

PENGARUH DAYA TARIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP PUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN KALDERA TOBA

Fransisko Ginting¹, Isa Kristiana Situmorang², Jenny Sari Tarigan, S.E., M.T.I.³
MICE^{1,2,3}, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan
fransiskoginting@students.polmed.ac.id¹, isasitumorang@students.polmed.ac.id²,
jennysaritarigan@polmed.ac.id³

ABSTRAK

Putusan Berkunjung Kembali merupakan bentuk pertimbangan pengunjung dalam menetapkan pilihannya untuk memuaskan kebutuhan maupun keinginan. Beberapa pertimbangan tersebut diantaranya adalah Daya Tarik Objek Wisata dan Kualitas Layanan. Daya Tarik Objek Wisata adalah potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke daerah tujuan wisata. Selain Daya Tarik Objek Wisata, pengunjung juga memperhatikan Kualitas Layanan. Kualitas Layanan merupakan kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Objek Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*. Populasi penelitian ini berjumlah 12.924 pengunjung, dan sampel yang dipakai berjumlah 100 responden (*slovin*). Data yang diperoleh diolah menggunakan SPSS Versi 22 dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Objek Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Putusan Berkunjung Kembali dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Putusan Berkunjung Kembali. Selanjutnya, Daya Tarik Objek Wisata dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Putusan Berkunjung Kembali. Dengan demikian Daya Tarik Objek Wisata yang unik serta dengan adanya Kualitas Layanan yang prima terhadap pengunjung akan meningkatkan Putusan Berkunjung Kembali.

Kata Kunci : Daya Tarik Wisata, Kualitas Layanan, Putusan Berkunjung Kembali

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar sebagai salah satu pendapatan terbesar bagi negara, tidak hanya itu pariwisata dapat menciptakan multiplier efek yang dapat menggerakkan perekonomian yang ada di Indonesia dengan begitu juga jumlah pengangguran di Indonesia dapat berkurang dengan adanya aktivitas pariwisata. Perkembangan kegiatan pariwisata secara tidak langsung akan menarik para pelaku usaha seperti *agent travel*, hotel, *tour guide*, dan lain sebagainya.

Salah satu objek wisata yang sangat potensial di daerah Danau Toba adalah *The Kaldera Nomadic Escape*. Destinasi ini di bangun oleh Kementerian Pariwisata melalui Badan Pelaksana Otorita Danau Toba (BPODT). Pentingnya mengukur minat berkunjung kembali (*future intention*) wisatawan supaya dapat mengetahui apa yang diinginkan pelanggan dengan begitu loyalitas pelanggan akan semakin tinggi. Pengunjung Kaldera di beberapa bulan terakhir tidak menunjukan grafik yang terus naik tetapi juga tidak mengalami penurunan yang drastis pula. Hal tersebut dapat kita lihat di diagram grafik berikut ini.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung The Kaldera Toba Nomadic Escape dari November 2021-Maret 2022

Bulan	Jumlah
November 2021	4,195
Desember 2021	15,021
Januari 2022	21,540
Februari 2022	11,036
Maret 2022	12,139

Sumber: Badan Pelaksana Otorita Danau Toba

Jumlah kunjungan dari bulan November mengalami kenaikan hingga bulan Januari dan mengalami fluktuasi dibulan Februari. Penurunan pengunjung menunjukkan bahwa pengelola dari *The Kaldera Toba Nomadic Escape* dirancang sangat baik oleh BPODT tetapi belum bisa meningkatkan kunjungan balik wisatawan. Mempertahankan jumlah wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape* bukanlah suatu hal yang mudah, ada beberapa faktor yang dapat menunjang putusan berkunjung kembali seperti daya tarik wisata dan juga kualitas layanan.

Daya tarik objek wisata adalah salah satu faktor bagi para wisatawan untuk memutuskan untuk berkunjung kembali. *The Kaldera Toba Nomadic Escape* merupakan salah satu destinasi pariwisata yang sangat terkenal di Danau Toba. Kualitas layanan adalah totalitas dari bentuk karakteristik barang ataupun jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan wisatawan, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*”.

Karena begitu beragamnya permasalahan yang ada, untuk mencapai kedalaman kajian serta telaah masal ah, maka tidak semua permasalahan yang ada di atas dibahas. Oleh sebab itu, penelitian ini dibatasi pada “Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata dan Kualitas layanan Terhadap Putusan Berkunjung Kembali Wisatawan *The Kaldera Nomadic Escape*.” Dimana dilihat dari 2 unsur yaitu daya tarik wisata dan kualitas layanan.

TINJAUAN PUSTAKA

Putusan Berkunjung Kembali

1. Pengertian Putusan Berkunjung Kembali

Menurut Tjiptono dalam Riyadi dan Susilowati (2019) putusan berkunjung kembali adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan, yang kemudian mengarah kepada putusan pembelian. Putusan pembelian adalah tahap dimana pemebeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya.

