



Pengaruh Pengalaman Wisatawan, Kualitas Layanan dan Daya Tarik Wisata terhadap Niat Berkunjung Kembali di Desa Ekowisata Pancoh

Atika Fauziana^{1*}, Guruh Ghifar Zalzal²

¹⁻²Universitas PGRI Yogyakarta, Indonesia

*Penulis korespondensi: ziaaja08@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the influence of tourist experience, service quality, and tourist attractions on revisit intention in Pancoh Ecotourism Village. This village is one of the developing ecotourism-based tourist destinations in the Special Region of Yogyakarta and attracts tourists through its unique nature and local culture. The research sample consisted of 100 respondents selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach, namely tourists who have visited Pancoh Ecotourism Village. Data collection was carried out by distributing questionnaires, then analyzed using the partial least squares structural equation modeling (SEM-PLS) method with the WarpPLS application version 8.0 to test the relationship between variables. The results showed that the variables of service quality and tourist attractions have a positive and significant effect on revisit intention. This indicates that improving service quality, such as friendliness, accuracy, and comfort, as well as the development of tourist attractions in the form of natural beauty, local culture, and supporting facilities can encourage tourists to revisit. However, the variable of tourist experience did not have a significant effect on revisit intention, which means that individual experience is not yet a major determining factor in influencing tourist decisions. These findings emphasize the importance of a destination management strategy that focuses on improving the quality of services and tourist attractions to strengthen the sustainability of Pancoh Ecotourism Village.*

Keywords: *Ecotourism Village; Revisit Intention; Service Quality; Tourist Attraction; Tourist Experience.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman wisatawan, kualitas layanan, dan daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali di Desa Ekowisata Pancoh. Desa ini merupakan salah satu destinasi wisata berbasis ekowisata yang berkembang di Daerah Istimewa Yogyakarta dan menarik perhatian wisatawan melalui keunikan alam serta budaya lokal. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan purposive sampling, yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Ekowisata Pancoh. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan metode *partial least square structural equation modelling* (SEM-PLS) dengan aplikasi WarpPLS versi 8.0 untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini menandakan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, seperti keramahan, ketepatan, dan kenyamanan, serta pengembangan daya tarik wisata berupa keindahan alam, budaya lokal, dan fasilitas pendukung dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Namun, variabel pengalaman wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali, yang berarti pengalaman individual belum menjadi faktor penentu utama dalam memengaruhi keputusan wisatawan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pengelolaan destinasi yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan dan daya tarik wisata untuk memperkuat keberlanjutan Desa Ekowisata Pancoh.

Kata kunci: Daya Tarik Wisata; Desa Ekowisata; Kualitas Layanan; Niat Berkunjung Kembali; Pengalaman Wisatawan.

1. LATAR BELAKANG

Salah satu provinsi di Indonesia memiliki berbagai tempat wisata dan memiliki kekhasan seni dan budaya yang masih menjaga keasliannya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek wisata meliputi museum, Keraton Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat, candi Prambanan dan makam Raja- Raja Mataram di Imogiri, tidak lupa untuk wisata pantai di Kabupaten Gunungkidul dan Kabupaten Bantul, kawasan Kaliurang dan Gunung Merapi di

Kabupaten Sleman, serta daerah perbukitan Menoreh di Kabupaten Kulon Progo (Chrissanti, 2021). Salah satu wilayah yang mempunyai daya tarik wisata yang cukup beragam berada di Kabupaten Sleman mulai dari wisata sejarah, pendidikan, wisata alam dan masih banyak destinasi wisata yang ada. Meskipun sempat mengalami penurunan akibat Covid-19 yang masuk ke Indonesia tahun 2020, jumlah wisatawan kembali meningkat secara signifikan pada tahun 2021 ke 2022.

The Internasional Ecotourism Society (2015, dalam Bluwstein, 2017, p. 102), ekowisata merupakan salah satu bentuk perjalanan yang dilakukan dengan kesadaran penuh terhadap dampak lingkungan dan sosial, menuju kawasan alami, dengan tujuan menjaga kelestarian lingkungan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Salah satu desa wisata yang dikunjungi oleh wisatawan yaitu Desa Ekowisata Pancoh. Desa Ekowisata Pancoh merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Desa Girikerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dusun Pancoh resmi dibentuk pada tahun 2012.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Desa Ekowisata Pancoh Tahun 2018- 2023.

