

**PENGARUH DAYA TARIK, AKSESIBILITAS, DAN HARGA
TIKET TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG
MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun yang Pernah Berkunjung ke Tempat
Wisata Telaga Ngebel)**

Dian Novita Tri Kumala¹⁾, Heny Sidanti²⁾, Hendra Setiawan³⁾

¹Universitas PGRI Madiun

diannovitatrikumala@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

henysidanti75@gmail.com

³Universitas PGRI Madiun

hendrasetiawan@unipma.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to determine the influence of attractiveness, accessibility, and ticket prices on interest in revisiting through visitor satisfaction as an intervening variable in Madiun people who have visited Telaga Ngebel tourism. The research method used is a quantitative approach using Structural Equation Model (SEM) analysis using the help of SmartPLS software version 3.0. The results of this study are that attractiveness, accessibility, and ticket prices have a significant effect on visitor satisfaction, attractiveness has no significant effect on intention to revisit, accessibility and ticket prices have a significant effect on intention to revisit, attractiveness, accessibility, and ticket prices have a significant effect on intention to revisit through visitor satisfaction, and visitor satisfaction has a significant effect on intention to revisit.

Keywords: *Attractiveness, Accessibility, Ticket Prices, Visitor Satisfaction, Interest in Revisiting*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh daya tarik, aksesibilitas, dan harga tiket terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada masyarakat Madiun yang pernah berkunjung ke wisata Telaga Ngebel. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan bantuan software *SmartPLS* versi 3.0. Hasil penelitian ini adalah daya tarik, aksesibilitas, dan harga tiket berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, daya tarik tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang, aksesibilitas dan harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang, daya tarik, aksesibilitas, dan harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung, dan Kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

Kata Kunci: *Daya Tarik, Aksesibilitas, Harga Tiket, Kepuasan Pengunjung, Minat Berkunjung Ulang*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan dan berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Sektor pariwisata mampu memberikan dampak positif terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat seperti memberikan sumbangan terhadap penerimaan devisa, penciptaan lapangan kerja, memperluas kesempatan berusaha di sektor formal maupun informal, peningkatan pendapatan pemerintah pusat dan daerah melalui berbagai pajak dan retribusi, peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerataan pembangunan. Dibandingkan dengan sektor-sektor ekonomi yang lain, pariwisata memperlihatkan perkembangan yang stabil bahkan memiliki kecenderungan meningkat setiap tahunnya (Rahmadani, 2023).

Wisata Telaga Ngebel merupakan salah satu wisata yang sampai saat ini sangat digemari oleh masyarakat. Telaga Ngebel merupakan wisata alam yang berada di Ponorogo Jawa Timur. Wisata alam adalah bentuk kegiatan wisata alam yang memaksimalkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan. Wisata alam memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam. Telaga Ngebel merupakan salah satu destinasi wisata alam unggulan yang dikembangkan dan dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo yaitu di Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) Kabupaten Ponorogo (Rahmadani, 2023).

Susahnya menarik kembali wisatawan yang pernah datang berkunjung untuk melakukan kunjungan ulang merupakan masalah klasik yang terjadi di hampir semua objek wisata salah satunya wisata Telaga Ngebel. Minat untuk kembali merupakan suatu perilaku wisatawan dimana wisatawan menjawab dengan pasti daerah wisata yang telah mereka kunjungi, selanjutnya membangkitkan semangat mereka untuk berkunjung lebih jauh. Minat berkunjung ulang atau minat beli kembali didefinisikan dengan *purchase intention* yaitu keinginan kuat untuk membeli kembali (Koda & Nurlette, 2019). Timbulnya minat berkunjung kembali tidak semata-mata hanya karena keindahan wisatanya saja, melainkan karena adanya daya tarik, aksesibilitas dan harga tiket yang mempengaruhi. Dengan daya tarik yang menarik, akses menuju wisata yang memadai, serta harga tiket yang sesuai dengan apa yang didapat ketika berkunjung ke wisata Telaga Ngebel dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi kembali Telaga Ngebel.

