
Pengaruh Komponen Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Taman Bukit Siguntang Palembang, Sumatra Selatan

Orindia, Mira Maharani*, Mohammad Syaltut Abduh
Institut Pariwisata Trisakti
*miramaharani@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of tourism components on tourists' intention to revisit Taman Bukit Siguntang, Palembang, South Sumatra. A quantitative approach with a survey method was employed. Primary data were collected through questionnaires distributed to 100 tourists who had previously visited Taman Bukit Siguntang, while secondary data were obtained from relevant literature and supporting documents. Tourism components were measured through attractions, amenities, accessibility, and ancillary services, while revisit intention was measured based on the intention to revisit and recommend the destination. The data were analyzed using simple linear regression with the assistance of SPSS version 27. The results indicate that tourism components have a positive and significant effect on tourists' revisit intention, with a regression coefficient of 0.308, a t-value of 25.045, and a significance level of 0.001. The R-square value of 0.865 indicates that tourism components explain 86.5% of the variance in tourists' revisit intention. These findings highlight the importance of improving the quality of tourism components to encourage repeat visits to Taman Bukit Siguntang.

Keywords: tourism components, revisit intention

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komponen pariwisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Taman Bukit Siguntang, Palembang, Sumatra Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui kuesioner kepada 100 wisatawan yang pernah berkunjung ke Taman Bukit Siguntang, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur dan dokumen terkait. Komponen pariwisata diukur melalui atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan ancillary service, sedangkan minat berkunjung kembali diukur melalui indikator niat berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,308, t-hitung sebesar 25,045, dan signifikansi 0,001. Nilai R-Square sebesar 0,865 menunjukkan bahwa komponen pariwisata menjelaskan 86,5% variasi minat berkunjung kembali. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas komponen pariwisata untuk mendorong kunjungan ulang wisatawan di Taman Bukit Siguntang.

Kata Kunci: komponen pariwisata, minat berkunjung kembali

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian karena berkontribusi terhadap devisa negara, penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan pemerataan pembangunan, sebagai industri yang mencakup berbagai jasa seperti akomodasi, transportasi, makanan, rekreasi, dan pelayanan lainnya, pariwisata memiliki keterkaitan yang luas dengan berbagai aktivitas ekonomi (Herdiana, 2020). Namun, pandemi COVID-19 pada tahun 2020 memberikan dampak besar terhadap sektor pariwisata secara global, termasuk Indonesia, sekarang ini sektor pariwisata Indonesia mulai menunjukkan pemulihan seiring dengan berbagai strategi dan kebijakan pemerintah dalam mengembangkan destinasi wisata (Saadah et al., 2023).

Dalam perkembangan pariwisata, minat berkunjung kembali menjadi salah satu indikator penting keberhasilan suatu destinasi yang menunjukkan kesediaan wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi yang sama di masa mendatang sebagai bentuk respons terhadap pengalaman dan penilaian positif yang diperoleh selama kunjungan (Dewi & Musmini, 2023). Keinginan untuk melakukan kunjungan ulang dapat dipengaruhi oleh pengalaman yang nyaman, unik, autentik, dan berkesan, penilaian positif wisatawan terhadap suatu destinasi berkaitan dengan berbagai komponen pariwisata, antara lain atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan pelayanan pendukung (Adinata & Sakti, 2025).

Salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan pariwisata adalah Sumatra Selatan, khususnya Kota Palembang sebagai ibu kota provinsi sekaligus salah satu akses utama wisatawan menuju berbagai destinasi di Sumatra Selatan (Mayasari et al., 2022). Kota Palembang memiliki beragam objek wisata alam, budaya, sejarah, dan buatan yang terus dikembangkan melalui kerja sama berbagai pemangku kepentingan, walaupun jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan pada masa pandemi, perkembangan kembali terlihat setelah periode tersebut (Pidadari & Nuryanti, 2021). Kondisi ini menunjukkan pentingnya pengelolaan destinasi secara berkelanjutan melalui peningkatan daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, informasi, serta infrastruktur pendukung pariwisata (Hasanah et al., 2023).

