



Pengaruh daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Kafe Tebing Lasiana

The influence of attractiveness and service quality on the intention of tourists to revisit Café Tebing Lasiana

Refita Dortiana Talan*, Alfridus Mau Manek, Fernando Saragih

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Nusa Cendana, Kota Kupang, Indonesia

Abstrak

Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk memberikan perspektif baru dengan menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kafe Tebing Lasiana, Kota Kupang.

Desain/metodologi/pendekatan – Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* yang melibatkan 100 responden dari masyarakat lokal yang pernah mengunjungi kafe tersebut. Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan instrumen kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Temuan – Hasil penelitian membuktikan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi minat berkunjung kembali sebesar 18,9%, sementara 81,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Keterbatasan penelitian – Penelitian ini hanya berfokus pada pengunjung Kafe Tebing Lasiana, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan pada seluruh kafe atau destinasi wisata lainnya. Selain itu, kajian ini terbatas pada dua variabel independen dan belum mempertimbangkan faktor relevan lainnya seperti harga, fasilitas, kepuasan pengunjung, citra destinasi, dan pengaruh media sosial.

Implikasi – Secara praktis, pengelola kafe disarankan untuk terus mempertahankan daya tarik alam, mengembangkan keunikan visual melalui spot foto, serta menjaga keandalan dan konsistensi kualitas pelayanan untuk membentuk pengalaman berkesan bagi pengunjung. Secara teoretis, penelitian ini memperluas wawasan mengenai perilaku wisatawan lokal dalam konteks pariwisata yang menggabungkan konsep kuliner dan keindahan alam.

Kebaruan – Keterbaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap segmentasi wisatawan lokal usia dewasa di Kota Kupang yang secara spesifik menyukai wisata bernuansa alam dan suasana pantai, serta memusatkan kajian pada destinasi kafe unik yang memadukan pengalaman kuliner dengan panorama alam.

Kata Kunci: Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Minat Berkunjung Kembali

Abstract

Purpose – *This study aims to provide a new perspective by analyzing the influence of tourist attraction and service quality on the intention of tourists to revisit Café Tebing Lasiana, Kupang City.*

Design/methodology/approach – *This research employs a quantitative approach utilizing a survey method. The sample was determined using a purposive sampling technique, involving 100 local respondents who have visited the café. Primary data was collected through Likert-scale questionnaires and analyzed using multiple linear regression.*

Findings – The findings prove that tourist attraction and service quality, both partially and simultaneously, have a positive and significant effect on tourists' revisit intention. Together, these two independent variables influence 18.9% of the revisit intention, while the remaining 81.1% is influenced by other factors outside the scope of this study.

Research limitations – This study focuses exclusively on visitors to Café Tebing Bute Lasiana, meaning the results cannot be generalized to all cafés or other tourist destinations. Furthermore, the study is limited to two independent variables and does not consider other relevant factors such as price, facilities, tourist satisfaction, destination image, and social media influence.

Implications – Practically, café management is advised to maintain natural attractions, develop visual uniqueness through photo spots, and maintain the reliability and consistency of service quality to create memorable experiences for visitors. Theoretically, this research broadens the understanding of local tourist behavior in the context of tourism that combines culinary concepts with natural beauty.

Originality – The originality of this research lies in its specific focus on adult local tourists in Kupang City who favor nature and beach-themed tourism, as well as its focus on a unique café destination that blends culinary experiences with natural panoramas.

Keywords: Tourist Attraction, Service Quality, Revisit Intention

Histori Artikel:

Diterima: 23 Juni 2026, Direvisi: 10 Juli 2026, Disetujui: 11 Juli 2026, Dipublikasikan: 31 Juli 2026.

*Penulis Korespondensi:

vhitatalan@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.1330>

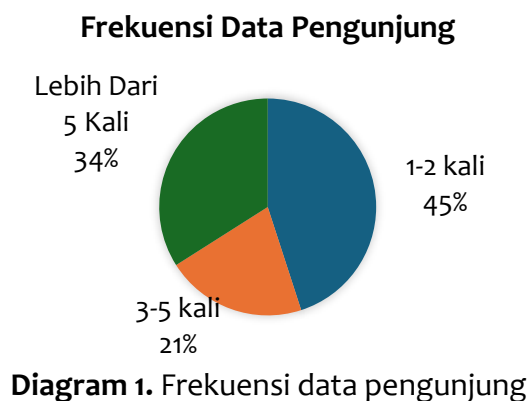
PENDAHULUAN

Industri pariwisata menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat dan memberikan kontribusi penting dalam memenuhi kebutuhan rekreasi masyarakat. Perkembangan tersebut terlihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap destinasi yang menawarkan kombinasi antara keindahan alam, kenyamanan, dan pengalaman bersantai yang menyenangkan. Menurut Rinaldi (2022), perubahan pola hidup masyarakat, khususnya generasi muda, mendorong meningkatnya kebutuhan akan tempat yang tidak hanya dipilih sebagai tempat untuk melepas penat, tetapi juga sebagai sarana bersosialisasi, menikmati suasana baru, dan memperoleh pengalaman yang berkesan. Sejalan dengan itu, Yeyen & Ritonga, (2025) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan individu maupun kelompok untuk memperoleh ketenangan, kebahagiaan, dan keseimbangan hidup.

