPATEN BANGKALAN

Interest In Revisiting Blue Beach Tourism, Tanjung Bumi District, Bangkalan Regency

ZULFAH MAZIDAH, NURUL ARIFYANTI*), DAN RESTI PRASTIKA DESTIARNI

Program Studi Agribisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Jawa Timur, Indonesia, 69162

*Email: nurul.arifyanti@trunojoyo.ac.id

Diterima 20 Januari 2025 / Disetujui 23 Mei 2025

ABSTRACT

Maintaining tourist loyalty to a destination is one of the problems in tourism management. Pantai Biru, a popular tourist spot in Bangkalan Regency, is quite promising because of its natural beauty, but the number of visitors has decreased. The purpose of this study was to analyze how the image of the tourist destination and visitor satisfaction affect the intention to revisit Pantai Biru tourism. This study applies a quantitative approach, data were collected through distributing questionnaires to respondents and multiple linear regression was used for data analysis. The findings of the study indicate that the image of the tourist destination and visitor satisfaction have a simultaneous influence on the intention to revisit, partially visitor satisfaction has no significant effect while the image of the destination has a significant effect. This makes it important to have a satisfying tourism experience in building visitor loyalty, while the image of the destination needs to be strengthened to contribute more to the intention to revisit. Recommendations to managers can improve facilities, and continue to maintain visitor satisfaction so that they feel happy and comfortable.

Keywords: perception, regression, tourism, visitor.

ABSTRAK

Menjaga loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi adalah salah satu permasalahan dalam pengelolaan pariwisata. Pantai biru yang menjadi tempat wisata populer di Kabupaten Bangkalan ini cukup menjanjikan karena keindahan alamnya, namun jumlah pengunjungnya mengalami penurunan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke wisata Pantai Biru. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden dan regresi linear berganda digunakan untuk analisis datanya. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali, secara parsial kepuasan pengunjung tidak berpengaruh signifikan sedangkan citra destinasi berpengaruh signifikan. Hal ini menjadikan pentingnya pengalaman wisata yang memuaskan dalam membangun loyalitas pengunjung, sementara citra destinasi perlu diperkuat agar lebih berkontribusi terhadap minat berkunjung ulang. Rekomendasi kepada pengelola dapat meningkatkan fasilitas, serta terus menjaga kepuasan pengunjung agar merasa senang dan nyaman.

Kata kunci: loyalitas, pariwisata, persepsi, regresi.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata sekarang ini menjadi salah satu fokus pengembangan industri di berbagai negara karena melibatkan berbagai kegiatan dan bisnis yang saling berhubungan (Nuryani & Winata 2023). Pengembangan pariwisata dinilai menguntungkan karena dapat menjadikannya sumber pendapatan bagi daerah dan negara, serta mendukung pertumbuhan ekonomi melalui wisatawan domestik dan mancanegara (Mahfudhotin *et al.* 2020). Suatu aktivitas kunjungan terhadap destinasi wisata dapat berdampak positif pada peningkatan taraf hidup masyarakat di daerah sekitar destinasi wisata (S. Lestari *et al.* 2022). Dampak positifnya dapat mencakup berkurangnya kesenjangan sosial, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penurunan tingkat kriminalitas (Sholeha *et al.* 2022). Salah satu wilayah yang memiliki potensi yang tinggi untuk mengembangkan sektor pariwisatanya adalah Pulau Madura, berkat kekayaan budaya, tradisi, dan keindahan alam yang dimiliki. Apabila dikelola dengan tepat, potensi tersebut dapat menjadi daya tarik wisata yang menguntungkan untuk lingkungan sekitar.

Keberagaman potensi wisata yang dimiliki Pulau Madura mampu menarik wisatawan lokal maupun asing dengan memanfaatkan kekayaan alam dan budayanya (Anugerah *et al.* 2024). Kekayaan alamnya menawarkan berbagai destinasi seperti pantai dan mangrove labuhan yang menggabungkan keindahan alam dengan konservasi lingkungan. Pada sisi budaya, Pulau Madura dikenal dengan tradisi Karapan Sapi yang telah menjadi daya tarik tersendiri dan juga batik tulis Madura dengan warna-warna cerah dan motif khasnya mencerminkan kekayaan seni dan filosofi lokal. Suatu wilayah yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata, salah satunya yaitu Kabupaten Bangkalan (Apridia & Dahruji 2022). Kabupaten Bangkalan memiliki beragam jenis wisata yang dapat dikategorikan menjadi wisata alam (pantai dan bukit), wisata religi (makam) dan wisata budaya (museum) (Ummah & Hipni 2021). Salah satu

wisata alam yang penuh dengan keindahan lautnya yaitu Pantai Biru yang tepatnya berlokasi di Desa Telaga Biru, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan (Abdullah & Ayusafitri 2022).

Pantai Biru adalah destinasi yang diresmikan pada tahun 2019 dan telah menarik perhatian pengunjung. Pantai Biru menawarkan pemandangan yang indah dan daya tarik tersendiri dengan berbagai spot foto dan fasilitas pendukung seperti kolam renang, bebek air dan balon udara serta tempat beristirahat sambil menikmati keindahan alam sekitar untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Pantai Biru memiliki keindahan alam dan fasilitas menarik yang seharusnya dapat terus menjadi daya tarik utama bagi pengunjung, namun pada jumlah pengunjung Pantai Biru masih mengalami fluktuatif di setiap tahunnya. Jumlah pengunjung Pantai Biru pada tahun 2022 yaitu 35.619, sedangkan pada tahun 2023 yaitu 13.651 sehingga dapat dilihat bahwa terjadi trend penurunan sebanyak 61,67% (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata 2023). Salah satu komponen yang menyebabkan fluktuasi pada situasi tersebut yaitu kurangnya pengelolaan yang optimal serta promosi yang belum optimal dapat menjadi kendala dalam menarik wisatawan secara konsisten.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Wisata Pantai Biru Tahun 2022-2023

