



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 3363-3370

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan serta peran Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi

Novalita Wahyu Rahmadani<sup>1</sup>, Survival<sup>2</sup>, Wahyu Wulandari<sup>3</sup>

123Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Malang

Novalitawahyu33@gmail.com

### **Abstrak**

*Fokus penelitian ini untuk menguji pengaruh citra destinasi dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan, serta peran kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi pada destinasi wisata alam. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori. Metode analisis data menggunakan SmartPLS untuk pengujian model struktural dan SPSS untuk statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Namun, fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, serta mampu memperkuat hubungan antara citra destinasi dan kepuasan wisatawan, namun tidak memperkuat hubungan antara fasilitas dan kepuasan wisatawan.*

*Kata kunci: Citra Destinasi, Fasilitas, Kepuasan Wisatawan, Kualitas Pelayanan*

### **1. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di berbagai negara di dunia, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa negara, serta pemberdayaan masyarakat lokal yang bergantung pada sektor ini. Berdasarkan laporan yang dirilis oleh World Travel & Tourism Council (WTTC), (2023) industri pariwisata berkontribusi sekitar 10,4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) global, dengan tren yang menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan internasional setiap tahunnya, baik untuk keperluan rekreasi, bisnis, maupun wisata berbasis pengalaman. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), (2023), sektor pariwisata Indonesia menunjukkan pemulihan yang signifikan pasca pandemi COVID-19, dengan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan internasional yang terus mengalami peningkatan.

Wisata alam menjadi salah satu wisata yang diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara, dimana wisatawan lebih cenderung memilih destinasi yang menawarkan keindahan alam yang masih asri, udara yang segar, serta pengalaman yang lebih menenangkan dan dekat dengan lingkungan. Tren wisatawan berbasis alam ini juga didukung oleh laporan United Nations World Tourism Organization (UNWTO), (2022), yang mengungkapkan bahwa wisata berbasis alam semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, terutama karena meningkatnya kesadaran wisatawan terhadap konsep pariwisata berkelanjutan dan ekowisata yang ramah lingkungan. Wisatawan kini lebih tertarik pada destinasi yang tidak hanya menawarkan hiburan dan rekreasi, tetapi juga memberikan pengalaman edukatif serta kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Provinsi Jawa Timur memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata berbasis alam yang terkenal dengan keanekaragaman lengkap, mulai dari gunung, pantai, air terjun, hingga taman nasional dan kebun raya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Kebun Raya Purwodadi salah satu destinasi wisata alam yang cukup potensial di Jawa Timur, namun masih memiliki peran penting dalam konservasi tumbuhan tropis dataran rendah kering di Indonesia, serta menjadi pusat penelitian, edukasi, dan rekreasi bagi masyarakat. Destinasi ini merupakan salah satu dari empat Kebun Raya yang dikelola oleh Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), dengan luas 85 hektar dan memiliki koleksi ribuan spesies tanaman, termasuk berbagai jenis tanaman langka yang menjadi bagian dari upaya konservasi flora Indonesia. Tantangan dalam pengelolaannya yang dapat mempengaruhi daya tarik di mata wisatawan dan

menghambat peningkatan jumlah kunjungan wisata ke destinasi ini. Menurut Hermawati et al., (2023) keunggulan bersaing merujuk pada strategi dan pendekatan yang memberikan keunggulan kepada perusahaan dalam memasarkan produk atau layanan mereka di pasar. Orientasi pasar mencerminkan sejauh mana perusahaan menciptakan kepuasan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai prinsip pengorganisasian dalam perusahaan (Hermawati et al., 2024).

Pemahaman tentang perilaku konsumen menjadi aspek yang sangat penting karena berkaitan erat dengan bagaimana wisatawan memilih, merasakan, dan mengevaluasi pengalaman mereka dalam suatu destinasi wisata. Setiap wisatawan memiliki karakter individu yang berbeda-beda, karakteristik individu ialah bahwa setiap orang mempunyai pandangan, tujuan, kebutuhan dan kemampuan yang berbeda-beda satu sama lain (Kunanti et al., 2022). Maka dari itu harus memahami perilaku konsumen dengan baik. Elemen utama dalam perilaku konsumen di sektor pariwisata adalah kepuasan wisatawan, yang menjadi indikator utama keberhasilan suatu destinasi dalam memenuhi harapan pengunjung. Kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya citra destinasi, fasilitas wisata, dan kualitas pelayanan. Menurut Kotler & Keller, (2016), kepuasan dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa (dalam hal ini destinasi wisata) dengan harapannya. Menurut Suhermin & Hermawati, (2021) pengukuran kepuasan tidaklah mudah, karena untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk mengukur tingkat kepuasan tersebut akan berhadapan dengan berbagai macam respon yang diluar ekspektasi.