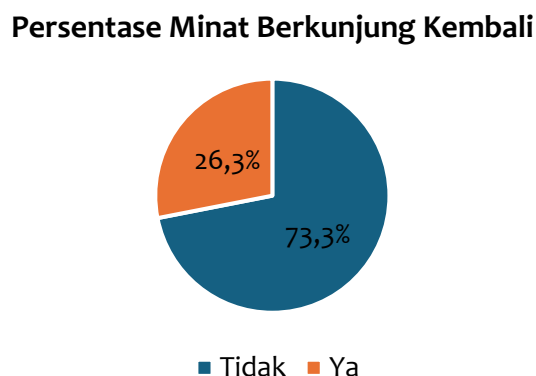
Keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya tercermin dari banyaknya pengunjung yang datang untuk pertama kali, tetapi juga dari kemampuan destinasi tersebut untuk menciptakan pengalaman yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung pada kesempatan berikutnya. Kesan menyenangkan yang diperoleh selama berwisata berpotensi meningkatkan kepuasan sekaligus menumbuhkan loyalitas pengunjung terhadap destinasi tersebut. Selain itu, kunjungan ulang juga memberikan dampak ekonomi yang lebih stabil bagi pengelola, pelaku usaha, maupun pemerintah daerah. Menurut Armal et al. (2023), pengembangan sektor pariwisata tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, tetapi juga membuka kesempatan kerja dan usaha yang lebih luas bagi masyarakat. Oleh sebab itu, tingkat minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali sering digunakan sebagai indikator untuk mengukur keberhasilan sebuah destinasi wisata dalam menarik dan mempertahankan pengunjung. Namun, kondisi tersebut belum sepenuhnya terlihat pada wisata Kafe Tebing di kawasan Lasiana, Kota Kupang. Meskipun demikian, tingginya jumlah kunjungan awal belum sepenuhnya diikuti oleh keinginan pengunjung untuk datang kembali. Kondisi ini

menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan dalam menciptakan pengalaman wisata yang dapat membangun loyalitas pengunjung.

Keputusan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi dipengaruhi oleh beragam aspek yang berasal dari diri wisatawan maupun kondisi destinasi yang mereka kunjungi. Dari sisi internal, wisatawan sering kali hanya terdorong oleh keinginan sesaat, seperti mengikuti tren media sosial atau sekadar mencari pengalaman baru. Sejalan dengan pendapat tersebut, Makalew et al. (2019) menyatakan bahwa motivasi wisatawan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan untuk melakukan kunjungan ulang. Sementara itu, dari sisi eksternal, keterbatasan variasi atraksi, kurangnya inovasi pengelolaan, serta fasilitas yang belum memadai dapat mengurangi kenyamanan wisatawan selama berkunjung. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan rasa jenuh sehingga minat untuk kembali berkunjung menjadi rendah. Selain itu, kesan yang diperoleh wisatawan selama berkunjung juga berperan penting dalam membentuk tingkat kepuasan wisatawan. Apabila pengalaman tersebut tidak sesuai dengan harapan, maka kepuasan wisatawan cenderung rendah dan berdampak pada minimnya keinginan untuk melakukan kunjungan ulang (Chandra et al., 2026)



Berdasarkan Diagram 1, frekuensi data pengunjung, mayoritas responden telah berkunjung sebanyak 1–2 kali dengan persentase 45%, menunjukkan bahwa sebagian besar masih berada pada tahap kunjungan awal. Responden yang berkunjung lebih dari 5 kali sebesar 34% lebih rendah dibandingkan dengan kelompok kunjungan 1–2 kali, sehingga mengindikasikan bahwa jumlah pengunjung yang telah beberapa kali melakukan kunjungan masih belum mendominasi. Sedangkan kunjungan 3–5 kali memiliki persentase terendah, yaitu 21%. Data ini menunjukkan bahwa destinasi wisata mampu menarik pengunjung baru sekaligus mempertahankan pengunjung lama.



Berdasarkan Diagram 2, sebagian besar responden menyatakan tidak berminat untuk kembali berkunjung dengan persentase 73,3%, sedangkan responden yang berminat untuk berkunjung kembali sebesar 26,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa minat kunjungan ulang pengunjung masih tergolong rendah.

Upaya meningkatkan minat kunjungan ulang wisatawan dapat dilakukan dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan untuk kembali berkunjung, baik dari dalam maupun luar diri wisatawan. Faktor internal mencakup pengalaman wisata dan tingkat kepuasan yang dirasakan selama kunjungan. Menurut Harahap, et al. (2025) Pengalaman yang positif serta kesesuaian antara harapan dan kenyataan akan menghasilkan kepuasan, yang kemudian mendorong keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. Sementara itu, faktor eksternal berkaitan dengan kondisi destinasi, terutama daya tarik wisata dan kualitas pelayanan yang diberikan. Daya tarik mencakup keindahan, keunikan, dan variasi atraksi, sedangkan kualitas pelayanan meliputi fasilitas, kenyamanan, dan pelayanan yang diterima wisatawan. Pengalaman wisata yang menyenangkan tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang diterima pengunjung, karena hal tersebut dapat membangun persepsi positif terhadap destinasi. Sejalan dengan penelitian Manyangara et al. (2023), pelayanan yang berkualitas serta daya tarik destinasi yang baik berperan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya dapat memperkuat minat untuk melakukan kunjungan ulang.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, penelitian ini berfokus pada analisis hubungan antara daya tarik wisata dan minat kunjungan ulang wisatawan. Daya tarik destinasi memiliki peran penting dalam membentuk preferensi wisatawan terhadap suatu lokasi wisata. Keberadaan unsur keunikan, kenyamanan suasana, serta kondisi lingkungan yang menarik dapat meningkatkan pengalaman positif selama berkunjung. Semakin baik persepsi wisatawan terhadap aspek-aspek tersebut, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk kembali ke sana di masa yang akan datang. Hal tersebut diperkuat oleh Hellen & Susanto (2024). Hasil penelitian sebelumnya membuktikan bahwa daya tarik destinasi berkontribusi pada keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Sejalan dengan temuan tersebut, Pratama et al. (2023) menjelaskan bahwa keindahan alam, fasilitas, dan aksesibilitas destinasi wisata dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk kembali berkunjung. Selanjutnya, Kurniawan & Sengaji, (2025) juga memaparkan bahwa daya tarik wisata yang didukung citra destinasi yang baik mampu mendorong meningkatnya jumlah wisatawan untuk kembali ke sana.

