



Pengaruh Aksesibilitas dan *Physical Evidence* Terhadap *Revisit Intention* dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bocor di Kebumen)

Khusnul Khotimah¹, Prihartini Budi Astuti²

^{1,2}Universitas Putra Bangsa

khusnul.199930@gmail.com¹

ARTICLE INFO

Article History:

Received: August 2nd 2022

Accepted: August 9th 2022

Published: August 13th 2022

Keywords:

Aksesibilitas, *Physical Evidence*, Kepuasan Pengunjung, *Revisit Intention*

ABSTRACT

Fenomena bergesernya pemenuhan kebutuhan dari kebutuhan primer ke sekunder dan tersier, dimana masyarakat bisa memenuhi kebutuhan akan hiburan atau kesenangan menimbulkan dampak positif bagi sektor pariwisata. Salah satunya yaitu pariwisata di Kebumen yaitu Pantai Bocor. Banyaknya obyek wisata di Kabupaten Kebumen mengakibatkan semakin sulitnya mendatangkan wisatawan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas, *physical evidence* dan kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention* pada pengunjung objek wisata Pantai Bocor di Kebumen. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang dilakukan kepada 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas. Uji hipotesis terdiri dari uji t, uji koefisien determinasi, analisis korelasi, analisis jalur dan uji Sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, dan kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*.

Pendahuluan

Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan, mencari hiburan dan kepuasan, untuk menikmati keindahan atau kulinernya, dan istirahat dari kegiatan rutinitas. Seiring perkembangan zaman dan adanya peningkatan taraf dan gaya hidup, mengakibatkan fenomena bergesernya pemenuhan kebutuhan seperti kebutuhan primer ke sekunder dan tersier. Dimana masyarakat bisa memenuhi kebutuhan akan hiburan atau kesenangan. Hal tersebut akan dapat memberikan dampak pada sektor pariwisata suatu daerah.

Pengembangan dan pemasaran daerah wisata sudah terlihat sejak adanya peraturan pemerintah tentang otonomi daerah (Undang-undang Republik Indonesia Tahun 2004). Peraturan tersebut, pemerintah daerah memiliki kewenangan secara otonom untuk mengembangkan dan memaksimalkan potensi daerah masing-masing, salah satunya di bidang pariwisata. Dalam perkembangan dunia pariwisata belakangan ini menunjukkan perkembangan yang cukup tinggi, sehingga tingkat persaingan untuk mendatangkan wisatawan semakin sulit. Hal tersebut tentu akan menjadi tantangan bagi industri pariwisata.

Salah satu objek pariwisata di Kabupaten Kebumen adalah Pantai Bocor. Pantai Bocor terletak di Desa Setrojenar, Kecamatan Buluspesantren, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Pantai ini dekat dengan jalur lintas selatan yang baru selesai dibangun pada tahun 2018, yang menghubungkan antara kota Cilacap, Kulonprogo, Purworejo dan Kebumen, sehingga jalan ini sering dilalui oleh kendaraan lintas kota. Hal ini membuat Pantai Bocor lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Perkembangan industri pariwisata yang ada di Kabupaten Kebumen menyebabkan semakin banyak pula alternatif pilihan untuk berwisata. Tantangan bagi setiap industri pariwisata khususnya Pantai Bocor yaitu mempertahankan serta memperbanyak jumlah pengunjung dengan kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Hal yang dapat dilakukan yaitu dengan lebih memperhatikan objek wisata, akses menuju wisata, fasilitas tambahan hingga kepuasan pengunjung agar wisatawan tertarik untuk berkunjung dan bagi yang sudah pernah ingin berkunjung kembali.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Pantai Bocor

Tahun	2018	2019	2020	2021
Hari Biasa	79.624	83.276	19.021	15.426
Weekend	35.729	37.395	8.925	13.632
Hari Raya /10 hari	49.310	54.531	1.027	2.544
Total per Tahun	164.663	175.202	28.973	31.602

Sumber: Petugas Pariwisata Desa Setrojenar (2021)

Data tabel 1 diambil berdasarkan dari penjualan retribusi parkir yang diambil berdasarkan wawancara kepada petugas pariwisata yang dilakukan oleh peneliti. Data itu menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Pantai Bocor pada tahun 2018–2019 naik sebanyak 10.539 pengunjung. Sedangkan pada tahun 2019–2020 menurun sebanyak 146.229 pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung yang signifikan diakibatkan oleh wabah Covid 19. Penerapan PSBB pada awal tahun 2020 mengatur agar aktivitas sekolah, kerja, ibadah dilakukan dirumah. Sedangkan untuk tempat hiburan, wisata dan pusat perbelanjaan ditutup. Namun pada tahun 2021 tepatnya sampai bulan Agustus, mengalami kenaikan sebanyak 2.629 pengunjung. Adanya kenaikan pengunjung disebabkan karena objek wisata diperbolehkan buka kembali dengan tetap mematuhi protokol kesehatan.

Tabel 2. Hasil Observasi Pada Pantai Bocor

Variabel	Responden	Presentase
Aksesibilitas	16 orang	0.53%
Physical Evidence	11 orang	0.37%
Lain-lain	3 orang	0.10%
JUMLAH	30 orang	1.00%

Sumber: Observasi pada pengunjung obyek wisata Pantai Bocor (2021)

Tabel 2 merupakan hasil observasi yang dilakukan kepada tiga puluh (30) pengunjung objek wisata Pantai Bocor yang sudah pernah berkunjung sebelumnya. Dari observasi tersebut diperoleh data bahwa faktor yang mempengaruhi *Revisit Intention* yaitu, enam belas (16)

pengunjung memilih indikator yang merujuk ke variabel Aksesibilitas, karena akses untuk menuju lokasi mudah. Sementara sebelas (11) memilih *Physical Evidence* dikarenakan fasilitas dan lingkungan disekitar objek wisata Pantai Bocor. Selanjutnya tiga (3) diantaranya memilih variabel lain seperti kuliner yang ada di Pantai Bocor, harga tiket dan lainnya.