Berdasarkan hasil observasi serta ulasan wisatawan, ditemukan beberapa permasalahan yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan wisatawan, yang mencakup citra destinasi, fasilitas, serta kualitas pelayanan. Citra merek menurut Tyassari et al., (2022) menyatakan bahwa citra merek sebagai persepsi konsumen terhadap suatu merek sebagai cerminan dari asosiasi yang ada dibenak konsumen. Citra destinasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi, karena citra yang kuat dan positif dapat membentuk ekspektasi wisatawan sebelum memutuskan untuk berkunjung. Menurut Baloglu & McCleary, (1999), citra destinasi terbentuk melalui kombinasi antara wisatawan terhadap suatu tempat wisata, pengalaman yang wisatawan miliki, serta informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti media sosial, promosi pariwisata, atau rekomendasi dari wisatawan lain. Suatu destinasi memiliki citra yang lemah atau tidak dikelola dengan baik, wisatawan akan cenderung memilih destinasi lain yang memiliki daya tarik lebih kuat dan citra yang menonjol. Oleh karena itu citra destinasi Kebun Raya Purwodadi agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung.

Kualitas dan ketersediaan fasilitas wisata juga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan selama kunjungan ke suatu destinasi. Menurut Pizam, A., & Mansfeld, (2020), fasilitas wisata yang lengkap dan berkualitas tinggi akan memberikan pengalaman yang lebih nyaman dan menyenangkan bagi wisatawan, sehingga wisatawan lebih mungkin untuk kembali berkunjung serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Beberapa wisatawan yang pernah berkunjung ke Kebun Raya Purwodadi mengungkapkan bahwa fasilitas toilet yang tersedia di destinasi wisata ini masih perlu mendapatkan perhatian lebih, terutama dalam hal ketersediaan air yang terkadang tidak lancar serta kebersihan yang belum sepenuhnya terjaga, hal ini dapat berdampak pada kenyamanan pengunjung selama berwisata dan menurunkan pengalaman positif wisatawan terhadap destinasi tersebut. Menurut Maulidiah et al., (2023) semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk menunjang kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan dalam pengelolaan fasilitas sanitasi menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan guna meningkatkan kepuasan wisatawan. Kekurangan dalam aspek fasilitas ini dapat menurunkan kenyamanan wisatawan dan mengurangi daya tarik Kebun Raya Purwodadi sebagai destinasi wisata alam unggulan.

Kualitas pelayanan juga memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, karena pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman yang positif dan meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Menurut Wahyuningsih et al., (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tentunya ditentukan oleh poin-poin penting yang ada dalam benak konsumen itu sendiri. Parasuraman et al., (1988), mengembangkan model SERVQUAL, yang mengidentifikasi lima dimensi utama dalam menilai kualitas layanan, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kualitas pelayanan mencakup keramahan dan profesionalisme staf, kesiapan dalam memberikan informasi kepada wisatawan, serta kesiapan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pengunjung. Menurut Survival et al., (2025) menyatakan bahwa kepuasan kerja mencerminkan pandangan karyawan terhadap pekerjaannya, yang sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan kerja, hubungan kerja dengan rekan, penghargaan yang diterima, serta faktor-faktor fisik dan psikologi yang mempengaruhi pengalaman yang diterima. Kualitas pelayanan yang optimal tidak hanya ditentukan oleh

kemampuan individu dalam melayani, tetapi juga terbentuk melalui lingkungan internal yang kondusif. Sejalan dengan penelitian Suhartiningtyas et al., (2022) menyatakan ada beberapa faktor yang menimbulkan kepuasan kerja, yaitu: 1) kerja yang secara mental menantang; 2) ganjaran yang pantas; 3) kondisi kerja yang mendukung; 4) rekan kerja yang mendukung; 5) kesesuaian antara kepribadian dengan pekerjaan. Hubungan kerja yang baik antar rekan kerja, komunikasi yang efektif, serta budaya kerja yang mendukung akan menciptakan suasana kerja yang positif, yang pada akhirnya akan tercermin dalam peningkatan kualitas pelayanan kepada pengunjung. Pelayanan yang diberikan tidak optimal, wisatawan mungkin akan merasa kecewa dan tidak memiliki keinginan untuk kembali berkunjung ke destinasi tersebut di masa mendatang. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kualitas pelayanan akan diteliti sebagai variabel moderasi yang berpotensi memperkuat atau memperlemah hubungan antara citra destinasi, fasilitas, dan kepuasan wisatawan.

