

Kepuasan Wisatawan: Analisis Hubungan Antara Antesedennya dan Niat Kunjungan Kembali

Alvito¹, Darman Saputra²

^{1,2} Universitas Bangka Belitung

e-mail: alvitobrian03@gmail.com¹, saputradarman1988@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali dengan memilih secara acak 191 wisatawan yang pernah ke Pantai Pasir Padi, Pangkalpinang. Hasil pemodelan persamaan struktural menunjukkan adanya hubungan positif antar variabel eksogen; keramahan pelayanan dan perilaku masyarakat dengan kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Hal ini semakin menegaskan adanya hubungan positif yang signifikan antara kepuasan wisatawan secara keseluruhan dan niat mereka untuk kembali. Semua hubungan tersebut signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%. Studi ini memberikan referensi penting bagi peneliti masa depan, pengelola destinasi dan pembuat kebijakan industri pariwisata Pangkalpinang.

Kata kunci: *Keramahan Melayani, Perilaku Masyarakat, Kepuasan Wisatawan, Niat Mengunjungi Kembali, Pangkalpinang.*

Abstract

This study aimed to determine the factors that influence tourists' satisfaction and revisit intention by randomly selecting 191 tourists from Pasir Padi Beach, Pangkalpinang. The results of the structural equation model show that there is a positive relationship between exogenous variables; service friendliness and community behavior with overall tourist satisfaction. This further confirms the existence of a significant positive relationship between tourists' overall satisfaction and their intention to return. All of these relationships are statistically significant at the 5% significance level. This study provides an important reference for future researchers, destination managers and policy makers in the Pangkalpinang tourism industry.

Keywords : *Friendly Service, Community Behavior, Intend To Visit Again*

PENDAHULUAN

Hubungan positif antara kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali (Ramukumba., 2018) menguatkan bahwa wisatawan yang puas akan mengunjungi kembali destinasi tersebut atau berbagi hal-hal positif tentang destinasi tersebut. Beberapa penelitian lain sepakat bahwa ketika harapan wisatawan terpenuhi, maka harapan mereka kemungkinan untuk kembali ke tujuan yang sama lebih tinggi (Wang & Hsu., 2010). Selain itu, beberapa peneliti lain di bidang pariwisata dan perhotelan juga memiliki pemikiran serupa di masa lalu. Mereka berpendapat bahwa kepuasan wisatawan memotivasi mereka untuk kembali ke destinasi yang sama atau merekomendasikannya kepada orang lain (Maddox., 1985; Som & Badarneh., 2011; Almeida & Moreno., 2018; Meng & Han., 2018); Kim., 2018). Temuan para peneliti di masa lalu menguatkan fakta bahwa kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor penting yang memotivasi mereka untuk kembali atau menyebarkan hal-hal positif tentang pengalamannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkonfirmasi kembali fakta tersebut dengan memilih sampel wisatawan yang mengunjungi Pantai pasir padi. Penelitian ini lebih lanjut bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor penting yang terkait dengan kepuasan

wisatawan. Ketika konsumen berencana untuk melakukan perjalanan, biasanya mereka mengingat kenangan masa lalu untuk memilih tujuan (Kim, 2018). karena itu kecil kemungkinannya, wisatawan yang tidak puas akan mengulangi kunjungan ke tujuan yang sama.

Banyak makalah penelitian ilmiah telah di dapat mengenai topik kepuasan wisatawan dan konsekuensinya, namun jarang sekali kepuasan dan niat mengunjungi kembali wisatawan yang mengunjungi Pantai Pasir Padi telah diselidiki secara empiris sebelumnya. karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan wisatawan secara keseluruhan, faktor-faktor penentu dan konsekuensinya dengan memilih sampel wisatawan yang mengunjungi Pantai Pasir Padi pada saat survei. Penelitian serupa telah dilakukan di beberapa belahan dunia lainnya, namun penelitian ini tidak benar-benar mewakili kepuasan wisatawan Pantai Pasir Padi dan dampaknya terhadap niat berkunjung kembali. Pantai Pasir Padi merupakan salah satu destinasi menarik bagi para wisatawan.

