

Pengaruh Citra Destinasi, Pengalaman Wisata, Fasilitas, Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Pantai Boom Banyuwangi

Miftahul Bismi Gustrinawan^{1*}, Haris Hermawan², Ahmad Izzuddin³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

bismigustrinawan@gmail.com^{1*}, harishermawan@unmuhjember.ac.id², ahmadizzduddin@unmuhjember.ac.id³

Diterima: Juni 2026 | Disetujui: Juli 2026 | Dipublikasikan: September 2026

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Boom Banyuwangi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan yang menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor yang dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Boom Banyuwangi dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Secara parsial, fasilitas dan kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan citra destinasi dan pengalaman wisata tidak berpengaruh signifikan. Kepuasan wisatawan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Nilai koefisien determinasi sebesar 71,3% menunjukkan bahwa variasi minat berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh variabel penelitian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Oleh karena itu, peningkatan fasilitas dan kepuasan wisatawan perlu menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan minat kunjungan ulang ke Pantai Boom Banyuwangi.

Kata kunci: Citra Destinasi; Fasilitas; Kepuasan Wisatawan; Minat Berkunjung Kembali; Pengalaman Wisata.

Abstract

This study aims to examine the influence of destination image, tourism experience, facilities, and tourist satisfaction on tourists' revisit intention to Boom Beach Banyuwangi. The research was motivated by fluctuations in tourist arrivals, highlighting the importance of identifying factors that encourage repeat visits and support the sustainability of tourism destinations. A quantitative approach with a survey method was employed in this study. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had previously visited Boom Beach Banyuwangi using a purposive sampling technique. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The findings indicate that destination image, tourism experience, facilities, and tourist satisfaction simultaneously have a significant effect on revisit intention. Partially, facilities and tourist satisfaction have a positive and significant effect on revisit intention, while destination image and tourism experience do not significantly influence revisit intention. Tourist satisfaction was found to be the most dominant variable affecting revisit intention. The coefficient of determination of 71.3% indicates that the variation in revisit intention can be explained by the variables examined in this study, while the remaining 28.7% is influenced by other factors outside the research model. Therefore, improving facilities and enhancing tourist satisfaction should be prioritized to increase tourists' intention to revisit Boom Beach Banyuwangi.

Keywords: Destination Image; Facilities; Revisit Intention; Tourist Satisfaction; Tourism Experience.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan potensi lokal. Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah di Indonesia yang aktif mengembangkan sektor pariwisata melalui berbagai destinasi unggulan, salah satunya Pantai Boom Banyuwangi. Pantai Boom Banyuwangi tidak hanya menawarkan wisata pantai, tetapi juga menjadi lokasi penyelenggaraan berbagai kegiatan budaya dan pariwisata yang mampu menarik wisatawan. Meskipun demikian, data kunjungan wisatawan menunjukkan adanya fluktuasi jumlah pengunjung dari waktu ke waktu. Kondisi tersebut mengindikasikan pentingnya memahami faktor-faktor yang dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Minat berkunjung kembali menjadi indikator penting bagi keberlanjutan destinasi wisata karena menunjukkan tingkat loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi (Pratama & Nugroho, 2023).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan. Penelitian yang mengkaji citra destinasi menyatakan bahwa persepsi positif wisatawan terhadap suatu destinasi dapat meningkatkan keinginan untuk berkunjung kembali (Sukardi & Afidah, 2024). Penelitian lain menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang berkesan dapat membentuk ikatan emosional wisatawan terhadap destinasi sehingga mendorong kunjungan ulang (Martalia, 2022). Selain itu, fasilitas yang memadai dan kepuasan wisatawan juga terbukti berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas wisatawan dan minat berkunjung kembali (Alfin et al., 2023). Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa citra destinasi dan pengalaman wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan hasil yang berbeda. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada destinasi wisata Pantai Boom Banyuwangi yang memiliki karakteristik wisatawan dan daya tarik yang berbeda dengan destinasi lainnya.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada pengaruh satu atau dua variabel terhadap minat berkunjung kembali. Selain itu, penelitian yang menguji secara simultan pengaruh citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan pada objek wisata Pantai Boom Banyuwangi masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh keempat variabel tersebut secara bersama-sama terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengujian model yang mengintegrasikan citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan dalam menjelaskan minat berkunjung kembali pada konteks destinasi wisata Pantai Boom Banyuwangi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perilaku wisatawan serta memberikan masukan praktis bagi pengelola destinasi dalam meningkatkan loyalitas wisatawan. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Pantai Boom Banyuwangi, baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan penelitian yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Pantai Boom Banyuwangi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Boom Banyuwangi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Boom Banyuwangi dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat untuk mengukur tanggapan responden terhadap setiap variabel penelitian. Selain data primer yang diperoleh langsung dari responden, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder yang berasal dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, dan dokumen pendukung lainnya. Variabel yang diteliti terdiri atas citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan sebagai variabel independen, serta minat berkunjung kembali sebagai variabel dependen. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan bantuan program SPSS melalui serangkaian uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), dan koefisien determinasi (R^2). Seluruh proses penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan etika penelitian, di mana partisipasi responden dilakukan secara sukarela, identitas responden dijaga kerahasiaannya, dan data yang diperoleh hanya digunakan untuk keperluan akademik.