Dari penjelasan di atas disimpulkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi responden untuk berkunjung kembali atau *Revisit Intention* adalah Aksesibilitas. Menurut Hidayat *et al* (2017) aksesibilitas menjadi salah satu aspek terpenting, karena objek wisata tidak akan mungkin dikunjungi tanpa dihubungkan dengan akses. Akses menuju objek wisata Pantai Bocor mudah, baik dari akses informasi, akses kondisi jalan dan tempat akhir perjalanan. Lokasi Pantai Bocor bisa dikatakan cukup jauh dari titik kota Kebumen. Perjalanan dari alun-alun Kebumen sampai pada objek wisata Pantai Bocor kurang lebih 15 km. Kondisi jalan untuk menuju objek wisata Pantai Bocor yang dapat dikatakan dalam keadaan baik.

Aksesibilitas dan *Physical Evidence* merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan pada suatu objek pariwisata. Sedangkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan pihak pariwisata juga perlu memperhatikan tingkat kepuasan wisatawan, dengan begitu *Revisit Intention* atau niat kunjung ulang akan terbentuk. Baker dan Crompton dalam Hidayat *et al* (2017) niat kunjung kembali adalah niat dan keinginan berkunjung lebih sering.

Aksesibilitas yang memiliki kualitas baik akan membuat wisatawan merasa aman dan nyaman ketika berada dalam perjalanan. Adanya rasa aman dan nyaman maka akan tercipta kepuasan bagi wisatawan. Terbukti dari penelitian yang dilakukan oleh Handayani *et al* (2019) dimana adanya aksesibilitas yang bagus berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Menurut Hidayat *et al* (2017), aksesibilitas memiliki peran dalam mempengaruhi niat kunjung kembali (*Revisit Intention*), aksesibilitas merupakan sarana dan prasarana yang menyebabkan wisatawan dapat mengunjungi objek atau daya tarik wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat *et al* (2017), aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjung ulang (*revisit intention*).

Adapun faktor lain adalah bukti fisik atau *Physical Evidence*. Menurut Bulan & Azmi (2019) Bukti Fisik adalah segala sesuatu yang secara nyata dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan kembali produk dan jasa yang digunakan konsumen. Bukti fisik yang baik seperti fasilitas yang lengkap merupakan salah satu kriteria yang diminati oleh konsumen. *Physical Evidence* (bukti fisik) yang tersedia di objek wisata Pantai Bocor seperti lingkungan yang bersih dan nyaman, lahan parkir yang luas dan fasilitas tambahan bisa berpengaruh pada *revisit intention*. Hal tersebut didukung oleh penelitian Tryadi *et al* (2021) bahwa *physical evidence* (bukti fisik) yang lengkap dan memadai berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Untuk itu bukti fisik atau *physical evidence* perlu diperhatikan oleh pihak pengelola pariwisata. Apabila pengunjung merasa puas dan merasa nyaman dengan adanya bukti fisik (*physical evidence*) yang lengkap dan memadai dapat menimbulkan niat untuk mengunjungi kembali objek wisata. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mulyati & Afrinata (2018) bahwa, *Physical Evidence* (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjung ulang wisatawan.

Niat kunjung ulang (*Revisit Intention*) wisatawan dapat dibangun dengan memberikan kepuasan pada wisatawan. Kepuasan pengunjung (*visitor satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono dalam Tryadi & Muhajirin (2021)). Apabila wisatawan merasa tidak puas akan menyebabkan penurunan jumlah kunjungan, sebaliknya jika wisatawan merasa puas maka akan mendorong terciptanya *revisit intention*. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Wirantini (2018) bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* atau niat kunjung ulang.

Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Revisit Intention

Niat berkunjung kembali (*revisit intention*) yaitu penilaian pengunjung tentang kesediaan untuk meninjau kembali tujuan yang sama atau kesediaan untuk merekomendasikan tempat tujuan kepada orang lain (Suparni, 2018). Banyaknya pengunjung yang melakukan *revisit intention* maka akan menguntungkan pengelola pariwisata. Adapun *revisit intention* menurut Putri dan Yusri (2018) yaitu liburan yang berulang ditempat yang sama dan menyatakan niat untuk melakukan kunjungan ulang merupakan dua tanda loyalitas terhadap destinasi yang sering diperhitungkan dalam literatur pariwisata.

Menurut Zeithaml *et al* (2018) *revisit intention* dipengaruhi oleh faktor psikologis lingkungan dengan dua dasar perilaku yaitu *approach and avoidance*. Perilaku *avoidance* termasuk semua perilaku positif yang dapat diarahkan pada tempat tertentu, seperti keinginan untuk tinggal menjelajah, bekerja dan afiliasi. Perilaku *approach* atau mendekati atau termasuk *revisit intention* dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap lingkungan itu sendiri.

Revisit intention dapat terjadi setelah konsumen mengkonsumsi suatu produk atau jasa dan konsumen telah melakukan evaluasi dari produk atau jasa tersebut. Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan dihadapkan oleh suatu pemikiran apakah mereka akan memiliki niat (*intention*) untuk mengunjungi kembali (*revisit*) dan melakukan pembelian. Bisa dikatakan bahwa *revisit intention* adalah keinginan yang kuat untuk berkunjung kembali ke destinasi yang sama, yang pernah dikunjungi sebelumnya. Menurut Zeithaml dalam Baroroh (2019), *revisit intention* dapat diidentifikasi melalui empat indikator yaitu:

- a. *Willingness to visit again*, yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali.
- b. *Willingness to invite*, yaitu kesediaan seseorang untuk mengundang atau mengajak orang lain untuk berkunjung.
- c. *Willingness to positive tale*, kesediaan seseorang untuk menceritakan produk atau jasa dari suatu perusahaan kepada orang lain.
- d. *Willingness to place the visiting destination in priority*, yaitu kesediaan konsumen untuk menempatkan tujuan kunjungan dalam prioritas.

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Keller dalam Tjiptono (2006)). Apabila kinerja produk lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan, maka pelanggan merasa tidak puas dan apabila presentasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas.

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil ekspektasi dari mereka. Semakin berkualitas produk atau jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya, jika tanpa kepuasan, maka dapat mengakibatkan pelanggan pindah ke produk lain (Kotler dan Armstrong, 2009).