Salah satu destinasi wisata sejarah di Kota Palembang adalah Taman Bukit Siguntang, yang merupakan peninggalan Kerajaan Sriwijaya dan memiliki nilai historis serta budaya yang kuat. Destinasi ini memiliki makam tokoh-tokoh yang berkaitan dengan sejarah Sriwijaya dan masyarakat Melayu serta dapat dimanfaatkan sebagai tempat wisata sejarah, kegiatan pendidikan, pertemuan, dan lokakarya. Di sisi lain, Taman Bukit Siguntang masih menghadapi sejumlah permasalahan, terutama terkait keterbatasan atraksi wisata dan amenitas. Atraksi yang tersedia dinilai masih didominasi oleh makam dan belum cukup beragam sehingga berpotensi menimbulkan pengalaman yang monoton bagi wisatawan. Selain itu, keterbatasan fasilitas seperti restoran, mesin ATM, dan tempat penjualan suvenir juga dapat mengurangi kenyamanan dan pengalaman pengunjung. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh komponen pariwisata, khususnya kualitas pelayanan, aksesibilitas, atraksi, dan amenitas, terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Taman Bukit Siguntang, Palembang, Sumatra Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Komponen Pariwisata

Komponen pariwisata merupakan unsur penting yang harus tersedia dalam suatu destinasi karena berkaitan dengan kemampuan destinasi dalam memberikan pengalaman dan kepuasan kepada wisatawan merupakan kesatuan komponen nyata dan tidak nyata yang dapat dirasakan wisatawan sebagai pengalaman selama berada di destinasi (Junianto, 2023). Komponen utama destinasi wisata terdiri atas atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan pendukung (Nasrullah et al., 2023). Atraksi menjadi daya tarik utama yang mendorong wisatawan berkunjung, amenitas mencakup fasilitas dan prasarana yang menunjang kebutuhan wisatawan, aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan mencapai destinasi, sedangkan pelayanan pendukung mencakup lembaga, informasi, pengelolaan, serta layanan lain yang mendukung kegiatan pariwisata (Ismail & Rohman, 2019).

Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan keinginan atau dorongan wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi yang sebelumnya telah dikunjungi berdasarkan pengalaman dan penilaian positif yang diperoleh selama kunjungan (Kadi et al., 2021). Minat berkunjung kembali menunjukkan kemungkinan wisatawan untuk kembali ke destinasi yang sama dan dapat mencerminkan bentuk loyalitas wisatawan yang juga dapat ditunjukkan melalui keinginan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain (Octaviany & Utami, 2017). Minat berkunjung kembali dapat diukur melalui niat untuk mengunjungi kembali dan niat untuk merekomendasikan yang mencerminkan kesediaan wisatawan untuk kembali berkunjung serta menyampaikan pengalaman positif kepada calon pengunjung lainnya (Purnama & Mujiatun, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena penelitian secara sistematis berdasarkan data numerik. Data diperoleh melalui observasi dan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk memperoleh kesimpulan yang objektif. Unit analisis penelitian adalah individu yang pernah berkunjung ke Taman Bukit Siguntang Palembang, Sumatra Selatan. Penelitian dilaksanakan di Kota Palembang, Provinsi Sumatra Selatan, dengan lokasi penelitian di Taman Bukit Siguntang.