2. Indikator Putusan Berkunjung Kembali

Menurut Cornin dan Taylor dalam Widjayanto (2019) menyatakan bahwa indikator minat berkunjung kembali adalah sebagai berikut:

- a. Rencana berkunjung kembali,
- b. Minar refrensi mengunjungi kembali,
- c. Minat prefrensi kunjungan.

Daya Tarik Wisata

1. Pengertian Daya Tarik Objek Wisata

Menurut Suwantoro (2018: 19) daya tarik wisata yang merupakan potensi dan menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke daerah tujuan wisata. Pembagian usaha daya tarik wisata dibagi atas tiga bagian, yaitu:

1. Daya tarik wisata alam
Daya tarik wisata ini berhubungan dengan alam contohnya seperti flora dan fauna, keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya ekosistem pantai dan ekosistem hutan bakau, gejala alam, contohnya kawah, air panas, air terjun dan danau. Dan budidaya sumber daya alam, contohnya sawah, perkebunan, perternakan, usaha perikanan dan lain sebagainya.
2. Daya tarik wisata sosial budaya
Berbeda dengan daya tarik sebelumnya, untuk daya tarik sosial budaya yang berhubungan tentang, museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan seni.
3. Daya tarik wisata minat khusus

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Misalnya berburu, mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata.

2. Indikator Daya Tarik Objek Wisata

Daya tarik objek wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke suatu daerah tertentu. Menurut Cooper dalam Setiawan (2018), daya tarik objek wisata mempunyai empat komponen yaitu

- 1) *Attraction* (atraksi),
- 2) *Accessibilities* (aksesibilitas),
- 3) *Amenities* (amenitas atau fasilitas),
- 4) *Ancillary* (jasa pendukung pariwisata).

Kualitas Layanan

Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2021: 128) Kualitas Layanan merupakan kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Karena perlu disadari menjual harapan berupa layanan, maka kualitas layanan terhadap wisatawan dari suatu objek wisata sangat penting dalam rangka kepuasan wisatawan..

Indikator Kualitas Layanan

Menurut Kasmir (2017: 27) berpendapat bahwa kualitas layanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan layanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan dengan kebutuhan dan keinginannya. Terdapat lima indikator kualitas layanan yaitu:

- 1) *Tangible* (bukti fisik),
- 2) *Reliability* (keandalan),
- 3) *Responsiveness* (daya tangap),
- 4) *Assurance* (aminan),
- 5) *Empathy* (empati).

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Tahapan penelitian dilakukan dengan observasi langsung dan wawancara demi mendapatkan data primer, teknik pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut:

1. Melakukan observasi langsung pada *The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
2. Melakukan penyebaran kuesioner kepada pengunjung *The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
3. Mentabulasi data.
4. Mengolah data.
5. Merumuskan hasil penelitian.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dimulai dari tanggal 03 Januari hingga penelitian ini selesai. Penelitian ini berlokasi di *The Kaldera Toba Nomadic Escape* di Toba yang dikelola oleh Badan Pelaksana Otorita Danau Toba (BPODT) yang mempunyai alamat kantor di:

Nama Perusahaan : Badan Pelaksana Otorita Danau Toba
 Alamat : Jl. Kapten Pattimura No. 125, Kelurahan Darat,
 Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera
 Utara, Indonesia, 20153
 Telepon : (061) 420020060
 Email : umum@laketoba.travel