Selanjutnya, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola destinasi juga merupakan faktor lain yang mendorong wisatawan untuk kembali ke destinasi. Pelayanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pengunjung akan menciptakan rasa nyaman, kepuasan, dan persepsi positif tentang destinasi wisata. Ketika wisatawan yang merasa puas dengan layanan cenderung lebih tertarik untuk kembali. Hal tersebut diperkuat oleh Atallarick et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen melalui pelayanan yang memuaskan. Selain itu Karini & Azziz, (2024) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berperan dalam membentuk persepsi dan kepuasan konsumen yang tercermin dari kenyamanan fasilitas, kecepatan pelayanan, serta sikap ramah yang diberikan kepada pengunjung, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan keinginan untuk kembali menggunakan jasa yang sama. Selanjutnya Japariato, (2019) memaparkan bahwa pelayanan yang mampu memberikan rasa aman, nyaman, dan sesuai dengan harapan konsumen akan menciptakan pengalaman positif yang berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Batubara & Putri (2022) menunjukkan bahwa daya tarik tempat wisata memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Unsur-unsur seperti panorama alam yang menarik, karakteristik destinasi yang khas, serta suasana lingkungan yang nyaman mampu menciptakan

pengalaman yang berkesan bagi pengunjung. Kondisi tersebut mendorong munculnya keinginan wisatawan untuk kembali menikmati destinasi yang sama. Dengan demikian, semakin kuat daya tarik suatu tempat, yang merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi minat berkunjung, semakin besar kemungkinan wisatawan akan kembali ke tempat tersebut. Destinasi wisata yang mampu memberikan pengalaman menarik, suasana nyaman, serta keunikan yang berbeda dibandingkan dengan destinasi lain akan lebih mudah membentuk keinginan wisatawan untuk datang kembali. Oleh karena itu, daya tarik wisata menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi minat wisatawan untuk kembali ke tempat tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Riadi et al. (2023), kualitas pelayanan adalah komponen yang sangat penting dalam meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. Pengunjung cenderung memberikan penilaian positif ketika memperoleh pelayanan yang sesuai dengan harapan, baik melalui sikap petugas yang sopan, kesiapan dalam membantu kebutuhan wisatawan, kejelasan informasi yang diberikan, maupun kenyamanan selama proses pelayanan berlangsung. Pengalaman positif dapat mendorong pengunjung untuk kembali ke lokasi. Oleh karena itu, pengelola dapat melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar wisatawan ingin kembali.

Penelitian ini bertujuan memberikan perspektif baru mengenai pentingnya daya tarik wisata dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat wisatawan untuk kembali ke Kafe Tebing Lasiana. Penelitian ini menjadi penting karena masih terdapat pengunjung yang datang hanya sekali dan belum memiliki keinginan kuat untuk kembali mengunjungi kafe tersebut. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh daya tarik kafe yang kurang optimal, seperti suasana tempat, keunikan pemandangan, fasilitas pendukung, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Selain itu, pelayanan yang kurang responsif, keramahan karyawan yang belum maksimal, dan kenyamanan yang belum sesuai harapan pengunjung juga dapat memengaruhi keputusan pengunjung untuk datang kembali. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi bagi pengelola Kafe Tebing dalam melakukan perbaikan dan pengembangan pada aspek daya tarik maupun pelayanan, untuk menciptakan pengalaman pengunjung yang lebih berkesan dan meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali.

Walaupun penelitian mengenai pengaruh daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali telah banyak dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada objek wisata umum seperti pantai, hotel, taman wisata, dan restoran modern. Penelitian tentang kafe yang menggabungkan konsep kuliner dengan keindahan alam dan suasana pantai, khususnya di Kota Kupang, masih terbatas. Kafe Tebing Lasiana, memiliki keunikan berupa perpaduan panorama alam, pemandangan pantai, dan suasana santai yang menarik pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh daya tarik destinasi dan kualitas pelayanan terhadap keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali ke Kafe Tebing Lasiana, karena keunikan tempat tersebut menjadikannya subjek yang menarik untuk dipelajari.

Keterbaruan penelitian ini terletak pada dua aspek utama. Aspek pertama difokuskan pada wisatawan lokal Kota Kupang yang berada pada kategori usia dewasa dan memiliki ketertarikan terhadap wisata bernuansa alam serta suasana pantai. Pendekatan ini memberikan perspektif baru karena sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas minat berkunjung kembali pada objek wisata umum tanpa memperhatikan karakteristik pengunjung secara spesifik. Fokus pada wisatawan dewasa lokal menjadi penting karena kelompok ini cenderung memilih tempat wisata atau kafe sebagai lokasi bersantai, berkumpul, dan menikmati suasana pantai setelah aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, daya tarik berupa keindahan alam dan panorama pantai sangat menarik bagi pengunjung untuk kembali. Aspek kedua difokuskan pada pengunjung yang memiliki kecenderungan sering berkunjung ke Kafe Tebing Lasiana, Kota Kupang. Pendekatan ini menghadirkan keterbaruan karena minat berkunjung kembali tidak

hanya dilihat dari ketertarikan terhadap produk atau fasilitas kafe, tetapi juga dikaitkan dengan pengalaman menikmati suasana pantai, kenyamanan tempat, serta kualitas pelayanan yang diberikan. Fokus ini relevan karena pengunjung yang menyukai suasana pantai dan sering melakukan kunjungan biasanya lebih memperhatikan kenyamanan, pelayanan, dan pengalaman yang diperoleh selama berada di kafe. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana daya tarik dan kualitas pelayanan dapat memengaruhi minat berkunjung kembali pada wisatawan lokal di Kafe Tebing Lasiana.