Adanya keinginan untuk berkunjung kembali, mengakibatkan kenaikan jumlah pengunjung wisata Telaga Ngebel disetiap tahunnya. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan penulis dapat diketahui jumlah pengunjung pada wisata Telaga Ngebel Ponorogo pada tabel berikut:

Tabel 1 Jumlah Pengunjung pada Wisata Telaga Ngebel (2019-2022)

No	Tahun	Jumlah
1.	2019	628.153

2.	2020	267.583
3.	2021	86.246
4.	2022	281.760

Sumber Data: Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo, 2022

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan dan penurunan jumlah pengunjung Telaga Ngebel setiap tahunnya. Hal ini terjadi karena terdapat masalah pada wisata Telaga Ngebel, tetapi pengunjung tetap mengunjungi dan melakukan kunjungan ulang.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Ismayanti, 2020). Fenomena yang ada menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke Telaga Ngebel akan disajikan pemandangan yang indah dan wahana yang seru, water fountain yang merupakan daya tarik terbaru yang diresmikan pada awal tahun 2023. Selain menikmati keindahan panorama, para pengunjung juga dapat menikmati makanan khas Telaga Ngebel yakni Sajian nila bakar, di rumah makan dan warung-warung sekitar telaga dan lezatnya durian lokal menambah lengkap pengalaman berwisata di Telaga Ngebel.

Menurut Prasetyo, (2023) aksesibilitas yaitu kelancaran masyarakat atau wisatawan dari tempat ke tempat lainnya berpindah dengan jarak dekat maupun jarak. Dalam pariwisata, sarana dan prasarana dibangun agar konsumen dapat mengunjungi objek/daya tarik wisata. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa akses jalanan menuju objek wisata kurang mendukung.

Harga adalah pengorbanan terhadap sesuatu guna memperoleh barang atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Fare atau harga tiket adalah harga yang dibayarkan untuk sebuah tiket. Harga tiket akan berdampak pada ketentuan dan larangan yang melekat pada tiket (Tina et al, 2020).

Tabel 2 Harga Tiket Masuk Wisata Telaga Ngebel (2019-2022)

No	Tahun	Jumlah
1.	2019	Rp. 8000
2.	2020	Rp. 8000
3.	2021	Rp. 8000
4.	2022	Rp. 15.000

Sumber Data: Dinas Pariwisata Ponorogo, 2022

fenomena yang ada menunjukkan bahwa terjadi kenaikan harga tiket masuk wisata Telaga Ngebel Ponorogo. Pada 30 Juli 2022, harga tiket masuk wisata Telaga Ngebel Ponorogo mengalami kenaikan hingga 2x lipat, dari harga Rp. 8.000

menjadi Rp. 15.000. Kenaikan harga tiket menyebabkan jumlah pengunjung Telaga Ngebel turun drastis, banyak para wisatawan khususnya remaja yang berputar balik dari pada harus mengeluarkan uang sebesar Rp. 15.000. Setiap pengunjung wisata akan mempertimbangkan harga tiket dalam pemilihan objek wisata yang akan dikunjungi.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan (Sappewali, 2022). Kepuasan pengunjung akan sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan pada wisata Telaga Ngebel, karena wisata Telaga Ngebel memiliki daya tarik yang menarik dan positif di mata masyarakat meskipun akses jalan yang kurang baik dan kurang memadai tidak menjadi alasan wisatawan untuk tidak mengunjungi wisata Telaga Ngebel. Dengan harga tiket yang sesuai dengan hasil yang didapat ketika mengunjungi Telaga Ngebel. Hal ini menjadikan wisata Telaga Ngebel menjadi tempat wisata yang banyak diminati oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan serta adanya *gap research* yang mendukung peneliti untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam lagi mengenai daya tarik, aksesibilitas, dan harga tiket pengaruhnya terhadap minat berkunjung ulang masyarakat melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening, sehingga penulis memutuskan untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun yang Pernah Berkunjung ke Tempat Wisata Telaga Ngebel)”**.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Theory Of Planned Behavior

Grand theory pada penelitian ini menggunakan *Theory Of Planned Behavior* atau Teori Perilaku Direncanakan (TPB). *Theory Of Planned Behavior* (TPB) merupakan pengembangan dari Teori Perilaku Beralasan atau *Theory Of Reasoned Action* (TRA) yang diusulkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). *Theory of Planned Behavior* cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan (Salbiyah, 2020).