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan (Orang)
1.	2018	10.490
2	2019	7.986
3	2020	267
4.	2021	1.136
5.	2022	5.843
6.	2023	2.614

Sumber: Sekretariat Desa Ekowisata Pancoh, 2023

Berdasarkan Tabel 1, jumlah kunjungan wisatawan Desa Ekowisata Pancoh mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 dan kembali meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Fluktuasi ini menunjukkan adanya potensi niat berkunjung kembali yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, keberagaman atraksi wisata, pengalaman unik, serta keindahan alam sebagai daya tarik utama (Ariyani et al., 2021). Niat berkunjung kembali merupakan aspek penting karena berpengaruh terhadap keberlanjutan destinasi dan keuntungan jangka panjang (Liyani et al., 2017). Keinginan wisatawan untuk kembali biasanya lahir dari pengalaman positif yang membentuk kenangan, serta didorong oleh event maupun fasilitas yang memadai (Qu *et al.*, 2017; Pratiwi & Prakosa, 2021). Pengelola destinasi wisata memperhatikan manfaat dan nilai yang ditawarkan agar wisatawan merasa puas dan terdorong untuk kembali berkunjung, berdasarkan pengalaman positif yang mereka peroleh saat kunjungan sebelumnya (Saputra *et al.*, 2021).

Pengalaman, kualitas layanan, dan daya tarik wisata saling berkaitan dalam membentuk niat berkunjung kembali. Pengalaman yang baik mencakup kesan wisatawan terhadap jasa dan fasilitas, baik fisik maupun nonfisik, yang kemudian menjadi pertimbangan dalam menentukan

destinasi di masa depan (Hermantoro, 2015; Marschall, 2012; Kotler, 2013). Penelitian Sari & Najmudin (2021) menyatakan bahwa pengalaman positif dapat mendorong niat berkunjung kembali. Di sisi lain, kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku wisatawan dengan pelayanan yang bersih, responsif, dan komunikatif meningkatkan kepuasan (Abbasi *et al.*, 2021; Zalزالah *et al.*, 2023; Sonia Dwi *et al.*, 2020; Farhan *et al.*, 2024). Daya tarik wisata, baik berupa kekayaan alam maupun buatan manusia, yang bernilai kunjung dan memberi motivasi untuk kembali (Windari, 2015; Utama, 2016; Sappewali *et al.*, 2022). Dengan demikian, keberhasilan Desa Ekowisata Pancoh dalam mempertahankan dan meningkatkan kunjungan wisatawan sangat dipengaruhi oleh bagaimana ketiga aspek tersebut dikelola secara optimal.

2. KAJIAN TEORITIS

Theory of Planned Behavior

Teori perilaku berencana terdiri dari sikap, norma subyektif, dan perilaku yang dirasakan. Komponen sikap (*attitude*) adalah penilaian yang baik atau buruk individu terhadap sesuatu yang dapat menentukan niat dan perilaku pembeliannya (Ruslim *et al.*, 2023). Menurut Ajzen (2012), sikap merupakan jumlah dari perasaan yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individu untuk penilaian baik atau buruknya. Dalam bidang pariwisata sikap merupakan faktor utama yang menggambarkan, memprediksi serta mempengaruhi niat perilaku wisatawan (Bianchi *et al.*, 2017).

Komponen norma subjektif ini merupakan tekanan dan harapan yang dirasakan seseorang melalui preferensi orang lain (April *et al.*, 2023). Menurut Ajzen (2012), norma subyektif adalah lebih mengacu pada tentang sebuah persepsi atas tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Komponen perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral Control*) merupakan salah satu cara mengontrol perilaku satu atau lebih setiap individu terhadap hal yang pernah dirasakan pada masa lalu atau hanya mencegah kemungkinan munculnya suatu masalah pada masa mendatang (Hutabarat, 2020). Menurut Ajzen (2012) menunjukkan bahwa semakin besar seseorang memiliki kesempatan serta seberapa halangan yang dapat diantisipasi maka semakin besar kontrol yang dirasakan atas tingkah laku tersebut.

Niat Berkunjung Kembali

Niat berkunjung kembali merupakan sebuah perasaan yang timbul dari wisatawan yang ingin berkunjung kembali dengan mengulangi aktivitas pada tempat tertentu yang sebelumnya pernah dikunjungi (Bakar *et al.*, 2019). Pada suatu kegiatan kunjungan kunjungan yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali (Peter & Olson, 2014). Niat berkunjung kembali memberikan wisatawan dipengaruhi dengan adanya kualitas layanan serta daya tarik wisata sehingga kedepannya dapat memberikan pengalaman kepada wisatawan. *Revisit Intention* dapat digambarkan dengan keinginan dan kesediaan untuk berkunjung kembali (Chang *et al.*, 2018).