Citra destinasi sering dikaitkan dengan tingkat kepuasan wisatawan. Menurut penelitian Chen, C.-F. and Phou, (2013), citra destinasi berpengaruh langsung terhadap harapan wisatawan sebelum kunjungan dan secara tidak langsung mempengaruhi kepuasan wisatawan setelah kunjungan. Destinasi memiliki citra yang baik, maka wisatawan akan memiliki ekspektasi positif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan. Sebaliknya, jika citra destinasi yang dibangun tidak sesuai dengan pengalaman nyata wisatawan, maka wisatawan akan merasa kecewa dan cenderung memberikan ulasan negatif. Penelitian yang dilakukan oleh Yoon & Uysal, (2005) menyatakan bahwa fasilitas wisata yang memadai berperan penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Fasilitas yang lengkap dan terawat dengan baik dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan, sehingga wisatawan lebih menikmati pengalaman wisata. Apabila fasilitas yang tersedia tidak memadai, wisatawan akan merasa kecewa dan kemungkinan besar tidak akan kembali berkunjung. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara citra destinasi dan kepuasan wisatawan. Menurut Zeithaml et al., (2018), kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan wisatawan meskipun ada beberapa kekurangan dalam aspek fasilitas atau citra destinasi.

Moderasi antara citra destinasi dan kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan juga berperan sebagai faktor penentu antara fasilitas wisata dan kepuasan wisatawan. Menurut Parasuraman et al., (1988), wisatawan tidak hanya menilai fasilitas berdasarkan keberadaannya, tetapi juga bagaimana fasilitas tersebut didukung oleh pelayanan yang baik. Contoh, jika suatu destinasi memiliki fasilitas yang cukup memadai tetapi tidak ada staf yang siap membantu atau mengelola fasilitas dengan baik, maka wisatawan tetap akan merasa kurang puas. Beberapa wisatawan Kebun Raya Purwodadi mengeluhkan bahwa fasilitas seperti toilet, jalur pejalan kaki, dan tempat istirahat masih kurang memadai, namun jika fasilitas ini diperbaiki dan didukung dengan pelayanan yang baik, seperti kebersihan yang terjaga dan adanya petugas yang sigap dalam memberikan informasi, maka tingkat kepuasan wisatawan dapat meningkat secara signifikan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut melalui penelitian dengan judul yaitu: Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan serta peran Kualitas Pelayanan sebagai variabel Moderasi (Studi pada wisata Kebun Raya Purwodadi Kabupaten Pasuruan).

## 1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan, serta peran kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Kebun Raya Purwodadi yang tidak diketahui jumlah pastinya, oleh karena itu teknik penentuan sampel dilakukan dengan metode *non-probability* sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu: responden minimal berusia 17 tahun, pernah mengunjungi Kebun Raya Purwodadi lebih dari satu kali, dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow*, sehingga diperoleh 100 responden.

Data dikumpulkan melalui skala Likerrt (1-5) poin untuk mengukur empat konstruk utama dalam penelitian ini, yaitu: Citra Destinasi (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (M), dan Kepuasan Wisatawan (Y). Analisis data dilakukan dengan dua software: *SPSS* digunakan untuk analisis statistik deskriptif karakteristik responden, dan *SmartPLS* digunakan untuk menguji model pengukur (validitas dan reabilitas konstruk) serta model struktural (pengujian hipotesis dengan *Partial Least Square – Structural Equation Modeling/PLS-SEM*).

### 3. Hasil dan Diskusi

#### Hasil dan Analisis Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada wisatawan Kebun Raya Purwodadi yang berjumlah 100 responden. Berikut ini disajikan tabel karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-Laki	32	32%
2.	Perempuan	68	68%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data kuesioner diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini lebih banyak melibatkan responden perempuan sebanyak 68 orang atau 68% dari total responden dibandingkan dengan responden laki-laki sebanyak 32 orang atau 32% dari total responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	17 - 26 Tahun	84	84%
2.	27 - 36 Tahun	12	12%
3.	37 - 47 Tahun	4	4%
4.	48 - 57 Tahun	0	0%
5.	>58 Tahun	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data kuesioner diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, responden yang berusia 17-26 tahun berjumlah 84 orang (84%), berusia 27-36 tahun berjumlah 12 orang (12%), berusia 37-47 tahun berjumlah 4 orang (4%), berusia 48-57 tahun dan berusia lebih dari 58 tahun dalam kelompok usia tersebut tidak ada responden, yang berarti kategori ini tidak diwakili dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa responden usia 17-26 tahun yang mendominasi menjadi responden di penelitian ini.