HASIL

Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden

Kriteria	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	25	25,0
Perempuan	75	75,0
Usia		
17-22	76	76,0
23-27	23	23,0
28-32	1	01,0
Pekerjaan		
Wiraswasta	8	08,0
Swasta	8	08,0
Pelajar/Mahasiswa	84	84,0
Pendidikan		
SMP	2	02,0
SMA	13	13,0
Perguruan Tinggi	85	85,0
Kota Tinggal		
Banyuwangi	73	73,0
Luar Banyuwangi	27	27,0
Kunjungan		
4 kali atau lebih	67	67,0
3 Kali	4	04,0
2 Kali	13	13,0
1 Kali	16	16,0
Jumlah	100	100%

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 75% dari total responden, sedangkan responden laki-laki sebanyak 25%. Berdasarkan kelompok usia, responden didominasi oleh rentang usia 17–22 tahun sebesar 76%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung Pantai Boom Banyuwangi berasal dari kelompok usia muda. Ditinjau dari pekerjaan, mayoritas responden berstatus pelajar atau mahasiswa dengan persentase sebesar 84%, sementara sisanya bekerja sebagai wiraswasta dan pegawai swasta. Dari aspek pendidikan, sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan perguruan tinggi sebesar 85%. Berdasarkan domisili, wisatawan yang berasal dari Banyuwangi mendominasi jumlah responden dengan persentase 73%, sedangkan wisatawan dari luar Banyuwangi sebesar 27%. Selanjutnya, berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar responden telah mengunjungi Pantai Boom Banyuwangi sebanyak empat kali atau lebih dengan persentase sebesar 67%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan wisatawan yang telah memiliki pengalaman berkunjung berulang ke Pantai Boom Banyuwangi sehingga memiliki penilaian yang cukup baik terhadap kondisi destinasi wisata tersebut. Karakteristik responden ini memberikan gambaran bahwa Pantai Boom Banyuwangi masih menjadi salah satu destinasi wisata yang diminati, khususnya oleh wisatawan muda dan masyarakat lokal Banyuwangi.

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu uji yang digunakan untuk menunjukan tingkat efektif alat ukur yang digunakan dalam pengukuran penelitian. Valid artinya instrument yang digunakan mendapatkan data yang digunakan

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Destinasi	X1.1	0,697	0,1966	Valid
	X1.2	0,579	0,1966	Valid
	X1.3	0,819	0,1966	Valid
	X1.4	0,708	0,1966	Valid
Pengalaman Wisata	X2.1	0,626	0,1966	Valid
	X2.2	0,756	0,1966	Valid
	X2.3	0,754	0,1966	Valid
	X2.4	0,772	0,1966	Valid
Fasilitas	X3.1	0,816	0,1966	Valid
	X3.2	0,884	0,1966	Valid
	X3.3	0,853	0,1966	Valid
	X3.4	0,855	0,1966	Valid
Kepuasan Wisatawan	X4.1	0,764	0,1966	Valid
	X4.2	0,857	0,1966	Valid
	X4.3	0,915	0,1966	Valid
	X4.4	0,827	0,1966	Valid

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,1966). Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Reabilitas

Seberapa konsisten hasil pengukuran merupakan tujuan dari pengujian reliabilitas. Sebuah pertanyaan yang efektif adalah pertanyaan yang jelas, mudah dipahami, dan ditafsirkan dengan cara yang sama

ketika diajukan kepada berbagai responden, pada waktu yang berbeda.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

