

Pengaruh Aksesibilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Mediasi

Isnaeni ^{1*}, Sutarmin ²

^{1, 2} Universitas Peradaban Bumiayu, Indonesia

* Isnae493@gmail.com

Abstrak

Perkembangan sektor pariwisata menuntut setiap destinasi wisata tidak hanya mampu menarik kunjungan wisatawan, tetapi juga mempertahankan minat mereka untuk melakukan kunjungan kembali. Fluktuasi jumlah kunjungan di objek wisata D'las Lembah Asri Serang menunjukkan perlunya identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali. Selain itu, masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali, baik secara langsung maupun melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori dan desain survei *cross-sectional*. Sampel penelitian berjumlah 150 wisatawan yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) berbantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis penelitian diterima. Aksesibilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan serta minat berkunjung kembali. Kepuasan wisatawan juga berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali dan terbukti memediasi secara parsial pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali, yang ditunjukkan oleh pengaruh langsung aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali yang tetap signifikan setelah kepuasan wisatawan dimasukkan sebagai variabel mediasi dalam model. Model penelitian mampu menjelaskan 61,2% variasi kepuasan wisatawan dan 55,3% variasi minat berkunjung kembali. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan aksesibilitas dan kualitas pelayanan merupakan strategi penting untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperkuat loyalitas melalui minat berkunjung kembali pada destinasi wisata.

Keywords: *Aksesibilitas, Kepuasan Wisatawan, Kualitas Pelayanan, Minat Berkunjung Kembali*

Pendahuluan

Perkembangan industri pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara, sektor ini memiliki potensi yang besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan di masa mendatang. Melalui kegiatan pariwisata, dapat terciptanya lapangan pekerjaan baru, peningkatan pendapatan masyarakat serta penguat citra dan daya saing daerah maupun negara. Saat ini, industri pariwisata menjadi salah satu sektor yang tumbuh pesat dan memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan berkelanjutan, baik di negara maju maupun negara berkembang (Magalhaes, 2022).

Indonesia dikenal memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam, daya tarik utama sektor ini terletak pada keindahan alamnya yang memukau, mencakup panorama pegunungan,

keindahan, ketenangan danau, aliran sungai yang menawan hingga kekayaan hutan hujan tropis yang masih alami. Selain itu, keberagaman budaya, tradisi serta keramahan masyarakat juga menjadi nilai tambah yang menjadikan Indonesia salah satu negara yang memiliki wisata unggulan dunia. Potensi yang melimpah tersebut mendorong pemerintah dan masyarakat untuk terus mengembangkan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber untuk meningkatkan ekonomi nasional (Rahma, 2020).

Salah satu provinsi yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata adalah Provinsi Jawa Tengah. Provinsi ini dikenal dengan keanekaragaman destinasi wisata yang mencakup wisata alam, budaya, religi hingga wisata buatan. Letaknya yang strategis di tengah Pulau Jawa membuat Jawa Tengah mudah diakses dari berbagai daerah (Hakim *et al.*, 2025). Sementara itu, Kabupaten Purbalinga merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan. Kabupaten ini menawarkan keindahan alam pegunungan yang sejuk serta pedesaan yang masih asri. Obyek wisata di Kabupaten Purbalinga memiliki karakteristik yang beragam, mulai dari wisata air buatan, keindahan wisata alam dikawasan pegunungan, hingga wisata edukatif dan agrowisata masyarakat (Ginjar, 2019). Keberagaman tersebut menjadikan Kabupaten Purbalinga sebagai salah satu tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara. Berikut merupakan jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara di Kabupaten Purbalinga.

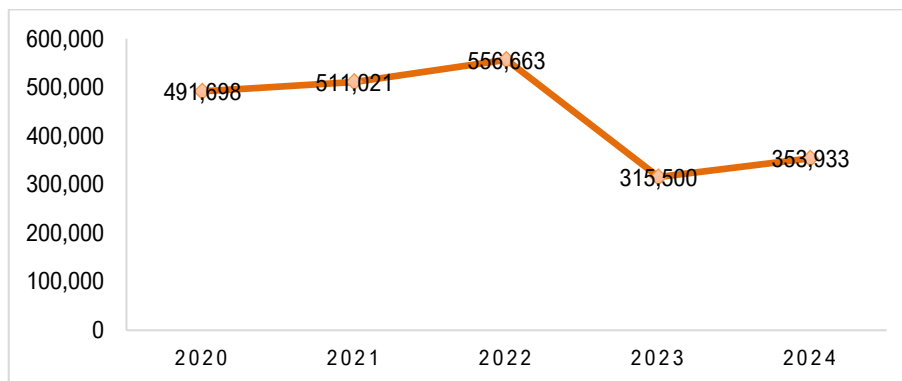
Tabel 1. Jumlah Wisatawan di Kabupaten Purbalinga Tahun 2021-2024

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
2021	-	1.068.495
2022	6	2.344.273
2023	10	2.583.388
2024	25	2.876.550
2025	53	3.703.641

Berdasarkan Tabel 1, jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Purbalinga menunjukkan tren yang terus meningkat selama periode 2021–2025. Peningkatan tersebut mengindikasikan bahwa sektor pariwisata Kabupaten Purbalinga telah mengalami pemulihan pascapandemi sekaligus menunjukkan semakin besarnya daya tarik destinasi wisata di daerah tersebut. Meskipun demikian, peningkatan jumlah kunjungan secara umum belum tentu terjadi secara merata pada setiap objek wisata. Oleh karena itu, diperlukan kajian pada tingkat destinasi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mampu mendorong wisatawan melakukan kunjungan kembali.

Salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Purbalinga adalah D'las Lembah Asri Serang. D'las merupakan unit usaha yang dikelola BUMDES Serang Makmur Sejahtera, PT Lembah Asri Jaya dan masyarakat Desa Serang sejak tahun 2013. Pada awalnya, D'las hanya menyediakan wahana *flyingfox*, ATV dan taman stroberi. Seiring meningkatnya jumlah wisatawan, pengelola terus melakukan pengembangan dengan menambah berbagai fasilitas dan wahana baru. Kini D'las menawarkan beragam jenis wisata, mulai dari wisata alam, edukasi, hingga rekreasi keluarga seperti taman bunga, dino *land*, area *outbound*, wahana permainan dan *spot* foto yang menarik. D'las dikenal dengan suasana sejuk didataran tinggi serta pemandangan alam yang memanjakan mata. Meskipun menawarkan daya tarik yang beragam peningkatan jumlah kunjungan wisata tidak hanya bergantung pada banyaknya wahana, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung seperti kemudahan akses, kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan. Berdasarkan data kunjungan D'las tahun 2020 sampai dengan 2024 menunjukkan adanya fluktuasi, pada tahun 2020 jumlah wisatawan tercatat sebanyak 491.698

wisatawan dan meningkat pada tahun 2021 menjadi 511.021 wisatawan. Kenaikan ini berlanjut hingga tahun 2022 dengan jumlah wisatawan mencapai 556.663 wisatawan. Namun, pada tahun 2023 terjadi penurunan cukup signifikan menjadi 315.500 wisatawan. Meskipun demikian, pada tahun 2024 jumlah pengunjung kembali meningkat menjadi 353.933 wisatawan. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa setiap destinasi wisata memiliki tantangan dalam mempertahankan minat berkunjung kembali wisatawan.



Gambar 1. Jumlah Wisatawan D'las

Berdasarkan Gambar 1, jumlah kunjungan wisatawan ke D'las Lembah Asri Serang mengalami fluktuasi selama periode 2020–2024. Setelah mengalami peningkatan pada awal periode, jumlah kunjungan sempat mengalami penurunan yang cukup tajam sebelum kembali menunjukkan tren pemulihan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah pengunjung belum sepenuhnya stabil sehingga pengelola perlu memahami faktor-faktor yang dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Salah satu indikator penting yang dapat menggambarkan keberhasilan pengelolaan destinasi adalah tingginya minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Kepuasan merupakan hasil dari perbandingan antara pengalaman yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki. Apabila kinerja yang dirasakan melebihi harapan, maka wisatawan akan merasa puas. Kepuasan wisatawan merupakan tingkat kesesuaian antara pengalaman yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki terhadap suatu destinasi. Rasa puas yang muncul saat menikmati suatu layanan mencerminkan kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh penyedia layanan wisata (Ginting, 2022). Selain kepuasan, aksesibilitas juga berperan penting dalam mendorong minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Aksesibilitas merupakan ketersediaan sarana dan prasarana yang mempermudah wisatawan untuk mencapai dan mengunjungi suatu objek wisata (Hidayah et al., 2017). Selain itu, aksesibilitas juga diartikan sebagai fasilitas yang memudahkan wisatawan untuk menemukan serta menjangkau suatu destinasi dengan mudah (Silaban et al., 2020). Aksesibilitas yang baik akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan sehingga dapat meningkatkan ketertarikan mereka untuk melakukan kunjungan kembali.

Tabel 2. Kesenjangan Penelitian Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Hikmawati <i>et al</i> (2025)	Berpengaruh Positif
2.	Marlina <i>et al</i> (2025)	Berpengaruh Positif
3.	Pertiwi (2024)	Tidak Berpengaruh
4.	Sina <i>et al</i> (2022)	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan Tabel 2, terdapat perbedaan temuan penelitian mengenai pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa

aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan (Septari Hikmawati et al., 2025; Marlina et al., 2025). Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Pertiwi, 2024; Sina et al., 2022). Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi. Kualitas pelayanan merupakan upaya penyedia layanan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memastikan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan wisatawan (Riyadin, 2019). Pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan dan kesan positif sehingga dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Tabel 3. Kesenjangan Penelitian Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Juliani (2025)	Berpengaruh Positif
2.	Umur <i>et al</i> (2022)	Berpengaruh Positif
3.	Momongan <i>et al</i> (2024)	Tidak Berpengaruh
4.	Ramdhani <i>et al</i> (2019)	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan Tabel 3, terdapat variasi hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan (Juliani, 2025; Umur et al., 2022). Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Momongan et al., 2024; Ramdhani et al., 2019).

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian terdahulu karena mengintegrasikan variabel aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali dengan memasukkan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada objek wisata D'las Lembah Asri Serang, Kabupaten Purbalingga. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada destinasi wisata yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), sehingga diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas wisatawan pada destinasi wisata berbasis masyarakat. Kebaruan lainnya terletak pada konteks penelitian yang dilakukan pada D'las Lembah Asri Serang yang hingga saat ini masih relatif terbatas dikaji dalam penelitian akademik.

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut pada konteks destinasi wisata D'las Lembah Asri Serang, Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada objek wisata D'las Lembah Asri Serang, Kabupaten Purbalingga.