Wisatawan yang berkunjung ke Pantai pasir padi mengharapkan sesuatu yang berbeda dengan wisatawan yang mengunjungi destinasi lain di Kota Pangkalpinang. Keramahan pelayanan dan perilaku masyarakat lokal di Pantai Pasir Padi berbeda dengan lokasi wisata lain di Kota Pangkalpinang. karena itu, penelitian ini mengusulkan untuk menyelidiki hubungan antara Keramahan Pelayanan dan perilaku masyarakat lokal dengan kepuasan wisatawan secara keseluruhan, dan lebih lanjut bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kepuasan wisatawan secara keseluruhan dan niat mereka untuk berkunjung kembali. Temuan empiris penelitian ini memberikan latar belakang referensi yang berharga bagi pengelola destinasi, pemerintah daerah dan pengambil kebijakan untuk merumuskan perencanaan pembangunan dan strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat kedatangan wisatawan di Pantai Pasir Padi, Pangkalpinang.

METODE

Instrumen Studi

Kuesioner yang dikelola sendiri digunakan untuk penelitian ini. Ada tiga bagian dari kuesioner. Pada Bagian pertama meliputi profil peserta; jenis kelamin, usia, status perkawinan, dan media sosial untuk mengakses wisata pantai pasir padi. bagian kedua wisatawan peserta diminta untuk menunjukkan tingkat kepuasan mereka terhadap keramahan pelayanan, perilaku masyarakat, kuliner dan fasilitas akomodasi, berkisar antara 1-5 (1= "sangat tidak puas", 5= "sangat puas") dan bagian ketiga wisatawan diminta untuk menunjukkan tingkat persetujuan mereka tentang kepuasan secara keseluruhan dan niat berkunjung kembali (1= "sangat tidak setuju", 5= "sangat setuju"). Uji coba dilakukan untuk menilai efektivitas kuesioner dan memperbaiki item yang salah. Konsistensi internal item diperiksa dengan alpha Cronbach (α). Nilai alpha lebih dari 0,7 dianggap sebagai variabel yang dapat diandalkan. Keandalan komposit juga diukur untuk mendukung koefisien alpha. Koefisien reliabilitas komposit lebih dari 0,6 dianggap dapat diandalkan. Validitas diuji dengan menggunakan metode average variance Extract (AVE). AVE lebih dari 0,5 dianggap valid. Namun, kami menerima AVE 0,4 atau lebih tinggi jika reliabilitas komposit 0,6 atau lebih tinggi karena jika AVE kurang dari 0,5 tetapi reliabilitas komposit di atas 0,6, validitas konvergen konstruk masih valid (Bagozzi, R. P, 1998). Untuk menguji kesesuaian model pengukuran, diadopsi model persamaan struktural. Hanya 11 item yang dimuat secara signifikan dalam empat konstruksi. Semua faktor valid dan reliabel (lihat tabel 2). Oleh karena itu, penelitian ini didasarkan pada 9 item yang valid dan reliabel.

Pengaturan Studi dan Pengambilan Sampel

Pantai Pasir Padi adalah salah satu permata tersembunyi di Pulau Bangka. Dengan hamparan pasir putih yang lembut, air laut yang jernih, dan pepohonan rindang yang mengelilingi, pantai ini menawarkan suasana yang tenang dan damai. Terletak sekitar 20 kilometer dari Kota Pangkalpinang, akses menuju pantai ini sangat mudah dan dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum. Untuk urusan perut, pengunjung bisa menikmati berbagai jajanan di lapak-lapak pedagang dengan harga

terjangkau. Seperti jagung bakar, kelapa muda hingga bakso. Di lokasi tersebut juga ada restoran dan hotel sebagai tempat menginap.

Pengambilan sampel acak diadopsi untuk memilih peserta penelitian ini. Sebanyak 194 kuesioner diisi melalui google form yang dibagikan kepada wisatawan yang berkunjung ke Pantai Pasir Padi. Pada bulan Agustus 2023 hingga September 2023 namun hanya 191 responden yang pernah mengunjungi Pantai pasir padi tersebut. Diantaranya sekitar 36,6% responden adalah laki-laki dan 63,4% adalah perempuan. 46,6% pesertanya adalah responden berusia 20 tahun, 49,7% adalah responden berusia 20-30 tahun, dan sisanya responden berusia 30 tahun keatas. Sekitar 78,8% wisatawan adalah berpendidikan terakhir SMU atau Sederajat dan 19% adalah Sarjana. Serta akses media sosial wisatawan adalah 65,4% dari instragam untk mengetahui Pantai pasir padi. Skor kepuasan rata-rata yang dilaporkan sendiri, dan skor niat mengunjungi kembali wisatawan dan lainnya lebih dari 4.