Populasi penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Taman Bukit Siguntang, dengan jumlah populasi yang digunakan sebesar 7.920 wisatawan berdasarkan data kunjungan tiga tahun terakhir. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh hasil 98,75 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu Komponen Pariwisata (X) sebagai variabel bebas dan Minat Berkunjung Kembali (Y) sebagai variabel terikat. Komponen pariwisata diukur berdasarkan empat dimensi, yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary service*, sedangkan minat berkunjung kembali diukur melalui kemungkinan mengunjungi kembali, merekomendasikan destinasi, dan kesesuaian pengalaman wisata dengan harapan. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kepada wisatawan, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dari buku, jurnal ilmiah, situs web, dan dokumen yang relevan. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis secara

deskriptif menggunakan data yang diukur dengan skala Likert, nominal, dan interval. Sebelum analisis dilakukan, instrumen penelitian diuji validitasnya menggunakan SPSS dengan membandingkan nilai *r hitung* dan *r tabel* pada taraf signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	33	33%
	Perempuan	67	67%
Usia	18–25 tahun	79	79%
	25–35 tahun	9	9%
	35–45 tahun	9	9%
	>45 tahun	3	3%
Pendidikan	SMA/SMK	40	40%
	Diploma	12	12%
	Sarjana (S1)	46	46%
	Lainnya	2	2%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	72	72%
	Karyawan	28	28%
Domisili	Sumatra Selatan	43	43%
	Jabodetabek	38	38%
	Luar Sumatra	9	9%
	Lainnya	10	10%
Frekuensi Kunjungan	1 kali	69	69%
	2 kali	11	11%
	3 kali	10	10%
	>4 kali	10	10%
Sumber Informasi	Media sosial (TikTok, Instagram, YouTube)	46	46%
	Web pariwisata	10	10%
	Rekomendasi teman/keluarga	33	33%
	Agen perjalanan	4	4%
	Lainnya	7	7%

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik 100 responden menunjukkan bahwa wisatawan yang menjadi sampel penelitian didominasi oleh perempuan sebesar 67%, sedangkan laki-laki sebesar 33%. Dari sisi usia, mayoritas responden berada pada kelompok 18–25 tahun sebesar 79%, sementara kelompok usia 25–35 tahun dan 35–45 tahun masing-masing sebesar 9%, dan responden berusia di atas 45 tahun hanya sebesar 3%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh

wisatawan usia muda yang relatif aktif dalam melakukan kegiatan rekreasi dan memperoleh informasi mengenai destinasi wisata melalui media digital. Berdasarkan tingkat pendidikan, responden paling banyak berpendidikan Sarjana (S1) sebesar 46%, diikuti SMA/SMK sebesar 40%, Diploma sebesar 12%, dan pendidikan lainnya sebesar 2%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi.

Dari sisi pekerjaan, pelajar/mahasiswa mendominasi sebesar 72%, sedangkan karyawan sebesar 28%, sehingga karakteristik responden secara umum mencerminkan kelompok wisatawan muda yang masih berada dalam lingkungan pendidikan. Berdasarkan domisili, responden berasal dari Sumatra Selatan sebesar 43%, Jabodetabek sebesar 38%, luar Sumatra sebesar 9%, dan kategori lainnya sebesar 10%, yang menunjukkan bahwa Taman Bukit Siguntang tidak hanya menarik wisatawan lokal, tetapi juga memiliki jangkauan daya tarik hingga wisatawan dari wilayah Jabodetabek dan luar Sumatra. Ditinjau dari frekuensi kunjungan, sebanyak 69% responden baru mengunjungi destinasi satu kali, sedangkan 11% telah berkunjung dua kali, 10% tiga kali, dan 10% lebih dari empat kali; dominasi kunjungan pertama ini penting karena menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum memiliki pengalaman kunjungan berulang, sehingga penilaian mereka terhadap atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan destinasi terutama didasarkan pada pengalaman kunjungan awal.