Penelitian ini memiliki implikasi baik dari sisi teoretis maupun praktis. Dari perspektif teoretis, hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan memperluas penelitian tentang perilaku wisatawan, khususnya berkaitan dengan bagaimana daya tarik destinasi dan kualitas pelayanan memengaruhi keinginan untuk berkunjung kembali. Selain itu, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih spesifik karena berfokus pada wisatawan lokal Kota Kupang yang menyukai suasana pantai dan memiliki pengalaman berkunjung ke Kafe Tebing Lasiana. Dari aspek praktis, temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk pengelola Kafe Tebing dalam upaya meningkatkan kualitas destinasi dan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Keindahan panorama alam serta suasana pantai yang menjadi ciri khas kafe perlu terus dipertahankan dan dikembangkan sebagai nilai unggulan destinasi. Di samping itu, perhatian terhadap fasilitas pendukung, kebersihan lingkungan, kenyamanan area kunjungan, serta kualitas interaksi pelayanan juga perlu ditingkatkan agar pengunjung memperoleh pengalaman yang lebih memuaskan selama berada di lokasi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha di bidang kuliner dan pariwisata dalam mengembangkan konsep usaha yang memadukan pengalaman bersantap dengan daya tarik alam. Pemahaman mengenai preferensi wisatawan lokal diharapkan dapat membantu pelaku usaha merancang strategi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan minat pasar. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi dalam meningkatkan minat kunjungan ulang wisatawan, tetapi juga mendukung pengembangan sektor pariwisata dan usaha kuliner yang berkelanjutan di Kota Kupang.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu hanya berfokus pada pengunjung kafe Tebing Bute Lasiana, sehingga hasil yang diperoleh belum dapat mewakili seluruh kafe atau wisata lainnya. Selain itu, penelitian ini hanya mengkaji pengaruh daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti harga, kepuasan pengunjung, fasilitas, dan pengaruh media sosial. Penelitian ini juga terbatas pada wisatawan lokal Kota Kupang yang menyukai suasana pantai dan sering berkunjung ke kafe tersebut. Oleh sebab itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat melibatkan cakupan responden yang lebih luas, menambahkan variabel penelitian lain yang relevan, serta membandingkan beberapa kafe atau destinasi wisata bernuansa alam dan pantai sehingga hasil penelitian menjadi lebih menyeluruh dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei sebagai metode utama dalam pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan di Kafe Tebing di Kota Kupang dan berfokus pada masyarakat lokal yang pernah mengunjungi kafe tersebut. Metode penentuan sampel purposive, yang didasarkan pada elemen tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian, digunakan untuk memilih responden. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan seratus responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data primer yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner adalah sumber data yang digunakan. Tiga variabel penelitian: daya tarik wisata (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan minat berkunjung kembali (Y). Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert. Masing-masing variabel

diukur menggunakan delapan butir pernyataan yang dirancang untuk menggambarkan persepsi responden terhadap setiap indikator yang diteliti. Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan. Tujuan analisis ini adalah untuk menemukan dan mengukur seberapa besar pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat wisatawan untuk kembali ke Kafe Tebing.

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Daya Tarik (X1)	Daya tarik wisata merupakan segala bentuk keunggulan suatu destinasi yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik tersebut meliputi keindahan objek wisata, keunikan destinasi, ketersediaan fasilitas pendukung, dan kemudahan akses yang secara bersama-sama memberikan pengalaman positif bagi wisatawan.(Nurlestari, 2016).	1. Keindahan objek wisata 2. Keunikan destinasi 3. Fasilitas pendukung wisata 4. Kemudahan akses (Syafitri & Ezizwita, 2023)
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu penyedia jasa dalam memberikan layanan secara konsisten, tepat, dan sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga pelanggan memperoleh pengalaman yang positif dan merasa kebutuhan mereka terpenuhi. (Ari & Hanum, 2021).	1. Bukti fisik 2. Keandalan pelayanan 3. Daya tanggap 4. Jaminan pelayanan (Safika & Pramularso, 2025).
3.	Minat Berkunjung Kembali (Y)	Minat berkunjung kembali merupakan bentuk niat perilaku yang menunjukkan adanya keinginan wisatawan untuk mengulangi kunjungan ke destinasi yang sama di masa mendatang. Niat tersebut umumnya terbentuk setelah wisatawan merasakan pengalaman yang memuaskan dan sesuai dengan harapan selama berkunjung.(Bulan & Azmi, 2019).	1. Keinginan berkunjung kembali 2. Kesiediaan merekomendasikan 3. Loyalitas pengunjung 4. Respon pengunjung (Muzakki & Listyawati, 2025)

Penelitian ini mengumpulkan data primer melalui proses pengumpulan data langsung di lapangan. Proses pengumpulan data ini dilakukan dengan meminta responden mengisi kuesioner yang disusun berdasarkan indikator penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan terdiri atas sejumlah pernyataan yang telah melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Hasil dari pengujian tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	r-hitung	Cronbach's	Keterangan
Daya Tarik (X1) (8 item)	0,410 – 0,842	0,825	Valid (r tabel: 0,361) (Standard Cronbach's Alpha:0,60)
K. Pelayanan (X2) (8 item)	0,671 – 0,869	0,907	
M. Berkunjung Kembali (Y) (8 item)	0,619 – 0,884	0,894	

Sumber Data: Output SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel Daya Tarik Wisata (X1) hingga Minat Berkunjung Kembali (Y) memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan r_{tabel} (0,361), sehingga seluruh item dinyatakan valid. Tidak terdapat butir pernyataan yang gugur, sehingga seluruh 24 item kuesioner digunakan dalam analisis penelitian. Selanjutnya, hasil uji

reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel berada di atas batas minimum 0,60, yaitu sebesar 0,825 untuk variabel Daya Tarik Wisata, 0,907 untuk variabel Kualitas Pelayanan, dan 0,894 untuk variabel Minat Berkunjung Kembali. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Parameter	variabel	Nilai	Standar	Kesimpulan
Normalitas	Asymp. Sig	Residual	0,200	>0,05	Normal
Multikolinearitas	Tolerance	Daya Tarik	0,958	>0,10	Bebas Multikolinearitas
		Kualitas Pelayanan	0,958		
	VIF	Daya Tarik	1,044	< 10	
		Kualitas Pelayanan	1,044		
Heterokedastisitas	Sig. (Glejer)	Daya Tarik	0,410	>0,05	Homoskedastisitas
		Kualitas Pelayanan	0,866		
Linearitas	Deviation from Linearity	Daya Tarik	0,122	>0,05	Linear
		Kualitas Pelayanan	0,796		

