

PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA KUALA RAJA KABUPATEN BIREUEN

Martunis Martunis^{1*)}

¹ Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Almuslim, Bireuen – Aceh

* email: mmartunis488@gmail.com

DOI: 10.55178/idm.v7i14.613

Article history

Received:
July 1, 2026

Revised:
July 10, 2026

Accepted:
September 18, 2026

Page:
77 - 83

Keywords:
*Tourist Satisfaction,
Intention to Revisit*

ABSTRACT: *Tourist visitation decisions are a key factor in the success of a tourism destination. This study aims to examine and describe the relationship and influence of tourist satisfaction on the intention to revisit the Kuala Raja tourist attraction in Bireuen Regency. Employing a descriptive-associative method, the study collected data via questionnaires distributed to 100 visitors at Jangka Beach, Bireuen, selected through purposive sampling. Linear regression analysis was used to test the hypotheses. The results indicate that tourist satisfaction levels fall within the moderate category and significantly influence the intention to revisit Kuala Raja. Satisfaction contributes 65.4 percent to tourists' perceptions regarding revisiting the site. Therefore, it is crucial for the management of Kuala Raja Beach, Bireuen, to focus on fostering positive tourist perceptions regarding service quality and the facilities of this open-air destination—specifically emphasizing comfort and beach cleanliness.*

ABSTRAK: Keputusan berkunjung wisatawan menjadi salah satu faktor utama dalam keberhasilan suatu destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan mendeskripsikan hubungan serta pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung lagi ke objek wisata Kuala Raja, Kabupaten Bireuen. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif asosiatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan dan pernyataan dengan membagikan kepada siapa saja orang yang berkunjung di Pantai Laut Jangka Bireuen dengan jumlah 100 responden, dimana penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan Purposive Sampling. Dan analisis dalam uji hipotesis digunakan regresi linier. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan masih dalam tingkat atau kategori sedang, dan berpengaruh terhadap minat berkunjung lagi ke objek wisata Kuala Raja. Dengan besar kontribusi factor kepuasan ini 65,4 persen pada persepsi wisatawan dalam berkunjung lagi ke objek wisata ini. Oleh karena itu penting bagi pengelola Pantai Kuala Raja, Bireuen untuk memperhatikan persepsi positif wisatawan dari dimensi kualitas pelayanan dan fasilitas destinasi alam terbuka, khususnya juga kenyamanan dan kebersihan pantai.

Pendahuluan (Introduction)

Perkembangan sektor pariwisata dalam masa globalisasi saat ini tumbuh sangat cepat dan menjadi salah satu sektor penting dalam meningkatkan perekonomian daerah. Banyaknya tempat wisata baru yang muncul membuat persaingan antar destinasi wisata semakin sengit. Setiap pengelola tempat wisata harus bisa membuat daya tarik yang lebih baik agar mampu menarik perhatian wisatawan dan menjaga mereka tetap datang lagi dalam waktu yang lama.

Indonesia terkenal sebagai negara yang terdiri dari banyak pulau dengan kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang sangat beragam. Dipastikan, seluruh wilayah Nusantara (dengan 38 provinsi dan 514

kabupaten/kota) memiliki banyak tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri dan wisatawan asing.

Pada 2024, jumlah objek daya tarik wisata (ODTW) komersial di Indonesia sebanyak 4.557 usaha, naik 8,35% (yoy) dari tahun sebelumnya (<https://databoks.katadata.co.id/>). Angka ini menunjukkan beragamnya jenis wisata yang semakin berkembang, mulai dari wisata alam seperti gunung, pantai, dan taman nasional, wisata air seperti kolam renang dan taman air, hingga wisata buatan, rekreasi budaya, serta kawasan pariwisata yang dikelola secara profesional.

Menteri Pariwisata Republik Indonesia, Widiyanti Putri Wardhana (2025) menyatakan sektor pariwisata Indonesia terus menunjukkan kinerja yang positif pada tahun 2025. Kunjungan wisatawan mancanegara terus meningkat, perjalanan wisatawan nusantara semakin menanjak, investasi di destinasi prioritas semakin menggeliat, dan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional semakin menguat. Fakta-fakta ini menegaskan bahwa pariwisata bukan hanya vital bagi sektor ekonomi nasional, tetapi juga sumber kesejahteraan bagi masyarakat termasuk membuka lapangan kerja hijau (*green jobs*).