Tabel 3. Karakteristik berdasarkan Jumlah Berkunjung

No	Jumlah Berkunjung	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sekali	0	0%
2.	Lebih dari satu kali	100	100%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data kuesioner diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden telah berkunjung lebih dari satu kali, jadi responden dalam penelitian ini memiliki pengalaman yang cukup mendalam terhadap wisata Kebun Raya Purwodadi, sehingga dapat memberikan pandangan yang lebih informatif mengenai citra destinasi, fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan terhadap wisata Kebun Raya Purwodadi.

#### *Convergen Validity*

Tabel 4. Result For Outer Loading

Item	Citra Destinasi (X1)	Fasilitas (X2)	Kualitas Pelayanan (M)	Kepuasan Wisatawan (Y)
X1.1	0.822			
X1.2	0.839			
X1.3	0.884			
X1.4	0.867			
X1.5	0.836			
X1.6	0.806			
X1.7	0.828			
X1.8	0.806			
X1.9	0.814			
X1.10	0.816			
X2.1		0.776		
X2.2		0.785		
X2.3		0.785		
X2.4		0.807		
X2.5		0.813		
X2.6		0.824		

X2.7	0.834	
X2.8	0.860	
X2.9	0.815	
X2.10	0.824	
M1.1		0.824
M1.2		0.822
M1.3		0.850
M1.4		0.829
M1.5		0.819
M1.6		0.847
M1.7		0.827
M1.8		0.795
M1.9		0.790
M1.10		0.833
Y1.1		0.843
Y1.2		0.828
Y1.3		0.879
Y1.4		0.835
Y1.5		0.840
Y1.6		0.846

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas mengenai hasil *cross-loading* dapat diketahui bahwa nilai seluruh indikator memiliki loading di atas 0.6 dan disignifikan. Dalam proses analisisnya, hasil uji *outer loading* menunjukkan bahwa semua memiliki nilai yang memenuhi syarat.

### ***Discriminant Validity***

Tabel 5. Hasil Uji *Cross Loading*

Item	Citra Destinasi (X1)	Fasilitas (X2)	Kualitas Pelayanan (M)	Kepuasan Wisatawan (Y)
X1.1	0.822	0.661	0.624	0.647
X1.2	0.839	0.681	0.596	0.622
X1.3	0.884	0.751	0.660	0.678
X1.4	0.867	0.763	0.606	0.591
X1.5	0.836	0.694	0.542	0.512
X1.6	0.806	0.647	0.439	0.438
X1.7	0.828	0.639	0.449	0.526
X1.8	0.806	0.28	0.504	0.568
X1.9	0.814	0.720	0.579	0.530
X1.10	0.816	0.683	0.521	0.493
X2.1	0.590	0.776	0.527	0.443
X2.2	0.615	0.785	0.530	0.445
X2.3	0.663	0.785	0.494	0.440
X2.4	0.638	0.807	0.550	0.448
X2.5	0.648	0.813	0.590	0.486
X2.6	0.734	0.824	0.522	0.535
X2.7	0.715	0.834	0.627	0.568
X2.8	0.694	0.860	0.676	0.643
X2.9	0.693	0.815	0.664	0.625
X2.10	0.698	0.824	0.696	0.679
M1.1	0.634	0.670	0.824	0.652
M1.2	0.578	0.614	0.822	0.687
M1.3	0.604	0.659	0.850	0.675
M1.4	0.483	0.591	0.829	0.626
M1.5	0.527	0.612	0.819	0.633
M1.6	0.448	0.513	0.847	0.636
M1.7	0.547	0.568	0.827	0.692
M1.8	0.472	0.534	0.795	0.645
M1.9	0.573	0.699	0.790	0.744
M1.10	0.634	0.626	0.833	0.726
Y1.1	0.640	0.622	0.812	0.843
Y1.2	0.611	0.586	0.725	0.828
Y1.3	0.522	0.575	0.709	0.879
Y1.4	0.581	0.547	0.654	0.835
Y1.5	0.540	0.472	0.609	0.840
Y1.6	0.549	0.519	0.601	0.846
M*X1	-0.489	-0.460	-0.407	-0.401
M*X2	-0.468	-0.460	-0.372	-0.401

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *discriminant validity* untuk setiap variabel lebih tinggi jika dibandingkan dengan korelasi laten lainnya. Sehingga dapat dikatakan variabel laten dalam penelitian ini memiliki *discriminant validity* yang memadai.