Statistik deskriptif seperti mean, deviasi standar, median, skewness, dan kurtosis item serta faktor-faktor diekstraksi. Sebelum menjalankan pemodelan persamaan struktural, analisis faktor komponen utama dilakukan untuk menghilangkan item indikator yang bermuatan buruk. Komunitas item indikator dan item di bawah 0,6 dihilangkan. Rotasi Varimax diadopsi dan pemuatan faktor sebesar 0,40 digunakan sebagai patokan item yang dimasukkan dalam suatu faktor. SEM diadopsi untuk mengetahui hubungan antara variabel eksogen dan endogen yang diusulkan. Semua analisis data dilakukan dengan menggunakan SmartPLS3 dan Excel 2007. Sebelum melakukan analisis akhir, statistik deskriptif dieksplorasi. Skewness dan kurtosis diperiksa untuk mengetahui sifat distribusi item yang diekstraksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menampilkan rata-rata semua item lebih dari 3 dan median sebagian besar item adalah 4 atau lebih. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas dan bersedia untuk berkunjung kembali ke Pantai pasir padl. Rata-rata item yang berkaitan keramahan pelayanan terletak antara 3,77 hingga 3,98 dan mediannya adalah 4, yang menunjukkan bahwa wisatawan puas terhadap keramahan pelayanan. Skewness dan kurtosis seluruh item yang berkaitan dengan keramahan pelayanan berada pada kisaran antara -1 sampai dengan 1. Rata-rata item yang berkaitan dengan perilaku masyarakat berkisar antara 3,66 hingga 3,80 dan mediannya adalah 4, menunjukkan bahwa wisatawan sangat puas dengan perilaku masyarakat. Skewness dan kurtosis semua item yang berkaitan dengan perilaku masyarakat berada pada kisaran -1 sampai dengan 1. Rata-rata kepuasan keseluruhan berkisar antara 3,86 hingga 3,98 dan median nya adalah 4, hal ini menunjukkan bahwa terdapat kepuasan wisatawan keseluruhan yang tinggi di Pantai Pasir Padi. Skewness dan kurtosis semua item yang berkaitan dengan kepuasan keseluruhan berada di antara kisaran antara -1 sampai dengan 1. Rata-rata niat berkunjung kembali wisatawan berkisar antara 3,49 hingga 3,99 dan mediannya adalah 4, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan bersedia mengunjungi kembali Pantai pasir padi kembali. Skewness dan kurtosis seluruh item niat mengunjungi kembali berada di antara kisaran -1 sampai dengan 1. Seluruh item indikator normal dan tidak ada indikasi pelanggaran normalitas karna semua item indicator berada antara -2 sampai dengan 2

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Barang	Rata-rata	Kurtosis	Kemiringan		SD
			Median	SD	
Fasilitas akomodasi yang menarik (KP1)	3.77	0.44	-	4	0.88
Ragam makanan dan minuman (KP2)	3.98	1.56	-	4	0.84
Kebersihan makanan dan minuman (KP3)	3.57	0.28	-	4	0.84

Kesediaan membantu pelanggan (PM1)	3.66	-	-	4	0.80
		0,498	0.08		
Masyarakat local yang hangat dan ramah (PM2)	3.80	0.261	-	4	0.84
			0.46		
Saya bersenang senang di Pantai pasir padi (KW2)	3.98	-	-	4	0.78
		0371	0.36		
Saya tertarik dengan pemandangan indah di Pantai pasir padi (KW3)	3.86	0.253	-	4	0.83
			0.45		
Pantai pasir padi akan menjadi prioritas saya untuk perjalanan masa yang akan datang (NBK2)	3.49	-	-	4	0.93
		0.375	0.26		
Saya sangat merekomendasikan kepada teman-teman saya dan kerabat untuk bepergian ke Pantai pasir padi (NBK3)	3.90	0.121	-	4	0.80
			0.42		

Sebelum menjalankan model pengukuran, analisis faktor komponen utama dilakukan untuk menghilangkan item indikator yang dimuat dengan buruk. (*KW1 dan *NBK1)