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu, dirumuskan hipotesis bahwa aksesibilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali serta kepuasan wisatawan. Selanjutnya, kepuasan wisatawan dihipotesiskan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali serta memediasi pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antarvariabel berdasarkan data numerik yang diperoleh melalui kuesioner. Penelitian ini bersifat eksplanatori karena berupaya menjelaskan pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi. Desain penelitian yang digunakan adalah survei cross-sectional, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu periode waktu tertentu terhadap wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata D'las Lembah Asri Serang. Penelitian dilaksanakan di objek wisata D'las Lembah Asri Serang, Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga, pada periode Maret hingga Mei 2026. Lokasi ini dipilih karena D'las Lembah Asri merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki daya tarik alam, edukasi, dan rekreasi keluarga, tetapi mengalami fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi tersebut menjadikan D'las Lembah Asri relevan sebagai objek penelitian untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke D'las Lembah Asri Serang. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Responden dipilih berdasarkan wisatawan yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti atau bersedia mengisi kuesioner secara daring, serta memenuhi kriteria penelitian. Kriteria responden adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke D'las Lembah Asri minimal satu kali, mampu memahami item pernyataan dalam kuesioner, dan bersedia memberikan jawaban secara sukarela. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Ukuran sampel tersebut dinilai memadai untuk analisis SEM-PLS karena telah memenuhi kebutuhan minimum estimasi model berdasarkan jumlah indikator dan kompleksitas hubungan antarvariabel dalam model penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada wisatawan dan secara daring melalui Google Form. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert lima poin, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap aksesibilitas, kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, dan minat berkunjung kembali. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan instansi, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.

Penelitian ini melibatkan empat konstruk utama, yaitu aksesibilitas dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi, serta minat berkunjung kembali sebagai variabel dependen. Aksesibilitas mengacu pada tingkat kemudahan wisatawan dalam memperoleh informasi, menjangkau lokasi wisata, serta memanfaatkan sarana transportasi dan fasilitas pendukung. Kualitas pelayanan mengacu pada kemampuan pengelola destinasi dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan wisatawan melalui aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kepuasan wisatawan mengacu pada tingkat perasaan puas yang muncul setelah wisatawan membandingkan harapan sebelum berkunjung dengan pengalaman yang diperoleh selama berada di destinasi wisata. Minat berkunjung kembali mengacu pada kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain berdasarkan pengalaman kunjungan sebelumnya. Masing-masing konstruk diukur menggunakan indikator reflektif, yaitu aksesibilitas

sebanyak 6 indikator, kualitas pelayanan sebanyak 10 indikator, kepuasan wisatawan sebanyak 6 indikator, dan minat berkunjung kembali sebanyak 9 indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu. Sebelum dianalisis, data yang terkumpul diperiksa terlebih dahulu untuk memastikan kelengkapan jawaban dan kesesuaian responden dengan kriteria penelitian. Kuesioner yang tidak lengkap atau tidak memenuhi kriteria tidak digunakan dalam analisis. Setelah proses pemeriksaan data selesai, sebanyak 150 kuesioner dinyatakan layak untuk dianalisis.

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia, pendidikan terakhir, asal daerah, dan frekuensi kunjungan. Selain itu, analisis deskriptif juga digunakan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap setiap indikator penelitian melalui nilai indeks. Statistik inferensial dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. SEM-PLS dipilih karena mampu menguji hubungan antarvariabel laten secara simultan, sesuai untuk model mediasi, tidak mensyaratkan distribusi data normal secara ketat, dan dapat digunakan pada ukuran sampel yang relatif terbatas. Evaluasi SEM-PLS dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural. Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur konstruk penelitian. Karena seluruh konstruk dalam penelitian ini bersifat reflektif, evaluasi outer model dilakukan melalui validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), dengan kriteria outer loading $> 0,70$ dan AVE $> 0,50$. Reliabilitas konstruk dinilai berdasarkan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, dengan kriteria nilai $> 0,70$. Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan cross loading, Fornell-Larcker Criterion, dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).

Evaluasi model struktural dilakukan untuk menilai hubungan antarvariabel laten dalam model penelitian. Pengujian inner model meliputi uji kolinearitas menggunakan inner VIF, koefisien determinasi atau R-square, relevansi prediktif melalui *Q-square* atau *PLSpredict*, serta nilai SRMR sebagai ukuran kesesuaian model. Nilai VIF di bawah 5 menunjukkan tidak adanya masalah kolinearitas antar konstruk prediktor. Nilai R-square digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen, sedangkan nilai *Q-square* atau *PLSpredict* digunakan untuk menilai kemampuan prediktif model. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping pada SmartPLS 4. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Pengujian hipotesis meliputi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Pengaruh langsung digunakan untuk menguji pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan dan minat berkunjung kembali. Pengaruh tidak langsung digunakan untuk menguji peran kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali.

Hasil

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 150 responden yang merupakan wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata D'las Lembah Asri Serang. Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan usia, pendidikan terakhir, asal daerah, dan frekuensi kunjungan. Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil wisatawan yang menjadi sampel penelitian.