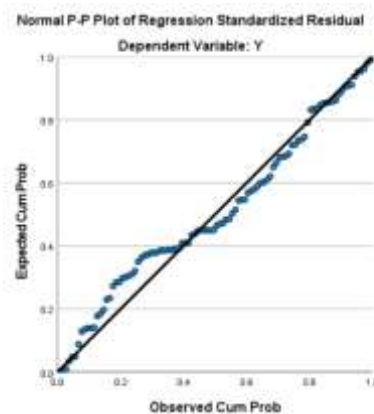
Variabel	α	Keterangan
Citra Destinasi	0,640	Reliabel $\alpha > 0,60$
Pengalaman Wisata	0,701	
Fasilitas	0,874	
Kepuasan Wisatawan	0,860	
Minat Berkunjung Kembali	0,885	

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian variabel dependen dan independen dalam model regresi guna mengetahui adanya distribusi normal atau tidak.



Gambar 1 Uji Normalitas P-Plot

Uji Multikolinieritas

Dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak memiliki hubungan yang terlalu kuat antar variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan VIF.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

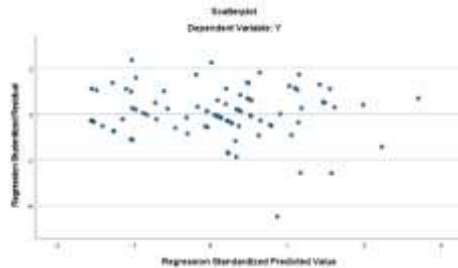
Variabel	VIF	Keterangan
Citra Desinasi	2,413	VIF < 10
Pengalaman Wisata	2,892	
Fasilitas	3,383	Tidak terdapat multikolinearitas
Kepuasan Wisatawan	3,286	
Minat Berkunjung Kembali	3,286	

Berdasarkan tabel 4 hasil uji multikolinieritas nilai VIF dari variabel citra desinasi senilai 2,413, pengalaman wisata senilai 2,892, fasilitas senilai 3,383, kepuasan wisatawan senilai 3,286 dan minat

berkunjung kembali senilai 3,286. Maka, dapat disimpulkan bahwa dalam model tidak terdapat multikolinearitas karena nilai VIF < 10.

Uji Heteroskedastitas

Heteroskedastitas dianggap terjadi apabila titik titik pada grafik membentuk pola yang teratur, seperti gelombang, pola yang melebar, lalu mengerucut.



Gambar 2 Uji *Scatterplot*

Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastitas. Hal ini ditunjukkan oleh sebaran titik-titik yang bersifat acak, tidak membentuk pola yang teratur, serta tersebar pada kedua sisi garis nol pada sumbu Y.

Analisis Regresi Linier Berganda

analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali. Karena model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, analisis dapat dilanjutkan menggunakan regresi linier berganda.

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
Konstanta	.668	.594
Citra destinasi	.030	.121
Pengalaman wisata	-.006	.137
Fasilitas	.332	.115
Kepuasan Wisatawan	.584	.101

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,668 + 0,030 X_1 - 0,006 X_2 + 0,332 X_3 + 0,584 X_4 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa citra destinasi, fasilitas, dan kepuasan wisatawan memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan pengalaman wisata memiliki pengaruh negatif yang sangat kecil. Di antara seluruh variabel independen, kepuasan wisatawan memiliki koefisien regresi terbesar, sehingga menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Boom Banyuwangi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh mengetahui seberapa besar variasi perubahan pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Dependen Variabel	Independen Variabel	R	R square
Y	X1, X2, X3, X4	0,844	0,713

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai R Square sebesar 0,713. Hal ini menunjukkan bahwa 71,3% variasi minat berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan, sedangkan 28,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Uji T (Parsial)

Digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel independent. Pengujian menggunakan level 0,05 ($\alpha=5\%$).