Daya Tarik

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan (Sidanti, 2018).

Adapun indikator daya tarik menurut Basiya R & Rozak, (2012) yaitu, daya tarik wisata alam, daya tarik wisata bangunan, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata sosial,

Aksesibilitas

Menurut Syahrul, (2015) aksesibilitas (*accessibilities*), adalah semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (DTW). Aksesibilitas menurut Aritona, (2022) adalah suatu kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi menuju lokasi tujuan tersebut.

Menurut Aritona, (2022) terdapat 3 (tiga) indikator dalam aksesibilitas yaitu lokasi yang mudah dijangkau, transportasi (kelancaran akses), dan akses jalan

Harga Tiket

Tarif atau harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa Hermanto et al., (2022). Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian.

Menurut Wulandari et al., (2022), ada 4 (empat) indikator harga, yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Kepuasan Pengunjung

Menurut Sopyan, (2015) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkannya. puas dari diri pelanggan.

Menurut Maisaroh et al., (2023) ada beberapa indikator kepuasan pengunjung yaitu: kualitas pelayanan, kualitas produk, dan emosional.

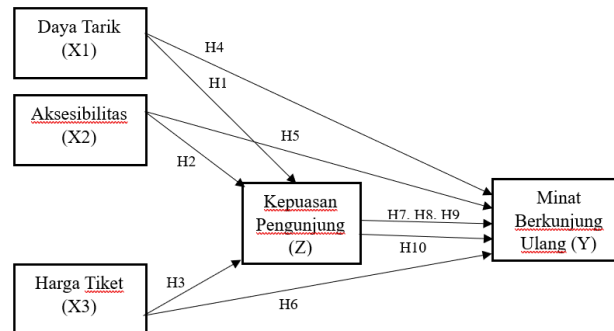
Minat Berkunjung Ulang

Menurut Wibawanto, (2023) minat berkunjung kembali merupakan niat yang dimiliki pengunjung untuk mengunjungi suatu tempat dalam kurun waktu tertentu dan kesediaan mereka untuk sering melakukan kunjungan kembali ke tempat tersebut. Minat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu (Khoni'ah et al, 2022).

Indikator minat berkunjung ulang yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator yang dikemukakan oleh Sappewali, (2022) yaitu adanya keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut, rela menceritakan

kepuasannya terhadap destinasi tersebut kepada orang lain, bersedia merekomendasikan/mengarahkan kepada calon pengunjung lain untuk berkunjung ke destinasi, pengunjung memberikan nilai reputasi yang positif kepada destinasi.

Kerangka Berpikir



Hipotesis Penelitian

- H1:** Pengaruh daya tarik terhadap kepuasan pengunjung
- H2:** Pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung
- H3:** Pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung
- H4:** Pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung ulang
- H5:** Pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang
- H6:** Pengaruh harga tiket terhadap minat berkunjung ulang
- H7:** Pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening
- H8:** Pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening
- H9:** Pengaruh harga tiket terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening
- H10:** Pengaruh kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung ulang

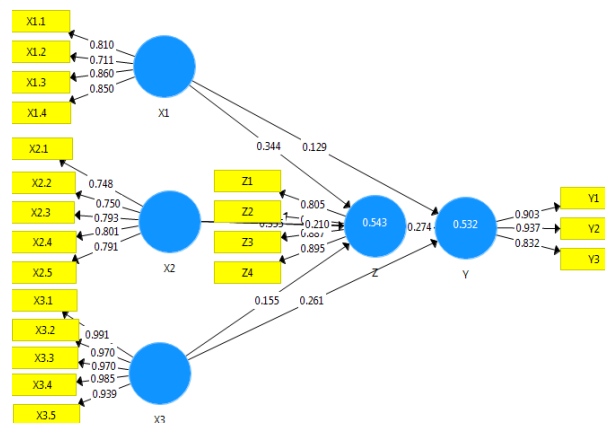
METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Wisata Telaga Ngebel yang berlokasi di Desa Ngrugong, Kecamatan Ngebel, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur atau sekitar 30 km dari Madiun. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu 5 bulan dari bulan Maret sampai Juli 2023, pelaksanaan kegiatan penelitian yang dilakukan mulai dari pemilihan judul, pengajuan proposal penelitian, pengambilan data di lapangan sampai dengan penyusunan laporan.