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung Tahun 2022	Jumlah Pengunjung Tahun 2023	Persentase
1.	Januari	4.015	860	(-) 78,58%
2.	Februari	1.994	786	(-) 60,58%
3.	Maret	2.491	1.065	(-) 57,25%
4.	April	7.396	3.925	(-) 46,93%
5.	Mei	12.300	1.150	(-) 90,65%
6.	Juni	2.790	950	(-) 65,95%
7.	Juli	450	957	112,67%
8.	Agustus	87	351	303,45%
9.	September	300	493	64,33%
10.	Oktober	1.200	973	(-) 18,92%
11.	November	875	694	(-) 20,69%
12.	Desember	1.721	1.447	(-) 15,92%
	Total	35.619	13.651	(-) 61,67%

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan

Pada Tabel 1 mengindikasikan jumlah periode pengunjung yang berfluktuatif di setiap bulannya. Pengunjung terbanyak wisata Pantai Biru terjadi pada Bulan Mei 2022 dan April 2023. Hal tersebut terjadi karena bersamaan dengan libur Hari Raya Idul Fitri sehingga ramai masyarakat mengunjungi Pantai Biru, namun jumlah kunjungan pada Bulan April 2023 lebih rendah dibandingkan Bulan Mei 2022. Pada kondisi tersebut mengindikasikan bahwa jumlah pengunjung wisata Pantai Biru mengalami peningkatan hanya pada bulan tertentu.

Berdasarkan dari hasil wawancara, jumlah pengunjung menurun karena pengunjung cenderung tidak berkunjung kembali sehingga penting untuk menganalisis apa yang mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Hal tersebut perlu didukung dengan membangun citra yang positif untuk meningkatkan kepercayaan pengunjung dan daya tarik destinasi wisata sehingga memberikan kesan yang berbeda dari yang lain (Ngajow *et al.* 2021). Kepuasan pengunjung juga menjadi faktor kunci yang mendukung keberlanjutan sebuah objek wisata (Humairoh & Andriani 2024). Keberlanjutan sebuah objek wisata mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, dimana wisata dapat terus menarik pengunjung serta menawarkan keuntungan finansial bagi lingkungan sekitar, melindungi lingkungan, melestarikan nilai budaya dan daya tarik lokal (Melsadila 2023). Pengelola dapat membuat strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pengalaman wisatawan dengan mengetahui apa yang menarik perhatian dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali di Wisata Pantai Biru Kabupaten Bangkalan. Harapannya, tidak hanya dapat meningkatkan angka jumlah pengunjung, tetapi juga dapat membangun loyalitas yang tinggi sehingga Pantai Biru tetap menjadi destinasi pilihan bagi wisatawan di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pantai Biru, Desa Telaga Biru, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan pada bulan Oktober-Desember 2024. Peneliti memilih lokasi secara sengaja dilihat dari data tren penurunan kunjungan pada tahun 2022-2023. Peneliti menggunakan *accidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampel, yaitu metode pengambilan sampel secara kebetulan. Sampel diambil dari pengunjung yang memenuhi persyaratan tertentu dan kebetulan bertemu dengan peneliti. Persyaratan tersebut mencakup pengunjung yang pernah mengunjungi Pantai Biru minimal satu kali dan berusia antara 17-55 tahun, karena pada rentang usia tersebut masih dianggap mampu

berkomunikasi dan memberikan informasi dengan baik pada penelitian ini dan juga rentang usia tersebut biasanya lebih aktif dalam mencari pengalaman wisata, menikmati fasilitas yang ditawarkan, dan cenderung terlibat dalam berbagai aktivitas wisata seperti berfoto, menikmati wahana atau mencoba layanan tambahan yang tersedia pada suatu destinasi (Wisaksono *et al.* 2024). Maka dari itu, mereka dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait daya tarik dan kualitas pengalaman yang ditawarkan oleh Pantai Biru. Seluruh wisatawan yang mengunjungi Wisata Pantai Biru sebagai populasi penelitian. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin yang memungkinkan peneliti memperoleh ukuran sampel yang representatif dan akurat dari total populasi 13.651 pada tahun 2023. Penggunaan teori Slovin ini dipilih karena dapat menghemat waktu dan sumber daya penelitian sekaligus memastikan hasil yang akurat. Rumus teori slovin (Dewi *et al.* 2023) yaitu :

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

Ket :

n = jumlah sampel

N= populasi

e = taraf kesalahan, menggunakan taraf 10%

$$n = \frac{13.651}{1 + 13.651 (0,1)^2}$$

$$= \frac{13.651}{1,13651}$$

$$= 11.999,72 \text{ dibulatkan menjadi } 12.000$$

Berdasarkan rumus slovin yang menggunakan taraf kesalahan 10%, diperoleh sampel sejumlah 12.000 responden. Data primer dikumpulkan dari responden Wisata Pantai Biru menggunakan wawancara (kuesioner) yang mencakup aspek citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung dan terhadap minat berkunjung kembali. Indikator citra destinasi wisata yang digunakan terdiri dari spot foto, perasaan nyaman, keunikan wisata, pemandangan, wahana permainan, kebersihan lingkungan, harga tiket, pengadaan *event* atau acara dan informasi (Gustia & Putra 2021). Indikator kepuasan pengunjung seperti kesenangan, pelayanan, fasilitas, kendala dan keindahan (Dilla & Surono 2022). Indikator minat berkunjung kembali terdiri dari kepuasan pelayanan, manfaat yang dirasakan, wisata yang menarik dan rekomendasi (Zahra *et al.* 2023). Kuesioner ini menggunakan pertanyaan tertutup untuk memudahkan responden dalam memberikan jawaban. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan Skala Likert dengan empat tingkat penilaian, sebagaimana dikutip dari Soraya *et al.* (2021) yaitu :

1 = Sangat Setuju (SS)

2 = Setuju (S)

3 = Tidak Setuju (TS)

4 = Sangat Tidak Setuju (STS).

Peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis data pada penelitian. Beberapa uji yang digunakan peneliti yaitu uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan linearitas. Uji hipotesis yang digunakan yaitu uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Peneliti tidak menggunakan uji autokorelasi disebabkan data yang dianalisis bersifat cross-sectional (data dikumpulkan pada satu waktu tertentu dari berbagai responden). Pada regresi linier berganda, uji autokorelasi hanya akurat untuk data time series yang memiliki dimensi waktu (Budi *et al.* 2024). Uji asumsi klasik menjamin persamaan regresi yang dihasilkan benar dan bebas dari bias, sedangkan uji hipotesis menganalisis hubungan atau pengaruh antara citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung pada minat berkunjung kembali.

Tujuan dari uji validitas adalah mengukur apa yang hendak diukur dari suatu alat ukur. Jika suatu alat ukur memenuhi persyaratan tertentu, alat ukur tersebut dianggap valid. Jika r hitung $>$ r tabel, sehingga alat ukur dikatakan valid. Alat ukur dikatakan tidak valid jika r hitung $<$ r tabel (Slamet & Wahyuningsih 2022). Uji Reliabilitas merupakan derajat konsistensi dari suatu alat ukur.

Tujuan uji reliabilitas yaitu mengetahui alat ukur yang digunakan bisa diandalkan dan konsisten apabila pengukuran diulang. Sesuai kriteria, item pernyataan kuesioner dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70. Sebaliknya, item pernyataan kuesioner dianggap tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,70 (Slamet & Wahyuningsih 2022).

Variabel model regresi citra destinasi wisata, kepuasan pengunjung, dan minat berkunjung kembali terdistribusi secara normal merupakan tujuan dari uji normalitas. Menentukan kenormalan menggunakan *Uji Kolmogorov-Smirnov*. Data penelitian dianggap berdistribusi normal apabila nilai probabilitasnya lebih besar 0,05. Data penelitian dianggap tidak normal jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 (Murdani & Martha 2023).

Variabel citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung memiliki korelasi yang sangat kuat dengan variabel minat berkunjung kembali merupakan tujuan dari uji multikolinearitas. Mendeteksi multikolinearitas dapat menggunakan Angka *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Murdani & Martha 2023).

Mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi yaitu tujuan dari uji heteroskedastisitas. Peneliti melakukan uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Rank Spearman*. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Kinanti *et al.* 2020).

Variabel citra destinasi wisata, kepuasan pengunjung, dan minat berkunjung kembali berhubungan linier dapat dipastikan dengan menggunakan uji linieritas. Terdapat hubungan yang linier antar variabel apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka tidak linier (Chandra & Ardiansyah 2024).

Variabel citra destinasi wisata (X1) dan kepuasan pengunjung (X2) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (Y) dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Berikut adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan (Murdani & Martha, 2023) :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Minat Berkunjung Kembali

X1 = Citra Destinasi Wisata

X2 = Kepuasan Pengunjung

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

ϵ = error

Mengetahui citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali menggunakan Uji F. Berdasarkan nilai F hitung, F tabel, dan nilai signifikansi, berikut kriteria pengambilan keputusan uji F (Kinanti *et al.* 2020) :

1. H_0 diterima, jika F hitung < F tabel dan nilai signifikansi > 0,05. Hal tersebut mengindikasikan citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung tidak berpengaruh secara simultan pada minat berkunjung kembali.
2. H_0 ditolak, jika F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Hal tersebut mengindikasikan citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung berpengaruh secara bersamaan pada minat berkunjung kembali.

Signifikansi setiap variabel citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung secara terpisah dalam menjelaskan variasi variabel minat berkunjung kembali diuji dengan uji T. Nilai pengaruh dan signifikansi secara parsial mengindikasikan tolak ukur pengambilan keputusan pada uji t yaitu (Kinanti *et al.* 2020) :

1. H_0 diterima, jika t hitung < t tabel dan nilai signifikansi > 0,05. Hal tersebut mengindikasikan citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung tidak berpengaruh secara parsial pada minat berkunjung kembali.
2. H_0 ditolak, jika t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Hal tersebut menjelaskan citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung berpengaruh secara parsial pada minat berkunjung kembali.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai model regresi bisa menjabarkan perubahan variabel minat berkunjung kembali yang dipengaruhi variabel citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung. Nilai R^2 berada diantara

$$R^2$$

0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$), angka 0 mengindikasikan bahwa model tidak mampu menjelaskan adanya variasi pada variabel minat berkunjung kembali, dan angka 1 mengindikasikan bahwa model dapat menjelaskan seluruh variasi (Kinanti *et al.* 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Pantai Biru

Pantai Biru adalah salah satu tempat wisata populer di Desa Telaga Biru, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Wisatawan domestik maupun mancanegara bisa dengan mudah menjangkau pantai yang berjarak sekitar 44 km dari pusat Kota Bangkalan dan waktu perjalanan sekitar 1 jam untuk menuju destinasi wisata. Pengunjung dapat menggunakan berbagai moda transportasi, seperti kendaraan roda dua, kendaraan pribadi dan bus mini. Pihak pengelola juga memfasilitasi transportasi bus mini khusus untuk pengunjung yang datang menggunakan bus besar menuju Pantai Biru. Sebelum menjadi objek wisata, Pantai Biru dulunya merupakan tambak udang yang lama tidak terpakai dan warga menjadikan tempat tersebut sebagai Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Inspirasi untuk mengubah tempat tersebut menjadi destinasi wisata muncul dari Kepala Desa setempat sebagai bagian dari Perencanaan Anggaran Desa (PAD) tahun 2018. Melalui upaya tersebut, Pantai Biru diubah menjadi objek wisata yang kini menjadi kebanggaan masyarakat lokal.



Gambar 1. Wisata Pantai Biru

Pengelolaan Pantai Biru dilaksanakan oleh pemerintah desa dengan melibatkan masyarakat sekitar untuk mendukung aktivitas operasional dan pengembangan destinasi wisata. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata serta mendukung perekonomian daerah (Dwika *et al.* 2022). Daya tarik utama Pantai Biru terletak pada pemandangan lautnya yang indah dan suasana yang menenangkan, cocok untuk melepas penat. Destinasi Pantai Biru menawarkan berbagai fasilitas yang dapat dinikmati pengunjung, seperti kolam renang, bebek air, balon udara, serta berbagai spot foto menarik yang memanfaatkan keindahan alam sekitar. Wisata Pantai Biru menawarkan wahana edukasi batik tulis, yang memungkinkan pengunjung untuk mempelajari dan mengetahui proses pembuatan batik (Silfiya *et al.* 2023). Wahana ini juga berperan sebagai bagian dari upaya promosi potensi yang ada di desa tersebut.