Pengalaman Wisatawan

Pengalaman wisatawan merupakan pengalaman yang dimiliki konsumen secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan proses pelayanan, kegiatan bisnis, fasilitas dan cara wisatawan dalam berinteraksi dengan wisatawan lainnya (Walter *et al.*, 2010). Kualitas pengalaman wisatawan sebagai penentu utama dalam persepsi pengunjung terhadap destinasi wisata yang disediakan (Sari & Najmudin, 2021). Wisatawan akan memperoleh pengalaman apabila mereka tidak hanya menikmati fasilitas yang disediakan di destinasi wisata tetapi merasakan nilai-nilai di dalamnya, sehingga mampu menciptakan sebuah pengalaman yang memuaskan (Suryani *et al.*, 2021)

H1: Pengalaman Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali di Desa Ekowisata Pancoh

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh pada wisatawan terhadap mutu pelayanan destinasi yang mencakup mulai dari profesionalisme petugas, kecepatan layanan, dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah (Li, 2020). Menurut Kotler & Armstrong (2013: 55) kualitas layanan diartikan sebagai sekumpulan karakteristik dan atribut layanan yang dievaluasi berdasarkan kemampuannya secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas menjadi salah satu faktor yang mendorong wisatawan untuk kembali ke destinasi yang sama, serta memberikan pengaruh yang nyata terhadap perilaku mereka dalam melakukan perjalanan wisata (Abbasi *et al.*, 2021).

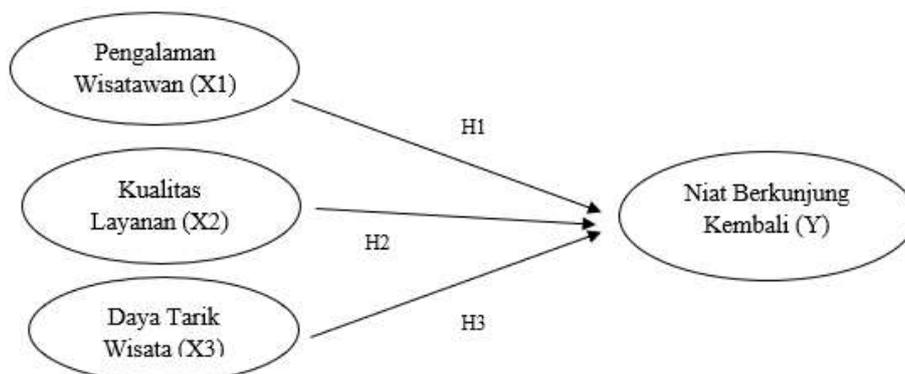
H2: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali di Desa Ekowisata Pancoh.

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata dapat berupa keindahan alam, budaya, segala aktivitasnya yang memiliki daya tarik serta potensi ekonomi yang dibuat untuk menarik perhatian dan memberikan nilai jual dalam sektor pariwisata (Purba & Simarmata, 2018). Daya tarik wisata merupakan sebuah kegiatan dan fasilitas yang berhubungan untuk menarik minat wisatawan untuk datang dan berkunjung dalam suatu daerah (Sugianto & Marpaung, 2020). Daya tarik yang diberikan berupa atraksi wisata memiliki sebuah kualitas yang bertujuan menjadi faktor utama untuk menentukan wisatawan apakah akan mengunjungi suatu objek wisata atau tidak (Hari, 2017:563). Kualitas pada daya tarik wisata yang diberikan akan berpengaruh positif terhadap wisatawan untuk berniat berkunjung kembali (Susanto & Astutik, 2020).

H3: Daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali di Desa Ekowisata Pancoh.

Dari landasan pemikiran dan pengajuan ketiga hipotesis tersebut, model penelitian ini merupakan adopsi dari penelitian terdahulu (Sari, Adam, & Chan, 2021); Manyangara, Makanyeza, & Muranda, 2022; Batubara & Putri, 2023). ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk dapat mengetahui pengaruh pengalaman wisatawan, kualitas layanan, daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data, analisis data yang bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* merupakan elemen pada populasi tidak memiliki peluang atau ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran & Bougie, 2017).