Di tengah berbagai destinasi wisata yang ada di negara ini, Aceh menjadi salah satu daerah yang memiliki daya tarik wisata yang berbeda dan menarik. Aceh terkenal dengan berbagai tempat yang menunjukkan kekayaan alam, budaya, sejarah, dan agama yang dimilikinya. Berdasarkan data resmi, Aceh memiliki sekitar 797 tempat wisata yang terletak di 23 kabupaten dan kota yang ada di provinsi tersebut.

Kesuksesan sebuah tempat wisata sangat ditentukan oleh unsur 3A+2F (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Fasilitas, dan Harga). Kelima pilar ini didorong oleh pengelolaan yang adaptif dan penerapan prinsip Sapta Pesona (Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah, Kenangan).

Yoeti (2006), dikutip dalam Rai (2016) menyebut, dalam pengembangan sektor pariwisata, keberhasilan suatu destinasi ditentukan oleh daya tarik wisata yang terdapat di suatu destinasi. Bahwa daya tarik wisata mencakup segala sesuatu yang membuat suatu daerah menjadi menarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Irawan *et al.* (2021) menyatakan jika suatu objek wisata memiliki amenitas atau fasilitas yang memadai, serta memenuhi standar pelayanan dan memenuhi kebutuhan pengunjung, maka objek wisata tersebut akan menarik kembali wisatawan.

Apabila suatu daya tarik wisata tidak didukung oleh Aksesibilitas yang memadai, maka objek yang mempunyai daya tarik tersebut akan sulit untuk berkembang, karena faktor jarak dan waktu kegiatan wisata sangat bergantung pada transportasi dan komunikasi yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Daulay, 2022).

Keputusan berkunjung wisatawan menjadi salah satu faktor utama dalam keberhasilan suatu destinasi wisata. Kotler & Keller (2021) menyatakan bahwa keputusan pembelian ini sama halnya dengan keputusan berkunjung yaitu proses yang dilewati oleh seorang wisatawan dalam memilih tempat wisata. Beberapa penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu seperti yang diteliti oleh (Syafitri & Ezizwita, 2023) menunjukkan bahwa Daya tarik wisata, fasilitas dan Aksesibilitas, mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung baik secara parsial maupun simultan. (Daulay, 2022) menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, sedangkan fasilitas dan aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Jadi, dalam bidang pariwisata, kesuksesan sebuah tempat wisata tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengunjung awal saja, tetapi juga dari kemampuan tempat tersebut dalam menciptakan kepuasan bagi pengunjung, yang dapat memicu keinginan untuk kembali berkunjung lagi. Kepuasan pelanggan sangat penting karena wisatawan yang senang biasanya memiliki pengalaman yang baik, merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, dan kembali berkunjung ke lokasi yang sama.

Menurut Nuraeni (2014), minat untuk berkunjung ulang adalah keinginan seseorang untuk kembali ke tempat yang sudah pernah dikunjungi sebelumnya. Keinginan untuk melakukan perjalanan di masa depan juga dipengaruhi oleh bagaimana seseorang merasa tentang pengalaman yang sudah mereka alami sebelumnya. Selanjutnya, Isnaini dan Abdillah (2018) mengatakan bahwa minat berkunjung ulang adalah perasaan seseorang yang ingin kembali mengunjungi suatu tempat wisata di masa depan.

Objek Wisata Pantai Kuala Raja berlokasi di Desa Kuala Raja, Kecamatan Kuala, Kabupaten Bireuen, Aceh. Berjarak sekitar 5 km ke arah utara dari pusat Kota Bireuen, destinasi ini menyajikan hamparan pasir

kecoklatan, pohon cemara yang rindang, serta kuliner *seafood* lokal yang dapat dinikmati di pondok-pondok wisata tradisional.

Dalam hal wisatawan ingin kembali berkunjung ke Kuala Raja, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, terutama dalam memenuhi harapan mereka, baik dari segi fasilitas, pelayanan, maupun pengalaman berwisata secara keseluruhan. Wisatawan biasanya memiliki harapan atau keinginan tertentu ketika mereka berkunjung ke tempat wisata Kuala Raja.

Persaingan yang sangat ketat di bidang pariwisata memaksa pengelola tempat wisata untuk terus membangun dan menjaga citra destinasi yang baik, meningkatkan daya tarik wisata yang ramah lingkungan, serta memastikan pengunjung merasa puas dan setia mengunjungi kembali. Ini sesuai dengan pendapat Moreira dan Iao (2014) yang mengatakan bahwa pengembangan pariwisata berkelanjutan sangat bergantung pada kemampuan tempat wisata dalam menciptakan kepuasan dan kesetiaan pengunjung. Maka bagaimana strategi pengelolaan objek wisata Kuala Raja, yang memastikan minat berkunjung karena merasa puas pada objek tersebut.