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017) faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah sebagai berikut:

- a. Keramahan masyarakat lokal dan sikap karyawan terhadap wisatawan. Kepuasan tidak hanya datang dari destinasi yang indah, tetapi juga dari pertemuannya dengan masyarakat lokal dan karyawan penyedia layanan pariwisata. Persepsi masyarakat setempat yang negatif terhadap wisatawan dapat memicu ketidakpuasan dan menghalangi wisatawan kembali. Sebaliknya jika persepsi masyarakat lokal positif dapat memotivasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi yang sama.
- b. Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kesopanan, keramahan, efisiensi dan tanggapan personal pelayanan terhadap permintaan dan keluhan wisatawan. Persepsi positif karyawan, baik verbal maupun *non-verbal* dalam interaksinya dengan pengunjung memiliki peran penting dalam pembentukan kepuasan wisatawan.
- c. Akomodasi dan fasilitas sebagai faktor signifikan yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, baik secara fisik maupun psikologis. Fasilitas akomodasi yang nyaman merupakan instrumen kualitas pengalaman wisatawan. Demikian juga rangkaian produk akomodasi, misalnya makanan akan membentuk kualitas pengalaman berwisata, bahkan menjadi instrumental terpenting dalam melahirkan kepuasan wisatawan.
- d. Budaya perilaku konsumsi produk pariwisata dipandang sebagai fenomena sosial yang pluralistik, integratif dan multidimensional. Salah satu aspek budaya, misalnya bahasa yang dapat memfasilitasi komunikasi antara tuan rumah dengan tamu mampu mempromosikan destinasi sebagai tempat yang lebih baik untuk dikunjungi.
- e. Harga atau biaya moneter yang berkaitan dengan penilaian kepuasan wisatawan, dan tidak tahu apakah tawaran destinasi lain bisa luar biasa. Destinasi yang gagal dalam pengelolaan kepuasan wisatawan, dan tidak menyadari kelemahan, relatif produk mereka akan turun terhadap destinasi lain dalam kategori yang sama, maka perusahaan akan cenderung kehilangan pasar dan pendapatan.
- f. Biaya *non-moneter* dalam model persepsi nilai, persepsi kualitas dan pengorbanan yang dirasakan, adalah dua *driver* utama persepsi nilai bagi wisatawan. Secara umum dua *driver* itu merupakan instrumen “memberi dan mendapatkan” penting dalam komposisi nilai yang dirasakan atau dengan kata lain bahwa persepsi nilai layanan sebagian besar ditentukan oleh persepsi kualitas layanan dan pengorbanan.

Kepuasan Pengunjung (*visitor satisfaction*) adalah faktor utama sekaligus sebagai indikator penting dalam industri jasa wisata, karena merupakan penentu berkelanjutan objek wisata. Peningkatan wisatawan yang mendapat kepuasan saat berkunjung ke suatu objek kelak akan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, hal ini disebut dengan sebuah keberhasilan dari objek tersebut (Utama dalam Haryanti (2020)). Menurut Daryanto dalam Tryadi (2021) yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pengunjung diukur dengan empat indikator yaitu:

a. Kualitas Jasa

Pelanggan akan merasa puas apabila menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapat *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

d. Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Rasa bangga, percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok yang penting dan sebagainya, adalah contoh nilai-nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah suatu alat yang dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang melakukan perjalanan (Rossadi dan Widayati, 2018). Djoko Wijono dalam Hidayat *et al* (2017) menjelaskan bahwa aksesibilitas merupakan sarana dan prasarana yang menyebabkan wisatawan dapat mengunjungi objek atau daya tarik wisata. Aksesibilitas juga merupakan salah satu aspek dalam penawaran pariwisata, karena para pelaku dalam industri pariwisata tentu memperhatikan kemudahan wisatawan untuk mencapai tujuan wisatanya. Suatu kemudahan yang diperoleh orang untuk menuju suatu tempat dapat disebut juga dengan aksesibilitas (Sedarmayanti *et al*, 2018). Akses perjalanan menuju lokasi menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola pariwisata serta oleh masyarakat sekitar, karena jalan yang curam, dataran tinggi, jalur yang berliku akan sulit dan rawan dilalui oleh kendaraan.

Aksesibilitas berpengaruh pada minat kunjung kembali, jika pengunjung yang berkunjung suatu saat ingin kembali mengunjungi objek wisata tersebut, tentu akan mempertimbangkan akses menuju lokasi, dan mempersiapkan kemungkinan yang akan dihadapi saat melakukan perjalanan, sehingga perjalanan pariwisata akan terasa menyenangkan dan merasa nyaman. Sedangkan menurut Soekadjo dalam Hidayat *et al* (2017) mengungkapkan persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat objek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung dalam aksesibilitas dapat diukur dengan indikator aksesibilitas menurut Soekadjo dalam Hidayat *et al* (2017) adalah sebagai berikut:

a. Akses Informasi

Masukan informasi yang lengkap tentunya akan menyebabkan para wisatawan semakin mudah untuk menyeleksi kawasan-kawasan yang akan dikunjungi. Informasi ini dapat berupa promosi dan publikasi.

b. Akses Kondisi Jalan menuju Objek Wisata

Akses kondisi jalan menuju objek wisata, dan jalan akses itu harus berhubungan dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu objek wisata. Aksesibilitas merupakan syarat yang penting sekali untuk objek wisata.

c. Tempat Akhir Perjalanan

Sebagai tempat akhir perjalanan, di tempat objek wisata harus ada terminal, atau setidaknya tempat parkir. Baik jalan, akses, maupun tempat parkir harus sesuai dengan kebutuhan, yaitu sesuai dengan jumlah wisatawan yang diharapkan kedatangannya, jenis serta jumlah kendaraan yang diperkirakan akan datang.

Physical Evidence

Bukti fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan setiap komponen *tangible* (nyata) memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut (Yasid dalam Widada (2017)). Sedangkan menurut Kresna (2011) menjelaskan bahwa unsur-unsur yang termasuk didalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* (pelayanan) yang diberikan seperti tiket, sampul, label dan lain sebagainya. Lingkungan fisik adalah keadaan yang didalamnya juga termasuk suasana yang merupakan berlangsungnya jasa itu terjadi. Seperti yang kita ketahui pengunjung cenderung tertarik mencari tempat yang memiliki sarana atau bukti fisik yang menurut mereka unik dan nyaman. Untuk itu penting bagi pengelola untuk mengutamakan kenyamanan pengunjungnya, baik dari sarana dan kondisi lingkungan sekitar objek wisata.