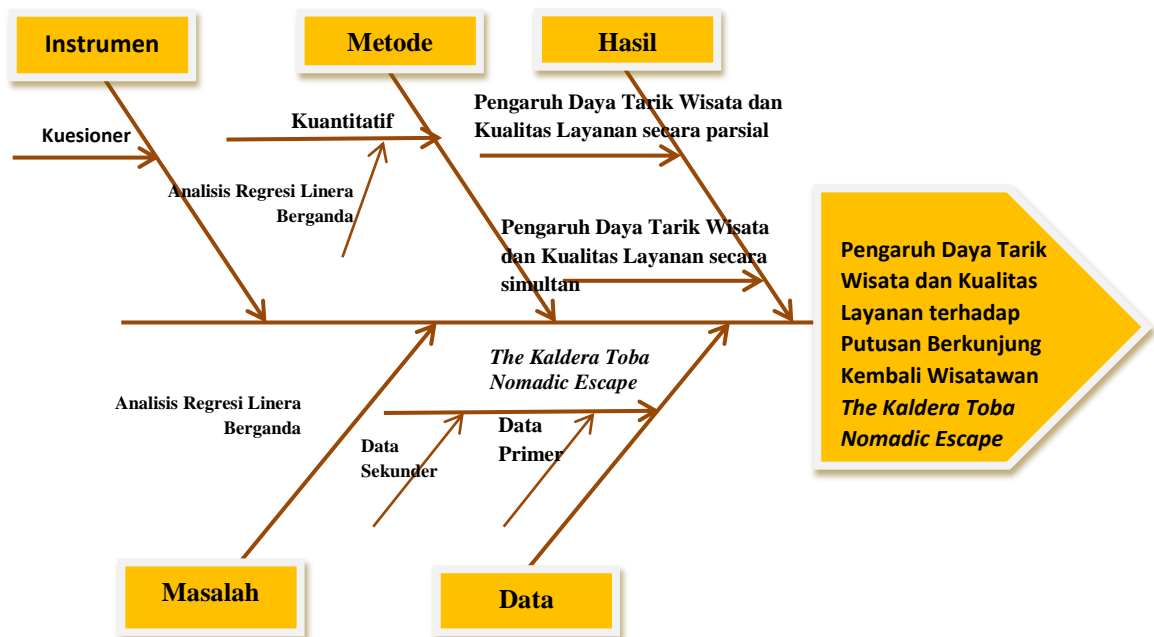
Parameter Pengukuran dan Pengamatan

Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun hasil penelitian, variabel tersebut terdiri dari Daya Tarik Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Putusan Berkunjung Kembali.

Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan model penelitian kuantitatif. Sugiyono (2020:7) menyatakan bahwa metode kuantitatif disebut sebagai metode *positivistic* (data konkrit) karena berlandaskan pada filsafat *positivism*, data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Rancangan Penelitian



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam sumber data ini terdapat dua jenis sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Data Primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama) sedangkan data sekunder adalah data primer yang diterima oleh pihak lain. Karena penelitian ini menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut primer.

Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Angket adalah teknik pengumpulan data melalui formulir yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis yang pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban agar permasalahan dapat dipecahkan. Pertanyaan yang diberikan kepada responded berkaitan dengan daya tarik objek wisata dan kualitas layanan terhadap putusan untuk berkunjung kemabali ke objek wisata The Kaldera Nomandic Esacpe. Dari jawaban pertanyaan tersebut akan memberikan informasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan masalah yang ada pada penelitian ini.

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

2. Teknik yang kedua untuk mengumpulkan data ada dengan Studi pustaka dimana ada beberapa data yang diambil dari jurnal, internet dan skripsi untuk memaksimalkan data yang ada pada penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Uji coba instrumen penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah soal dalam kuesioner tersebut layak atau tidak untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui data yang didapatkan dengan kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas kuesioner terhadap butir-butir pertanyaan.

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran. Kuesioner dinyatakan valid bila kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut.

b. Uji Reliabilitas

reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu maka indikator tersebut dapat dikatakan reliabel atau handal.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengambil putusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun observasi (tidak terkontrol). Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (daya tarik objek wisata dan kualitas layanan) terhadap variabel terikat (putusan berkunjung kembali). Untuk membuktikan hipotesis penelitian maka dilakukan uji statistik sebagai berikut:

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel bebas secara persial dalam menerangkan variabel terikat. Uji t adalah salah satu alat statistik untuk menentukan rata-rata dari sekumpulan kelompok apakah berbeda secara signifikan dengan sekumpulan rata-rata pada kelompok lainnya.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Tabel 2. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitug	Sig.	Kesimpulan
Daya Tarik Objek Wisata	0,109	2,611	0,000	Signifikan
Kualitas Layanan	0,164	3,515	0,000	Signifikan
Konstanta = 4,440 Adjusted R ² = 0,776 Sig. = 0,000				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22, 2022

Dari data analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,440 + 0,109X_1 + 0,164X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut diketahui bahwa koefisien regresi Daya Tarik Objek Wisata (b_1) dan Kualitas Layanan (b_2) memiliki koefisien regresi positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa Daya Tarik Objek Wisata (b_1) dan Kualitas Layanan (b_2) memiliki nilai positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali (Y).

Uji t

Dasar pengambilan putusan pada uji t dengan nilai probabilitas 0,05 adalah:

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya variabel X tidak berpengaruh pada V

Tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah (α) = 5% dan derajat kebebasan adalah (df) = (n-k). Adapun perhitungannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = 1,660$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.18 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Daya Tarik Objek Wisata

Hasil uji t untuk variabel Daya Tarik Objek Wisata diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,611 ($2,611 > 1,660$) dengan signifikansi 0,010 ($0,010 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai 0,109; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Daya tarik objek wisata berpengaruh positif terhadap putusan berkunjung kembali di objek wisata *The Kaldera Toba Nomadic Escape*” **diterima**.