Instrumen penelitian berupa kuesioner melalui *google form* yang dinilai menggunakan skala *Likert* 1-5, dengan indikator yang mengukur pengalaman wisatawan, kualitas layanan, daya tarik wisata dan niat berkunjung kembali. Teknik pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Structral Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan WarpPLS 8.0. Pengujian dilakukan dengan Uji *Outer Model* untuk mengetahui indikator yang digunakan dalam penelitian valid dan reliabel dan Uji *Inner Model* untuk melihat nilai *path coefficient*, R^2 , Q^2 , *Goodness of Fit*, serta signifikansi hubungan antar variabel berdasarkan nilai *p-value* pada tingkat signifikansi 5%. Model penelitian yang digunakan yaitu niat berkunjung kembali (Y), pengalaman wisatawan (X1), kualitas layanan (X2), dan daya tarik wisata (X3).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Total jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden Perempuan dengan jumlah 73 (73%). Karakteristik responden berdasarkan usia mayoritas responden berumur 22-25 tahun dengan jumlah 67 (67%). Berdasarkan domisili mayoritas bertemoat tinggal di daerah Kabupaten Sleman dengan jumlah 48 orang (48%). Terakhir, reponden dalam penelitian ini merupakan pelajar/mahasiswa 40 (40%). Informasi lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Profil Responden.

Kategori	Sub-Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	27	27%
	Perempuan	73	73%
Usia	18-21 Tahun	15	15%
	22-25 Tahun	67	67%
	26-29 Tahun	8	8%
	> 30 Tahun	10	10%
Domisili	Kabupaten Sleman	48	48%
	Kota Yogyakarta	25	25%
	Kabupaten Bantul	19	19%
	Kabupaten Gunungkidul	3	3%
	Kabupaten Kulonprogo	5	5%
Jenis Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	40	40%
	Wiraswasta	14	14%
	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	5	5%
	Karyawan Swasta	32	32%
	Lainnya	9	9%

Sumber : Data primer di olah (2025)

Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menilai sejauh mana setiap item pertanyaan dalam kuesioner penelitian yang sah, sehingga dipastikan apakah butir-butir pernyataan tersebut dapat menungkap data yang sesuai. Berikut ini penjelasan untuk hasil uji validitas konstruk.

Uji Validitas Konstruk

a) Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan *Outer Loading*.

	Pengalaman Wisatawan (X1)	Kualitas Layanan (X2)	Daya Tarik Wisata (X3)	Niat Berkunjung Kembali (Y)	P Value
X1.1	(0.753)	-0.216	0.349	0.198	<0.001
X1.2	(0.738)	0.408	-0.489	-0.013	<0.001
X1.4	(0.855)	-0.162	0.115	-0.164	<0.001
X2.1	0.189	(0.770)	-0.555	-0.075	<0.001
X2.2	-0.201	(0.738)	0.544	-0.386	<0.001
X2.3	0.003	(0.778)	0.033	0.441	<0.001
X3.1	0.234	-0.004	(0.799)	-0.193	<0.001
X3.2	-0.244	0.136	(0.772)	0.078	<0.001
X3.4	0.002	-0.117	(0.868)	0.109	<0.001
Y.1	0.036	-0.006	-0.019	(0.796)	<0.001
Y.2	0.087	0.129	-0.334	(0.797)	<0.001
Y.3	0.061	0.123	0.159	(0.747)	<0.001
Y.4	-0.202	-0.267	0.228	(0.173)	<0.001

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Konvergen Berdasarkan AVE.

Variabel	Average Variance Extracted	Keterangan
Pengalaman Wisatawan (X1)	0.683	Valid
Kualitas Layanan (X2)	0.639	Valid
Daya Tarik Wisata (X3)	0.744	Valid
Niat Berkunjung Kembali (Y)	0.762	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 3 dan 4 di atas, terdapat 3 butir pernyataan pada variabel pengalaman wisatawan (X1), 3 butir pernyataan pada variabel kualitas layanan (X2), 3 butir pernyataan pada variabel daya tarik wisata (X3), dan 4 pernyataan pada variabel niat berkunjung Kembali. Hasil uji validitas konvergen dalam penelitian ini tidak semua memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,7$. Selanjutnya, nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Validitas konvergen adalah tingkat kesesuaian anatara dua ukuran atau lebih yang mengukur konstruk yang sama dan menunjukkan bahwa ukuran-ukuran tersebut berkorelasi positif secara kuat (tabel 4). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai $> 0,50$. Hal ini berarti secara keseluruhan sudah valid secara konvergen dan pernyataan yang diajukan dapat terpebuhi untuk semua konstruk.

b) Uji Validitas Diskriminan

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Diskriminan.