Menurut Tryadi (2021) konsumen cenderung tertarik mencari tempat yang memiliki sarana atau bukti fisik (*Physical Evidence*) yang menurut mereka nyaman. Menurut Assauri dalam Tryadi (2021) ada tiga indikator *physical evidence* yaitu:

a. Lingkungan

Lingkungan dengan kondisi yang nyaman serta menarik pada *internal* maupun *ekternal* lokasi usaha. Pada objek wisata khususnya lingkungan yang nyaman seperti tempat yang sejuk atau banyak pepohonan, adanya tempat bermain anak dan tempat untuk berteduh.

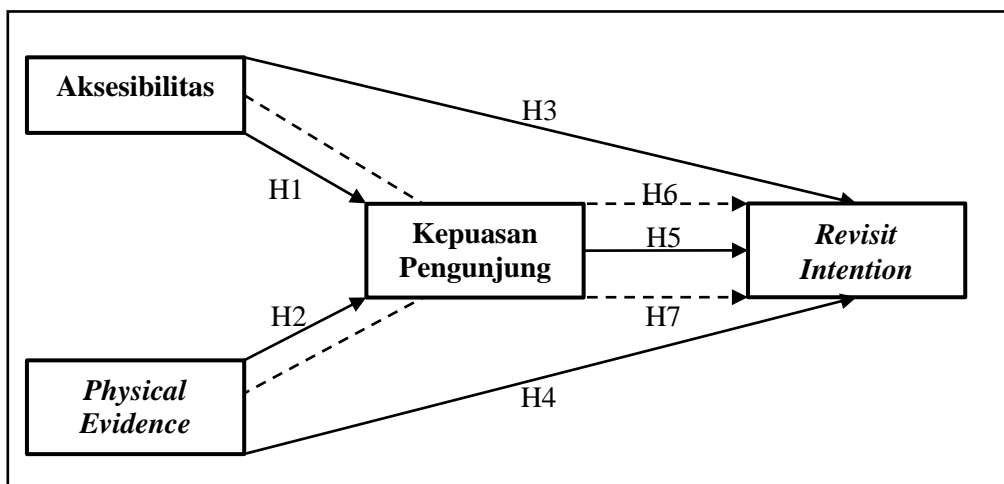
b. Tata letak

Berkaitan dengan penataan lokasi yang baik dan enak dilihat. Adanya penataan lokasi yang baik tentu pengunjung akan dengan mudah mengelilingi objek wisata tersebut.

c. Fasilitas tambahan

Memberikan fasilitas-fasilitas pendukung untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen. Contohnya mushola, kamar mandi, taman bermain anak-anak dan lainnya.

Model empiris pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 . Model Empiris

H1 : Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung

H2 : *Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan

- Pengunjung
- H3 : Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*
- H4 : *Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*
- H5 : Kepuasan Pengunjung berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*
- H6 : Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* melalui Kepuasan Pengunjung
- H7 : *Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* melalui Kepuasan Pengunjung

Metode Penelitian

Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu *revisit intention* sebagai variabel terikat (variabel dependen), kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening, dan aksesibilitas, *physical evidence* sebagai variabel bebas (independen). Subjek pada penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke Pantai Bocor minimal satu kali kunjungan dengan minimal berusia 17 (tujuh belas) tahun.

Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009:38). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Terikat

Variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas (Sugiyono 2009:39). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *Revisit Intention* (niat berkunjung ulang).

b. Variabel Bebas

Variabel independen yang disebut juga sebagai variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono 2009:39). Variabel bebas pada penelitian ini yaitu aksesibilitas dan *physical evidence* (bukti fisik).

c. Variabel Intervening (Mediasi)

Variabel intervening atau mediasi merupakan variabel penyalur atau antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono 2009:39). Dalam penelitian ini variabel interveningnya adalah kepuasan pengunjung.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan pengembangan dari analisis regresi linear berganda, sehingga analisis regresi dikatakan sebagai bentuk khusus dari analisis jalur. Menurut Rutherford dalam Sarwono (2007), menjelaskan bahwa analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat yang tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung.

a. Koefisien Jalur

Koefisien jalur yaitu menunjukkan kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila koefisien jalur rendah dan angkanya dibawah 0,05 maka

pengaruh jalur tersebut rendah, sehingga dapat dihilangkan, Sugiyono (2010). Koefisien jalur dapat dihitung dengan persamaan struktural yang dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Persamaan sub struktural I

$$Y_1 = \beta_{Y_1 X_1} X_1 + \beta_{Y_1 X_2} X_2 + \epsilon_1$$
- 2) Persamaan sub struktural II

$$Y_2 = \beta_{Y_2 X_1} X_1 + \beta_{Y_2 X_2} X_2 + \beta_{Y_2 Y_1} Y_1 + \epsilon_2$$

Keterangan:

- | | | |
|--------------------------|---|--------------------------|
| Y_1 | = | Kepuasan Pengunjung |
| Y_2 | = | <i>Revisit Intention</i> |
| X_1 | = | Aksesibilitas |
| X_2 | = | <i>Physical Evidence</i> |
| ϵ_1, ϵ_2 | = | error |

b. Perhitungan Pengaruh

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel baik secara langsung, tidak langsung hingga secara total adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Langsung (*direct effect*)

Untuk menghitung pengaruh langsung, menggunakan formula sebagai berikut:

- a) Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung
 $X_1 \rightarrow Y_1$
- b) Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap kepuasan pengunjung
 $X_2 \rightarrow Y_1$
- c) Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention*
 $X_1 \rightarrow Y_2$
- d) Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap *revisit intention*
 $X_2 \rightarrow Y_2$
- e) Pengaruh variabel kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention*
 $Y_1 \rightarrow Y_2$

2) Pengaruh Tidak Langsung (*indirect effect*)

Untuk menghitung pengaruh tidak langsung menggunakan formula:

- a) Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung
 $X_1 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$
- b) Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung
 $X_2 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$

3) Pengaruh Total (*total effect*)

Untuk menghitung pengaruh total menggunakan formula:

- a) Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung
 $X_1 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$
- b) Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung
 $X_2 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$

Sobel Test

Menurut Ghazali (2013) pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel dan dikenal dengan uji Sobel (sobel test). Uji sobel dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) melalui variabel mediasi (M). Pengaruh tidak langsung dari X ke Y melalui

M dihitung dengan cara mengalikan jalur X terhadap M (a) dengan jalur M terhadap Y (b) atau ab. Jadi koefisien $ab = (c-c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan c' adalah pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M. Standard eror pengaruh tidak langsung adalah Sab yang dihitung dengan rumus berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

- a : koefisien korelasi X ke M
- b : koefisien korelasi M ke Y
- ab : hasil perkalian koefisien X ke M dengan koefisien M ke Y
- sa : standar eror koefisien a
- sb : standar eror koefisien b
- Sab : standar eror tidak langsung

Untuk menguji signifikan tidak langsung maka perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t_{hitung} ini dibandingkan dengan t_{tabel} , jika nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi.