Sementara itu, sumber informasi mengenai Taman Bukit Siguntang paling banyak berasal dari media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube sebesar 46%, diikuti rekomendasi teman atau keluarga sebesar 33%, web pariwisata sebesar 10%, sumber lainnya sebesar 7%, dan agen perjalanan hanya sebesar 4%. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan saluran informasi yang paling dominan dalam menjangkau wisatawan, terutama karena karakteristik responden didominasi kelompok usia 18–25 tahun.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item Kuisiner	r- hitung	r- tabel
Komponen Pariwisata			
Atraksi	Keindahan dan keunikan budaya di Taman Bukit Siguntang sangat menarik serta menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.	0,880	0.196
	Tersedia berbagai macam aktivitas dan atraksi yang menarik di Taman Bukit Siguntang, membuat kunjungan wisata lebih menyenangkan.	0,882	0.196
Amenitas	Fasilitas di Taman Bukit Siguntang terjaga kebersihannya dan selalu dalam kondisi baik untuk mendukung kenyamanan wisatawan.	0.884	0.196
	Terdapat beragam pilihan restoran atau warung makan di sekitar Taman Bukit Siguntang yang memudahkan wisatawan untuk menikmati kuliner lokal.	0,910	0.196
	Informasi dan panduan wisata di Taman Bukit Siguntang tersedia secara lengkap dan mudah diakses oleh para wisatawan.	0.885	0.196
Aksesibilitas	Akses dan transportasi menuju Taman Bukit Siguntang sangat mudah dan nyaman, sehingga memudahkan wisatawan untuk berkunjung.	0,891	0.196

Variabel	Item Kuisisioner	r- hitung	r- tabel
Ancillary	Area parkir yang disediakan di Taman Bukit Siguntang memadai dan dapat menampung kendaraan wisatawan dengan baik.	0,907	0.196
	Staf di Taman Bukit Siguntang memberikan informasi yang akurat dan tepat sesuai dengan pertanyaan dari wisatawan.	0,917	0.196
	Kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran di Taman Bukit Siguntang membuat pengalaman wisata menjadi lebih praktis dan nyaman.	0,897	0.196
Minat Berkunjung Kembali			
Minat untuk berkunjung ulang	Pengalaman wisata saya di Taman Bukit Siguntang sesuai dengan ekspektasi saya.	0,912	0.197
Citra Destinasi	Seberapa besar kemungkinan Anda akan merekomendasikan Taman Bukit Siguntang sebagai destinasi wisata yang menarik.	0,924	0.197
Reputasi baik dimata pengunjung	Seberapa mungkin Anda akan mengunjungi Taman Bukit Siguntang kembali di masa depan.	0,926	0.197

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 2, seluruh 13 item kuesioner dinyatakan valid karena nilai *r-hitung* masing-masing item berkisar antara 0,880–0,926, yang seluruhnya lebih besar daripada *r-tabel* sebesar 0,196–0,197 pada taraf signifikansi 5%. Nilai *r-hitung* tertinggi terdapat pada item “Seberapa mungkin Anda akan mengunjungi Taman Bukit Siguntang kembali di masa depan” (0,926), sedangkan nilai terendah terdapat pada item “Keindahan dan keunikan budaya di Taman Bukit Siguntang sangat menarik serta menjadi daya tarik utama bagi wisatawan” (0,880). Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item memiliki korelasi yang kuat dengan konstruk yang diukur, sehingga instrumen penelitian mampu mengukur komponen pariwisata dan minat berkunjung kembali secara memadai.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
Komponen Pariwisata	0.968	9
Minat Berkunjung Kembali	0.910	3

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, yaitu sebesar 0,968 untuk variabel Komponen Pariwisata dengan 9 item dan 0,910 untuk variabel Minat Berkunjung Kembali dengan 3 item. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi, sehingga setiap item dalam masing-masing variabel mampu mengukur konstruk yang relatif konsisten. Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis penelitian selanjutnya.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model	R-Square	Adjusted R-Square	Std. Error of The Estimate
1	0.865	0.863	0.80860

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai **R-Square** sebesar 0,865 dan **Adjusted R-Square** sebesar 0,863. Hal ini menunjukkan bahwa 86,5% variasi minat berkunjung kembali wisatawan dapat dijelaskan oleh komponen pariwisata yang diteliti, sedangkan 13,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai **Adjusted R-Square** yang sangat mendekati **R-Square** menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen tetap tinggi setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model. Sementara itu, nilai *Std. Error of the Estimate* sebesar 0,80860 menunjukkan besarnya tingkat kesalahan prediksi model. Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang sangat kuat terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Taman Bukit Siguntang.