Tinjauan Literatur (*Literature Review*)

Salah satu cara untuk mengukur keberlanjutan suatu destinasi wisata adalah dengan melihat jumlah orang yang kembali berkunjung. Kepuasan wisatawan terhadap kunjungan sebelumnya ditunjukkan oleh minat ini; itu juga menunjukkan tingkat kesetiaan wisatawan dan kecenderungan mereka untuk merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain (Adiatma *et al.*, 2024; Gunawan *et al.*, 2026).

Pengalaman pengunjung selama berada di destinasi adalah komponen utama yang mempengaruhi minat berkunjung kembali. Wisatawan akan melihat dan menilai destinasi secara keseluruhan berdasarkan pengalaman mereka saat berinteraksi dengan fasilitas, pelayanan, lingkungan, dan masyarakat setempat (Huda *et al.*, 2022).

Pengalaman positif bagi wisatawan dapat meningkatkan kepuasan mereka, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk berkunjung lagi. Pelanggan puas Ketika layanan dan pengalaman yang mereka terima sesuai atau melampaui harapan mereka (Ramadhani *et al.*, 2021). Dalam konteks pariwisata, kepuasan tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga emosional, karena berkaitan dengan perasaan nyaman, aman, dan berkesan selama berwisata.

Oleh karena itu, *customer satisfaction* sering diposisikan sebagai variabel penting yang menjembatani hubungan antara pengalaman wisatawan dan minat berkunjung kembali. Dan selain itu, terbukti bahwa kepuasan pelanggan dapat mengatur hubungan antara pengalaman wisatawan dan keinginan mereka untuk berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman menyenangkan yang diikuti oleh tingkat kepuasan yang tinggi akan meningkatkan keinginan untuk pergi lagi (Gunawan *et al.*, 2026).

Ramadhani *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan hasil evaluasi langsung dari pengalaman emosional dan fungsional yang diperoleh selama berwisata.

Sari, D. (2020), dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Ulang pada Objek Wisata Pantai, menyimpulkan bahwa kepuasan wisatawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Semakin puas wisatawan, maka semakin besar keinginan untuk kembali berkunjung. Demikian pula Suratmi, D. A. (2024) penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan minat pembelian ulang, yang dalam konteks pariwisata dapat diartikan sebagai minat berkunjung ulang.

Metode Penelitian (*Methodology*)

Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Kuala Raja, Kecamatan Kuala, Kabupaten Bireuen, Aceh. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, karena data yang dikumpulkan berupa angka dan dianalisis dengan cara statistik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan pelanggan terhadap keinginan wisatawan untuk datang kembali ke Objek Wisata Kuala Raja, yang terletak di Kabupaten Bireuen.

Penelitian disusun dalam bentuk kerangka agar prosesnya berlangsung terarah dan sesuai dengan tujuan yang sudah ditentukan.

Penelitian ini dimulai dengan fakta bahwa tidak semua orang yang mengunjungi Objek Wisata Kuala Raja ingin kembali lagi. Salah satu faktor yang mungkin mempengaruhi hal itu adalah rasa puas yang dirasakan wisatawan saat berkunjung. Kepuasan pelanggan datang dari pengalaman berwisata yang mereka rasakan sendiri, seperti perasaan nyaman, layanan yang diberikan, kondisi fasilitas yang ada, kebersihan lingkungan sekitar, serta sejalan antara apa yang diharapkan dengan apa yang benar-benar terjadi.

Variabel dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi, sedangkan minat untuk datang kembali dianggap sebagai hasil yang dicari. Hubungan kedua variabel itu diperiksa untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan mempengaruhi minat wisatawan untuk kembali mengunjungi objek wisata Kuala Raja.

Jenis penelitian deskriptif asosiatif, yang memberi gambaran hubungan dan sekaligus pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat Kembali berkunjung ke objek wisata ini.

Penelitian selama periode penelitian tahun 2025. Karena jumlah wisatawan yang berkunjung tidak diketahui secara pasti, maka pendekatan penelitian menggunakan ukuran populasi yang dianggap tidak terbatas (*infinite population*). Atas dasar informasi perkiraan pengunjung dinyatakan berikut ini;

Tabel 1. Perkiraan Jumlah Pengunjung Selama Tahun 2025

No	Lokasi	Perkiraan jumlah konsumen
1.	Area pantai Kuala Raja	60-40
2.	Area warung makan dan gazebo wisata	50-35
3.	Area parkir dan pusat oleh-oleh	40-25
Total		150-100

Maka sampel diambil dengan metode *Purposive Sampling* karena peneliti menentukan sendiri kriteria untuk memilih responden yang dianggap mewakili kelompok yang diteliti. Kriteria responden dalam penelitian adalah: a) Wisatawan yang sudah berkunjung ke objek wisata Kuala Raja setidaknya dua kali. b). Berusia minimal 17 tahun. Dan c). Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara sukarela. Menggunakan rumus Cochran dengan *error sampling* 5%, diperoleh sejumlah 100 responden untuk mewakili populasi wisatawan di lokasi penelitian.