Hasil dan Pembahasan

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan secara parsial atau sendiri-sendiri pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi yang sudah dihasilkan. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikas sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria dalam uji t adalah apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan atau hipotesis diterima, dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan atau hipotesis ditolak.

Penentuan nilai t_{tabel} substruktural 1 dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$df = 100 - 2 = 98 \text{ (diperoleh angka pada } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,98447=1,984)$$

Penentuan nilai t_{tabel} substruktural 2 dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$df = 100 - 3 = 97 \text{ (diperoleh angka pada } t_{tabel} \text{ sebesar } 1,98472 \text{ atau } 1,985).$$

Hasil analisis uji t substruktural 1 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji t Substruktural I

Model	Standardized Coefficients		t	Sig.
	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,144		2,896	0,005
Aksesibilitas	0,123	0,206	2,352	0,021
Physical Evidence	0,086	0,563	6,446	0,000

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji t substruktural 1 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengujian hipotesis kesatu (H1)

Pada pengujian hipotesis satu didapatkan hasil estimasi variabel aksesibilitas dengan nilai $t_{hitung} 2,352 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikan sebesar $0,021 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan

pengunjung pada objek wisata pantai Bocor, dan hipotesis ke satu (H1) dalam penelitian ini diterima.

b. Pengujian hipotesis kedua (H2)

Pada pengujian hipotesis dua didapatkan hasil estimasi variabel *physical evidence* dengan nilai $t_{hitung} 6,446 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata pantai Bocor, dan hipotesis ke dua (H2) dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan perhitungan data, maka diperoleh nilai nilai t tabel sebesar 1,985. Berikut hasil uji substruktural 2:

Tabel 4. Hasil Uji t Substruktural II

Model	Standardized Coefficients		t	Sig.
	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,211		-,125	0,901
Aksesibilitas	0,128	0,348	4,174	0,000
<i>Physical Evidence</i>	0,104	0,193	1,990	0,049
Kepuasan Pengunjung	0,103	0,344	3,661	0,000

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji t substruktural 2 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Pada pengujian H3 didapatkan hasil estimasi variabel aksesibilitas dengan nilai $t_{hitung} 4,174 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata pantai Bocor dan hipotesis ke tiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

b. Pengujian hipotesis empat (H4)

Pada pengujian hipotesis empat didapatkan hasil estimasi variabel *physical evidence* dengan nilai $t_{hitung} 1,990 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikan sebesar $0,049 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel *physical evidence* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata pantai Bocor dan hipotesis ke empat (H4) dalam penelitian ini diterima.

c. Pengujian hipotesis lima (H5)

Pada pengujian hipotesis lima didapatkan hasil estimasi variabel kepuasan pengnjung dengan nilai $t_{hitung} 3,661 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengnjung berpengaruh terhadap *revisit intention* pada objek wisata pantai Bocor dan hipotesis ke lima (H5) dalam penelitian ini diterima.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel *independent* dengan varibel *dependent* sehingga dapat diketahui variabel yang paling mempengaruhi variabel *dependent*. Besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat dilihat dari nilai *Adjusted R²*. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi substruktural 1 dan 2:

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,699 ^a	0,489	0,478	1,230

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel di atas, hasil pengujian ini menunjukkan nilai *Adjusted R²* substruktural 1 sebesar 0,478 artinya sebesar 47,8% variabel kepuasan pengnjung dapat dijelaskan oleh

variabel aksesibilitas, dan *physical evidence*, sedangkan sebesar 52,2% (100 - 47,8%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural II

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,752 ^a	0,565	0,552	1,249

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian ini menunjukkan nilai *Adjusted R²* substruktural 2 sebesar 0,552 artinya sebesar 55,2% variabel *revisit intention* dapat dijelaskan oleh variabel aksesibilitas, *physical evidence*, dan kepuasan pengunjung sedangkan sebesar 44,8% (100-55,2%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk menentukan kuatnya atau derajat hubungan linier atau variabel bebas yaitu variabel aksesibilitas dan *physical evidence*. Berikut hasil pengujian korelasi:

Tabel 7. Hasil Analisis Korelasi

		Aksesibilitas	Physical Evidence
Aksesibilitas	Pearson Correlation	1	0,557**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	100	100
Physical Evidence	Pearson Correlation	0,557**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Kekuatan antar tiga variabel dapat dikriteriakan sebagai berikut (Sarwono, 2007):

Tabel 8. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0 - 0,25	Korelasi sangat lemah
>0,25 - 0,5	Korelasi cukup
>0,5 - 0,75	Korelasi kuat
>0,75 - 1	Korelasi sangat kuat

Sumber: Sarwono (2007)

Berdasarkan hasil korelasi Tabel 8, dapat disimpulkan bahwa hubungan aksesibilitas dengan *physical evidence* memiliki nilai sebesar 0,557 sehingga dapat dikatakan memiliki korelasi kuat.

Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung diantara berbagai variabel.