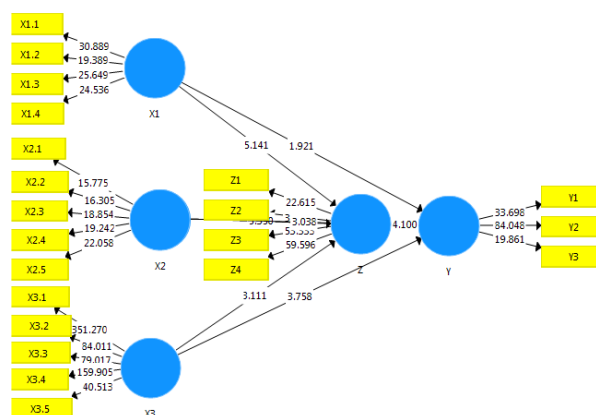
Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Madiun yang pernah berkunjung ke tempat wisata Telaga Ngebel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu sampel dilakukan melalui cara menyebar atau membagikan kuesioner melalui *Googleform* dengan jumlah sampel sebanyak 384 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah skema model program PLS yang diuji:



Gambar 1 Uji Outer Model



Gambar 2 Uji Inner Model

Uji Kebaikan Model

Hasil pengolahan data memakai program SmartPLS 3.0, maka diperoleh nilai R-Square sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Kebaikan Model

	R-square	Adjusted R-square
Minat Berkunjung Ulang (Y)	0.532	0.527
Kepuasan Pengunjung(Z)	0.543	0.539

Sumber: Hasil PLS Diolah (2023)

Nilai R- Square Minat Berkunjung Ulang sebesar 0,532. Nilai tersebut menjelaskan bahwa daya tarik, aksesibilitas, dan harga tiket terhadap minat berkunjung ulang dalam penelitian ini sebesar 53,2%. Serta Kepuasan Pengunjung sebesar 0,543 atau 54,3%. sisanya tidak dijelaskan dalam penelitian ini yang artinya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Maka termasuk ke dalam moderat. Penilaian *goodness of fit* dapat diketahui dari nilai Q-Square. Q 2 atau Predictive Relevance adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat relevansi model penelitian. Model dikatakan baik (*fit*) jika $Q^2 > 0,33$. Berikut perhitungan *goodness of fit* :

Tabel 4 Hasil Perhitungan Model Fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0.010	0.010

Sumber : Hasil PLS Diolah (2023)

Nilai SRMR sebesar $0,010 < 0,10$ yang berarti nilai SRMR lebih kecil dari 0,10. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model fit dalam penelitian ini dapat diterima

Uji Hipotesis

Perolehan peneliti dari olah data yang telah dikerjakan, hasilnya dapat dipakai untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai nilai t statistics $> 1,96$ dan P value $< 0,05$. Berikut perolehan uji hipotesis yang didapatkan melalui inner model (*Bootstrapping*).

Tabel 5 Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values	Ket
X1 -> Z ₋	0.344	0.340	0.061	5.661	0.000	Di terima
X2 -> Z ₋	0.355	0.353	0.068	5.190	0.000	Di terima
X3 -> Z ₋	0.155	0.161	0.047	3.326	0.001	Di terima
X1 -> Y	0.129	0.118	0.071	1.812	0.071	Di tolak
X2 -> Y	0.210	0.211	0.067	3.142	0.002	Di terima
X3 -> Y	0.261	0.273	0.067	3.874	0.000	Di terima
Z ₋ -> Y	0.274	0.269	0.064	4.311	0.000	Di terima
X1 -> Z ₋ -> Y	0.094	0.092	0.029	3.272	0.001	Di terima
X2 -> Z ₋ -> Y	0.097	0.094	0.026	3.678	0.000	Di terima
X3 -> Z ₋ -> Y	0.043	0.044	0.018	2.404	0.017	Di terima