Tabel 5. Uji T

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	0.904	0.486		1.861	0.066
Komponen Pariwisata	0.308	0.012	0.930	25.045	0.001

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji *t* menunjukkan bahwa Komponen Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,308 dengan nilai *t-hitung* sebesar 25,045 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Artinya, semakin baik komponen pariwisata yang meliputi atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary service*, maka semakin tinggi minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Bukit Siguntang. Nilai koefisien positif menunjukkan hubungan yang searah, sedangkan nilai *t-hitung* yang tinggi dan tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut secara statistik sangat kuat. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Komponen Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, komponen pariwisata terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Taman Bukit Siguntang. Hasil uji *t* menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,308, *t-hitung* sebesar 25,045, dan signifikansi $0,001 < 0,05$, sedangkan nilai *R-Square* sebesar 0,865 menunjukkan bahwa komponen pariwisata mampu menjelaskan 86,5% variasi minat berkunjung kembali. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary service* yang tersedia, semakin besar kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Dalam konteks Taman Bukit Siguntang, keberadaan daya tarik sejarah dan budaya yang menarik, fasilitas yang memadai, kemudahan akses menuju destinasi, serta pelayanan dan informasi yang baik dapat menciptakan pengalaman wisata yang positif dan meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Dengan demikian, peningkatan kualitas setiap komponen pariwisata

menjadi aspek penting dalam mempertahankan daya tarik destinasi dan mendorong loyalitas wisatawan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Islam & Savitri (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas komponen destinasi memiliki peran penting dalam membentuk niat kunjungan kembali wisatawan. Wulandari & Jannah (2023) dan Nurabeti et al. (2022) menemukan bahwa atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan pendukung destinasi berpengaruh positif terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Temuan Saadilah et al. (2024) dan Pangayomaningrum et al. (2024) memperkuat hasil penelitian ini bahwa pengalaman wisata yang didukung oleh daya tarik destinasi, fasilitas yang memadai, kemudahan akses, dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan komponen destinasi secara terpadu tidak hanya penting untuk menarik wisatawan baru, tetapi juga untuk mempertahankan wisatawan yang telah memiliki pengalaman berkunjung sebelumnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Komponen Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali wisatawan di Taman Bukit Siguntang, Palembang. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,308, nilai *t-hitung* sebesar 25,045, dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Selain itu, nilai *R-Square* sebesar 0,865 menunjukkan bahwa Komponen Pariwisata mampu menjelaskan sebesar 86,5% variasi Minat Berkunjung Kembali, sedangkan 13,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary service* yang tersedia di Taman Bukit Siguntang, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Taman Bukit Siguntang disarankan untuk meningkatkan kualitas komponen pariwisata secara terpadu, terutama melalui pengembangan atraksi wisata sejarah dan budaya yang lebih beragam, peningkatan kebersihan dan kelengkapan amenitas, perbaikan aksesibilitas dan fasilitas parkir, serta peningkatan kualitas pelayanan dan informasi bagi wisatawan. Mengingat sebagian besar responden memperoleh informasi melalui media sosial, pengelola juga perlu mengoptimalkan promosi digital untuk memperkenalkan daya tarik destinasi kepada wisatawan yang lebih luas. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan faktor lain yang dapat memengaruhi minat berkunjung kembali, seperti kepuasan wisatawan, citra destinasi, kualitas pengalaman, dan harga, serta menggunakan jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, A. F., & Sakti, D. P. B. (2025). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Gili Matra (Meno, Air, dan Trawangan). *Jurnal Riset Pemasaran*, 4(2), 10-18. <https://doi.org/10.29303/jrp.v4i2.4637>