Sumber Data: Output SPSS (2026)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden

Tabel 4. Analisis Deskriptif Responden

Kriteria	Rincian	Presentase (%)
Aspek Yang Berkesan	Pemandangan Alam	60%
	Fasilitas Tempat Wisata	9%
	Suasana Tempat	24%
	Lain-lainnya	7%
Jumlah Pantai	1-2 Pantai	17%
	3-5 Pantai	37%
	Lebih dari 5 pantai	46%
Kunjungan 1 Bulan	1-2 kali	49%
	3-5 kali	26%
	Lebih dari 5 kali	25%
Penilaian Cafe Tebing	1	2%
	2	5%
	3	8%
	4	21%
	5	64%
Aspek Baru Diinginkan	Penambahan Fasilitas	32%
	Menu makanan / Minuman	13%
	Spot Foto Baru	21%
	Hiburan / Live Music	21%
	Lain-lainnya	13%

Berdasarkan karakteristik responden, dapat diketahui bahwa daya tarik utama Kafé Tebing terletak pada keindahan panorama alam yang berhasil memberikan kesan positif bagi sebagian besar pengunjung. Tingginya penilaian yang diberikan responden menunjukkan bahwa

pengalaman yang diperoleh selama berkunjung telah memenuhi harapan mereka. Selain itu, mayoritas responden memiliki pengalaman berwisata ke berbagai pantai dan tetap memilih untuk berkunjung kembali ke Kafé Tebing, yang mencerminkan adanya ketertarikan terhadap destinasi tersebut. Walaupun tingkat kepuasan pengunjung relatif tinggi, terdapat beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan, seperti penyediaan fasilitas tambahan, pengembangan area foto, dan penyelenggaraan hiburan. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas fasilitas dan layanan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar daya saing destinasi tetap terjaga serta mampu meningkatkan minat kunjungan di masa mendatang.

Analisis Deskriptif Variabel

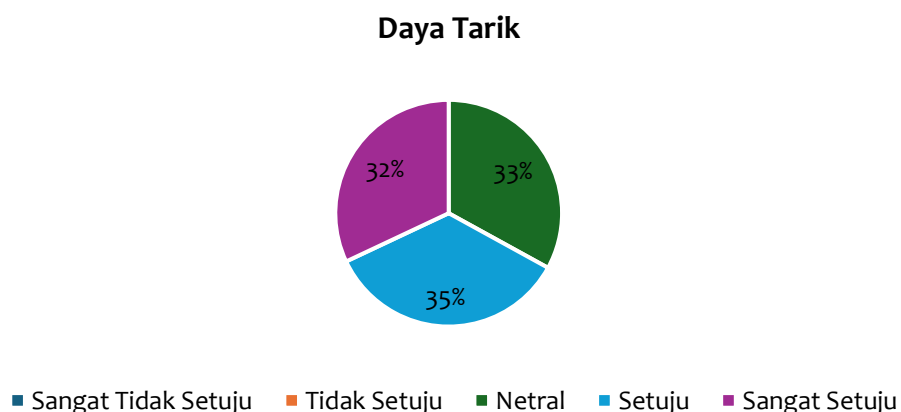


Diagram 3. Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 67% responden memberikan penilaian positif terhadap daya tarik Kafé Tebing Lasiana, yang ditunjukkan oleh persentase responden pada kategori setuju (35%) dan sangat setuju (32%). Di sisi lain, sebanyak 33% responden memberikan penilaian netral, sedangkan tidak terdapat responden yang memberikan penilaian tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa daya tarik destinasi wisata secara umum dinilai baik oleh mayoritas responden.

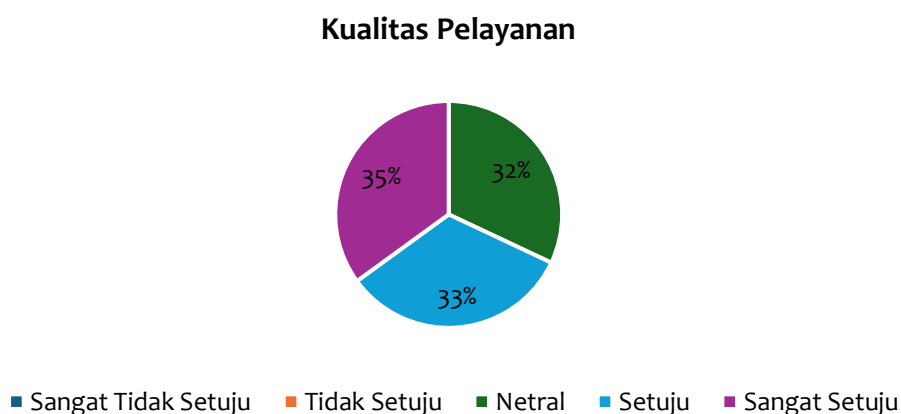


Diagram 4. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa 68% responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan Café Tebing Bute, Lasiana, yang ditunjukkan oleh persentase responden pada kategori setuju (33%) dan sangat setuju (35%). Di sisi lain, sebanyak 32% responden memberikan penilaian netral, sedangkan tidak terdapat responden yang memberikan

penilaian tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Kafé Tebing Lasiana secara umum dinilai baik oleh mayoritas responden.