Sumber: Hasil PLS Diolah (2023)

PEMBAHASAN

Daya Tarik Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa variabel daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung karena nilai *t statistics* > *t tabel* yaitu $5.661 > 1.96$ dan *p value* sebesar $0.000 < 0.05$. Semakin menarik pemandangan alam di obyek wisata Telaga Ngebel maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung karena nilai *t statistics* > *t tabel* yaitu $5.190 > 1.96$ dan *p value* sebesar $0.000 < 0.05$. Pengunjung menganggap jalan yang dilalui menuju lokasi mudah untuk ditempuh dan mudah ditemukan oleh wisatawan, sehingga akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa variabel harga tiket berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung karena nilai *t statistics* > *t tabel* yaitu $3.326 > 1.96$ dan *p value* sebesar $0.001 < 0.05$. Semakin kompetitif harga tiket yang ditawarkan oleh obyek wisata maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa variabel daya tarik tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $1.812 < 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.071 > 0.05$. Meskipun Telaga Ngebel memiliki daya tarik tersendiri, faktanya pengunjung tidak memiliki minat untuk berkunjung ulang ke wisata Telaga Ngebel, dengan memberikan promosi kepada pengunjung diharapkan mampu meningkatkan minat berkunjung ulang.

Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa variabel Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Ulang karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $3.142 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.002 < 0.05$. Semakin mudah suatu tempat wisata untuk di akses maka akan meningkatkan minat berkunjung ulang ke wisata Telaga Ngebel.

Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa Harga Tiket berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Ulang karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $3.874 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.000 < 0.05$. Harga tiket yang terjangkau dan sebanding dengan yang didapat Ketika berwisata di Telaga Ngebel akan meningkatkan minat berkunjung ulang ke wisata Telaga Ngebel.

Daya Tarik Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa variabel Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $3.272 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.001 < 0.05$. Daya tarik yang menarik yang ada di wisata Telaga Ngebel mampu memberikan kepuasan bagi pengunjung sehingga meningkatkan minat untuk berkunjung ulang ke wisata Telaga Ngebel.

Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung, karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $3.678 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.000 < 0.05$. Aksesibilitas menuju wisata Telaga Ngebel mudah dijangkau dan memiliki akun media sosial yang memuat informasi tentang wisata Telaga Ngebel, sehingga pengunjung merasakan kepuasan dan akan berkunjung kembali di wisata Telaga Ngebel.

Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa Harga Tiket berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung, karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $2.404 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.017 < 0.05$. Harga tiket yang ditawarkan di wisata Telaga Ngebel dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening, karena harga tiket yang terjangkau dan sesuai dengan ekspektasi pengunjung, maka menimbulkan minat berkunjung ulang wisatawan pada wisata Telaga Ngebel.

Kepuasan Pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil pengujian hipotesis untuk penelitian ini ditemukan bahwa Kepuasan Pengunjung berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Ulang karena nilai $t_{statistics} > t_{tabel}$ yaitu $4.311 > 1.96$ dan $p\ value$ sebesar $0.000 < 0.05$. Kepuasan pengunjung dapat terjadi ketika pengunjung merasa puas dan sesuai dengan ekspektasi mereka maka akan timbul minat berkunjung kembali ke wisata Telaga Ngebel.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari analisis data mengenai pengaruh daya tarik, aksesibilitas, dan harga tiket terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening dapat diambil kesimpulan yaitu

1. Variabel daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
2. Variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
3. Variabel harga tiket
4. Variabel daya tarik tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.
5. variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.
6. Harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.
7. Variabel daya tarik berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.
8. Variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.
9. Harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.
10. Kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang artinya.