2. Karakteristik Responden Pantai Biru

Usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, asal kota, dan pekerjaan digunakan sebagai karakteristik responden oleh peneliti.

Tabel 2. Karakteristik Responden Pantai Biru

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Usia	17-20 tahun	18	18%
	21-30 tahun	31	31%
	31-40 tahun	25	25%
	41-55 tahun	26	26%
Jenis Kelamin	Laki-laki	38	38%
	Perempuan	62	62%
Pendidikan Terakhir	SD	17	17%
	SMP	18	18%
	SMA	52	52%
	D3	5	5%
	S1	8	8%
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga	29	29%
	Karyawan Swasta	8	8%
	Pelajar/Mahasiswa	17	17%
	PNS	2	2%
	Wiraswasta	19	19%
	Petani	4	4%
	Pedagang	7	7%
Asal Kota	Lainnya	14	14%
	Bangkalan	72	72%
	Non-Bangkalan	11	11%
	Luar Madura	17	17%

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan karakteristik responden usia, mayoritas pengunjung Pantai Biru berasal dari kelompok usia dewasa muda 21-30 tahun dengan persentase 31%. Hal ini dapat terjadi karena kelompok usia ini cenderung lebih aktif mencari pengalaman baru, termasuk rekreasi dan wisata alam. Kelompok usia termuda memiliki proporsi yang lebih kecil, karena preferensi mereka lebih condong ke aktivitas lain yang lebih sesuai dengan gaya hidup mereka. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian Winarni & Alfian (2020), bahwa golongan usia 21-30 tahun merupakan pengunjung terbanyak. Mereka memiliki tingkat informasi yang lebih tinggi dan kesadaran yang lebih besar tentang pentingnya *refreshing*, sehingga menjadi lebih selektif dalam memilih tempat wisata.

Berdasarkan karakteristik responden jenis kelamin, pengunjung perempuan lebih dominan daripada laki-laki dengan persentase mencapai 62%. Hal ini menunjukkan bahwa Pantai Biru memiliki daya tarik khusus yang lebih sesuai dengan preferensi perempuan, seperti suasana yang nyaman, fasilitas yang mendukung kegiatan keluarga, atau berbagai spot foto. Penelitian tersebut selaras dengan Mulya *et al.* (2024), yang menjabarkan bahwa perempuan lebih sering terlibat dalam proses kunjungan ke suatu destinasi wisata.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan, pengunjung Pantai Biru dominan dengan tingkat pendidikan terakhir SMA dengan persentase 52%. Hal ini mengindikasikan bahwa destinasi ini cenderung menarik bagi kelompok dengan latar belakang pendidikan menengah, yang mungkin memiliki lebih banyak waktu luang atau preferensi untuk kegiatan rekreasi sederhana. Nugroho (2022) dalam penelitiannya, juga menjabarkan pengunjung utama dengan jenjang pendidikan terakhir SMA lebih banyak ditemukan di wisata Pantai Mutiara dan Sambera, Kalimantan Timur.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, kelompok ibu rumah tangga adalah mayoritas pengunjung Pantai Biru dengan persentase 29%. Hal ini disebabkan oleh fleksibilitas waktu yang dimiliki oleh ibu rumah tangga, yang memungkinkan mereka untuk mengunjungi tempat rekreasi bersama keluarga atau anak-anak. Kelompok pekerja PNS memiliki persentase lebih kecil, hal tersebut disebabkan oleh waktu luang yang terbatas karena komitmen pekerjaan atau mungkin lebih memilih destinasi rekreasi lain yang lebih dekat atau sesuai dengan kebutuhan mereka. Pernyataan ini berbeda dengan penelitian Firdaus & Anna (2023), yang menyebutkan bahwa pekerjaan sebagai PNS memiliki persentase yang lebih tinggi. Hal ini berpengaruh terhadap tingkat penghasilan dan ongkos/biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh pengunjung.

Karakteristik responden berdasarkan asal kota, pengunjung Pantai Biru didominasi oleh asal kota bangkalan dengan persentase 72%. Adapun pengunjung Pantai Biru yang terdapat dari asal kota non-Bangkalan yaitu Sampang, sedangkan dari luar Madura terdiri dari asal kota Surabaya, Nganjuk, Sidoarjo dan Pangkal Pinang. Hal tersebut mengindikasikan bahwa Pantai Biru menjadi objek wisata utama bagi masyarakat lokal. Lokasi yang dekat dan akses yang mudah menjadi faktor utama tingginya jumlah pengunjung dari daerah ini. Daada *et al.* (2022) dalam penelitiannya, juga mengindikasikan pengunjung dari masyarakat lokal memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengunjung dari luar kota di objek wisata Pantai Wainitu, Kota Ambon.