Tabel 4. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Usia	<17 tahun	6	4%
	17–25 tahun	122	81%
	26–35 tahun	13	9%
	35–45 tahun	2	1%
	46–55 tahun	6	4%
	>55 tahun	1	1%
Pendidikan Terakhir	SD	1	1%
	SMP/MTs	8	5%
	SMA/SMK	111	74%
	Diploma	5	3%
	Sarjana	24	16%
	Pascasarjana	1	1%
Asal Daerah	Brebes	97	65%
	Banyumas	6	4%
	Purbalingga	12	8%
	Cilacap	12	8%
	Kebumen	8	5%
	Tegal	3	2%
	Banjarnegara	2	1%
	Pemalang	3	2%
	Semarang	1	1%
	Tangerang	2	1%
	Bekasi	3	2%
	Cirebon	1	1%
Frekuensi Kunjungan	1 kali	90	60%
	>1 kali	60	40%

Berdasarkan Tabel 4, mayoritas responden berada pada kelompok usia 17–25 tahun, yaitu sebanyak 122 orang atau 81%. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh wisatawan usia muda. Ditinjau dari pendidikan terakhir, sebagian besar responden merupakan lulusan SMA/SMK sebanyak 111 orang atau 74%. Berdasarkan asal daerah, mayoritas responden berasal dari Kabupaten Brebes sebanyak 97 orang atau 65%, yang menunjukkan bahwa pengunjung D'las Lembah Asri Serang didominasi oleh wisatawan dari wilayah sekitar destinasi. Sementara itu, berdasarkan frekuensi kunjungan, sebanyak 90 responden atau 60% merupakan wisatawan yang baru berkunjung satu kali, sedangkan 60 responden atau 40% telah berkunjung lebih dari satu kali. Temuan ini menunjukkan bahwa D'las Lembah Asri Serang masih memiliki peluang besar untuk meningkatkan loyalitas wisatawan melalui penguatan aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian. Variabel yang dianalisis meliputi aksesibilitas, kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, dan minat berkunjung kembali.

Tabel 5. Ringkasan Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Rata-Rata Indeks	Kategori
Aksesibilitas	6	111,90	Tinggi
Kualitas Pelayanan	10	114,79	Tinggi
Kepuasan Wisatawan	6	112,30	Tinggi
Minat Berkunjung Kembali	9	111,06	Tinggi

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel penelitian berada pada kategori tinggi. Variabel kualitas pelayanan memperoleh rata-rata indeks tertinggi, yaitu sebesar 114,79. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap aspek pelayanan yang diberikan oleh pengelola D'las Lembah Asri Serang. Variabel kepuasan wisatawan memperoleh rata-rata indeks sebesar 112,30, yang menunjukkan bahwa wisatawan secara umum merasa puas terhadap pengalaman berkunjung. Variabel aksesibilitas memperoleh rata-rata indeks sebesar 111,90, sedangkan variabel minat berkunjung kembali memperoleh rata-rata indeks sebesar 111,06. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas, kualitas pelayanan, kepuasan, dan minat berkunjung kembali berada pada tingkat yang baik.

Pada variabel aksesibilitas, item dengan nilai indeks tertinggi adalah ketersediaan area parkir yang luas dan aman, yaitu sebesar 116,40. Sementara itu, item dengan nilai indeks terendah adalah ketersediaan berbagai pilihan transportasi umum menuju D'las, yaitu sebesar 102,20. Meskipun masih berada pada kategori sedang menuju tinggi, hasil ini menunjukkan bahwa aspek transportasi umum masih dapat menjadi perhatian bagi pengelola destinasi. Pada variabel kualitas pelayanan, seluruh item berada pada kategori tinggi. Item dengan nilai indeks tertinggi adalah kepercayaan terhadap informasi layanan dan fasilitas yang diberikan petugas, yaitu sebesar 117,00. Hal ini mengindikasikan bahwa petugas dinilai mampu memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh pengunjung. Sementara itu, beberapa item lain seperti kebersihan area wisata dan kecepatan petugas dalam merespons kebutuhan pengunjung juga berada pada kategori tinggi.

Pada variabel kepuasan wisatawan, rata-rata indeks sebesar 112,30 menunjukkan bahwa responden merasa puas terhadap pengalaman kunjungan di D'las Lembah Asri Serang. Kepuasan tersebut tercermin dari perasaan terhibur, nyaman, serta pengalaman berwisata yang dinilai sesuai dengan harapan. Pada variabel minat berkunjung kembali, rata-rata indeks sebesar 111,06 juga berada pada kategori tinggi. Item dengan nilai tertinggi adalah keinginan mengajak orang lain berkunjung karena kenyamanan destinasi, yaitu sebesar 113,80. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang maupun merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

Evaluasi Model Pengukuran / Outer Model

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur konstruk laten. Dalam penelitian ini, evaluasi outer model dilakukan melalui pengujian validitas konvergen, reliabilitas konstruk, dan validitas diskriminan.

Validitas Konvergen

Validitas konvergen dievaluasi berdasarkan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* atau AVE. Indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0,70 dan nilai AVE lebih besar dari 0,50.

Tabel 6. Ringkasan Nilai Outer Loading

Konstruk	Jumlah Item	Rentang Outer Loading	Keterangan
Aksesibilitas	6	0,783–0,831	Valid
Kualitas Pelayanan	10	0,772–0,820	Valid
Kepuasan Wisatawan	6	0,750–0,865	Valid
Minat Berkunjung Kembali	9	0,758–0,839	Valid

Berdasarkan Tabel 6, seluruh indikator pada setiap konstruk memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70. Pada konstruk aksesibilitas, nilai *outer loading* berada pada rentang 0,783 sampai

0,831. Pada konstruk kualitas pelayanan, nilai outer loading berada pada rentang 0,772 sampai 0,820. Selanjutnya, konstruk kepuasan wisatawan memiliki nilai outer loading pada rentang 0,750 sampai 0,865, sedangkan konstruk minat berkunjung kembali memiliki nilai outer loading pada rentang 0,758 sampai 0,839. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid karena mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukur.

Reliabilitas Konstruk dan Average Variance Extracted

Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Sementara itu, AVE digunakan untuk menilai kemampuan konstruk dalam menjelaskan varians indikator-indikatornya.

