



# Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga

Tri Muria Ayu Ningsih<sup>1\*</sup>, Junaidi Sagir<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia.

## Article Info

Received: January 15, 2024

Revised: March 27, 2024

Accepted: April 25, 2024

Published: April 30, 2024

Corresponding Author:

Tri Muria Ayu Ningsih

[trimuriaayuningsih@gmail.com](mailto:trimuriaayuningsih@gmail.com)

DOI: [10.29303/alexandria.v5i1.580](https://doi.org/10.29303/alexandria.v5i1.580)

© 2024 The Authors. This open access article is distributed under a (CC-BY License)



**Abstract:** This research aims to determine the influence of tourist attraction and destination image on interest in revisiting the Kerta Gangga Waterfall tourist attraction. The type of research used is associative research with a quantitative approach. Research data collection uses questionnaires. The population in this study were all tourists who had visited and were interested in revisiting the Kerta Gangga Waterfall tourist attraction with a sample size of 100 respondents with a sampling technique using non-probability sampling with a purposive sampling method. The data analysis used was Multiple Linear Regression using SPSS Version 24. The results of the analysis showed that: Tourist Attraction, Destination Image had a positive and significant effect on Interest in Returning to the Kerta Gangga Waterfall Tourist Attraction.

**Keywords:** Tourist Attraction; Destination Image; Interest in Returning.

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data penelitian menggunakan Kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung dan berminat untuk berkunjung ulang ke objek wisata air terjun kerta gangga dengan jumlah sampel 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode purposive sampling. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan menggunakan SPSS Versi 24. Hasil analisis menunjukkan bahwa daya Tarik Wisata, Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga.

**Kata Kunci:** Daya Tari Wisata; Citra Destinasi; Minat Berkunjung Kembali

## Pendahuluan

Pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang paling potensial di Indonesia. Sektor pariwisata di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat, kontribusi positif sektor pariwisata suatu daerah memberikan implikasi bagi semua pihak yang terlibat dalam industri pariwisata untuk mengelola pariwisata secara profesional.

**Tabel 1.** Jumlah Kunjungan Wisata KLU

Tahun	Jumlah Kunjungan	Persentase Pertumbuhan
2018	599.540	-
2019	636.436	6,15%
2020	137.100	- 78,46%
2021	137.100	0
2022	278.519	103,15%
Total	1.788.695	30,84 %
Rata-Rata	357.739	6, 17%

Sumber: LKjIP Tahun 2022 Dispar KLU

Berdasarkan Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan KLU di atas, dapat dilihat bahwa jumlah

## How to Cite:

Ningsih, T. M. A., & Sagir, J. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(1), 106-110. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v5i1.580>

kunjungan wisatawan paling banyak yakni pada tahun 2019 sebanyak 636.436 wisatawan. Untuk kunjungan wisatawan pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan yang sangat signifikan dari tahun sebelumnya disebabkan oleh pandem Covid-19, kemudian di tahun 2022 mengalami kenaikan jumlah peningkatan tetapi tidak sebesar jumlah kunjungan tahun 2018 dan 2019. Adapun total kunjungan wisatawan pada Kabupaten Lombok Utara selama 5 tahun berjumlah 1.788.695 wisatawan dengan rata-rata kunjungan sebanyak 357.739 wisatawan dengan persentase pertumbuhan sebesar 6,17%. Kabupaten Lombok Utara alami peningkatan pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan dimulai pada tahun 2022 setelah mengalami penurunan pada tahun sebelumnya, akibat dampak pandemi Covid-19.

Salah satu kawasan wisata yang saat ini sedang mengembangkan potensi wisata alamnya adalah kawasan Air Terjun Kerta Gangga. Air Terjun Kerta Gangga merupakan salah satu wisata alam yang berada di Dusun Kerta, Desa Genggelang, Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara. Keunikan dari air terjun ini adalah tiga buah air terjun yang bisa dinikmati sekaligus. Ketiganya ini bisa dinikmati hanya dalam satu kali kunjungan. Sebagai air terjun yang menyuguhkan tiga buah air terjun dalam satu waktu dan satu tempat, maka kawasan wisata ini menjadi salah satu lokasi wisata yang paling menarik dikunjungi wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara. Selain keindahan air terjunnya, objek wisata ini juga menyuguhkan pemandangan hutan yang asri. Akan tetapi, obyek wisata ini pada beberapa tahun terakhir mengalami penurunan kunjungan wisatawan, walaupun pendapatan Kabupaten Lombok Utara dari sektor pariwisata mulai mengalami peningkatan setelah pandemi Covid-19. Menurut hasil observasi dan wawancara kepada beberapa pihak terkait, seperti ketua POKDARWIS setempat, menyatakan bahwa kunjungan wisatawan sangat menurun drastis dimulai pada saat pandemi Covid-19 terjadi dan sampai sekarang jumlah wisatawan masih belum meningkat seperti awal, padahal pandemi Covid-19 sudah tidak ada lagi.