- Dewi, L. P. T. A., & Musmini, L. S. (2023). Literature Review: Pengalaman dan Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 700-703. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.67540>
- Hasanah, H., Widawati, I. A. P., Mahadewi, N. M. E., & Nurhayani. (2023). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Citra Destinasi terhadap Kunjungan ke Kawasan Taman Purbakala Bukit Siguntang di Kota Palembang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 757-776. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i3.266>
- Herdiana, D. (2020). Rekomendasi Kebijakan Pemulihan Pariwisata Pasca Wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Kota Bandung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7(1), 1-30. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2020.v07.i01.p01>
- Islam, P. I., & Savitri, F. M. (2023). Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah di Makam Syekh Abu Bakar Jepara. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 3(1), 67-83. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v3i1.7439>
- Ismail, T., & Rohman, F. (2019). The Role of Attraction, Accessibility, Amenities, and Ancillary on Visitor Satisfaction and Visitor Attitudinal Loyalty of Gili Ketapang Beach. *Journal of Theoretical and Applied Management (Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan)*, 12(2), 149-165. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i2.14423>
- Junianto, M. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan Curup Bedegung ditinjau Melalui Komponen 4A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, dan Ancillary). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 9(2), 96-107. <http://dx.doi.org/10.30813/jhp.v9i2.4685>
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Vorseica, B. R. (2021). Pengaruh destination image terhadap revisit intention dan intention to recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening . *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 176-187. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5820>
- Mayasari, V., Oktariyani, A., & Seto, A. A. (2022). Strategi mengatasi dampak pandemi COVID-19 terhadap sektor pariwisata di Kota Palembang dalam perspektif ekonomi. *Sebatik*, 26(1), 370-376. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i1.1688>
- Nasrullah, F., Hutagaol, M. P., & Kolopaking, L. M. (2023). Sustainable Strategy For The Potential Of Kelapan Marine Tourism Through The Development Of Component 4a In Bangka Selatan District. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 38-45. <https://doi.org/10.31849/jieb.v20i1.13541>
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Amrullah, A., Ratnaningtyas, H., & Nurmalingda, E. (2022). Pengaruh Komponen 4A terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. *Kawistara: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 12(3), 354-367. <https://doi.org/10.22146/kawistara.69846>
- Octaviany, V., & Utami, D. D. (2017). Revisit Intention Wisatawan di Taman Tematik Kota Bandung. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 7(1), 41-46. <https://doi.org/10.17509/thej.v7i1.6846>
- Pidadari, P., & Nuryanti, W. (2021). Kualitas Produk Wisata Budaya dengan Kepuasan Wisatawan pada Kawasan Pariwisata Tepian Sungai Musi Kota Palembang. *ARSIR: Jurnal Arsitektur*, 5(2), 120-134. <https://doi.org/10.32502/arsir.v5i2.3729>
- Pangayomaningrum, S. L., Astuti, W., & Krisnanda, R. (2024). Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Destinasi Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 4(1), 27-40. <https://doi.org/10.26905/jt.v4i1.13742>

-
- Purnama, N. I., & Mujiatun. (2023). The Determinants of Revisit Intention and Recommendation Intention for Domestic Tourists. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 4(2), 194-208. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.13747>
- Saadah, S., Shaleh, K., Arwaty, D., Sukmawati, F., Mulyawan, R. F., & Nababan, D. (2023). Analisis Sektor Industri Pariwisata Yang Terdampak Covid-19 dan Upaya Pemulihan Ekonomi Indonesia dari Sektor Pariwisata. *Jesya*, 6(1), 247-257. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.914>
- Saadillah, D., Nadhirah, A., Al Ardi, A. N., Kinanti, L. A. B., & Hardiyani, R. (2024). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity dan Ancillary Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan di Agroeduwisata Jember Tin Garden. *Media Agribisnis*, 8(2), 333-354. <https://doi.org/10.35326/agribisnis.v8i2.6397>
- Wulandari, O. T., & Jannah, M. (2023). Strategi Pemasaran Pariwisata 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, Dan Ancillary) Terhadap Minat Wisatawan Mengunjungi Kembali Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(4), 411-418. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i4.3590>