Berdasarkan pada kesimpulan diatas, maka saran yang diberikan adalah penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variabel selain daya tarik,

aksesibilitas, dan harga tiket terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada masyarakat Madiun yang pernah berkunjung ke wisata Telaga Ngebel. Variabel lainnya diharapkan dapat diketahui pengaruhnya dan menyempurnakan hasil dari penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Agostini, Marisa. (2018). *Corporate Financial Distress: Going Concern Evaluation in Both International and U.S. Contexts*. Switzerland: Springer International Publishing AG (Part of Springer Nature).
- Alvidianita, A., & Rachmawati, L. (2019). Pengaruh Rgec Terhadap Financial Distress Pada Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 97–109.
- Andrianto., Fatihuddin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ayu, A. S., Handayani, S. R., & Topowijoyono. (2017). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43, 138. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Ermar Hakim F, Suhono (2021). Pengaruh RGEC (*Risk Profile, Good Corporate Governance, Earning, Capital*) terhadap *Financial Distress*. *Jurnal Akuntansi*. 5,1.
- Handayani, M & Hariyani, D. S (2019) Analisa Pengaruh *Financial Distress* Terhadap *Earnings Management* (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2017). *Simba*, 1068-1081.
- Haq, H. I., & Harto, P. (2019). Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Berbasis RGEC Terhadap *Financial Distress* (Studi pada Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2015- 2017). *Journal of Accounting*, 8, 1. <https://doi.org/ISSN> (Online): 2337-3806
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Labita, M., & Yudowati, S. P. (2020). Analisis Penilaian Kesehatan Bank Berbasis Rgec Terhadap *Financial Distress* (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2018). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4, 1249. <https://doi.org/ISSN> 2614-0365 e-ISSN 2599-087X
- Lembaga Penjamin Simpanan. (2017). *Bank yang Dilikuidasi*: (Online), diakses di www.lps.go.id pada 2 Desember 2020.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2014). *Bank Perkreditan Rakyat*: (Online), diakses di www.ojk.go.id pada 2 Desember 2020.
- Pramana, K., & Artini, L. G. S. (2016). Analisis Tingkat Kesehatan Bank (Pendekatan Rgec) Pada Pt. Bank Danamon Indonesia Tbk. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(6), 3849–3878.
- Rahmat. (2020). Analisis Financial Distress Menggunakan Model Altman Z-Score, Springate Zmijewski, Grover dan Penilaian Kesehatan Bank Metode Camel. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.17509/jaset.v12i1.23062>
- Riadi, S., Atmadja, T., & Wahyuni, M. A. (2016). *Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Metode Rgec (Risk Profile , Good Corporate Governance , Earnings , Dan Capital) PADA PT . 6(3)*.
- Rustandi, F. (2019). *Pengaruh Rgec (Risk Profile, Corporate Governance, Earnings, Capital) Terhadap Financial Distress Bank Perkreditan Rakyat Di Yogyakarta Periode 2015-2017*.
- Sadida, B. D. (2018). *Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, And Capital (RGEC) Sebagai Prediktor Terhadap Kondisi Financial Distress Pada Perusahaan Perbankan. Jurnal Mananajemen Bisnis Indonesia*, 347. beladienas@outlook.com
- Sintha, L. (2020). Analisa Faktor-faktor CAMEL Terhadap Tingkat Kesehatan Bank Khususnya Bank Perkreditan Rakyat. *Jurnal Mitra Manajemen*. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jmm/article/view/563>
- Stevano, T., & Artini, L. G. S. (2018). Studi Financial Distress Pada Perusahaan Perbankan Di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(5), 1–23. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p16>
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Th. 1992 Pasal 29 Tentang Perbankan.
- [20] Wareza, M. (2019). *Bank Ditutup di Depok, Ada Berapa Bank Yang Dilikuidasi*: (Online), diakses di <https://www.cnbcindonesia.com/> pada 2 Desember 2020.
- Zahronyana, B. D., & Mahardika, D. P. (2018). Capital Adequacy Ratio, Non Performing Loan, Net Interest Margin, Biaya Operasional Pendapatan Operasional Dan Loan To Deposit Ratio Terhadap Financial Distress. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 10(2), 90–98.