### Reability dan Validity

Tabel 6. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Konstruk	AVE	Composite Reability	Cronbach's Alpha
Cita Destinasi (X1)	0.693	0.957	0.951
Fasilitas (X2)	0.660	0.951	0.943
Kepuasan Wisatawan (Y)	0.715	0.938	0.920
Kualitas Pelayanan (M)	0.679	0.955	0.947

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, setiap konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0.5 yang menunjukkan validitas konvergen yang baik hal ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians dari indikator-indikator yang digunakan dapat dijelaskan oleh masing-masing konstruk. Semua nilai *Composite Reability* dalam penelitian ini di atas 0.7 yang menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki konsistensi internal yang tinggi, berarti bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur setiap konstruk memiliki tingkat keandalan yang tinggi dalam mengukur konsep yang dimaksud. Hasil uji reabilitas juga bisa diperkuat menggunakan *Cronbach's Alpha* yang memiliki nilai di atas 0.7 yang diperoleh dipenelitian ini.

### R-Square

Tabel 7. R-Square

Variabel Laten Endogen	R-Square
Kepuasan Wisatawan (Y)	0.717

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan nilai R-Square Kepuasan Wisatawan yang diperoleh sebesar 0.717 hasil ini menunjukkan bahwa Citra Destinasi (X1), Fasilitas (X2) memberikan pengaruh sebesar 0.717 setara dengan 71,7% terhadap Kepuasan Wisatawan, sedangkan sebesar 28,3% sisanya merupakan kontribusi pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan kontribusi yang cukup baik dari variabel endogen, meskipun masih terdapat variabel lain di luar model yang turut berkontribusi terhadap variabel endogen yang diteliti.

### Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Hasil Koefisien Jalur dan Uji Hipotesis

Path	Original Sampel	T-Statistics	P-Values	Keterangan
CD(X1) → KW (Y)	0.275	2.881	0.004	Diterima
F(X2) → KW (Y)	-0.114	0.897	0.370	Ditolak
KP (M) → KW (Y)	0.672	7.131	0.000	Diterima
KP (M) x CD (X1) → KW (Y)	-0.233	2.218	0.027	Diterima
KP (M) x F(X2) → KW (Y)	0.141	1.455	0.146	Ditolak

Sumber: Data diolah 2025

### Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan

Diperoleh t-statistik sebesar 2.881 lebih besar dari 1.96 dan nilai p-values sebesar 0.004 lebih kecil dari 0.05, sehingga disimpulkan bahwa hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima. Dengan demikian citra destinasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wiatawan Kebun Raya Purwodadi. Temuan ini mengidentifikasi bahwa persepsi positif wisatawan terhadap Kebun Raya Purwodadi memainkan peran penting dalam membentuk tingkat kepuasan wisatawan yang di rasakan selama atau setelah berkunjung. Semakin kuat dan positif yang terbentuk dibenak wisatawan maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka merasa puas terhadap pengalaman wisatawan. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan Septiandari et al., (2021), yang menyatakan bahwa citra destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pantai Tiga Warna, serta penelitian Putri et al., (2023), yang menyatakan bahwa citra destinasi menjadi salah satu variabel penting dalam membentuk kepuasan pengunjung Kebun Raya Purwodadi.

### Pengruh Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Diperoleh t-statistik sebesar 0.897 lebih kecil dari 1.96 dan nilai p-values sebesar 0.370 lebih besar dari 0.05, sehingga disimpulkan bahwa hipotesis nol (H0) tidak dapat ditolak dan hipotesis alternatif (H1) ditolak. Dengan demikian, fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Kebun Raya Purwodadi. Temuan ini mengidentifikasi bahwa meskipun berbagai fasilitas seperti area parkir, toilet umum, tempat duduk, jalur pejalan kaki, dan papan informasi telah tersedia di kawasan tersebut, namun keberadaan fasilitas-fasilitas tersebut belum cukup kuat atau belum mampu memberikan kontribusi langsung yang nyata terhadap peningkatan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung selama berkunjung. Hasil temuan dalam penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handayani et al., (2019) di bangka Botanical Garden dan Alana & Putro, (2020) di destinasi wisata Goa Lowo Trenggalek, dimana keduanya menyatakan bahwa fasilitas berperan positif dan signifikan dalam membentuk kepuasan pengunjung. Dalam penelitian tersebut, fasilitas dianggap sebagai faktor penting yang mampu meningkatkan kenyamanan dan memperkaya pengalaman wisatawan, yang pada akhirnya berkontribusi langsung terhadap kepuasan wisatawan.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan**