Tabel 7. Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability rho_a	Composite Reliability rho_c	AVE	Keterangan
Kepuasan Wisatawan	0,889	0,893	0,916	0,645	Reliabel dan valid
Aksesibilitas	0,894	0,897	0,919	0,653	Reliabel dan valid
Kualitas Pelayanan	0,935	0,936	0,945	0,630	Reliabel dan valid
Minat Berkunjung Kembali	0,932	0,934	0,943	0,649	Reliabel dan valid

Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70. Nilai Cronbach's Alpha berada pada rentang 0,889 sampai 0,935, sedangkan nilai Composite Reliability rho_c berada pada rentang 0,916 sampai 0,945. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki konsistensi internal yang baik. Selain itu, nilai AVE seluruh konstruk berada di atas 0,50, yaitu antara 0,630 sampai 0,653. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen.

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Pengujian validitas diskriminan dilakukan menggunakan cross loading dan Fornell-Larcker Criterion.

Tabel 8. Fornell-Larcker Criterion

Konstruk	M	X1	X2	Y
Kepuasan Wisatawan (M)	0,803			
Aksesibilitas (X1)	0,591	0,808		
Kualitas Pelayanan (X2)	0,636	0,235	0,794	
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,689	0,605	0,497	0,806

Berdasarkan Tabel 8, nilai akar kuadrat AVE pada masing-masing konstruk lebih besar dibandingkan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Nilai akar AVE kepuasan wisatawan sebesar 0,803 lebih besar daripada korelasinya dengan aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan minat berkunjung kembali. Demikian pula, nilai akar AVE aksesibilitas sebesar 0,808, kualitas pelayanan sebesar 0,794, dan minat berkunjung kembali sebesar 0,806 juga lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Dengan demikian, model penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan Fornell-Larcker Criterion. Hasil cross loading juga menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lain. Hal ini memperkuat bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini mampu mengukur konstruk masing-masing secara tepat dan tidak mengalami tumpang tindih pengukuran yang berlebihan.

Evaluasi Kolinearitas

Pengujian kolinearitas dilakukan menggunakan nilai Variance Inflation Factor atau VIF. Nilai VIF digunakan untuk memastikan bahwa indikator dalam model tidak mengalami masalah multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator memiliki nilai VIF di bawah 9. Nilai VIF berada pada rentang 1,744 sampai 2,838. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas dan layak digunakan dalam analisis model struktural.

Tabel 9. Ringkasan Evaluasi Kolinearitas

Keterangan	Nilai
Nilai VIF terendah	1,744
Nilai VIF tertinggi	2,838
Kriteria	VIF < 5
Kesimpulan	Tidak terdapat masalah multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 9, hasil evaluasi kolinearitas menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) terendah sebesar 1,744 dan nilai VIF tertinggi sebesar 2,838. Seluruh nilai VIF berada di bawah batas yang direkomendasikan, yaitu kurang dari 5, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model penelitian. Dengan demikian, hubungan antarvariabel independen tidak menunjukkan korelasi yang tinggi dan seluruh konstruk memenuhi syarat untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Evaluasi Model Struktural / Inner Model

Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel laten. Evaluasi inner model dilakukan melalui nilai R-square, Q²predict, dan SRMR.

Koefisien Determinasi / R-square

Tabel 10. Nilai R-square

Konstruk Endogen	R-square	R-square Adjusted	Interpretasi
Kepuasan Wisatawan (M)	0,612	0,607	Cukup kuat
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,553	0,544	Cukup kuat

Berdasarkan Tabel 10, nilai R-square pada variabel kepuasan wisatawan sebesar 0,612. Artinya, aksesibilitas dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan wisatawan sebesar 61,2%, sedangkan sisanya sebesar 38,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Selanjutnya, nilai R-square pada variabel minat berkunjung kembali sebesar 0,553. Artinya, aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan mampu menjelaskan variasi minat berkunjung kembali sebesar 55,3%, sedangkan sisanya sebesar 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik. Dengan kata lain, aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan merupakan faktor penting dalam menjelaskan minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke D'las Lembah Asri Serang.

Predictive Relevance / Q²predict

Pengujian Q²predict digunakan untuk mengetahui kemampuan prediktif model terhadap indikator pada konstruk endogen. Model dinyatakan memiliki kemampuan prediktif apabila nilai Q²predict lebih besar dari nol.

Tabel 11. Nilai $Q^2_{predict}$

Indikator	$Q^2_{predict}$	Indikator	$Q^2_{predict}$
M.1	0,348	Y.1	0,343
M.2	0,462	Y.2	0,330
M.3	0,440	Y.3	0,244
M.4	0,291	Y.4	0,299
M.5	0,359	Y.5	0,381
M.6	0,365	Y.6	0,317
		Y.7	0,232
		Y.8	0,293
		Y.9	0,306

Berdasarkan Tabel 11, seluruh nilai $Q^2_{predict}$ lebih besar dari nol. Nilai tertinggi terdapat pada indikator M.2 sebesar 0,462, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator Y.7 sebesar 0,232. Hasil ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap indikator kepuasan wisatawan dan minat berkunjung kembali. Dengan demikian, model tidak hanya mampu menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian, tetapi juga memiliki relevansi prediktif yang memadai terhadap konstruk endogen. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa model dapat digunakan untuk memprediksi variabel endogen berdasarkan hubungan antar konstruk yang dianalisis secara empiris.

Model Fit

Model fit dievaluasi menggunakan nilai Standardized Root Mean Square Residual atau SRMR. Nilai SRMR yang lebih kecil dari 0,08 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa perbedaan antara matriks korelasi yang diamati dan matriks yang diprediksi oleh model relatif kecil, sehingga model dinilai mampu merepresentasikan data penelitian dengan baik.