	Pengalaman Wisatawan (X1)	Kualitas Layanan (X2)	Daya Tarik Wisata (X3)	Niat Berkunjung Kembali (Y)
X1	(0.784)	0.679	0.654	0.651
X2	0.679	(0.762)	0.791	0.778
X3	0.654	0.791	(0.814)	0.780
Y	0.651	0.780	0.780	(0.764)

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5. di atas, didapatkan informasi bahwa akar AVE konstruk X1 sudah terpenuhi karena nilainya lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lainnya sebesar 0.784. Akar AVE konstruk X2 sudah terpenuhi karena nilainya lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain sebesar 0.762. Akar AVE X3 sudah terpenuhi karena nilainya lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain sebesar 0.814. Akar AVE konstruk Y sudah terpenuhi karena nilainya lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain sebesar 0.764. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa telah terpenuhinya dari validitas diskriminan, masing-masing item pertanyaan telah valid dan dapat lanjut ke uji reliabilitas.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Pengalaman Wisatawan	0.683	0.826	Reliabel
Kualitas Layanan	0.639	0.806	Reliabel
Daya Tarik Wisata	0.744	0.855	Reliabel
Niat Berkunjung Kembali	0.762	0.849	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi variabel penelitian. Suatu instrument dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6 (Suliyanto, 2018) Berdasarkan Tabel 6. di atas, diperoleh hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* dan *composite reliability* bahwa terdapat dua variabel pengalaman wisatawan dan kualitas layanan yang ,memiliki nilai $< 0,70$ dan dua variabel lainnya,yaitu daya tarik wisata dan niat berkunjung kembali yang memiliki nilai $> 0,70$. Meskipun nilai *cronbach's alpha* berada di bawah batas minimum 0,70 masih dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut Hair *et al.*,(2014) nilai reliabilitas antara 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima. Berdasarkan hal tersebut instrumen untuk variabel pengalaman wisatawan dan

kualitas layanan tetap dinilai cukup reliabel dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini dan jawaban responden dari seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis.

Variabel	<i>Path coefficient</i>	<i>P-value</i>	R-square	Keterangan
Pengalaman Wisatawan → niat berkunjung kembali	0.067	0.247		H1 tertolak
Kualitas Layanan → niat berkunjung Kembali	0.358	<0.001	0.684	H2 terdukung
Daya Tarik Wisata → niat berkunjung kembali	0.440	<0.001		H3 terdukung

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Pengujian hipotesis dijalankan menggunakan *bootstrapping*. Kriteria yang digunakan agar hipotesis dapat diterima apabila nilai koefisien jalur *path coefficient* dengan nilai -1 dan +1 dan *P-value* dengan tingkat signifikansi < 5% atau 0,05 (Sholihin & Ratmono, 2021).

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa , pengalaman wisatawan (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap niat berkunjung Kembali (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) 0.067 dan nilai *P-value* = 0,247. Nilai signifikansi di atas 5% atau 0,05 menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali. Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuktikan bahwa hipotesis pertama pengalaman wisatawan ditolak, artinya hipotesis ini berpengaruh tidak signifikan terhadap niat berkunjung kembali di Desa Ekowisata Pancoh. Dengan demikian, tidak ada hubungan antara pengalaman wisata dengan niat berkunjung kembali.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Widodo & Andjarwati (2025) menjelaskan bahwa pengalaman wisatawan tidak terpengaruh terhadap niat berkunjung kembali apabila pengalaman yang didapatkan belum cukup kuat untuk membuat berkunjung kembali tanpa adanya inovasi dari segi layanan atau kegiatan wisata yang bervariasi. Adanya temuan hasil serupa penelitian dari Torabi *et al.*, (2022), menyatakan pengalaman hanya berfungsi sebagai mediator niat berkunjung kembali, bukan sebagai variabel yang memiliki pengaruh secara langsung terhadap niat untuk mengunjungi kembali.

Desa Ekowisata Pancoh dikenal sebagai desa wisata yang berhasil memberdayakan masyarakat dan mengangkat kearifan lokal. Pengalaman wisata yang ditingkatkan secara optimal akan memberikan kesan berharga dan meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Salah satu atraksi wisata favorit wisatawan, yaitu susur sungai. Susur sungai ini menonjolkan keaslian alam yang ada di Dusun Ekowisata Pancoh. Atraksi wisata di desa ekowisata ini

mempunyai SOP yang arus diikuti oleh wisatawan. Namun, debit air di lokasi susur sungai cukup dangkal sehingga belum ada peralatan khusus yang dibutuhkan.