Hasil dan Pembahasan (*Results and Discussion*)

Hasil Analisis Data

Analisis di dahului dengan uji keandalan atau reliabilitas variabel agar yakni dapat menjelaskan apa yang diukur dan dapat diolah untuk analisis statistik berikutnya. Dimana hasil uji dinyatakan berikut:

Uji Interval Consistency

Table 2. Cronbach Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kepuasan Wisatawan (X)	0.938	0.939	0.947	0.619
Minat Berkunjung Ulang (Y)	0.944	0.944	0.951	0.618

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS Versi 4.0 (2023)

Dari tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa setiap variabel memiliki nilai AVE yang lebih dari 0,50. Ini menunjukkan bahwa semua indikator dan variabel dianggap handal (reliable).

Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker)

Tabel 3. Discriminant Validity (Fornell Larcker)

	Kepuasan Wisatawan (X)	Minat Berkunjung Ulang (Y)
Kepuasan Wisatawan (X)		0.787
Minat Berkunjung Ulang (Y)	0.774	

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS Versi 4.0 (2023)

Dari Tabel 3, perbandingan nilai akar AVE menunjukkan bahwa semua nilai ini lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi variabel lainnya. Selain itu, jika kita menggunakan uji *Heterotrait - Monotrait Ratio Of Correlation* (HTMT) dengan memperhatikan nilai $HTMT < 0.90$ variabel mempunyai validitas diskriminan yang baik (valid).

Uji Discriminant Validity (HTMT)

Tabele4. Nilai Discriminant Validity (Heterotrait-monotrait ratio /HTMT)

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
X <-> Y	0.864
Y <-> X	0.808

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS Versi 4.0 (2023)

Dapat dilihat pada Tabel 4, semua nilai tersebut kurang dari 0,90, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel laten dalam penelitian ini valid.

Tabel 5. Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Minat Berkunjung Ulang (Y)	0.654	0.653

Sumber: Hasil Olah Data Smart PLS Versi 4.0 (2023)

Berdasarkan Tabel 5 bisa kita ketahui di mana angka R-square untuk variabel minat melakukan kunjungan ulang pada angka 0.654 yang bisa dimaknai yakni besarnya pengaruh variabel Y yakni 65,4%. Dan hanya 34,6% mendapat pengaruh dari variabel yang lain, seperti fasilitas, lokasi dan lainnya.

Pembahasan

Hasil penelitian Deihanasywa *et al.*, (2026) tentang pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Situ Cipondoh Kota Tangerang juga menunjukkan bahwa keinginan untuk kembali maupun keinginan untuk tidak kembali dipengaruhi oleh kepuasan terhadap elemen atraksi, amenitas, aksesibilitas, citra objek wisata, dan biaya secara bersama-sama dengan pengaruh sebesar 64.4%.

Pada dasarnya, pariwisata merupakan aktivitas untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat atau objek wisata dengan tujuan untuk menikmati berbagai fasilitas serta pelayanan dari berbagai macam produk yang dihasilkan dari objek pariwisata itu sendiri yang nantinya dapat menciptakan pengalaman perjalanan yang memuaskan bagi wisatawan. Minat berkunjung kembali wisatawan merupakan perasaan ingin yang dirasakan oleh wisatawan untuk mengunjungi kembali sebuah destinasi wisata di masa yang akan datang (Deihanasywa *et al.*, 2026).

Minat pengunjung untuk mendatangi sebuah destinasi wisata juga sangat ditentukan oleh kondisi daya tarik objek wisatanya yang terdiri dari keunikan objek dan atraksi, amenitas, dan kelancaran moda transportasi dan aksesibilitas (Nurbaeti *et al.*, 2021).