- Kualitas Layanan

Hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Layanan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,515 ($3,515 > 1,660$) dengan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,164; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*” **diterima**.

Uji F

Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig.<0,05) maka model regresi signifikan secara statistik.

- Jika nilai Sig < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika nilai Sig > 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y.

Sehingga F_{tabel} dengan sampel 100 responden, probabilitas 5% dan df pembilang 2, df penyebut 98 adalah 3,94.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F sebesar 24,725 dengan signifikansi 0,000.

Nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai F_{hitung} 24,725 $> F_{tabel}$ 3,940, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Daya Tarik Objek Wisata dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*” **diterima**.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,884 ^a	,781	,776	2,546
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 22, 2022

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel Daya Tarik Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Putusan Berkunjung Kembali dalam penelitian ini diukur menggunakan *adjusted R*² adalah sebesar 0,776. Hal ini berarti variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 77,6%. Sebesar 22,4% (100%-77,6%) sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik objek wisata dan kualitas layanan terhadap putusan berkunjung kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*.

1. Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toab Nomadic Escape*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Daya Tarik Objek Wisata diperoleh dari t_{hitung} 2,611 (2,611 > 1,988) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,000 < 0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,109; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Daya tarik objek wisata berpengaruh positif terhadap putusan berkunjung kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*”.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahyu Eko Saputro, Sukimin, Nina Indriastuty (2020) dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening”. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Daya Tarik Wisata menentukan Putusan Berkunjung Kembali.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan terhadap putusan berkunjung kembali diperoleh nilai t_{hitung} 3,515 (3,515 > 1,988) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 > 0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,164; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*”.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Edwin Baharta (2019) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (*Revisit Intention*) Wisatawan ke Pesona Alam Puncak” mengemukakan bahwa kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi putusan berkunjung kembali.

3. Pengaruh Daya Tarik Objek Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Noamdic Escape*.

Dari hasil uji F_{hitung} sebesar 24,725 (24,725 > 3,980) dengan signifikansi 0,000. Oleh karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan “Daya Tarik Objek Wisata dan kualitas Layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*”.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trisan Widjaya (2019), dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ketep Pass”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap

variabel minat kunjungan ulang adalah Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Layanan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Daya Tarik Objek Wisata berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Noamdic Escape*.
3. Daya Tarik Objek Wisata, Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Putusan Berkunjung Kembali wisatawan *The Kaldera Toba Nomadic Escape*.
4. Besarnya pengaruh Daya Tarik Objek Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Putusan Berkunjung Kembali adalah 77,6%. Sisanya sebesar 22,4% merupakan faktor lain yang mempengaruhi putusan berkunjung kembali selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola *The Kaldera Toba Nomadic Escape*
 - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui Daya Tarik Objek Wisata yang terletak pada dimensi *ancillary service* mendapat skor terendah yakni 291, oleh karena itu pengelola *The Kaldera Toba Nomadic Escape* disarankan untuk menambah fasilitas kesehatan pada destinasi wisata. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan putusan berkunjung kembali.
 - b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kualitas Layanan yang terletak pada dimensi *reability* mendapat skor terendah 366, oleh karena itu, pengelola *The Kaldera Toba Noamdic Escape* disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung sehingga pengunjung merasa puas dan meningkatkan keinginan untuk berkunjung kembali.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi Putusan Berkunjung Kembali Wisatawan. Penelitian selanjutnya dapat menganalisis variabel lain yang memberikan kontribusi terhadap Putusan Berkunjung Kembali pada *The Kaldera Toba Nomadic Escape* yang lainnya. Misalnya variabel Citra Wisata, Kepuasan Pelanggan, Fasilitas, dan Harga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih Kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Baharta, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Wisatawan ke Pesona Alam Puncak. *Jurnal Akrab Juara*, 4(2), 225-240.
- Camelia, A., & Begawati, N. (2020). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Pantai Gandorih Di Kota Pariaman. *Matua Jurnal*, 2(1), 31-50.
- Ekowati, S., & Riyadi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Aromania Parfumery Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1), 284-299.

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

- Ghozali, A. Z. (2020). Analisis Pengaruh Upah dan Etika Kerja Islam Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimoderasi Oleh Motivasi Kerja (Studi Kasus Rumah Sakit PKU Aisyiyah Boyolali) (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Kasmir.(2017). Customer Service Excellent. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. Mpu Procuratio, 1(2 Oktober), 144-155.
- Swantoro. (2018). Dasar-Dasar Pariwisata: Yogyakarta: Penerbit Andi. Systematic Lingkange. Gramedia Jakarta.
- Setiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan kembali wisatawan pada daya tarik wisata di Kabupaten Badung. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 7, 279-308.
- Tjiptono, Fandy. (2021). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Widjianto, T. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass. Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen. Universitas Negeri Yogyakarta.