Selain itu, pengelola Air Terjun Kerta Gangga juga menyampaikan hal demikian, pada saat ramai kunjungan wisatawan ke Air Terjun Kerta Gangga pihak pengelola memberlakukan tarif Rp. 20.000 untuk wisatawan mancanegara dan Rp. 5.000 untuk wisatawan lokal, padahal harga tersebut tergolong sangat murah, namun jumlah kunjungan kembali wisatawan pada objek wisata ini belum kembali seperti jumlah kunjungan sebelum Covid-19. Mengingat fenomena tersebut, tentunya yang menjadi permasalahan adalah terkait minat kunjungan ulang wisatawan. Menurut penuturan "Dartok" selaku pengelola Air Terjun Kerta Gangga menyatakan bahwa

"Sebelum adanya gempa bumi dan pandemi Covid-19, wisatawan yang berkunjung mencapai sekitar 700 wisatawan perbulannya, tetapi setelah adanya pandemi Covid-19 jumlah kunjungan wisatawan hanya mencapai sekitar 200 wisatawan setiap bulannya".

**Tabel 2.** Jumlah Kunjungan Wisatawan Air Terjun Kerta Gangga

Tahun	Jumlah Kunjungan	Perubahan	
		Angka	Persen
2019	8.400	-	-
2020	4.200	(4.200)	(50%)
2021	4.100	(100)	(2,38%)
2022	4.000	(100)	(2,44%)
Jumlah	20.700	(4.400)	(54,82%)
Rata-rata	5.175	(1.100)	(13,71%)

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Air Terjun Kerta Gangga di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah kunjungan setiap tahun menurun sebanyak 1.100 kunjungan atau sebesar (13,71%). Jumlah kunjungan pada tahun 2019 sebanyak 8.400 wisatawan tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan dengan jumlah kunjungan sebanyak 4.200 wisatawan, yang dimana angka ini turun drastis sebesar 50% dari tahun sebelumnya diakibatkan karena pandemi Covid-19 yang merajalela. Kemudian tahun selanjutnya yakni tahun 2021 dan 2022 juga mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dan sampai sekarang angka kunjungan terus mengalami penurunan padahal pandemi Covid-19 telah selesai.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan tersebut menunjukkan bahwa objek wisata Air Terjun Kerta Gangga yang sudah dikelola dengan cukup baik pun masih belum bisa meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata ini secara maksimal. Meningkatkan atau mempertahankan jumlah pengunjung objek wisata sangatlah sulit. Minat pengunjung sangat ditentukan oleh kondisi daya tarik objek wisata, yang terdiri dari keunikan objek dan atraksi, kesiapan amenities, dan kelancaran moda transportasi dan aksesibilitas (Abdulhaji dan Yusuf, 2016; Sarim dan Wiyana, 2017; Nurbaeti, 2021). Selain itu minat kunjungan kembali juga dipengaruhi citra wisata dari produk itu sendiri, promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata dan pelayanan di mata konsumen khususnya.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang jadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata (Yoeti, 1996). Air Terjun Kerta Gangga merupakan objek wisata yang cukup terkenal dengan keindahan air terjun dan juga alamnya yang menawan,

seperti hutan, dan lahan pertanian. Objek wisata ini dilengkapi berbagai macam fasilitas yang sudah dibangun untuk kenyamanan pengunjung. Adapun fasilitas tersebut meliputi toilet, berugak, spot foto, dan sebagainya. Namun dari banyaknya faktor-faktor yang menjadi daya tarik wisatawan, faktor jarak objek wisata atau aksesibilitas yang jauh dari pusat kota menuju tempat wisata menjadikan masalah tersendiri bagi objek wisata ini. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa faktor daya tarik wisata sangatlah penting bagi wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu objek wisata.

Selain daya tarik wisata, maka citra destinasi juga berpengaruh terhadap kunjungan kembali wisatawan, Schwaighofer (2014) mengemukakan bahwa citra destinasi wisata adalah area yang spesifik di mana elemen seperti budaya lokal, sistem sosial, ekologi dan situasi ekonomi sama dengan latar politik dapat mempengaruhi pendapat publik baik positif maupun negatif. berkembangnya pariwisata juga turut terbantu dengan semakin mudahnya masyarakat atau wisatawan dapat mengakses informasi khususnya mengenai destinasi sehingga para wisatawan dapat mudah menemukan dan menilai serta memutuskan perjalanan mereka walau destinasi tersebut berada di luar daerahnya. Hal ini menyebabkan destinasi bersaing dalam menarik kedatangan wisatawan dan juga sangat memberi dampak positif dalam perkembangan destinasi-destinasi wisata yang baru muncul. Citra destinasi berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang wisatawan sebagaimana dilakukan oleh Mahfudhotin et al (2020) membuktikan bahwa citra destinasi memiliki positif terhadap minat berkunjung kembali. Citra destinasi merupakan aspek penting bagi suatu objek wisata dalam meningkatkan minat kunjungan ulang wisatawan. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga.

## Hasil dan Pembahasan

### *Jenis Penelitian*

Menurut Hair et al (2010) penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari hubungan variabel atau lebih sehingga penelitian ini tergolong penelitian asosiatif. Menurut Sujarweni (2015) Penelitian Asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang akan dapat

berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.

