

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *DESTINATION IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* WISATAWAN KE OBJEK WISATA CINANGKIAK SOLOK

¹Sri Wahyuni, ²Dahlia Kamener

*Economics and Business Department Students and Lecturers
Bung Hatta University, Padang*

E-mail : sriwahyu0699@gmail.com , dahlianakamener@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata termasuk ke dalam suatu sektor kehidupan, yang menjadi peran penting dalam pembangunan perekonomian masyarakat, seperti yang kita lihat telah terjadi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat di dunia yang semakin baik dan maju [1]. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian penting dari kebutuhan atau gaya hidup manusia yang menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal budaya dan alam ke kawasan-kawasan lainnya [1]. Potensi wisata yang dapat dikembangkan sangat beragam mulai dari wisata bahari, wisata spiritual dan wisata alam lainnya. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri dan memiliki keunikan ragam budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut. Sumatera barat dikaruniai panorama keindahan alam yang tinggi sehingga menjadikan daerah tersebut memiliki potensi yang sangat baik untuk mengembangkan industri dibidang pariwisata. Pengembangan industri pariwisata merupakan solusi yang baik untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Sumatera Barat [2].

METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian adalah wisata Cinangkiak Solok. Sampel adalah bagian dari populasi melalui cara-cara tertentu, yang juga mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang bisa dianggap mewakili populasi [3]. Dikarenakan populasi tidak diketahui, maka perhitungan jumlah sampel dapat digunakan menggunakan rumus Cochran seperti di bawah ini:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

z= Standar skor yang di pilih (1,96)

p= Proporsi estimasi dari kejadian pada populasi (0,5)

q= 1-p (1-0,5=0,5)

e= Standar deviasi/kelonggaran (10%)

Berdasarkan rumus di atas, sampel dari penelitian ini dihitung seagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 pq}{e^2} \\ n &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} \\ &= \frac{0,9604}{0,01} \\ &= 96,04 = 96 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi sebanyak 96 responden. Pada penelitian ini jumlah yang digunakan peneliti sebanyak 100 responden. Untuk mendapatkan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, adapun kriteria yang ditetapkan peneliti adalah : masyarakat yang sudah pernah berkunjung ke objek wisata Cinangkiak Solok, berusia 17 tahun dan berkeinginan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Cinangkiak Solok.

Metode Analisis Data

Untuk menganalisis hubungan antar variabel, peneliti menggunakan smartPLS3 sebagai teknik analisis data. Dengan beberapa hasil uji yaitu, *convergent validity*, *discriminant validity*, *R square*, dan hasil uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Structural Model Assesment (inner model) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas.

Pengujian Hipotesis PLS tidak mengasumsikan data berdistribusi normal, sebagai gantinya PLS bergantung pada prosedur *bootstrapping* non parametrik untuk menguji signifikansi koefisiennya. Untuk mengetahui sutau variabel laten berpengaruh atau tidaknya terhadap variabel laten lainnya dapat dilihat dari T Statistics dan P Values. Jika suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen memiliki T statistic > 1,96 dan P values < 0,05, maka dapat diartikan bahwa baribael

eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen, dan sebaliknya.

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan didapatkan hasil pengujian seperti pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesisi

Arah	Original sample	T statistics	P Values	Keputusan
X1 (CS) > Y(RI)	0,599	4,727	0,000	H1 diterima
X2 (DI) > Y (RI)	0,241	2,207	0,028	H2 diterima
X3 (SQ) > Y (RI)	0,106	1,094	0,275	H3 ditolak

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas menunjukkan bahwa dua hipotesis diterima ini yaitu *cusmoer experience* dan *destination image* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Dapat dilihat pada tabel diatas nilai T-statistics >1,96 dan P values <0,05, maka dapat diartikan bahwa hipotesis 1 dan 2 diterima.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yaitu penelion dari [4] dan [5] pada penelitian tersebut menunjukan *customer experience* dan *destination image* memiliki pengaruh yang signifikan. Selanjutnya pada hipotesis tiga ditolak yaitu tidak ada pengaruh signifikan antara *service quality* dengan *revisit intention* [2]. Dapat dilihat pada tabel diatas hipotesis tiga menunjukan nilai T statistic dan P Values <1,96 dan <0,05. Maka dapat diartikan bahwa hipotesis 3 ditolak. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian dari [6] yang menemukan adanya pengaruh signifikan antara *service quality* dengan *revisit intention*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *customer experience* dan *destination image* terhadap *revisit intention*, dan menunjukkan satu variabel yang tidak signifikan yaitu *service quality*.

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, penelitian selanjutnya disarankan dapat memperluas sampel *revisit intention*. Dan untuk pihak Cinangkiak Solok disarankan untuk meningkatkan *service quality* karyawan dengan cara memberi pelatihan dan penyuluhan kepada karyawan agar lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fajrin Andes Rahmat, Gatot Wijayanto dan Sri Endang Kornita. 2021. "Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar." *Jurnal Ekonomi Kiat* 32(1):40–47.
- [2] Arum Sari, Wahyu, and Mohamad Najmudin. 2021. "Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo." *Mohamad Najmudin Juni 2021 EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 12(1):49–58.
- [3] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:Alfabeta.CV.
- [4] Dharmayanti, Albertus C. 2013. "Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 1(2):1–13.
- [5] Arrahma Sulistyafani, et al. 2021. "Pengaruh Citra Destinasi Tehadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Pandawa, Bali." (January). doi: 10.24843/JDEPAR.2021.v09.i01.p11
- [6] Hidayat, Syahrul, I. Ketut Suwena, and N. G. A. S. Dewi. 2021. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Museum Surabaya." *Jurnal IPTA* 9(1):54. doi: 10.24843/ipta.2021.v09.i01.p05