Koefisien Jalur

Berikut hasil uji koefisien jalur substruktural 1 dan 2 sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural I

Model	Standardized Coefficients		t	Sig.
	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,144		2,896	0,005
Aksesibilitas	0,123	0,206	2,352	0,021
<i>Physical Evidence</i>	0,086	0,563	6,446	0,000

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Tabel 9 menunjukkan hasil *coefficients* pada kolom *standardized coefficients beta*, maka dapat dibuat persamaan regresi substruktural 1 sebagai berikut:

$$\epsilon_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,489} = 0,714$$

$$Y1 = 0,206 X1 + 0,563 X2 + 0,714$$

Nilai-nilai P1, P2 dan ϵ_1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi variabel aksesibilitas (P1) = 0,206
Koefisien regresi untuk X1 sebesar 0,206 artinya setiap penambahan 1 satuan pada variabel aksesibilitas (X1), maka akan menambah kepuasan pengunjung sebesar 0,206.
- 2) Koefisien regresi variabel *physical evidence* (P2) = 0,563
Koefisien regresi untuk X2 sebesar 0,563 artinya setiap penambahan 1 satuan pada variabel *physical evidence* (X2), maka akan menambah kepuasan pengunjung sebesar 0,563.
- 3) Nilai residu (ϵ_1) = 0,714
Nilai residu sebesar 0,714 menunjukkan kepuasan pengnjung yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel aksesibilitas (X1) dan *physical evidence* (X2) diabaikan atau sama dengan 0 (nol).

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural II

Model	Standardized Coefficients		t	Sig.
	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,211		-,125	0,901
Aksesibilitas	0,128	0,348	4,174	0,000
<i>Physical Evidence</i>	0,104	0,193	1,990	0,049
Kepuasan Pengunjung	0,103	0,344	3,661	0,000

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Tabel 10 menunjukkan hasil *coefficients* pada kolom *standardized coefficients beta*, maka dapat dibuat persamaan regresi substruktural 2 sebagai berikut:

$$\epsilon_2 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,565} = 0,659$$

$$Y1 = 0,348 X1 + 0,193 X2 + 0,344 Y1 + 0,659$$

Nilai-nilai P1, P2 dan ϵ_2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi variabel aksesibilitas (P1) = 0,348
Koefisien regresi untuk X1 sebesar 0,348 artinya setiap penambahan 1 satuan pada variabel aksesibilitas (X1), maka akan menambah *revisit intention* sebesar 0,348.
- 2) Koefisien regresi variabel *physical evidence* (P2) = 0,193
Koefisien regresi untuk X2 sebesar 0,193 artinya setiap penambahan 1 satuan pada variabel *physical evidence* (X2), maka akan menambah *revisit intention* sebesar 0,193.
- 3) Koefisien regresi variabel kepuasan pengunjung (Y1) = 0,344
Koefisien regresi untuk Y1 sebesar 0,344 artinya setiap penambahan 1 satuan pada variabel kepuasan pengunjung (Y1), maka akan menambah *revisit intention* sebesar 0,344.
- 4) Nilai residu (ϵ_2) = 0,659
Nilai residu sebesar 0,659 menunjukkan kepuasan pengnjung yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel aksesibilitas (X1), *physical evidence* (X2), dan kepuasan pengunjung (Y1) diabaikan atau sama dengan 0 (nol).

Perhitungan Pengaruh

a. Pengaruh Langsung (*direct effect*)

Menghitung *direct effect* atau DE, digunakan formula sebagai berikut:

- a) Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung
 $X_1 \rightarrow Y_1 = 0,206$
- b) Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap kepuasan pengunjung
 $X_2 \rightarrow Y_1 = 0,563$
- c) Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention*
 $X_1 \rightarrow Y_2 = 0,348$
- d) Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap *revisit intention*
 $X_2 \rightarrow Y_2 = 0,193$
- e) Pengaruh variabel kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention*
 $Y_1 \rightarrow Y_2 = 0,344$

b. Pengaruh Tidak Langsung (*indirect effect*)

Menghitung *indirect effect* atau IE, digunakan formula sebagai berikut:

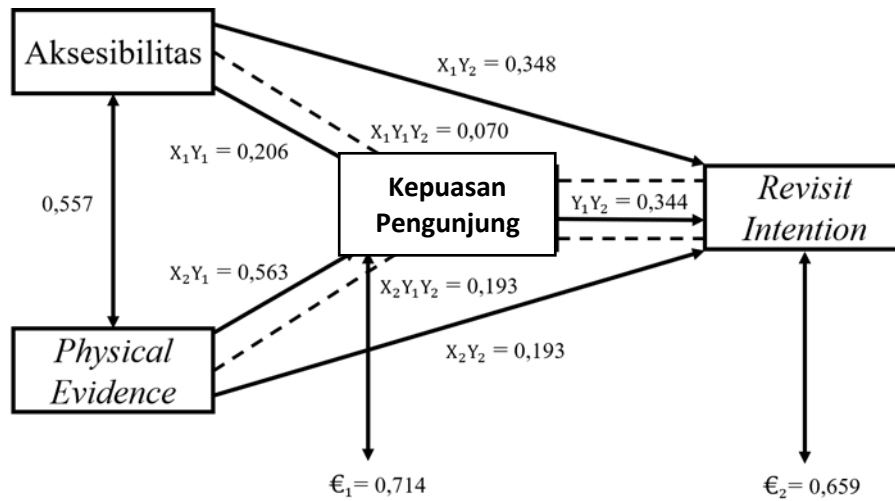
- a) Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung
 $X_1 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 = 0,206 \times 0,344 = 0,070$
- b) Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung
 $X_2 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 = 0,563 \times 0,344 = 0,193$

c. Pengaruh total (*total effect*)

- a). Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung
 $X_1 \rightarrow Y_1 = 0,206$
- b). Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap kepuasan pengunjung
 $X_2 \rightarrow Y_1 = 0,563$
- c). Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention*
 $X_1 \rightarrow Y_2 = 0,348$
- d). Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap *revisit intention*
 $X_2 \rightarrow Y_2 = 0,193$
- e). Pengaruh variabel kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention*
 $Y_1 \rightarrow Y_2 = 0,344$
- f). Pengaruh variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung
 $X_1 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 = 0,206 \times 0,344 = 0,070$
- g). Pengaruh variabel *physical evidence* terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung
 $X_2 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 = 0,563 \times 0,344 = 0,193$

Diagram Jalur

Hasil analisis jalur yang dapat digunakan untuk menggambar diagram jalur yang dikembangkan dalam model penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Jalur

Uji Sobel

Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel *dependent* (Y) dengan variabel *independent* (X) melalui variabel mediasi (M).