Tabel 12. Kesesuaian Model

Indikator Model Fit	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,057	0,057
d_ULS	1,609	1,609
d_G	0,832	0,832
Chi-square	645,422	645,422
NFI	0,818	0,818

Berdasarkan Tabel 12, nilai SRMR sebesar 0,057 berada di bawah batas 0,08, sehingga menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model mampu merepresentasikan hubungan antarvariabel secara memadai berdasarkan data empiris. Selain itu, nilai *Normed Fit Index* (NFI) sebesar 0,818 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang memadai dalam merepresentasikan hubungan antarvariabel yang diteliti. Dengan demikian, model penelitian dinilai layak digunakan untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping pada SmartPLS. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan dan minat berkunjung kembali, serta pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali.

Tabel 13. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Hipotesis	Hubungan Antarvariabel	Original Sample	t-statistic	p-value	Keputusan
H1	Aksesibilitas → Minat Berkunjung Kembali	0,344	4,681	0,000	Diterima
H2	Kualitas Pelayanan → Minat Berkunjung Kembali	0,180	2,543	0,006	Diterima
H3	Aksesibilitas → Kepuasan Wisatawan	0,468	7,593	0,000	Diterima
H4	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Wisatawan	0,527	9,197	0,000	Diterima
H5	Kepuasan Wisatawan → Minat Berkunjung Kembali	0,371	3,998	0,000	Diterima

Berdasarkan Tabel 13, seluruh hubungan langsung antarvariabel memiliki nilai p-value lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-statistic lebih besar dari 1,96. Dengan demikian, seluruh hipotesis pengaruh langsung dinyatakan diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali dengan koefisien sebesar 0,344, t-statistic sebesar 4,681, dan p-value sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik aksesibilitas menuju dan di sekitar destinasi wisata, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali dengan koefisien sebesar 0,180, t-statistic sebesar 2,543, dan p-value sebesar 0,006. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, responsif, aman, dan dapat dipercaya dapat mendorong wisatawan untuk memiliki keinginan berkunjung kembali. Selanjutnya, aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan koefisien sebesar 0,468, t-statistic sebesar 7,593, dan p-value sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan memperoleh informasi, kondisi jalan, transportasi, dan fasilitas pendukung perjalanan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan koefisien sebesar 0,527, t-statistic sebesar 9,197, dan p-value sebesar 0,000. Hubungan ini merupakan pengaruh langsung paling kuat dalam model penelitian. Artinya, kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali dengan koefisien sebesar 0,371, t-statistic sebesar 3,998, dan p-value sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang merasa puas terhadap pengalaman berwisata di D'las Lembah Asri Serang cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk melakukan kunjungan ulang.

Pengujian Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah kepuasan wisatawan mampu memediasi pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai specific indirect effect pada hasil bootstrapping.

Tabel 14. Hasil Pengujian Efek Mediasi

Hipotesis	Hubungan Mediasi	Original Sample	t-statistic	p-value	Jenis Mediasi	Keputusan
H6	Aksesibilitas → Kepuasan Wisatawan → Minat Berkunjung Kembali	0,174	3,351	0,000	Mediasi parsial	Diterima
H7	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Wisatawan → Minat Berkunjung Kembali	0,195	3,634	0,000	Mediasi parsial	Diterima

Berdasarkan Tabel 14, pengaruh tidak langsung aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan memiliki koefisien sebesar 0,174, t-statistic sebesar 3,351, dan p-value sebesar 0,000. Karena nilai p-value lebih kecil dari 0,05, maka kepuasan wisatawan

terbukti memediasi pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali. Dengan demikian, aksesibilitas yang baik tidak hanya secara langsung meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali, tetapi juga meningkatkan kepuasan wisatawan yang pada akhirnya memperkuat minat kunjungan ulang. Selanjutnya, pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan memiliki koefisien sebesar 0,195, t-statistic sebesar 3,634, dan p-value sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan juga terbukti memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, dan kepuasan tersebut kemudian mendorong wisatawan untuk memiliki keinginan berkunjung kembali ke D'las Lembah Asri Serang.

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh langsung aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali tetap signifikan ($\beta = 0,344$; $p < 0,05$), demikian pula pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ($\beta = 0,180$; $p < 0,05$). Di sisi lain, pengaruh tidak langsung melalui kepuasan wisatawan juga signifikan, dengan koefisien sebesar $\beta = 0,174$ pada hubungan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali dan $\beta = 0,195$ pada hubungan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berperan sebagai mediator parsial karena pengaruh langsung kedua variabel independen tetap signifikan meskipun pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi juga terbukti signifikan. Dengan demikian, kepuasan wisatawan memperkuat pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali tanpa menghilangkan pengaruh langsung kedua variabel tersebut.