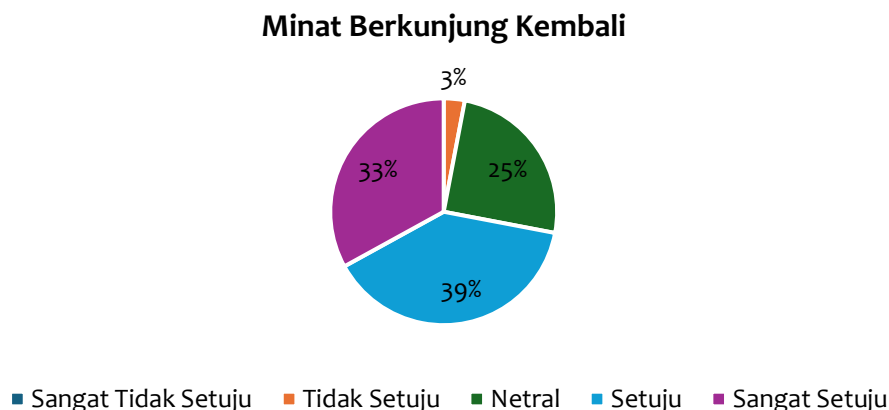


Diagram 5. Analisis Deskriptif Variabel Minat Berkunjung Kembali

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa 72% responden memberikan penilaian positif terhadap minat berkunjung kembali ke Kafé Tebing Lasiana, yang ditunjukkan oleh persentase responden pada kategori setuju (39%) dan sangat setuju (33%). Sementara itu, sebanyak 25% responden memberikan penilaian netral, 3% responden memberikan penilaian tidak setuju, dan tidak terdapat responden yang memberikan penilaian sangat tidak setuju. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan yang positif untuk melakukan kunjungan kembali ke Kafé Tebing Lasiana.

Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengolahan data tersebut disajikan pada tabel berikut.

Table 5. Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,134	4,779		1,911	0,059
X1	0,386	0,099	0,366	3,920	0,001
X2	0,321	0,093	0,321	3,441	0,001

a. Dependent Variable: Y

Menurut hasil analisis regresi linier berganda, nilai konstanta adalah 9,134. Variabel daya tarik wisata (X1) memiliki koefisien regresi 0,386 dan variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki koefisien regresi 0,321. Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan antara minat berkunjung kembali dan kedua variabel independen positif. Dengan kata lain, semakin baik daya tarik lokasi dan layanan yang diberikan kepada pengunjung, semakin besar kemungkinan mereka akan kembali. Berikut ini adalah persamaan regresi yang di hasilkan:

$$Y = 9,134 + 0,386 X1 + 0,321 X2$$

Uji Hipotesis

Analisis hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen serta mengetahui tingkat pengaruh yang ditimbulkan. Berdasarkan Tabel 5, pada variabel daya tarik wisata (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} (3,920) > t_{tabel} (1,974)$, sehingga hipotesis pertama diterima. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan (X_2) memperoleh nilai $t_{hitung} (3,44) > t_{tabel} (1,974)$. Oleh karena itu, hipotesis kedua diterima. Temuan pengujian parsial mengindikasikan bahwa masing-masing variabel bebas, yaitu daya tarik wisata dan kualitas pelayanan, memiliki kontribusi yang nyata dalam meningkatkan kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Table 6. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	110.091	2	55.046	11.315	0,001
Residual	471.909	97	4.865		
Total	582.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

Hasil analisis uji F memperlihatkan bahwa nilai $f_{hitung} (11,315) > f_{tabel} (3,08)$ serta didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$). Hasil tersebut memperlihatkan bahwa kombinasi daya tarik wisata dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berperan dalam membentuk keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama.

Table 7. Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.189	.172	2.20568

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

Nilai R Square adalah 0,189 berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan sebesar 18,9% memengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan. Dengan demikian, masih terdapat 81,1% variasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian, seperti kepuasan wisatawan, citra destinasi, harga, pengalaman wisata, promosi digital, dan pengaruh media sosial. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu diinterpretasikan secara proporsional dan menunjukkan bahwa penelitian yang digunakan masih memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perilaku wisatawan secara menyeluruh.

Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil analisis, daya tarik wisata (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,366 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Selain itu, nilai $t_{hitung} 3,920 > t_{tabel} 1,974$, sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi daya tarik Kafe Tebing, semakin besar pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Dengan kata lain, daya tarik destinasi menjadi salah satu faktor yang berperan dalam membentuk minat wisatawan untuk kembali berkunjung pada waktu yang akan datang. Temuan ini juga diperkuat oleh karakteristik responden yang berasal dari wisatawan lokal Kota Kupang berusia dewasa serta pengunjung yang memiliki kecenderungan sering datang kembali, khususnya mereka yang

menyukai wisata bernuansa alam dan suasana pantai, di mana kelompok ini cenderung menilai pengalaman wisata berdasarkan kenyamanan suasana, keindahan lingkungan, serta ketenangan yang ditawarkan oleh destinasi. Selain itu, Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa komponen yang paling penting dalam meningkatkan minat berkunjung kembali adalah keunikan destinasi yang tercermin melalui keberadaan spot foto sebesar 67% yang memiliki nilai estetika, daya tarik visual, serta karakter berbeda dari destinasi lain, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga merupakan komponen dari pengalaman wisata yang membekas dalam ingatan pengunjung dan mendorong keinginan untuk kembali maupun merekomendasikannya kepada orang lain; dalam konteks ini, keunikan destinasi dapat dipahami sebagai identitas khas yang membuat suatu tempat lebih mudah diingat, terutama pada wisata alam dan pantai yang mengandalkan keindahan visual sebagai daya tarik utama, sehingga keberadaan spot foto menjadi elemen penting yang memperkuat pengalaman wisata secara keseluruhan. Pengalaman yang menyenangkan tersebut kemudian membentuk kesan positif yang bertahan dalam ingatan wisatawan dan secara tidak langsung memunculkan niat untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan pendapat Claudius & Ardiansyah, (2023) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan seluruh potensi yang dimiliki destinasi, baik dari alam, budaya, maupun hasil kreativitas manusia yang mampu menarik minat wisatawan, di mana keunikan menjadi faktor penting karena wisatawan cenderung mencari pengalaman yang berbeda dari rutinitas sehari-hari sehingga destinasi dengan karakteristik khas lebih mudah menarik minat kunjungan ulang, Pendapat tersebut juga diperkuat oleh Salim et al., (2022) yang menegaskan bahwa daya tarik destinasi mencakup keunikan, keindahan, dan pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan, di mana semakin tinggi kualitas pengalaman yang diperoleh, maka semakin besar pula peluang wisatawan untuk kembali berkunjung, sehingga dapat disimpulkan bahwa penguatan unsur keunikan terutama melalui pengembangan spot foto dan elemen visual destinasi menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola karena mampu meningkatkan pengalaman wisatawan sekaligus mendorong minat berkunjung kembali wisatawan lokal.