3. Uji Instrumen dan Uji Asumsi Klasik

a. Uji Validitas

Menguji setiap alat ukur pada variabel yang diteliti menggunakan uji validitas dilakukan untuk. Nilai r tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%) dan jumlah sampel 100 responden. Berdasarkan informasi tersebut, r tabel dapat dihitung sebagai berikut: dengan $n = 100$ dan $\alpha = 0,05$, derajat kebebasan (Df) dihitung sebagai $n-2 = 100-2 = 98$, sehingga r tabel = 0,196. Instrumen dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari 0,196.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Citra Destinasi Wisata (X1)	Spot Foto	0,817	0,196	VALID
	Kenyamanan	0,720	0,196	VALID
	Keunikan	0,810	0,196	VALID
	Pemandangan	0,823	0,196	VALID
	Wahana Air	0,808	0,196	VALID
	Lingkungan	0,768	0,196	VALID
	Harga Tiket	0,793	0,196	VALID
	Event	0,871	0,196	VALID
	Informasi	0,757	0,196	VALID
Kepuasan Pengunjung (X2)	Kesenangan	0,928	0,196	VALID
	Pelayanan	0,858	0,196	VALID
	Fasilitas	0,895	0,196	VALID
	Kendala	0,886	0,196	VALID
	Keindahan	0,924	0,196	VALID
Minat Berkunjung Kembali (Y)	Pelayanan Puas	0,914	0,196	VALID
	Manfaat	0,946	0,196	VALID
	Wisata Menarik	0,896	0,196	VALID
	Rekomendasi	0,933	0,196	VALID

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Setiap instrumen yang digunakan menyatakan r hitung lebih besar dari r tabel dengan nilai 0,196. Maka setiap instrumen pada setiap variabel adalah sah. Validitas ini mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan dalam alat ini benar-benar relevan dan membantu mengukur variabel citra destinasi wisata, kepuasan pengunjung, dan minat berkunjung kembali. Alat yang valid akan meningkatkan kepercayaan terhadap temuan penelitian, karena data dikumpulkan menggunakan alat ukur yang sesuai.

b. Uji Reliabilitas

Pernyataan-pernyataan pada kuesioner dianggap reliabel dengan menggunakan uji reliabilitas. *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas, jika *Cronbach's Alpha* $> 0,70$, maka pernyataan pada kuesioner dapat dianggap reliabel (Slamet & Wahyuningsih 2022). *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menghitung setiap butir pernyataan pada suatu alat ukur dari suatu variabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Citra Destinasi Wisata (X1)	0,928	0,70	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (X2)	0,941	0,70	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,941	0,70	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Pada Tabel 4, hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,70. Hal tersebut menjelaskan bahwa seluruh variabel dapat dikatakan reliabel. Reliabel berarti instrumen tersebut mampu memberikan jawaban yang tidak berubah secara signifikan jika digunakan kembali dalam kondisi yang sama, serta dapat dipercaya untuk menghasilkan data yang stabil.

c. Uji Normalitas

Memastikan analisis statistik asumsi data berdistribusi normal yang sesuai merupakan tujuan dari uji normalitas. Apabila data tidak terdistribusi normal menyebabkan analisis statistik parametrik tidak akurat. Data terdistribusi secara normal menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov* apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,29877815
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,074
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,115 ^c

Sumber : Hasil Olaha Data, 2024

Nilai probabilitas pada *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,115 lebih besar dari 0,05. Hal tersebut mengindikasikan data residual model regresi untuk variabel citra destinasi wisata, kepuasan pengunjung, dan minat berkunjung kembali didistribusikan secara normal. Maka dari itu, asumsi normalitas dapat dianggap terpenuhi.

d. Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas

Multikolinearitas merujuk pada keadaan dimana model regresi yang dapat mengindikasikan hubungan korelasi antar variabel citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung berpengaruh pada variabel minat berkunjung kembali. Hubungan antara citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung pada minat berkunjung kembali dapat terusik, apabila korelasi tinggi setiap variabel. Nilai tolerance citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Model regresi kedua variabel tersebut tidak mengindikasikan adanya multikolinearitas, hasil analisis dapat dianggap valid untuk digunakan. Nilai Tolerance mengindikasikan proporsi variabilitas suatu variabel citra destinasi wisata yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan pengunjung. VIF (*Variance Inflation Factor*) mengukur seberapa besar variabel citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung saling berpengaruh.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Citra Destinasi Wisata (X1)	0,995	1,055	0,821	Tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas
Kepuasan Pengunjung (X2)	0,995	1,055	0,930	Tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Pada suatu model regresi, ketercapaian pada kriteria dinyatakan apabila varians residual bersifat seragam disebut sebagai heteroskedastisitas. Apabila terdapat heteroskedastisitas, maka koefisien estimasi regresi bisa tetap tidak bias, tetapi standar error yang dihasilkan bisa menjadi tidak akurat. Hal ini bisa menyebabkan uji signifikansi yang salah, seperti uji t atau F, yang mungkin tidak dapat diandalkan. Kedua variabel citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, model regresi ini tidak mengindikasikan heteroskedastisitas. Asumsi heteroskedastisitas telah terpenuhi dan model regresi ini dapat diandalkan untuk dianalisis lebih lanjut.

e. Uji Linieritas

Tujuan uji linieritas dilakukan untuk memastikan cukup mampu menggambarkan keterkaitan antara citra destinasi wisata, kepuasan pengunjung, dan minat berkunjung kembali. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dianggap ada hubungan linier sesuai kriteria pengujian yang ditentukan. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang dimiliki kedua variabel tersebut. Terdapat hubungan linier antara citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali.

Tabel 7. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Deviation From Linearity	Keterangan
Citra Destinasi Wisata (X1)	0,601	Linier
Kepuasan Pengunjung (X2)	0,747	Linier

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali

Faktor yang berpengaruh pada minat berkunjung kembali suatu objek wisata yaitu citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung. Mengetahui variabel citra destinasi wisata (X1) dan kepuasan pengunjung (X2) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (Y) menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = 6,086 + 0,091 X1 + 0,044 X2 + \epsilon$$

Persamaan di atas menjelaskan bahwa antara citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Pengaruh citra destinasi wisata (X1) lebih besar dibandingkan kepuasan pengunjung (X2), sehingga meningkatkan citra destinasi lebih efektif dalam meningkatkan minat berkunjung kembali (Y).

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,086	,705		8,629	,000
	X1	,091	,021	,399	4,326	,000
	X2	,044	,033	,121	1,309	,194

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Analisis regresi diperoleh hasil sebagai berikut :

- Koefisien regresi β_1 dengan nilai 0,091, hal tersebut menunjukkan kenaikan satu satuan variabel citra destinasi wisata sehingga variabel minat berkunjung kembali akan naik senilai 9,1%.
- Koefisien regresi β_2 dengan nilai 0,044, hal tersebut menunjukkan kenaikan satu satuan variabel kepuasan pengunjung sehingga variabel minat berkunjung kembali akan naik senilai 4,4%.