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 15. Ringkasan Keputusan Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Keputusan
H1	Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali	Diterima
H2	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali	Diterima
H3	Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan	Diterima
H4	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan	Diterima
H5	Kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali	Diterima
H6	Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali	Diterima
H7	Kepuasan wisatawan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali	Diterima

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70, seluruh konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70, serta nilai AVE seluruh konstruk berada di atas 0,50. Model struktural juga menunjukkan kemampuan penjelasan yang memadai, dengan nilai *R-square* sebesar 0,612 pada kepuasan wisatawan dan 0,553 pada minat berkunjung kembali. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Selain itu, kepuasan wisatawan terbukti berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan minat berkunjung kembali. Selain itu, kepuasan wisatawan juga terbukti berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali serta mampu

memediasi pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Temuan ini menegaskan bahwa minat wisatawan untuk kembali mengunjungi D'las Lembah Asri Serang tidak hanya ditentukan oleh kemudahan akses dan kualitas pelayanan secara langsung, tetapi juga oleh kepuasan yang terbentuk selama wisatawan menikmati pengalaman berkunjung. Hasil penelitian ini perlu dipahami dengan mempertimbangkan karakteristik responden penelitian. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas wisatawan berada pada rentang usia produktif, berpendidikan SMA/SMK, serta sebagian besar merupakan pengunjung yang baru pertama kali berkunjung ke objek wisata D'las Lembah Asri Serang. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa temuan penelitian mengenai pengaruh aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali diperoleh berdasarkan persepsi responden dengan karakteristik tersebut.

Aksesibilitas terbukti berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah wisatawan memperoleh informasi, menjangkau lokasi, melewati kondisi jalan yang memadai, serta menggunakan fasilitas pendukung seperti area parkir, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan ulang. Dalam konteks destinasi wisata alam seperti D'las Lembah Asri Serang, akses menuju lokasi menjadi bagian penting dari pengalaman wisata. Wisatawan cenderung memiliki keinginan untuk kembali apabila perjalanan menuju destinasi dirasakan mudah, nyaman, dan tidak menimbulkan hambatan berarti. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali, meskipun berbeda dengan beberapa penelitian lain yang menunjukkan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Hikmawati et al., 2025; Marlina et al., 2025; Pertiwi, 2024; Sina et al., 2022). Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik destinasi, kondisi geografis, serta kebutuhan wisatawan terhadap akses perjalanan yang berbeda pada setiap objek wisata.

Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Pelayanan yang baik, ramah, cepat, aman, dan dapat dipercaya dapat menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. Dalam industri pariwisata, wisatawan tidak hanya menilai daya tarik fisik destinasi, tetapi juga pengalaman pelayanan yang mereka terima selama berkunjung. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam membentuk kesan positif dan mendorong wisatawan untuk kembali. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali, meskipun berbeda dengan beberapa penelitian yang menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Juliani, 2025; Umur et al., 2022; Momongan et al., 2024; Ramdhani et al., 2019). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang sangat bergantung pada konteks destinasi dan sejauh mana pelayanan tersebut mampu memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan.

Selanjutnya, aksesibilitas dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Aksesibilitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan karena wisatawan merasa lebih mudah merencanakan dan melakukan perjalanan menuju destinasi. Sementara itu, kualitas pelayanan memiliki peran yang lebih kuat dalam membentuk kepuasan karena pelayanan berkaitan langsung dengan pengalaman wisatawan selama berada di lokasi. Kebersihan area wisata, kelengkapan sarana, kejelasan informasi, responsivitas petugas, rasa aman, serta kepedulian terhadap kenyamanan pengunjung menjadi aspek penting yang menentukan kepuasan wisatawan. Dengan demikian, daya tarik destinasi perlu didukung oleh akses yang mudah dan pelayanan yang konsisten agar pengalaman wisatawan menjadi lebih memuaskan.

Kepuasan wisatawan terbukti berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Wisatawan yang merasa puas terhadap pengalaman kunjungan cenderung memiliki keinginan untuk mengulangi pengalaman tersebut pada masa mendatang. Kepuasan muncul ketika pengalaman yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan wisatawan. Dalam konteks D'las Lembah Asri Serang, kepuasan dapat terbentuk melalui kombinasi antara kemudahan akses, pelayanan yang baik, kenyamanan fasilitas, keamanan, dan kesan positif selama berwisata. Oleh karena itu, pengelola destinasi tidak cukup hanya berfokus pada menarik kunjungan pertama, tetapi juga perlu memastikan bahwa setiap kunjungan menghasilkan pengalaman yang memuaskan.

Hasil mediasi menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan mampu memediasi pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, aksesibilitas dan kualitas pelayanan tidak hanya memengaruhi minat kunjungan ulang secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui kepuasan wisatawan. Karena pengaruh langsung dan tidak langsung sama-sama signifikan, maka mediasi yang terjadi merupakan mediasi parsial. Temuan ini menjelaskan bahwa akses yang mudah dan pelayanan yang baik akan semakin efektif mendorong kunjungan ulang apabila keduanya mampu menciptakan kepuasan. Dengan demikian, kepuasan wisatawan menjadi mekanisme penting yang menghubungkan kualitas pengalaman wisata dengan keinginan untuk kembali berkunjung. Temuan ini juga memberikan penjelasan terhadap ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu. Beberapa penelitian menemukan bahwa aksesibilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan penelitian lain menemukan hasil yang berbeda. Dalam penelitian ini, kepuasan wisatawan terbukti menjadi variabel yang memperjelas hubungan tersebut. Artinya, aksesibilitas dan kualitas pelayanan tidak selalu cukup untuk mendorong kunjungan ulang apabila tidak mampu menghasilkan kepuasan. Oleh karena itu, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa minat berkunjung kembali terbentuk melalui pengalaman wisata yang menyeluruh, bukan hanya melalui satu aspek destinasi secara terpisah.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola D'las Lembah Asri Serang perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan karena variabel ini memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan wisatawan. Pengelola dapat meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan petugas, peningkatan kecepatan respons, penyediaan informasi yang jelas, pemeliharaan kebersihan, serta penguatan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung. Selain itu, aspek aksesibilitas juga perlu diperhatikan, terutama ketersediaan informasi rute, papan petunjuk, akses digital, dan pilihan transportasi menuju lokasi. Peningkatan aksesibilitas dan kualitas pelayanan secara konsisten dapat menciptakan kepuasan yang lebih tinggi dan pada akhirnya memperkuat minat wisatawan untuk kembali berkunjung.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, teknik *accidental sampling* menyebabkan hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan sepenuhnya kepada seluruh wisatawan D'las Lembah Asri Serang. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan sebagai faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali. Padahal, terdapat variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi minat kunjungan ulang, seperti daya tarik wisata, harga, fasilitas, citra destinasi, promosi digital, pengalaman emosional, dan *perceived value*. Ketiga, penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional* sehingga hanya menggambarkan persepsi wisatawan pada satu periode tertentu. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik sampling yang lebih representatif, menambahkan variabel lain yang relevan, serta membandingkan beberapa destinasi wisata agar hasil penelitian memiliki cakupan yang lebih luas.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada objek wisata D'las Lembah Asri Serang, Kabupaten Purbalingga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis penelitian diterima. Aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan terbukti berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Selain itu, kepuasan wisatawan berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan aksesibilitas dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan wisatawan sekaligus mendorong loyalitas melalui minat berkunjung kembali.