Lokasi yang berlumut di sepanjang sungai dalam atraksi wisata susur sungai perlu menjadi pertimbangan oleh wisatawan Ketika pengalaman yang didapat belum cukup menarik, maka wisatawan kurang tergerak untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini menyebabkan pengalaman tersebut menghambat terbentuknya niat untuk mengunjungi kembali, karena kurangnya inovasi dan variasi yang disediakan di desa ekowisata tersebut

Hipotesis kedua hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali (Y). Dibuktikan dengan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) sebesar 0,358 dan nilai *P-value* < 0,001. Nilai signifikansi di bawah 5% atau 0,05 yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali. Hasil penelitian tersebut dapat membuktikan hipotesis kedua yaitu kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali di Desa Ekowisata Pancoh dapat diterima. Pengaruh positif tersebut, yaitu kualitas layanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap niat berkunjung kembali.

Hal ini sejalan penelitian dari Cahyanti *et al.*, (2020), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali yang mengartikan bahwa dalam penelitian tersebut memberikan pelayanan berkualitas mampu untuk memenuhi harapan pengunjung sehingga memperkuat untuk melakukan kunjungan ulang di masa depan. Apabila pelayanan mencukupi atau melebihi ekspektasi, maka kualitas dianggap memuaskan (Ardiansyah *et al.*, 2024). Didukung penelitian dari Yoopetch & Chirapanda (2024) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali karena ketika semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan akan meningkatkan niat untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi wisata

Layanan yang terkelola dan lengkap menciptakan rasa nyaman, nilai tambah, dan pengalaman yang berkesan dan mendorong wisatawan untuk mengulangi kunjungan. Keunggulan Desa Ekowisata Pancoh ini untuk pengelolaan destinasinya melibatkan masyarakat dan pemuda setempat sehingga pelayanan yang diberikan lebih personal dan memberi kesan mendalam bagi wisatawan

Hipotesis ketiga, penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui daya tarik wisata (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung kembali (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) sebesar 0,440 dan nilai *P-value* < 0,001. Nilai signifikansi di bawah 5% atau 0,5 yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat membuktikan

hipotesis ketiga yaitu daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali di Desa Ekowisata Pancoh diterima.

Hal ini sejalan penelitian dari Faktor daya tarik wisata, seperti infrastruktur, aksesibilitas, dan nilai sosial-ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali (Culic *et al.*, 2021). Tambahan penelitian dari (Anggraeni, 2022) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali yang artinya semakin tinggi niat berkunjung kembali apabila wisatawan dapat merasakan pengalaman dari daya tarik wisata yang dikunjunginya.

Hasil tersebut memiliki arti bahwa daya tarik wisata memberikan kontribusi yang nyata untuk mengunjungi kembali Desa Ekowisata Pancoh. Ketika destinasi mampu untuk menawarkan sesuatu yang unik, dan relevan dengan minat wisatawan, maka mereka akan merasa puas dan ingin mengulang pengalaman tersebut.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengalaman wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali, sedangkan kualitas layanan dan daya tarik wisata memberikan pengaruh positif yang signifikan. Oleh karena itu, pentingnya peningkatan layanan dan pengembangan daya tarik wisata untuk mendorong kunjungan ulang di Desa Ekowisata Pancoh.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang relatif sedikit dan hanya dilakukan di satu lokasi, sehingga hasilnya lebih tepat dipahami dalam konteks tersebut. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan melibatkan lebih banyak responden, memperluas objek kajian pada destinasi wisata lain, serta menambahkan variabel berbeda agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Fakultas Bisnis dan Hukum Universitas PGRI Yogyakarta yang telah memfasilitasi dosen dan mahasiswa dalam kegiatan seminar nasional dan publikasi ini sehingga dapat meningkatkan kolaborasi penelitian antara dosen dan mahasiswa. Kepada semua pihak yang telah membantu terselenggaranya penelitian ini dan terlaksana dengan lancar. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, perusahaan, maupun masyarakat