Implikasi penelitian ini memberikan gambaran bahwa keberadaan unsur keunikan destinasi merupakan aspek yang perlu dipertahankan dan dikembangkan secara berkelanjutan oleh pengelola. Daya tarik yang bersumber dari elemen visual, seperti spot foto dan ikon khas destinasi, dapat menjadi faktor penting dalam membentuk kesan positif wisatawan. Oleh sebab itu, pengembangan fasilitas pendukung, penataan lanskap yang lebih menarik, serta penerapan konsep tematik yang sesuai dengan preferensi pengunjung dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisata. Pada akhirnya, pengalaman yang berkesan tersebut diharapkan mampu mendorong terbentuknya minat wisatawan lokal untuk kembali berkunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung kembali

Berdasarkan hasil analisis, kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,321 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Nilai t_{hitung} 3,441 $> t_{tabel}$ 1,974 menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang mendorong minat berkunjung kembali. Temuan ini dilihat dari wisatawan lokal Kota Kupang berusia dewasa serta pengunjung yang memiliki kecenderungan sering datang kembali, khususnya mereka yang menyukai wisata bernuansa alam dan suasana pantai, di mana kelompok ini cenderung menilai pengalaman wisata berdasarkan kenyamanan suasana,

keindahan lingkungan, serta ketenangan yang ditawarkan oleh destinasi. Selanjutnya, temuan ini juga mengindikasikan bahwa pengalaman pelayanan sebelumnya menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan kunjungan kembali, karena pengunjung cenderung memilih tempat yang mampu memberikan pelayanan yang stabil, konsisten, dan sesuai dengan harapan mereka. Dalam hal ini, peneliti berpendapat bahwa indikator yang paling dominan dalam meningkatkan minat berkunjung kembali adalah keandalan pelayanan sebesar 68%, yang tercermin melalui konsistensi layanan yang diberikan, seperti ketepatan dalam melayani, sikap ramah, serta kemampuan menjaga standar pelayanan yang sama pada setiap kunjungan, sehingga ketika pelayanan dirasakan dapat dipercaya dan tidak berubah-ubah, hal tersebut akan meningkatkan rasa nyaman dan kepercayaan pengunjung untuk kembali lagi.

Hal tersebut sejalan dengan Nurhayati et al. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan penyedia jasa untuk memberikan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan melalui pelayanan yang terpercaya, berkesinambungan, dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna jasa. Mereka menekankan bahwa keandalan (reliability) menjadi salah satu aspek penting dalam kualitas layanan, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang stabil tanpa adanya perbedaan standar di setiap kesempatan pelayanan, sehingga pelanggan dapat merasakan kepastian dan rasa percaya terhadap layanan yang diterima. Serta diperkuat oleh Saputri, (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh konsistensi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan, di mana semakin konsisten layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola Kafe Tebing perlu lebih memperhatikan dan mempertahankan konsistensi pelayanan dalam setiap aspek operasional, terutama yang berkaitan dengan keandalan layanan seperti ketepatan penyajian, keramahan staf, dan kecepatan respons terhadap kebutuhan pengunjung, karena dengan menjaga stabilitas kualitas pelayanan tersebut, pengalaman positif pengunjung akan terbentuk secara berulang yang pada akhirnya tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga memperkuat minat untuk melakukan kunjungan kembali secara berkelanjutan.

Pengaruh Daya Tarik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil analisis, daya tarik wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai f_{hitung} 11,315 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Selain itu, nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($11,315 > 3,08$) menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa daya tarik destinasi dan kualitas pelayanan yang dikelola dengan baik secara bersama-sama dapat meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke Kafe Tebing. Daya tarik destinasi yang mampu menciptakan kesan positif serta kualitas pelayanan yang memenuhi harapan pengunjung menjadi elemen penting yang secara bersama-sama mendorong terbentuknya keinginan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut. Selanjutnya, jika dikaitkan dengan karakteristik responden, penelitian ini memperlihatkan bahwa wisatawan lokal Kota Kupang usia dewasa yang memiliki kecenderungan berkunjung secara berulang cenderung lebih mempertimbangkan kenyamanan, ketenangan, serta suasana alam dalam menentukan keputusan kunjungan. Dengan demikian, pengalaman berwisata yang menawarkan suasana pantai yang masih alami, panorama yang menarik, serta pelayanan yang bersikap ramah dan konsisten akan lebih mudah menciptakan kesan positif yang kuat bagi wisatawan. Selain itu, pengalaman yang terjadi secara berulang tidak hanya menimbulkan kepuasan dalam jangka pendek, tetapi juga dapat memperkuat keterikatan emosional antara wisatawan dan destinasi tersebut, sehingga pada akhirnya mendorong munculnya keinginan untuk melakukan kunjungan kembali di masa yang akan datang.

Pendapat ini sejalan dengan Havifa et al. (2024) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan, dan citra destinasi saling berkaitan dalam membentuk kepuasan wisatawan yang kemudian memengaruhi niat berkunjung kembali. Ketika wisatawan memperoleh pengalaman yang sesuai harapan, kepuasan meningkat dan mendorong munculnya keinginan untuk kembali berkunjung. Dengan demikian, kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk loyalitas dan niat kunjungan ulang. Serta diperkuat oleh Wusko & Khoviyah (2024), yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata berpengaruh dalam membentuk pengalaman berkesan wisatawan yang kemudian mendorong munculnya niat untuk berkunjung kembali. Semakin tinggi daya tarik suatu destinasi, semakin besar kemungkinan wisatawan memiliki pengalaman positif yang membuat mereka ingin kembali di masa mendatang.