Secara praktis, pengelola D'las Lembah Asri Serang perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang telah dinilai baik oleh wisatawan serta meningkatkan aspek aksesibilitas yang masih perlu diperbaiki, terutama terkait kemudahan transportasi menuju lokasi wisata. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong kunjungan kembali secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan teknik sampling yang lebih representatif, desain longitudinal, serta menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat berkunjung kembali agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga. (2025). *Kabupaten Purbalingga dalam angka 2025*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga.
- D'las Lembah Asri Serang. (2025). *Data kunjungan wisatawan D'las Lembah Asri Serang tahun 2020–2024* [Data internal tidak dipublikasikan].
- Elake, A. A., Ronald, S., Saleky, J., & Ufie, A. J. R. (2024). Fasilitas wisata dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Hunimua, Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 264–272. <https://doi.org/10.31959/jat.v3i1.2560>
- Ginanjar, D. S. T. (2019). Strategi promosi wisata Purbalingga melalui festival film. *Jurnal Visi Komunikasi*, 18(2), 70–93. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hakim, M. A. A., Azizah, Z., & Runtiningsih, S. (2025). Tourism and economic growth on employment in Central Java: A panel data regression analysis. *EFFICIENT: Indonesian Journal of Development Economics*, 8(2), 163–170.
- Hidayat, T. T. N., Chalil, & Sutomo. (2017). Pengaruh aksesibilitas dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 3(2), 201–212. <https://doi.org/10.22487/jimut.v3i2.87>
- Hikmawati, S., Sumar, & Saputra, D. (2025). Pengaruh aksesibilitas, fasilitas, dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Pantai Temberan Kabupaten Bangka. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(7), 686–713. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i7.676>

- Juliani, J., & Waryono, W. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali di Café Damar Shaker Padang Baru. *Jurnal Bintang Manajemen*, 3(2), 113–126. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i3.3306>
- Magalhaes, L. (2022). Dampak pembangunan pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi daerah: Studi pembangunan pariwisata di Kabupaten Jombang. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 3(2), 71–86. <https://doi.org/10.26905/jrei.v3i2.8899>
- Marlina, D., Hakim, L. N., & Susilawati, T. S. (2025). Pengaruh aksesibilitas dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan domestik pada objek wisata Way Tebing Ceppa Taman Baru Penengahan Lampung Selatan. *YUME: Journal of Management*, 8(2), 1235–1250. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i1.369>
- Momongan, C. M., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2024). Pengaruh kepercayaan konsumen, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening: Studi pada Hotel Swissbell di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(4), 757–769. <https://doi.org/10.35794/emba.v12i4.59119>
- Pertiwi, S. E. (2024). *Pengaruh daya tarik wisata, amenities, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo Jawa Timur* [Skripsi sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata API Yogyakarta]. <https://www.perpustakaan.stieparapi.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=228&bid=1044>
- Rahma, A. A. (2020). Potensi sumber daya alam dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Ramdhani, A. S., & Astuti, S. R. T. (2019). The analysis of relationship between experiential marketing, service quality, visitors' satisfaction, and revisit intention: Study on tourism industry. *Diponegoro International Journal of Business*, 2(2), 107–111. <https://doi.org/10.14710/dijb.2.2.2019.107-111>
- Riyadin. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat keluarga berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur: Studi kasus pada Desa Pekalongan. *Jurnal Simplex*, 2(1), 41–50. <https://fe.ummetro.ac.id/index.php/JS/article/view/330>
- Silaban, P. H., Silalahi, A. D. K., Octoyuda, E., & Sinaga, D. (2020). Pengaruh aksesibilitas dan daya tarik terhadap loyalitas wisata dengan amenities sebagai variabel intervening pada destinasi wisata tuk-tuk siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 241–246. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i2.1016>
- Sina, I., Yusuf, H., Demayanti, R., & Pratama, R. (2022). The effect of accessibility and facilities on return interest with tourist satisfaction as intervening variable: Tourism of Boki Maruru Cave, Central Halmahera Regency. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(2), 11799–11809. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5012>
- Umur, S. A., Prihatini, A. E., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali destinasi pariwisata. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 641–650. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35891>
- Viola, & Ginting, N. (2022). Analisa teori kepuasan wisatawan terhadap objek wisata. *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering*, 5(1), 643–648. <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>