DAFTAR REFERENSI

- Abrian, A., et al. (2023). Pengalaman Wisata dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(2), 125-133.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (pp. 438-459). Sage Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Almalki, S. (2016). Integrating quantitative and qualitative data in mixed methods research: Challenges and benefits. *Journal of Education and Learning*, 5(3).
- Aurelia. (2023). Partisipasi masyarakat dalam desa ekowisata Pancoh. Kompasiana. https://www.kompasiana.com/alyssaaurelia5064/63f8cf7b4addee169e7d6c02/partisipasi-masyarakat-dalam-desa-ekowisata-pancoh?page=1&page_images=2
- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). Perkembangan pariwisata D.I.Yogyakarta. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2023/11/01/1296/perkembangan-pariwisata-d-i%20%94yogyakarta%20%94september-2023.html>
- Bagheri, P., Guerreiro, M., Pinto, P., & Ghaderi, Z. (2023). From tourist experience to satisfaction and loyalty: Exploring the role of a sense of well-being. *Journal of Travel Research*, 63(8), 1984-2004.
- Bluwstein, J. (2017). Ecotourism and its impact on local communities. In *The International Ecotourism Society* (2015). *Ecotourism: Principles, practices, and policies for sustainability* (pp. 100-110). Routledge.
- Cahyanti, N. P. A., Wijaya, I. M. S., & Suryawardani, I. G. A. O. (2020). The effect of service quality and destination attributes on revisit intention through visitor satisfaction at Hawaii Waterpark Malang. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economic and Law*, 2, 76-85.
- Ćulić, M., Vujičić, M. D., Kalinić, Č., Dunjić, M., Stankov, U., Kovačić, S., ... & Anđelković, Ž. (2021). Rookie tourism destinations—the effects of attractiveness factors on destination image and revisit intention with the satisfaction mediation effect. *Sustainability*, 13(11), 5780.
- Dasriwahyuni, T. R. F. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada swalayan Grand Citr Lubuk Buaya Koto Tangah Padang. *Jurnal Mutua*, 2(1), 85-102.
- de Grosbois, D., & Fennell, D. A. (2021). Sustainability and ecotourism principles adoption by leading ecolodges: Learning from best practices. *Tourism Recreation Research*, 47(5-6), 483-498. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1875170>
- Desembriarto, D. (2021). Pencapaian visi DIY sebagai daerah tujuan wisata terkemuka di Asia Tenggara. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.

- Dewi, L. S. M. (2023). Literature review. Pengalaman dan kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali ke desa wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2).
- Duryadi, M. S. (2021). *Buku ajar, metode penelitian ilmiah: Metode penelitian empiris model path analysis dan analisis menggunakan SmartPLS* (Vol. 7). Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.
- Farhan, F., Fajri, A., Zalzalalah, G. G., & Prakosa, A. (2024). Pengaruh atribut, kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan getok tular elektronik terhadap kepuasan pengunjung taman rekreasi Merapi Park. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 12(2), 88-96.
- FIB UGM. (2023). Peningkatan peran perempuan dalam industri pariwisata: Studi komparatif di desa ekowisata Pancoh Sleman. <https://pariwisata.fib.ugm.ac.id/berita/peningkatan-peran-perempuan-dalam-industri-pariwisata-studi-komparatif-di-desa-ekowisata-pancoh-sleman/>
- Fitriya, et al. (2023). Pengaruh promosi wisata, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata terhadap minat kunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisatawan Kampung Blekok Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 2(9), 2116-2131.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Vector. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharam.2011.02.019>
- Hair, J. F., Tomas, H. G., Ringle, C. M., & Marko, S. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*.
- Jesen, & Saputra. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap niat berkunjung kembali: Peran mediasi destination image. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 6(4), 2915-2926.
- Kapantouw, C., & Maney, S. L. (2015). Pengaruh sikap, norma subyektif, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian handphone Asus di Gamezone Computer Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 706-718.
- Kemenparekraf. (2023). Fakta menarik pariwisata Indonesia banyak diakui dunia. *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/fakta-menarik-pariwisata-indonesia-banyak-diakui-dunia>
- Kumbara, V. B., Afuan, M., & Putra, R. B. (2020). Influence of motivation tourist and tourist experience interest to tourists visit back to tourism in West Sumatra: Seeking novelty mediation as variable. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i1,2>
- Libre, A., Aldaba, M., & Grida, L. (2022). Factors influencing Philippines tourists' revisit intention: Effect of destination image, experience perceived value, and tourist satisfaction. *International Journal of Quantitative Research and Modeling*, 2(1).