Uji F, uji T dan koefisien determinasi (R^2) adalah tiga komponen pengujian hipotesis. Pengaruh simultan citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung pada minat berkunjung kembali diuji dengan menggunakan uji F. Hasil uji F ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37,836	2	18,918	10,646	,000 ^b
	Residual	172,370	97	1,777		
	Total	210,206	99			

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan hasil uji F, H_0 ditolak karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel (3,09) dan nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05. Hal tersebut mengindikasikan citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung berpengaruh secara bersamaan pada minat berkunjung kembali. Semakin positif citra destinasi wisata, seperti keindahan alam, kebersihan, dan berbagai fasilitas yang dimiliki Pantai Biru, maka semakin tinggi pula daya tarik pantai tersebut di mata pengunjung. Kepuasan pengunjung juga tercipta melalui pengalaman positif selama kunjungan, seperti pelayanan yang baik, kenyamanan, dan harga yang sesuai juga meningkatkan pengunjung untuk kembali mengunjungi wisata Pantai Biru. Kombinasi antara citra yang kuat dan pengalaman yang memuaskan dapat menciptakan kesan yang mendalam, membangun loyalitas pengunjung, dan mendukung niat untuk kembali ke Pantai Biru di masa mendatang. Pengelola Pantai Biru perlu mempertahankan citra positif dan terus meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan kunjungan wisata. Wijayanti *et al.* (2024) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung berpengaruh secara simultan pada minat berkunjung kembali. Minat untuk kembali dapat didorong oleh pandangan yang baik terhadap lokasi wisata dan tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi.

Koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana variabel citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung menjabarkan variasi dalam variabel minat berkunjung kembali.

Tabel 10. Hasil Koefisien Detreminasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,424 ^a	,180	,163	1,33305

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Pada Tabel 10, diperoleh nilai 0,163 atau 16,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa minat berkunjung kembali bisa dijabarkan oleh variabel citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung senilai 16,3% dan sisanya 83,7% diperoleh dari variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian. Penelitian sebelumnya oleh Wijayanti *et al.* (2024) juga mengindikasikan bahwa meskipun faktor citra destinasi dan kepuasan pengunjung memberikan kontribusi besar pada minat berkunjung kembali, faktor-faktor lain seperti pengalaman pribadi dan aksesibilitas juga berpengaruh. Kornelius & Hudiono (2024) juga menjelaskan bahwa faktor-faktor eksternal, seperti promosi yang efektif dan rekomendasi dari mulut ke mulut, memiliki dampak penting yang tidak dapat diabaikan. Pengelola Pantai Biru perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi, serta berfokus pada perbaikan aspek-aspek yang masih kurang optimal dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan pengunjung.

Menguji pengaruh secara parsial hubungan antara citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali menggunakan uji T. H_0 ditolak untuk variabel citra destinasi wisata (X_1) disebabkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,984) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sesuai perolehan uji T pada Tabel 8, variabel citra destinasi wisata berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung kembali. Hal tersebut mengindikasikan citra destinasi wisata yang baik mampu mengembangkan dan dapat menjadi pertimbangan pengunjung untuk mengunjungi kembali wisata Pantai Biru. Sesuai hasil pernyataan kuesioner, sebagian besar responden setuju bahwa Pantai Biru menarik untuk dikunjungi karena pemandangan alamnya (71%), wahana permainan air yang menjadi kesenangan pengunjung (80%), lingkungan di Pantai Biru bersih dan sehat (95%), harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan (86%), dan informasi mengenai Pantai Biru mudah ditemukan di media sosial (99%). Terdapat beberapa aspek yang mendapat tanggapan kurang positif dari responden, seperti Pantai Biru yang kurang memiliki berbagai spot foto yang indah (77%), kurang nyaman untuk dijadikan tempat tujuan wisata (92%), tidak memiliki suatu keunikan untuk dikunjungi (71%), serta kurang mengadakan *event* atau acara yang dapat menarik pengunjung (55%).

Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek keindahan alam, kebersihan lingkungan, wahana permainan, dan harga yang sesuai cukup kuat mempengaruhi minat kunjungan ulang meskipun fasilitas yang tersedia di Pantai Biru kurang baik untuk dimanfaatkan fungsinya. Mengembangkan destinasi wisata, citra yang positif perlu didukung dengan peningkatan daya tarik, seperti menyediakan fasilitas yang lebih baik, menghadirkan pengalaman yang berbeda, serta menciptakan aktivitas yang meninggalkan kesan mendalam. Cara tersebut tidak hanya menjadikan alat untuk menarik pengunjung baru tetapi juga mampu membangun loyalitas melalui pengalaman yang memuaskan. Sejalan dengan penelitian Ardiansyah & Ratnawili (2021) yang menjelaskan bahwa citra destinasi wisata berpengaruh signifikan pada minat berkunjung ulang. Hal ini menjelaskan citra destinasi yang baik dan fasilitas yang disediakan oleh pengelola wisata mampu menarik kunjungan ulang pengunjung wisata Wahana Surya Bengkulu. Citra yang baik dan persepsi terhadap citra daerah tujuan wisata mempengaruhi kepuasan dan minat mengunjungi kembali (Putri 2023). Pengelola

Pantai Biru masih perlu memperbaiki fasilitas yang ada, meningkatkan promosi, serta mengadakan event yang menarik sehingga terus menciptakan kesan yang mendalam dan mendorong loyalitas pengunjung.

Kepuasan pengunjung adalah faktor penentu yang lebih berpengaruh dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali. Nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (1,984) dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 pada variabel kepuasan pengunjung (X_2), maka H_0 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa minat berkunjung kembali tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kepuasan pengunjung. Sesuai hasil pernyataan kuesioner, kepuasan yang tidak bisa dirasakan pengunjung selama berkunjung di Pantai Biru, seperti saat berwisata di Pantai Biru tidak menyenangkan (69%) dan fasilitas yang ada kurang memuaskan pengunjung (81%), adapun kepuasan yang dapat dirasakan pengunjung seperti kepuasan pelayanan (93%), selama berwisata tidak terdapat hambatan (89%), dan keindahan Pantai Biru melebihi ekspektasi pengunjung (67%).

Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman kurang baik yang diperoleh pengunjung selama berada di Pantai Biru, seperti saat berwisata tidak merasakan kesenangan dan fasilitas yang tersedia masih kurang sehingga membuat pengunjung tidak mau mengunjungi kembali Pantai Biru. Pada pelayanan yang memuaskan mencakup keramahan petugas, tanggapan cepat pada kebutuhan pengunjung, serta kemampuan mengatasi masalah yang ada. Pelayanan tersebut menciptakan rasa nyaman dan kepuasan emosional yang dapat mendorong loyalitas pengunjung. Kelancaran wisata tanpa hambatan, seperti kemudahan akses wisata dan kemananan saat berwisata terjamin. Keindahan alam Pantai Biru yang lebih dari harapan juga menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung. Citra destinasi wisata cukup kuat untuk mempengaruhi minat berkunjung kembali, namun kepuasan yang tinggi terhadap pelayanan dan pengalaman yang menyenangkan dapat mendorong pengunjung untuk merencanakan kunjungan ulang. Sejalan dengan penelitian Fitriya (2023) yang menjelaskan bahwa minat berkunjung kembali pada objek wisata Kabupaten Kerinci secara langsung dipengaruhi oleh kepuasan pengunjung karena dapat menumbuhkan minat untuk berkunjung ulang. Citra destinasi wisata akan meningkat apabila kepuasan pengunjung dapat diterapkan dengan baik. Maka dari itu, pengelola Pantai Biru perlu memastikan kualitas pelayanan yang konsisten, meningkatkan fasilitas yang dapat memuaskan pengunjung, serta terus menjaga kebersihan dan keindahan alam untuk meningkatkan kepuasan yang berdampak positif pada minat berkunjung kembali.

SIMPULAN

Temuan analisis mengindikasikan bahwa citra destinasi wisata dan kepuasan pengunjung berpengaruh simultan pada minat berkunjung kembali. Citra destinasi wisata berpengaruh parsial, namun kepuasan pengunjung tidak memiliki pengaruh parsial. Kepuasan yang tidak bisa dirasakan pengunjung seperti kesenangan saat berkunjung dan fasilitas yang dinikmati kurang puas. Rekomendasi untuk pengelola Pantai Biru dalam menjaga keberlanjutan dan keberlangsungan objek wisata dengan memperkuat kepuasan pengunjung melalui peningkatan fasilitas wisata serta terus memastikan pengalaman wisatawan yang memuaskan dan mendorong minat berkunjung kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., & Ayusafitri, K. (2022). Tindakan Dan Pencegahan Tindak Pidana Pada Destinasi Tujuan Pariwisata Di Kabupaten Bangkalan Bagian Utara. *Artikel Ilmiah*, 1–11.
- 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 (Penataran)*, 5(2), 180–194. [Http://Journal.Stieken.Ac.Id/Index.Php/Penataran/Article/View/481](http://Journal.Stieken.Ac.Id/Index.Php/Penataran/Article/View/481)
- Anugerah, A. D., Arifin, S., & Putra, D. F. (2024). Arah Baru Pembangunan Pariwisata Madura. *Public Corner Fisip Universitas Wiraraja*, 19(1), 31–45. <https://doi.org/10.24929/Fisip.V19i1.3534>
- Apridia, M., & Dahruji. (2022). Analisis Potensi Destinasi Wisata Halal Di Daerah Pesisir Selatan Kabupaten Bangkalan (Kecamatan Kamal, Labang Dan Kwanyar). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 87–100.
- Ardiansyah, Y., & Ratnawili. (2021). Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(2), 129–137.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119. <https://doi.org/10.32877/Eb.V5i2.459>
- Ariesta, D., Sukotjo, E., & Suleman, N. R. (2020). The Effect Of Attraction, Accessibility And Facilities On Destination Images And It's Impact On Revisit Intention In The Marine Tourism Of The Wakatobi Regency. *International Journal Of Scientific And Technology Research*, 9(3), 6605–6613.
- Arkananti, E., & Idroes, S. (2024). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Loang Baloq Kota Mataram. *Journal Of Responsible Tourism (Jrt)*, 4(1), 187–190.
- Barokah, I., Sularso, A., & Handriana, T. (2020). Manajemen Pemasaran Pariwisata Dan Indikator Pengukuran. *Samudra Biru (Anggota Ikapi)*. <https://books.google.co.id/books?id=P->