Tabel 2 menunjukkan bahwa 9 item dimuat dalam 4 faktor. Pemuatan faktor dari semua item berkisar antara 0,766 hingga 0,936, dan nilai t dari setiap pemuatan faktor lebih besar dari 2. Dengan demikian, semua faktor signifikan pada 5%. Rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) dari semua faktor berada di atas 0,4 dan reliabilitas gabungan semua item berada di atas 0,6. Alfa Cronbach dari semua faktor berkisar antara 0,796 hingga 0,848. Hal ini menunjukkan bahwa semua item reliabel dan valid. Indeks kecocokan model pengukuran juga mendukung pemuatan 9 item berikut dalam lima variabel laten; keramahan pelayanan (KP), perilaku masyarakat (PM), kepuasan wisatawan (KW) lebih dari 2 dan indeks kecocokan berada dalam batas yang dapat diterima. Indeks fit menunjukkan chi square ternormalisasi sebesar 2.68, SRMR sebesar 0,07, NFI 0.71, R square 0.334, 0.518 dan Adjusted R Square 0.32 dan 0.516

Tabel 2. Hasil Pengukuran Model

Item	Outer loading	AVE	Cronbach	CR	nilai t	R square	Adjusted R Square
KP	KP1	0.877	0.694	0.781	0.817	47.91	
	KP2	0.766				16.46	
	KP3	0.852				31.81	
PM	PM1	0.926	0.866	0.848	0.928	62.88	
	PM2	0.936				89.48	
KW	KW2	0.923	0.830	0.796	0.907	74.63	0.334
	KW3	0.899				39.94	0.518
NBK	NBK2	0.901	0.835	0.803	0.910	50.09	0.327
	NBK3	0.926				94.40	0.516
Chi-square	2.68						
SRMR	0.07						
NFI	0.71						

Selain, kriteria Fornell-larcker (Tabel 3), rasio heterotrait-monotrait (HTMT) harus digunakan dengan ambang batas 0.85 untuk menilai validitas diskriminan. Dengan menggunakan kriteria yang dinyatakan, pemeriksaan hasil yang disajikan pada Tabel 3

mengungkapkan bahwa semua korelasi berada dalam ambang batas 0.85 untuk validitas diskriminan. Oleh karena itu, keempat konstruk mengukur aspek yang berada dari fenomenan yang diteliti.

Tabel 3. Validitas Diskriminan

Item	Fornell-Larcker Criterion (FLC)	Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)
Kepuasan Wisatawan		
Keramahan Pelayanan		
Niat Berkunjung Kembali		
Perilaku Masyarakat		

Tabel 4. Hasil Analisis Jalur

Variabel eksogen	Jalur	Variabel endogen	Beta	Nilai T	Nilai P
Keramahan Melayani	—————>	Kepuasan wisatawan	0.356	3.501	0.000
Perilaku Masyarakat	—————>	Kepuasan wisatawan	0.256	2.570	0.010
Wisatawan secara Keseluruhan	—————>	Niat berkunjung kembali	0.720	17.790	0.000
Kepuasan					

Hal ini menunjukkan, persamaan (1) terdapat hubungan positif yang signifikan antara keramahan pelayanan dan kepuasan wisatawan secara keseluruhan karena koefisien beta terstandarisasi adalah 0,356, T=3,501 dan Nilai P 0.000 Hal ini mendukung hipotesis 2. Demikian pula, persamaan (2) terdapat hubungan positif antara perilaku masyarakat dan kepuasan wisatawan secara keseluruhan karena koefisien beta adalah 0.256 dan Nilai T adalah 2.570 dan Nilai P 0.010. Hal ini mendukung hipotesis 3. Selain itu, terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepuasan wisatawan secara keseluruhan dan niat berkunjung kembali, dimana koefisien beta adalah 0,720, nilai T adalah 17.790 dan Nilai P 0.000 hal ini mendukung hipotesis 1.

Persamaan (3) menunjukkan bahwa niat berkunjung kembali (NBK) mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan keramahan pelayanan (KP), dan perilaku masyarakat (PM) karena, Semua hipotesis yang diajukan didukung oleh temuan. Analisis jalur (tabel 3) mengkonfirmasi model yang diusulkan. Model ini merupakan model yang cocok karena semua indeks kecocokan berada dalam batas nilai.