Selain itu, faktor utama dalam menarik minat pasar ialah kepuasan pengunjung dalam menikmati produk yang ditawarkan dengan memiliki nilai jual yang kompetitif (Khansa & Farida, 2016). Hal ini dapat menjadi poin penting bagi pengelola destinasi wisata agar terus memperhatikan daya tarik yang dimiliki destinasi tersebut agar nantinya tujuan pengelolaannya dapat lebih dioptimalkan. Keunggulan daya tarik objek wisata yang dinikmati pengunjung serta pelayanan yang optimal menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan dan minat berkunjung kembali pada suatu destinasi wisata.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- a) Kepuasan pelanggan mempengaruhi keinginan untuk kembali: Kepuasan wisatawan menjadi faktor penting yang menentukan apakah mereka ingin kembali berkunjung ke destinasi wisata, termasuk Pantai Kuala Raja. Pengalaman yang menyenangkan, produk atau jasa yang memuaskan, dan pelayanan yang baik dapat membuat pengunjung ingin datang kembali.
- b) Faktor-faktor yang mendorong kepuasan dan minat kunjungan adalah daya tarik wisata seperti panorama alam dan pantai berpasir, kesadaran akan wisata halal, serta persepsi positif pengunjung terhadap lingkungan wisata. Hal-hal ini berpengaruh secara positif dalam meningkatkan kepuasan pengunjung, yang selanjutnya dapat memicu minat untuk berkunjung kembali.
- c) Penelitian di Pantai Kuala Raja menunjukkan bahwa daya tarik dan persepsi masyarakat terhadap keindahan pantai berpengaruh cukup besar terhadap ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.
- d) Implikasi bagi pengelola: Pengelola destinasi wisata harus lebih menekankan pada pendekatan penelitian mengenai pelayanan, pengelolaan kebersihan (terutama sampah), serta fasilitas pendukung lainnya. Dengan demikian, kepuasan pengunjung dapat ditingkatkan, karena kepuasan yang tinggi akan berdampak positif pada peningkatan kunjungan ulang.

Daftar Pustaka (References)

- 1) Adiatma, D., Susilawati, W., & Anggraeni, W. (2024). Pengaruh accessibility dan social media marketing terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Taman Wisata Alam Talaga Bodas. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(2), 190-203.
- 2) Aletta Dewi Maria, R. O., Dyah Palupiningtyas, I. H. S., Winata, M. A., & Sidabutar, P. E. E. (2024). Pengaruh kepuasan wisatawan dan citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang di Kota Lama Semarang. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 31-38. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v3i1.1320>
- 3) Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1-19.
- 4) Fitriya, S. (2023). Analisis kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke objek wisata Kabupaten Kerinci. *Business, Economics dan Entrepreneurship*, 5(2), 184-195. <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v5i2.722>
- 5) Hasrina Putri, F., Bakri, S., Purnaweni, H., & Kaskoyo, H. (2025). Model kepuasan pengunjung untuk pengembangan wisata pantai berbasis minat kunjungan ulang di Lampung Selatan. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 5(8), 2171-2182. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.924>
- 6) Huda, N., Simon, Z. Z., & Rini, N. (2022). Analisis pengalaman wisatawan di Anyer dan Carita selama pandemi Covid-19. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6(4), 542-561.
- 7) Indriastuty, N., Saputro, W. E., & Sukimin, S. (2020). Analisis daya tarik wisata, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56-73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>

- 8) Kementerian Parisata (2025). *Indonesia Tourism Outlook 2025/2026* (Laporan tahunan)
- 9) Khansa, V. R., & Farida, N. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan. *Skripsi. Universitas Diponegoro*.24)
- 10) Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education
- 11) Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269-278.
- 12) Ramadhani, N. Y., Pujiastuti, E. E., & Sugiarto, M. (2021). Pengaruh pengalaman emosional dan atribut destinasi terhadap kepuasan serta loyalitas wisatawan. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 215-228.
- 13) Rai, I. G. B. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish.
- 14) Rizky Awalul Gunawan, Asep Muhamad Ramdan, Sopyan Saori (2026). Analisis Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Survei pada Wisatawan di Kabupaten Sukabumi), *AKADEMIK - Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* 6(2), 627-639, E-ISSN 2774-888X
- 15) Salsabila Jihan Deihanasywa, Dian Dinanti, Agus Dwi Wicaksono (2026). Pengaruh Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Situ Cipondoh Kota Tangerang, *JURPAS Journal of Urban and Regional Planning Society*, Vol. 02, Issue 02, pp147-158, March, 2026
- 16) Sari, D. (2020). *Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata pantai* (skripsi/jurnal non-DOI)
- 17) Sugiyona (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- 18) Suratmi, D. A. (2024). *Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang konsumen*. Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis, 3, 928–936.
- 19) Syafitri, D., & Ezizwita, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 328–341. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.972>
- 20) Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.