- Yneaaqbaj&Newbks=1&Newbks_Redir=0&Printsec=Frontcover&Pg=Pa69&Dq=Indikator+Minat+Berkunjung&Hl=Id&Source=Gb_Mobile_Entity&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q=Indikator Minat Berkunjung&F=False
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik Dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam Tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Dan Autokorelasi Dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11. <https://doi.org/10.58812/Jmws.V3i01.878>
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.
- Chandra, D., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Wisata Di Kawasan Glodok. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 7(2), 1358–1373.
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48. <https://doi.org/10.35134/Ekobistek.V9i2.75>
- Daada, S., Lasaiiba, M. A., & Leuwol, F. S. (2022). Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Wainitu Kota Ambon Santy. *Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti*, 1(1), 38–46. <https://doi.org/10.30598/Jpguvoll1iss1pp60-68>
- Dewi, N., Azhar, A. A., & Zuhriah. (2023). Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Perilaku Citra Diri Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Uin Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(2), 1503–1510.
- Dewi, P. R. A., Sukaatmadja, P. G., Rahyuda, K., & Giantari, G. A. K. (2024). Konsep Niat Berkunjung Kembali Berdasarkan Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, Dan Kualitas Pelayanan (M. A. Wardana (Ed.)). *Cv. Intelektual Manifes Media*. https://books.google.co.id/books?id=Hkdyeaaqbaj&Newbks=1&Newbks_Redir=0&Printsec=Frontcover&Pg=Pa17&Dq=Teori+Citra+Destinasi&Hl=Id&Source=Gb_Mobile_Entity&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q=Teori Citra Destinasi&F=False
- Dilla, N. F., & Surono. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan The Langham Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 876–882.
- Dwika, M. N. F., Ardyansyah, F., & Hanifah, L. (2022). Analisis Studi Kelayakan Pantai Biru Sebagai Destinasi Wisata Halal Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(2), 218–232. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/mr/index>
- Firdaus, R. H., & Anna, A. N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Keruangan Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Dan Pantai Carita. *Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Fitriya, S. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Kabupaten Kerinci. *Jbee : Journal Business Economics And Entrepreneurship*, 5(2), 186–195.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- Gustia, A. E., & Putra, T. (2021). Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(1), 7–12. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.V2i1.24872>
- Humairoh, T., & Andriani, N. (2024). Citra Destinasi Dan Produk Wisata Berpengaruh Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pantai Slopeng Di Kabupaten Sumenep. *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(6), 6358–6370.
- Kinanti, M., Hafidhah, & Rina, A. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Konsumen Toko Ratu Textile Banda Aceh). *Jimebis*, 1(2), 1–20.
- Kornelius, T. A., & Hudiono, R. K. (2024). Analisa Pengaruh Fasilitas Terhadap Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Angka Kunjungan Di Desa Wisata Kertalangu. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 14589–14607.
- Lestari, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study Kasus Pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 153–166.
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/Ekobistek.V12i2.601>
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi Kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *Exero : Journal Of Research In Business And Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.V5i1.5037>
- Mahfudhotin, S., Nurfarida, I. N., & Hidayat, C. W. (2020). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen(Jrmm)*, 6(2), 1–6.
- Melsadila, M. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Melalui Daya Tarik Wisata Dan Destination Image Serta Pengaruhnya Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Alam Di Bandar Lampung. 1–97.

- Mulya, S. A., Neswardi, S., & Haries, A. (2024). Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Pantai Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 02(02), 6–13. <https://Ojs.Uniyos.Ac.Id/Index.Php/Ysej>
- Murdani, R., & Martha, L. (2023). Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *Nawasena : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 64–81. <https://doi.org/10.56910/Nawasena.V2i1.616>
- Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Emba*, 9(2), 92–100. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/Emba/article/view/33280>
- Nugroho, A. W. (2022). Pengembangan Wisata Pantai Di Kalimantan Timur Berdasarkan Karakteristik Dan Pendapat Pengunjung Serta Prinsip Kepariwisata. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(3), 597–607. <https://doi.org/10.14710/Jil.20.3.597-608>
- Nuryani, Y., & Winata, S. Y. A. (2023). Mengukur Minat Berkunjung Kembali Atas Dasar Media Sosial dan Citra Destinasi Wisata Pantai Lon Malang Di Sampangmadura. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 3(4), 613–628. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim>
- Putri, I. K. (2023). Peranan Atribut Destinasi Wisata Dalam Meningkatkan Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Geopark Merangin, Jambi. *Journal Of Comprehensive Science*, 2(8), 1303–1310.
- Riani, N. K. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian (Jip)*, 2(5), 1469–1474.
- Saragih, L., Muhamad, L. F., Korosando, F., Nurkomariyah, S., Mutiasari, A. I., Andayani, S. U., Nurchayati, Herdiansah, R., Amruddin, & Hartono, R. (2023). Konsep Dasar Manajemen Pemasaran. *Yayasan Cendikia Mulia Mandiri*. https://books.google.co.id/books?id=Uq--Eaaaqbaj&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&pg=pa84&dq=teori+minat+berkunjung&hl=id&source=gb_mobile_entity&redir_esc=y#v=onepage&q=teori+minat+berkunjung&f=false
- Sholeha, J. Atus, Novriyani, & Puspitasari, E. (2022). Dampak Positif Objek Wisata Pantai Kerang Mas Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Syari'ah Dan Hukum Islam*, 1(1), 94–102.
- Silfiya, M., Hermawan, R., & Adiyono. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Pantai Biru Kabupaten Bangkalan Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Sekitar. *Al-Mikraj Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-Issn 2745-4584)*, 4(1), 702–719. <https://doi.org/10.37680/almikraj.V4i1.4107>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.V17i2.428>
- Soraya, T., Sulistiyorini, R., & Persada, C. (2021). Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Transportasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Dan Preferensi Wisatawan Di Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmiah Fakultas Teknik Universitas Lampung*, 25(1), 10–14.
- Ummah, R., & Hipni, M. (2021). Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Kabupaten Bangkalan. *Kabilah: Journal Of Social Community*, 6(2), 33–48.
- Wijayanti, N. A. W., Fauzi, R. U. A., & Sidanti, H. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung Terhadap Keputusan Berkunjung Ulang Pada Pahlawan Street Center Di Kota Madiun. *Simba (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 6)*, 6.
- Winarni, E., & Alfian, M. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Kenjeran Lama Surabaya. *Jurnal Ekonomi*, 2(2), 59–65. <https://ojs.uniyos.ac.id/index.php/ysej>
- Wirawan, P. E., & Semara, I. M. T. (2021). Pengantar Pariwisata. *Ipb Internasional Press*.
- Wisaksono, A. T., Putri, F. A., & Gunawan, R. (2024). Kesadaran Mitigasi Bencana Tsunami Bagi Wisatawan Dan Warga Lokal Di Kabupaten Pangandaran. *Sosmaniora (Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora)*, 3(3), 270–277. <https://doi.org/10.55123/Sosmaniora.V3i3.3903>
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. *Simba: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4*, 4(3), 1–20.
- Yudian, R. A., & Dewi, L. (2022). Sarana Akomodasi Sebagai Penunjang Industri Pariwisata Di Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah (Jci)*, 2(4), 1301–1312. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.V2i4.4316>
- Zahra, N., Candra, Y., & Ramadhania. (2023). Fasilitas Wisata Dan Nilai Keuntungan Terhadap Kunjungan Ulang Wisatawan Konservasi Penangkaran Penyu Pantai Ampalu Kota Pariaman. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 1–9.