Pembahasan

Penelitian sebelumnya telah memberikan kontribusi yang signifikan untuk mengeksplorasi hubungan kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali. Penelitian ini menambahkan batu bata untuk menggeneralisasi kepuasan wisatawan dan model niat berkunjung kembali dengan memilih wisatawan yang mengunjungi Pantai pasir padi Pangkalpinang selama periode penelitian. Selain itu, temuan penelitian ini dapat memberikan referensi berharga bagi pengelola destinasi dan perencana wisata untuk memahami pentingnya kepuasan wisatawan untuk motivasi mengunjungi kembali Pantai Pasir Padi.

Penelitian sebelumnya secara konsisten memperlakukan keramahtamahan sebagai bagian dari kualitas layanan (Chi, 2005; McCabe, 2000; Almeida & Moreno., 2018; Pizam dkk., 1979; Som & Badarneh., 2011; Yoon & Uysal., 2005), namun penelitian ini memperlakukannya

sebagai faktor anteseden terpisah dari kepuasan wisatawan secara keseluruhan, seperti yang dikemukakan oleh Kevin Nield dkk., 2000). Studi ini mengkonfirmasi hubungan positif tersebut antara keramahtamahan dan kepuasan wisatawan, selain itu kami menemukan bahwa sebagian besar wisatawan merasa puas terhadap pelayanan keramahtamahan. Studi kami memperkuat posisi keramahan pelayanan sebagai variabel pendahuluan yang menonjol dari kepuasan wisatawan dan niat mereka untuk kembali.

Wisatawan bisa terpuaskan dengan variasi makanan dan fasilitas akomodasi menarik yang mereka terima di Pantai Pasir Padi. Mereka bisa menikmati makanan pilihan mereka sendiri dengan kuliner di Pantai Pasir Padi. Wisatawan juga puas dengan kebersihan makanannya. Karena layanan keramahtamahan menarik yang ditawarkan oleh masyarakat di Pantai Pasir Padi, kunjungan kembali wisatawan akan diantisipasi.

Studi pariwisata di masa lalu jarang memperlakukan perilaku masyarakat lokal sebagai variabel awal kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Namun, Papadimitriou dkk. (2015) mengevaluasi secara kritis perilaku penduduk lokal sebagai faktor yang mempengaruhi promosi mulut ke mulut dan branding destinasi. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa perilaku masyarakat lokal merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan wisatawan secara keseluruhan dan mengkonfirmasi adanya hubungan positif yang signifikan di antara keduanya. Skor rata-rata konstruk ini juga menunjukkan bahwa wisatawan sangat puas dengan perilaku masyarakat Di Pantai Pasir Padi. Mereka bisa bersikap baik dan kooperatif terhadap wisatawan, yang bisa membuat mereka merasa senang dan puas dengan perilaku penduduk setempat. Jika wisatawan puas dengan perilaku masyarakat setempat, pasti akan memotivasi mereka untuk berkunjung kembali ke Pantai Pasir Padi. Untuk pengembangan pariwisata, masyarakat lokal harus bersikap baik dan kooperatif terhadap wisatawan tetapi berhati-hati jika wisatawan terlibat dalam beberapa kegiatan terlarang, melanggar undangundang pemerintah, merugikan masyarakat dan lingkungan setempat, dll. Studi ini juga menambah nilai literatur pariwisata dengan mengeksplorasi pentingnya perilaku penduduk setempat untuk kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali.

Hasil hubungan positif antara kepuasan wisatawan secara keseluruhan dan niat berkunjung kembali menguatkan temuan penelitian sebelumnya yang mengabstraksikan bahwa wisatawan yang puas akan kembali ke destinasi yang sama di masa mendatang atau merekomendasikannya kepada orang lain (Maddox., 1985; Wang & Hsu., 2010.; Som & Badarneh., 2011; Almeida & Moreno., 2018; Meng & Han., 2018; Kim., 2018). Meskipun para pencari bangsawan tingkat tinggi memiliki lebih sedikit peluang untuk mengunjungi destinasi yang sama lagi (Beerli & Martin., 2004; Som & Badarneh., 2011), suara positif dari pra-pengunjung tentang destinasi tersebut memotivasi para pencari bangsawan baru untuk berkunjung.