Tabel 7 Hasil Uji T

Variabel	T hitung	T tabel	Sig.	Taraf Sig
Citra Destinasi	0,247	0,1654	0,805	0,05
Pengalaman Wisata	-0,042	0,1654	0,967	0,05
Fasilitas	2,884	0,1654	0,005	0,05
Kepuasan Wisatawan	5,801	0,1654	0,001	0,05

Berdasarkan Tabel 7, variabel fasilitas dan kepuasan wisatawan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Sebaliknya, variabel citra destinasi dan pengalaman wisata memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Pantai Boom Banyuwangi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Boom Banyuwangi. Meskipun sebagian besar responden memiliki penilaian yang positif terhadap citra Pantai Boom Banyuwangi, persepsi tersebut belum mampu mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini menunjukkan bahwa citra destinasi yang baik tidak selalu menjadi faktor utama dalam membentuk loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik responden yang mayoritas merupakan wisatawan lokal dan telah berkunjung lebih dari satu kali ke Pantai Boom Banyuwangi. Wisatawan yang sudah mengenal destinasi dengan baik cenderung tidak lagi menjadikan citra destinasi sebagai pertimbangan utama dalam keputusan berkunjung kembali. Mereka lebih memperhatikan faktor-faktor yang dirasakan secara langsung, seperti kualitas fasilitas, kenyamanan lingkungan, kebersihan area wisata, serta kepuasan yang diperoleh selama berkunjung. Selain itu, banyaknya pilihan destinasi wisata baru di Banyuwangi juga membuat wisatawan tertarik untuk mencoba pengalaman yang berbeda. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rohmania (2022) yang menyatakan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Pengaruh Pengalaman Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Boom Banyuwangi. Meskipun wisatawan menilai pengalaman yang diperoleh selama berkunjung tergolong baik, pengalaman

tersebut belum menjadi alasan utama yang mendorong mereka untuk kembali berkunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman positif saja belum cukup untuk membentuk keinginan wisatawan melakukan kunjungan ulang. Salah satu penyebabnya adalah sebagian besar responden telah beberapa kali mengunjungi Pantai Boom Banyuwangi sehingga pengalaman yang dirasakan cenderung berulang dan tidak lagi memberikan unsur kebaruan. Selain itu, wisatawan saat ini cenderung memiliki keinginan untuk mengeksplorasi destinasi wisata baru yang menawarkan pengalaman berbeda dibandingkan mengunjungi tempat yang sama secara berulang. Oleh karena itu, meskipun pengalaman wisata yang diperoleh tergolong baik, faktor tersebut belum mampu meningkatkan minat berkunjung kembali secara signifikan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Martalia (2022) yang menyatakan bahwa pengalaman wisata tidak berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Boom Banyuwangi. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang tersedia, maka semakin besar pula keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Fasilitas menjadi salah satu aspek yang sangat diperhatikan karena berhubungan langsung dengan kenyamanan dan kemudahan wisatawan selama menikmati aktivitas wisata. Ketersediaan fasilitas yang bersih, aman, nyaman, dan mudah diakses dapat meningkatkan kualitas kunjungan wisatawan. Fasilitas seperti area parkir, toilet, tempat istirahat, akses jalan, dan sarana pendukung lainnya memberikan rasa nyaman sehingga wisatawan dapat menikmati destinasi dengan lebih baik. Bagi mayoritas responden yang merupakan pelajar, mahasiswa, dan wisatawan lokal, fasilitas yang memadai menjadi nilai tambah yang penting dalam menentukan pilihan destinasi wisata. Oleh karena itu, peningkatan dan perawatan fasilitas perlu terus dilakukan agar minat kunjungan ulang wisatawan tetap terjaga. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sukardi dan Afidah (2024) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, serta menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang merasa puas selama berkunjung memiliki kecenderungan lebih besar untuk kembali mengunjungi Pantai Boom Banyuwangi di masa mendatang. Kepuasan wisatawan menjadi indikator penting karena mencerminkan penilaian keseluruhan terhadap kualitas destinasi wisata. Kepuasan wisatawan terbentuk ketika pengalaman yang diperoleh sesuai atau bahkan melebihi harapan yang dimiliki sebelum berkunjung. Wisatawan yang merasa puas akan memiliki kesan positif, rasa nyaman, serta tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata. Selain mendorong kunjungan ulang, wisatawan yang puas juga cenderung merekomendasikan destinasi kepada keluarga, teman, maupun melalui media sosial. Oleh karena itu, kepuasan wisatawan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pengunjung dan meningkatkan daya saing destinasi wisata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Alfin et al. (2023) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dengan demikian, pengelola