- Masita, T. E., Alvani, H. T., & Suzana, A. J. (2022). Revisit intention objek wisata Pantai Krapyak Kabupaten Pangandaran: Pengaruh citra destinasi, pengalaman wisatawan, dan media sosial. *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*, 19(2), 46-58.
- Mulyasari, R., Maizida, K., & Purwadani, I. (2023). Peran komunitas seni dan budaya dalam pengembangan desa mandiri budaya di desa ekowisata Pancoh. *Gajah Mada Journal of Tourism Studies*, 5(1), 20-26.
- Nasirudin, & Subarjo. (2025). Pengaruh daya tarik wisata, pengalaman wisatawan, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali pada Punthuk Setumbu. *Journal of Humanities Education, Management Accounting and Transportation*, 2(1).
- Novendri. (2023). Pengaruh customer experience terhadap revisit intention di objek wisata Eco Park Syariah Tan Kayo Kabupaten Tanah Datar. *Journal Filgab.id*.
- Nurlestari. (2016). Pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung ulang wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*.
- Octaviani, V. A., & Asrori, I. (2024). Analisis pengaruh service quality & complain handling terhadap customer satisfaction pada Nite and Day Hotel Melawi. *Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa*, 22(1).
- Oktariani, S., & Syafruaddin. (2019). Pengaruh service quality dan word of mouth terhadap revisit intention yang dimediasi oleh destination image pada wisata Pantan Terong Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(3), 319-408.
- Pratiwi, Z. D. A. P., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh media sosial, event pariwisata, dan fasilitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74-94.
- Priadana, H. M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. News.Ge.
- Purba, & Simarmata. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan budaya terhadap daya tarik dan minat berkunjung ke wisata Percut. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 5(1).
- Putra, Y. P., & Puspita, N. V. (2020). Pengaruh pengalaman wisatawan terhadap minat berkunjung kembali pada lokasi dark tourism Gunung Kelud, Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 116-129.
- Salsabila, R. A., & Ernawadi, Y. (2024). Emotional experience, destination image, tourist satisfaction sebagai antecedent revisit intention wisatawan Curug Cileat Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(1), 491-499.
- Santoso. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui program desa wisata di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan*, 7(2).
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, desain, dan citra merek terhadap minat beli ulang produk sepatu. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32-38.

- Sari, W., & Najmudin, M. (2021). Pengaruh media sosial, kualitas layanan, dan pengalaman wisatawan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Universitas Janabadra*, 12(1), 49-58.
- Septiana, T., Tinneke, H., & Asep, S. (2020). Analisis faktor revisit intention di objek wisata Situ Bagendit Garut. *Journal of Knowledge Management*, 14(1), 037-047.
- Sholihin, & Ratmono. (2021b). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0*.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021a). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Data Kualitatif.
- Sulaiman, M. (2019). Extending the theory of planned behavior to predict tourism destination revisit intention. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*.
- Suryani, A. D., Prakosa, A., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh emotional branding, customer experience, dan brand trust terhadap customer loyalty pada Samsung Experience Store. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Tanjung, A., Surya, B., & Ergo, N. (2022). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan electronic of mouth terhadap minat kunjung pada Situ Rawa Gede. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(2).
- Torabi, Z. A., Shalbfian, A. A., Allam, Z., Ghaderi, Z., Murgante, B., & Khavarian-Garmsir, A. R. (2022). Enhancing memorable experiences, tourist satisfaction, and revisit intention through smart tourism technologies. *Sustainability*, 14(5), 2721.
- Widodo, N. T. S., & Andjarwati, A. L. (2025). The effect of tourist experience and destination image on revisit intention through satisfaction. *International Journal of Asian Business and Management*, 4(2), 309-328.
- Windy. (2018). PBI UII jalin kerjasama dengan desa ekowisata Pancoh Girikerto Turi Sleman Yogyakarta. <https://pbi.uui.ac.id/2018/11/08/pbi-uui-jalin-kerjasama-dengan-desa-ekowisata-pancoh-girikerto-turi-sleman-yogyakarta/>
- Wulanjani, H., & Derriawan, D. (2017). Dampak utilitarian value dan experiential marketing terhadap customer satisfaction dan revisit intention. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis FE-UNIAT*, 2(2), 121-130.
- Wusko, U. A., & Silvi, N. K. (2024). Pengaruh daya tarik wisata terhadap memorable tourism experience dan revisit intention (survey pengunjung wisata Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1).
- Zalzalalah, G. G., Yanti, R. F., & Farhan, F. (2023). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua siswa TK Budi Mulia Dua Sedayu. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(2), 325-333.