Penelitian saat ini mengkonfirmasi bahwa keramahan pelayanan dan perilaku masyarakat melalui kepuasan wisatawan secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan. Jika wisatawan tidak puas dengan layanan keramahtamahan, dan perilaku masyarakat lokal, kecil kemungkinan mereka untuk mengunjungi kembali destinasi yang sama, meskipun mereka tertarik dengan keindahannya. Meskipun tren kunjungan ulang wisatawan saat ini menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka adalah pengunjung pertama kali, skor wisatawan yang dilaporkan sendiri menunjukkan bahwa mereka bersedia mengunjungi kembali Pantai Pasir Padi. Dalam hal iklim dan pemandangan Pantai Pasir Padi yang indah, wisatawan merasa sangat puas (rata-rata skor iklim dan keindahan yang dilaporkan sendiri lebih tinggi dari 4). Masuk akal jika dikatakan bahwa di masa lalu para pengunjung merasa cukup puas di Pantai Pasir Padi, karena itu, ketika mereka kembali ke rumah masing-masing, mereka melupakan Pantai pasir padi dan lupa menceritakannya kepada teman dan kerabat mereka. Akibatnya, tingkat pertumbuhan wisatawan dalam beberapa tahun terakhir tidak memuaskan. Tingkat kedatangan wisatawan akan ditingkatkan dengan menawarkan keramahan pelayanan yang menarik dengan biaya minimum dengan perilaku masyarakat lokal yang menyenangkan, perbaikan transportasi jalan raya, dan fasilitas komunikasi, namun destinasi harus siap mengakomodasi peningkatan volume wisatawan yang diantisipasi. Pertumbuhan

pembangunan infrastruktur penting untuk menyediakan akomodasi yang nyaman bagi peningkatan volume wisatawan yang diharapkan untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan. Namun, pembangunan yang tidak terkendali di lokasi wisata akan menyembunyikan keindahan alam dan merusak lingkungan, oleh karena itu pemerintah dan masyarakat setempat harus mewaspadainya.

Tidak diragukan lagi, tingkat kedatangan wisatawan yang lebih tinggi akan menarik investasi asing yang penting bagi pariwisata berkembang seperti Pantai Pasir Padi. Pertumbuhan kunjungan wisatawan yang semakin tinggi mempunyai dampak positif misalnya; lebih banyak lapangan kerja akan diciptakan oleh perluasan bisnis pariwisata local di lokasi wisata, sejumlah besar produk lokal akan dijual dengan nilai lebih tinggi dan pengumpulan pendapatan pemerintah akan meningkat. Selain fokus pada strategi untuk meningkatkan pergerakan wisatawan di masa depan, pengelola pariwisata Pantai Pasir Padi juga harus fokus untuk menarik lebih banyak wisatawan dari kota lain di luar kota Pangkalpinang. Demi keberlanjutan pariwisata, pemerintah harus menciptakan lingkungan bagi investor asing, mendorong perluasan rumah usaha pariwisata lokal, dan usaha pariwisata berbasis komunitas lokal seperti home stay. Peran pemerintah juga harus mendidik masyarakat lokal tentang dampak negatif dari gerakan pariwisata seperti rusaknya sistem lingkungan, dan hilangnya warisan budaya. Pemerintah juga harus memberikan peran pengambilan keputusan kepada masyarakat lokal dalam melestarikan warisan budaya dan sistem ekologi lokal.

SIMPULAN

Kesimpulannya, hasil empiris secara keseluruhan mendukung semua hipotesis yang diajukan. Hal ini menguatkan bahwa variabel eksogen; pelayanan perhotelan dan perilaku masyarakat mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan melalui kepuasan secara keseluruhan. Masuk akal untuk menyimpulkan bahwa wisatawan yang puas akan kembali ke destinasi yang sama di masa depan atau menyarankannya kepada orang lain. Untuk meningkatkan tingkat kedatangan wisatawan di masa depan, pengelola destinasi harus menawarkan Keramahan pelayanan yang menarik dengan perilaku yang menyenangkan tanpa mengeksploitasi sistem ekologi dan warisan budaya di lokasi wisata.

Studi ini akan memberikan gambaran bagi peneliti masa depan yang ingin menggali kepuasan wisatawan, faktor-faktor yang berpengaruh dan konsekuensinya, khususnya bagi industri pariwisata Pantai pasir padi. Ini dapat menjadi referensi yang baik bagi akademisi, peneliti, dan mahasiswa pascasarjana di masa depan. karena itu pemerintah dan masyarakat setempat harus mewaspadainya. Temuan penelitian ini juga akan memberikan kontribusi bagi pengelola bisnis pariwisata, perencana dan pemerintah Pangkalpinang untuk membuat kebijakan untuk bisnis pariwisata masa depan.