### *Lokasi Penelitian*

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga, Kabupaten Lombok Utara dengan subjek penelitian ini adalah para wisatawan Air Terjun Kerta Gangga.

### *Populasi Penelitian*

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung dan berminat untuk berkunjung ulang ke objek wisata Air Terjun Kerta Gangga.

### *Metode Pengumpulan Data*

Metode pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode survey menggunakan kuesioner yang disebarakan keseluruhan populasi yang memiliki minat untuk berkunjung kembali.

### *Alat Pengumpulan Data*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk memperoleh data mengenai ketiga variabel dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### *Jenis Data*

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Menurut Hair et al (2010) penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### *Sumber Data*

Sumber Data dalam penelitian ini adalah data primer Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan atau jawaban angket responden sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir (Sekaran, 2011). Sumber Data dalam penelitian ini adalah data sekunder Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah referensi yang diperoleh melalui studi kepustakaan untuk memperoleh informasi dari buku-buku referensi, jurnal, literature internet dan lain sebagainya.

## Hasil dan Pembahasan.

**Tabel 3.** Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,666	2,354		1,982	,050		
	Daya_Tarik_Wisata	,149	,071	,207	2,106	,038	,701	1,426
	Citra_Destinas	,397	,088	,443	4,497	,000	,701	1,426

a. Dependent Variable: Minat\_Berkunjung\_Kembali

Hasil pengolahan SPSS dapat ditunjukkan melalui persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,666 + 0,149X_1 + 0,397X_2 \quad (1)$$

Nilai Konstanta pada persamaan tersebut adalah 4,666, ini menunjukkan bahwa apabila kedua variabel yaitu *minat berkunjung kembali* ( $X_1$ ) dan *citra destinasi* ( $X_2$ ) dianggap konstan maka nilai dari minat berkunjung kembali sebesar 4,666.

Besarnya koefisien regresi variabel Daya Tarik Wisata adalah 0,149 dan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali. Minat Berkunjung Kembali akan naik sebesar 0,149 dengan asumsi bahwa variabel lain di anggap konstan.

Besarnya koefisien regresi variabel Citra Destinasi adalah 0,397 dan memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Berkunjung Kembali akan naik sebesar

0,397 dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,583 <sup>a</sup>	,340	,326	2,661

a. Predictors: (Constant), Citra\_Destinas, Daya\_Tarik\_Wisata

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa nilai R-Square sebesar 0,340 (34%) yang dapat diartikan bahwa kemampuan variabel Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ) dan Citra Destinasi ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel penelitian Minat Berkunjung Kembali ( $Y$ ) sebesar 34% dan sisanya 66% dipengaruhi oleh variabel lain tidak ada dalam penelitian. Nilai 0,340 artinya memiliki korelasi yang rendah.

**Tabel 5.** Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,666	2,354		1,982	,050		
	Daya_Tarik_Wisata	,149	,071	,207	2,106	,038	,701	1,426
	Citra_Destinas	,397	,088	,443	4,497	,000	,701	1,426

a. Dependent Variable: Minat\_Berkunjung\_Kembali

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikan konstanta secara individual dari Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ) dan Citra Destinasi ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas terhadap Minat Berkunjung Kembali.

- Berdasarkan tabel 6 diketahui nilai t hitung Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ) sebesar 2,106 dengan nilai signifikan 0,038. Artinya nilai sig untuk pengaruh daya tarik wisata ( $X_1$ ) terhadap minat berkunjung kembali ( $Y$ ) adalah  $0,038 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,106 > t$  tabel 1,984. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.
- Berdasarkan tabel 6 diketahui nilai t hitung citra destinasi ( $X_2$ ) sebesar 4,497 dengan nilai signifikan

0,000. Artinya nilai sig untuk citra destinasi ( $X_2$ ) terhadap minat berkunjung kembali ( $Y$ ) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4,497 > t$  tabel 1,984. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga. Artinya jika semakin tinggi Daya Tarik Wisata maka akan meningkatkan Minat Berkunjung Kembali, Sebaliknya

jika Daya Tarik Wisata rendah atau tidak sesuai maka akan semakin menurun Minat Berkunjung Kembali. (2) Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga. Artinya jika semakin tinggi Citra Destinasi maka Minat Berkunjung Kembali semakin tinggi, Sebaliknya jika Citra Destinasi semakin kurang atau tidak sesuai maka semakin menurun Minat Berkunjung Kembali.

## Daftar Pustaka

- Abdulhaji, S., & Yusuf, I.S. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2): 134-148. <https://doi.org/10.33387/hjp.v7i2.317>.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010) *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition, Pearson, New York.
- Mahfudhotin, S., Nurfarida, I. N., & Hidayat, C. W. (2020). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 8(2).
- Nurbaeti, Rahmanita M, Ratnaningtyas H, Amrullah. (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*. 2(1); 269-278.
- Sarim., & Wiyana, T. (2017). Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2): 342-249.
- Sekaran, U. (2011). *Metodelogi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schwaighofer, V. (2014). *Tourist Destination Images and Local Culture*. Salzburg: Springer Gabler.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Yoeti.Oka A. (1996). *Pengantar Pariwisata.Badung: Angkasa*.