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Revisit Intention melalui Kepuasan Pengunjung

Tabel 11. Hasil Uji Sobel Substruktural I

Test Statistic	Standar Error	P-Value
3,73689709	0,0812974	0,00018631

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Hasil pengujian antara aksesibilitas terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung diperoleh nilai *test statistic* > t tabel yaitu $3,736 > 1,985$ dan p-value < α yaitu $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung dapat memediasi antara variabel aksesibilitas dengan *revisit intention*.

Pengaruh Physical Evidence terhadap Revisit Intention melalui Kepuasan Pengunjung

Tabel 12. Hasil Uji Sobel Substruktural II

Test Statistic	Standar Error	P-Value
2,62862232	0,06351236	0,00857315

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Hasil pengujian antara *Physical Evidence* terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung diperoleh nilai *test statistic* > t tabel yaitu $2,628 > 1,985$ dan p-value < α yaitu $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung dapat memediasi antara variabel *Physical Evidence* dengan *revisit intention*.

Pembahasan

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis variabel aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan hasil $t_{hitung} 2,352 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata pantai Bocor. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sri Handayani, Khairiyansyah dan Nanang Wahyudin (2019) yang menyatakan bahwa

aksesibilitas berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H1 diterima, artinya semakin baik aksesibilitas yang ada maka semakin meningkatkan juga kepuasan pengunjung.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat hal tersebut membuktikan objek wisata pantai Bocor memiliki aksesibilitas yang mudah, baik dari akses informasi, akses jalan hingga adanya tempat akhir yang luas (seperti tempat parkir). Berdasarkan data yang diperoleh dari tiga poin indikator tersebut yang paling berpengaruh pada aksesibilitas yaitu pada poin pertama, yaitu pengunjung mudah menemukan informasi terkait objek wisata Pantai Bocor.

Pengaruh *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis variabel *physical evidence* terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan hasil $t_{hitung} 6,446 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *physical evidence* terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata pantai Bocor. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tryadi *et al* (2021) yang menyatakan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H2 diterima, artinya semakin terpeliharanya atau terawatnya *physical evidence* (*bukti fisik*) maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung. *Physical evidence* juga merupakan karakteristik yang menjadi bernilai tambah bagi konsumen terhadap perusahaan jasa.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat hal tersebut membuktikan pengunjung objek wisata pantai Bocor tertarik dengan *physical evidence* yang ada di Pantai Bocor. Bukti fisik atau *physical evidence* itu sendiri berupa pemandangan Pantai Bocor yang indah dan sejuk, lingkungan disekitar objek wisata yang mendukung, penataan lokasi seperti penataan pedagang, dan penataan fasilitas tambahan. Dari berbagai point indikator *physical evidence* tersebut menurut pengunjung yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung yaitu pada point penataan lokasi seperti penataan pedagang, penataan fasilitas dan penataan tempat parkir.

Pengaruh Aksesibilitas terhadap *Revisit Intention*

Hasil analisis variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention* menunjukkan hasil $t_{hitung} 4,174 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara aksesibilitas terhadap *revisit intention* pada objek wisata pantai Bocor. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Taufik Tri Nur Hidayat, Chalil dan Maskuri Sutomo, (2017) yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap *revisit intention*. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H3 diterima, artinya semakin mudah aksesibilitas pada objek wisata pantai Bocor dapat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat hal tersebut membuktikan bahwa semakin mudahnya aksesibilitas seperti akses informasi, akses jalan dan adanya tempat akhir yang luas pada suatu objek wisata, maka akan semakin meningkatkan niat kunjung ulang atau *revisit intention*.

Pengaruh *Physical Evidence* terhadap *Revisit Intention*

Hasil analisis variabel *physical evidence* terhadap kepuasan pengunjung menunjukkan hasil $t_{hitung} 1,990 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *physical evidence* terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata pantai Bocor. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang

dilakukan Yofina Mulyati dan Miko Afrinata (2018) yang menyatakan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap *revisit intention*.

Dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H4 diterima, artinya *physical evidence* seperti kondisi objek wisata yang bersih dan sejuk, lingkungan disekitar objek wisata yang mendukung, penataan lokasi yang rapih dan tersedianya fasilitas tambahan yang ada di objek wisata pantai Bocor mempengaruhi *revisit intention* pengunjung objek wisata Pantai Bocor. Berdasarkan jawaban responden yang didapat hal tersebut membuktikan objek wisata Pantai Bocor memiliki bukti fisik (*physical evidence*) yang memadai dan terawat membuat pengunjung memiliki niat untuk berkunjung ulang (*revisit intention*).

Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap Revisit Intention

Hasil analisis variabel kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention* menunjukkan hasil $t_{hitung} 3,661 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan pengunjung terhadap *revisit intention* pengunjung pada objek wisata pantai Bocor. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nyi Nyoman Wirantini M, Nyoman Djinar Setiawina, dan Nyi Nyoman Yuliarimi, (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap *revisit intention*. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H5 diterima. Berdasarkan dari jawaban responden yang didapat hal tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung maka akan semakin tinggi juga niat kunjung ulang pengunjung.

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Revisit Intention melalui Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis variabel aksesibilitas terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung menunjukkan hasil $t_{hitung} 3,736 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara aksesibilitas terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung pada pengunjung objek wisata pantai Bocor. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H6 diterima. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Handayani *et al* (2019) yaitu aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Didukung juga oleh penelitian Hidayat *et al* (2017) aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjung kembali. Berdasarkan jawaban responden yang didapat hal tersebut membuktikan bahwa mudahnya aksesibilitas akan membuat pengunjung merasa puas ketika datang ke sebuah objek wisata. Apabila pengunjung puas maka akan timbul niat kunjung ulang pada objek wisata tersebut. Selain itu juga dibuktikan pada uji sobel test, bahwa kepuasan pengunjung dapat memediasi variabel aksesibilitas dengan variabel *revisit intention*.