Meskipun penelitian ini mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap literatur pariwisata dalam beberapa hal dan memiliki beberapa implikasi manajerial, namun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan beberapa keterbatasan. Pertama, wilayah studi penelitian saat ini adalah Pantai Pasir Padi, objek wisata dari Kota Pangkalpinang. karena itu, diperlukan penelitian di masa depan untuk fokus pada tujuan kemajuan di Pantai pasir padi. Meskipun instrumen yang ada saat ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya, diperlukan beberapa penelitian ekstensif untuk memperkuat model pengukuran yang ada saat ini. Hanya dua item yang dimuat di bawah faktor perilaku masyarakat, oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya dapat dimasukkan lebih banyak item dan diuji validitas dan reliabilitasnya. Selain itu, beberapa variabel eksogen lainnya dapat ditambahkan ke dalam model ini dan diuji validitas dan reliabilitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

Almeida-Santana, A., & Moreno-Gil, S. (2018). Understanding tourism loyalty: Horizontal vs. destination loyalty. *Tourism management*, 65, 245-255.

- Ashworth, G. J., Kavaratzis, M., & Warnaby, G. (2015). The need to rethink place branding. Rethinking place branding: Comprehensive brand development for cities and regions, *Rethinking Place Branding* 1-11.
- Bagozzi, R. P. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error: a comment. *Journal of Marketing Research*
- Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of tourism research*, 31(3), 657-681.
- Chi, G. (2005). A study of developing destination loyalty model. *Oklahoma State University*
- Gupta, S., McLaughlin, E., & Gomez, M. (2007). Guest satisfaction and restaurant performance. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48(3), 284-298.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2009). AN EXAMINATION OF LOCALS' ATTITUDES. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 723-726.
- Kang, J., Jun, J., & Arendt, S. W. (2015). Understanding customers' healthy food choices at casual dining restaurants: Using the Value-Attitude-Behavior model. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 12-21.
- Kevin Nield, Metin Kozak, Geoffrey LeGrys (2000), The role of food service in tourist satisfaction, *International Journal of Hospitality Management*, [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(00\)00037-2](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(00)00037-2).
- Kim, J. H. (2018). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856-870
- Kim, K. (2008). Analysis of structural equation model for the student pleasure travel market: Motivation, involvement, satisfaction, and destination loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(4), 297-313.
- Kozak, M. (2003). Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes. *Tourism analysis*, 7(3-4), 229-240.
- Maddox, R. N. (1985). Measuring satisfaction with tourism. *Journal of Travel Research*, 23(3), 2-5.
- McCabe, A. S. (2000). Tourism motivation process. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1049-1051.
- Meng, B., & Han, H. (2018). Investigating individuals' decision formation in working-holiday tourism: The role of sensation-seeking and gender. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(8), 973-987.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387-409.
- Nguyen Viet, B., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1796249.
- Papadimitriou, D., Apostolopoulou, A., & Kaplanidou, K. (2015). Destination personality, affective image, and behavioral intentions in domestic urban tourism. *Journal of travel research*, 54(3), 302-315.
- Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1979). Tourist satisfaction: Uses and misuses. *Annals of Tourism research*, 6(2), 195-197.
- Ramukumba, T. (2018). Tourists revisit intentions based on purpose of visit and preference of the destination. A case study of Tsitsikamma National Park. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1-10.
- Rimington, M., & Yüksel, A. (1998). Tourist satisfaction and food service experience: Results and implications of an empirical investigation. *Anatolia*, 9(1), 37-57.
- Som, A. P. M., & Badarneh, M. B. (2011). Tourist satisfaction and repeat visitation; toward a new comprehensive model. *International Journal of Human and Social Sciences*, 6(1), 1106-1111.

- Som, A. P. M., & Badarneh, M. B. (2011). Tourist satisfaction and repeat visitation; toward a new comprehensive model. *International Journal of Human and Social Sciences*, 6(1), 1106-1111.
- Stylos, N., & Bellou, V. (2019). Investigating tourists' revisit proxies: The key role of destination loyalty and its dimensions. *Journal of Travel Research*, 58(7), 1123-1145.
- Wang, C. Y., & Hsu, M. K. (2010). The relationships of destination image, satisfaction, and behavioral intentions: An integrated model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(8), 829-843.