Pantai Boom Banyuwangi perlu terus menjaga kualitas layanan, fasilitas, dan pengalaman wisata agar tingkat kepuasan wisatawan tetap tinggi dan minat kunjungan ulang terus meningkat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Boom Banyuwangi dipengaruhi oleh citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan secara bersama-sama. Namun, ketika dianalisis secara individual, hanya fasilitas dan kepuasan wisatawan yang terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Temuan ini mengindikasikan bahwa wisatawan cenderung lebih memperhatikan aspek-aspek yang mereka rasakan secara langsung selama berkunjung, seperti kenyamanan fasilitas dan tingkat kepuasan yang diperoleh, dibandingkan persepsi terhadap destinasi atau pengalaman wisata yang pernah dirasakan. Di antara seluruh variabel yang diteliti, kepuasan wisatawan menjadi faktor yang paling kuat dalam mendorong keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas fasilitas, kenyamanan lingkungan, serta pelayanan kepada wisatawan perlu terus dilakukan guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pengunjung. Hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian pariwisata, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji variabel lain yang belum diteliti, seperti kualitas pelayanan, aksesibilitas, daya tarik wisata, harga, maupun promosi digital, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang diberikan selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak pengelola Pantai Boom Banyuwangi yang telah memberikan izin dan membantu kelancaran pelaksanaan penelitian. Penulis turut menyampaikan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Rasa terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada keluarga atas doa, dukungan, dan semangat yang tidak pernah putus selama penyusunan penelitian. Selain itu, terima kasih kepada rekan-rekan dan semua pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, serta dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan sektor pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, A., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Peran Customer Experience, Daya Tarik dan E-Wom Dalam Menentukan Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 104–116. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.24>,
- Dianty, R., Abrian, Y., & Surenda, R. (2021). Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. *Jurnal pariwisata dan pemasaran* 2(2), 163–169.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition* (Global). *Pearson Education Limited, London*.
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Made, B. W., Putu, P. A., & Ketut, S. (n.d.). *Manajemen Pemasaran* (W. B. I. Made, P. A. Putu, & S. Ketut (eds.); Issue 1).
- Martalia, D. (2022). Pengaruh Pengalaman terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Nusantara Pada Masa Pandemi Di Taman Nasional Baluran. *JUMP, Volume 9, Nomor 1*, 9(2), 123–146.
- Nugraha N., & Jerubun E. (2024). Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata Di Schmutzer Ragunan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(5), 262–296.
- Nuryani, Y., & Winata, A. Y. S. (2024). Mengukur Minat Berkunjung Kembali Atas Dasar Media Sosial Dan Citra Destinasi Wisata Pantai Lon Malang Di Sampang Madura. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 3(4). <https://doi.org/10.21107/jkim.v3i4.16916>
- Puspitasari, D. A. K. (1970). Analisis Peran Kepuasan Wisatawan Memediasi Pengaruh Atribut Wisata Halal Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pantai Syariah Banyuwangi. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 45–54. <https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.759>
- Rahma, A. A. (2020). The Potential of Natural Resources in Developing the Tourism Sector in Indonesia. *National Journal of Tourism*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Rahmah, N., & Idris, ur M. (2025). PERCEIVED VALUE DALAM KONTEKS MANAJEMEN PEMASARAN. *JEBS Volume (8) No. (1) (1-9) 2025 ISSN: 2599-1191* <https://Journal.Usimar.Ac.Id/Index.Php/Jebs/Index SHARLA>, 1–9.
- Rahmawati, A., & Hanif, A. (2025). Fasilitas dan Pelayanan Prima: Meningkatkan Minat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali Ke Pantai Watulawang, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Sains Terapan Parivisata*, 10(1), 46–56. <https://doi.org/10.56743/jstp.v10i1.482>
- Rahmawati, P. D., & Wahyuningsih, T. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung Monumen Yogya Kembali. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 7.
- Rohmania, D. N. (2022). Kata Kunci : pantai gemah, citra destinasi, motivasi wisatawan, e- wom negatif. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(5).
- Rosita, Marhanah, & W. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, Vol.13, No(1), 61–72. <https://ejournal.upi.edu/index.php/jurel/article/viewFile/2134/1504>
- Rudy irwansyah, Khantu Listya, A. setiorini. (2021). *Perilaku Konsumen*. Windina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).

- Sinatria, N. (2023). Pengaruh Pengalaman Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Niat Berkunjung Kembali Pantai Daerah Istimewa Yogyakarta. *Https://Dspace.Uii.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/47765/21911057.Pdf?Sequence= 1*, 2(4), 31–41.
- Sugiyono, A. (2019). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Issue January).
- Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara. *Journal of Management and Digital Business*,4(1), 15–29. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789>
- Supraptini, N., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikabupaten Semarang. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(2), 121–131. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i2.729>