Pengaruh Physical Evidence terhadap Revisit Intention melalui Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis variabel *physical evidence* terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung menunjukkan hasil $t_{hitung} 2,628 > t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *physical evidence* terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung pada pengunjung objek wisata pantai Bocor. Sehingga dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa H7 diterima. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Tryadi *et al* (2021) bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Selain itu juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Wirantini *et al* (2018) bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Berdasarkan dari jawaban responden yang didapat hal tersebut membuktikan bahwa adanya *physical evidence* yang terawat membuat pengunjung merasakan kepuasan tersendiri. Jika pengunjung merasa puas pada sebuah objek wisata tentunya akan menimbulkan niat kunjung ulang pada objek wisata tersebut. Hal itu juga didukung pada uji sobel test, dimana variabel kepuasan pengunjung dapat memediasi variabel *physical evidence* dengan variabel *revisit intention*.

Penutup

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dengan begitu objek wisata Pantai Bocor harus tetap memperhatikan akses jalan, akses informasi, hingga akses pintu keluar masuk pengunjung untuk ke bibir pantai pada objek wisata Pantai Bocor. Mudahnya akses keluar masuk wisatawan ke bibir pantai, juga mempermudah jalur evakuasi jika terjadi laka laut. Selain itu adanya keterbukaan database mengenai jumlah pengunjung agar pemerintah desa ataupun kabupaten dapat memperhatikan lagi adanya objek wisata Pantai Bocor. Hal tersebut akan mempengaruhi dan meningkatkan kepuasan pengunjung pada objek wisata Pantai Bocor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan memiliki nilai tertinggi diantara variabel lainnya. Hal tersebut dapat dijadikan referensi bagi objek wisata Pantai Bocor agar terus mengembangkan dan melakukan perawatan fasilitas, tetap menjaga keasrian Pantai Bocor, karena hal tersebut membuat konsumen merasa puas dengan bukti fisik yang ada di Pantai Bocor. Selain itu objek wisata Pantai Bocor lebih memanfaatkan ladang pertanian disekitar objek wisata sehingga bisa menjadi keunikan atau daya tarik tersendiri dibandingkan dengan objek wisata pantai disekitarnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, oleh karena itu objek wisata Pantai Bocor harus memberikan aksesibilitas yang baik, terutama pada akses informasi baik dari sosial media ataupun informasi lain yang terkait objek wisata Pantai Bocor. Selain itu kondisi jalan juga tidak kalah penting untuk diperhatikan, karena kondisi jalan yang baik dan mudah dilalui akan memberikan kesan perjalanan yang menyenangkan, dengan begitu akan meningkatkan niat kunjung ulang (*revisit intention*) pada objek wisata Pantai Bocor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, dan memiliki nilai paling rendah diantara variabel lainnya dalam penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan bagi objek wisata Pantai Bocor untuk lebih meningkatkan perawatan terhadap bukti fisik yang ada di Pantai Bocor. Hal ini bisa berupa penambahan *spot* foto yang lebih menarik sesuai trend yang sedang berkembang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dan *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa Objek wisata Pantai Bocor dapat memberikan kepuasan maksimal yang sesuai dengan harapan pengunjung. Oleh karena itu, yang perlu dilakukan objek wisata yaitu memperhatikan aksesibilitas dan melakukan perawatan pada bukti fisik yang ada di objek wisata Pantai Bocor, dengan begitu akan tercipta kepuasan pengunjung. Apabila kepuasan pengunjung semakin meningkat akan meningkatkan juga niat kunjung ulang pada pengunjung objek wisata Pantai Bocor. *Revisit intention* atau niat kunjung ulang secara langsung dipengaruhi oleh aksesibilitas dan *physical evidence*, dan secara tidak langsung *revisit intention* dipengaruhi oleh kepuasan pengunjung

Referensi

- Al-Baroroh, H. R. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention melalui Customer Satisfaction pada Waroeng De'u di Nganjuk. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang
- Amini, S. (2019). Pengaruh Festival Quality dan Citra Destinasi Terhadap Revisit Intention Dengan Visitor Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Kebumen.
- Anjani, S. (2019). Analisis Service Quality Terhadap Kunjungan Kembali Wisatawan (Revisit Intention) di Kuil Shri Mariamman Medan dengan Kepuasan sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
- Bulan, T. P. L., & Azmi, M. L. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), 313-325.
- Chotimah, S., & Wahyudi, H. D. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention: Mediasi Customer Satisfaction Pada Pengunjung Jawa Timur Park I Batu. *Ekonomi Bisnis*, 24(1), 1-11.
- Daryanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Egsaugm. (2021). *Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/>. Diakses 11 Februari 2021
- Fahlevi, A. R. (2016). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Revisit Intention dan Recommendation Intention (Studi pada Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Batam. *Journal of Accounting & Management Research*, 13(2), 112-123..
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kesembilan. Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123-133.
- Haryanti, C. R. (2020). Pengaruh Aksesibilitas, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata dan Harga Tiket Masuk Terhadap Niat Kunjung Kembali Wisatawan ke Objek Wisata Alam Kalibiru di Kabupaten Kulon Progo. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Hidayat, T. T. N., Chalil, C., & Sutomo, M. (2017). Pengaruh aksesibilitas dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 3(2), 201-212.
- Ihategreenjello.com. 2022. "Pesona Keindahan Wisata Pantai Bocor di Bocor, Kebumen, Jawa Tengah". <https://ihategreenjello.com/pesona-keindahan-wisata-pantai-bocor-di/>. Diakses tahun 2022.
- Isnaini, P. R., & Abdillah, Y. (2018). Pengaruh Citra Merek Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung serta dampaknya pada Minat Kunjung Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(2).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat
- Mufidah, F. M. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan dengan Citra Destinasi sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Kebumen.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191-200.
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh aksesibilitas, amenitas, dan atraksi wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2).
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Setiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan kembali wisatawan pada daya tarik wisata di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 279-308.
- Sikidang. (2019). *Pantai Bocor*. <https://sikidang.com/pantai-bocor/>. Diakses tahun 2019.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-6. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tryadi, A. (2021). Pengaruh Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Surf Café Kota Bima). *Journal Scientific of Mandalika*, 2(7), 291-298.
- Widada, H. S. (2017). Pengaruh Product, Price, Place, Promotion, Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian. *Upajiwā Dewantara: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 1(1), 25-34.
- Wulandari, K, A. (2018). Pengaruh Physical Evidence, Aksesibilitas, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Dan Resto Mitra Inn Kediri. *Jurnal Simki-Economic*, 1(3).