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola Kafe Tebing perlu mengoptimalkan dua aspek utama secara berkelanjutan, yaitu daya tarik destinasi dan kualitas pelayanan. Pada aspek daya tarik, pengembangan dapat difokuskan pada peningkatan keunikan visual, penguatan spot foto yang estetik, serta penataan lingkungan wisata yang lebih menarik dan nyaman. Sementara itu, pada aspek kualitas pelayanan, penting untuk menjaga konsistensi layanan melalui sikap ramah, ketepatan dalam memberikan pelayanan, serta responsivitas terhadap kebutuhan pengunjung. Dengan pengelolaan kedua aspek tersebut secara seimbang, pengalaman wisatawan akan menjadi lebih positif dan berkesan, sehingga tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga memperkuat niat berkunjung kembali secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Kafé Tebing Bute, Lasiana, baik secara parsial maupun simultan. Daya tarik wisata memiliki koefisien regresi sebesar 0,386 (Sig. = 0,001), sedangkan kualitas pelayanan sebesar 0,321 (Sig. = 0,001). Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan 18,9% variasi minat berkunjung kembali, sedangkan 81,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan berkontribusi dalam meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan. Oleh karena itu, pengelola perlu terus mengembangkan daya tarik destinasi dan meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperhatikan faktor lain, seperti kepuasan wisatawan, harga, citra destinasi, pengalaman wisata, dan media sosial yang belum dikaji dalam penelitian ini.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada pengunjung Kafé Tebing Lasiana sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada destinasi wisata lain yang memiliki karakteristik berbeda. Kedua, penelitian ini hanya mengkaji pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Ketiga, masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat berkunjung kembali, seperti kepuasan wisatawan, harga, fasilitas, citra destinasi, dan media sosial yang belum dimasukkan dalam penelitian ini.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini memperkuat kajian perilaku wisatawan yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Temuan ini mengonfirmasi bahwa pengalaman wisata yang positif dan pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam membentuk niat kunjungan ulang. Secara praktis, pengelola Kafé Tebing perlu mempertahankan daya tarik alam sebagai keunggulan utama destinasi. Peningkatan fasilitas

pendukung serta pengembangan spot wisata yang menarik dan instagramable juga diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, D. P. S., & Hanum, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Website DJP terhadap Kepuasan Pengguna dengan Modifikasi E-Govqual. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 104–111.
- Armal, M., Razak, M., & Hidayat, M. (2023). Pengaruh Daya Tarik, Aksebilitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung ke Pulau Karampuang di Mamuju Sulawesi Barat. *Sparkling Journal of Management*, 1(3), 336–350.
- Atallarick, M. D., Badri, M., & Herawati, Y. (2021). Pengaruh Bukti Fisik, Daya Tanggap, Empati, Komunikasi, dan Pameran terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Museum. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 142–151.
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94–101.
- Bulan, T. P. L., & Azmi, M. L. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 313–325.
- Chandra, Z. A., Anom, I. P., & Ariwangsa, I. M. B. (2026). Pengaruh Kepuasan Layanan Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 14(1), 170–179.
- Claudius, V., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Kampung Marunda Jakarta Utara. *Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(2), 101–112.
- Harahap', Y., Siregar, I., & Cahyani, U. E. (2025). Tourist Satisfaction as a Bridge Between Memorable Tourism Experience and Revisit Intention : An Empirical Study of Aek. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 284–294.
- Havifa, M., Suhud, U., & Puruwita, D. (2024). Pengaruh Destination Image, Perceived Value, Service Quality terhadap Visitor Satisfaction dan Revisit Intention pada Taman Ismail Marzuki. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 05(01), 11–23.
- Hellen, & Susanto, P. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 7(2), 912–929.
- Japariato, E. (2019). Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Minat Berkunjung Ulang Mall di Surabaya Melalui Perceived Quality dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 17–27. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.17>
- Karini, R. S. R. A., & Azziz, M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Karang Setra Waterlanad. *Jurnal Manajemen Dan Pariwisata*, 3(2), 140–159.
- Kurniawan, R., & Sengaji, Z. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Objek Wisata Pantai Marina Kalianda Lampung Selatan. *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 862–877.
- Makalew, A. J. L., Mananeke, L., & Lintong, D. C. . A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung. *Jurnal EMBA*, 7(3), 2631–2640.
- Manyangara, M. E., Makanyeza, C., & Muranda, Z. (2023). The Effect Of Service Quality On Revisit Intention : The Mediating Role Of Destination Image. *Jurnal Homepage*, 10(3), 1–15. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2250264>

- Muzakki, A. K., & Listyawati, I. (2025). Analisis Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Wisata Heritage Kota Lama Semarang. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(6), 2362–2377.
- Nurhayati, R., Purwanto, W., Nurhayati, R., Sarana, P., & Zahra, A. (2024). Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Apotek Zahra Ngawi dengan Metode Service Quality (Servqual). *Jurnal Riset Manajemen Akuntansi Indonesia*, 2(2), 375–390.
- Nurlestari, A. F. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 2, 1–9.
- Pratama, R., Suherdiyanto, & Equanti, D. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Kebun Raya Sambas Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Pendidikan Geografi Dan Pariwisata*, 3(2), 31–35.
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49.
- Rinaldi, A. R. (2022). Analisis Pemetaan Bibliometrik Terhadap Perkembangan Penelitian Mengenai Perilaku Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 18(1), 52–67. <https://doi.org/10.53691/jpi.v18i1.268>
- Safika, N. R., & Pramularso, E. Y. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual di PT Wisata Rezeki Mulia. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 3(3), 769–780.
- Salim, M. N. M., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 113–126.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Jurnal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.
- Syafitri, D., & Ezizwita. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 328–341.
- Wusko, A. U., & Khoviyah, S. N. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Memorable Tourism Experience dan Revisit Intention(Survey Pengunjung Wisata Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 199–207.
- Yeyen, A., & Ritonga, R. M. (2025). Analisis Pengaruh Hubungan Antara Hedonism, Tourist Experience dan Revisit Intention di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8), 8956–8962. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i8.9338>