Diperoleh t-statistik sebesar 7.131 lebih besar dari 1.96 dan nilai p-values sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, sehingga disimpulkan bahwa hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Kebun Raya Purwodadi. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola Kebun Raya Purwodadi, termasuk interaksi antara petugas dan wisatawan, kejelasan informasi, kecepatan layanan, sikap ramah dan profesionalisme staf. Hal ini memiliki dampak langsung terhadap bagaimana wisatawan menilai dan merasakan tingkat kepuasan wisatawan selama berada di Kebun Raya Purwodadi. Penelitian ini juga memperoleh dukungan dari penelitian yang dilakukan oleh Septianing & Farida, (2021) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung diberbagai destinasi wisata.

#### **Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan yang Dimoderasi Kualitas Pelayanan**

Diperoleh t-statistik sebesar 2.218 lebih besar dari 1.96 dan nilai p-values sebesar 0.027 lebih kecil dari 0.05, sehingga disimpulkan bahwa hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima. Artinya, citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang dimoderasi oleh kualitas pelayanan. Temuan ini memberikan makna penting bahwa meskipun citra destinasi yang terbentuk di benak wisatawan telah positif, namun dampak citra tersebut terhadap tingkat kepuasan wisatawan akan jauh lebih kuat dan bermakna apabila didukung secara langsung oleh pelayanan yang berkualitas.

#### **Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan yang Dimoderasi Kualitas Pelayanan**

Diperoleh t-statistik sebesar 1.455 lebih kecil dari 1.96 dan nilai p-values sebesar 0.146 lebih besar dari 0.05, sehingga disimpulkan bahwa hipotesis nol (H0) tidak dapat ditolak dan hipotesis alternatif (H1) ditolak. Dengan demikian, fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang dimoderasi oleh kualitas pelayanan. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara fasilitas yang disediakan dan kualitas pelayanan yang diberikan belum mampu memperkuat hubungan secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan yang diberikan sudah tergolong baik dan memadai, hal tersebut tidak cukup untuk memperkuat atau meningkatkan pengaruh fasilitas secara langsung terhadap kepuasan wisatawan. Hasil temuan ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hofifah, (2023) di obyek wisata Sanggaluri Park Purbalingga, dimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan yang dimoderasi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka hasil analisis dan hipotesis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan memperkuat pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan tidak memperkuat hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.

#### **Referensi**

- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* ..., 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/S0160->

7383(99)00030-4

- Chen, C.-F. and Phou, S. (2013). A closer look at destination: Image, personality, relationship and loyalty. *Tourism Management*, 269–278. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.015>
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Facilities, Accessibility and Travel Attractiveness on Tourist Satisfaction. *Jimb*, 20(2), 123–133. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/3228>
- Hermawati, A., Anam, C., Suwarta, S., & Wulandari, W. (2023). Capaian Kinerja Pemasaran Berbasis Marketing Terintegrasi Melalui Analisis Path Pada Ukm Industri Pariwisata Di Jawa Timur. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 291. <https://doi.org/10.35906/equili.v12i2.1611>
- Hermawati, A., Sembhodho, A. T., Sopanah, A., & Suhermin. (2024). VARIABEL PENENTU KINERJA UKM INDUSTRI PARIWISATA DI JAWA TIMUR BERBASIS PEMILIHAN PRIORITAS WILAYAH DAN KEPENTINGAN Adya. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 529–545.
- Hofifah, N. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi pada Obyek Wisata Sanggaluri Park Purbalingga*. UNIVERSITAS NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). (2023). *Laporan perkembangan sektor pariwisata Indonesia*. <https://www.kemenparekraf.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kunanti, W. S., Mas, N., Wulandari, W., & Hermawati, A. (2022). PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP KINERJA KARYAWAN YANG DIMEDIASI OLEH KOMPETENSI KARYAWAN (STUDI PADA KARYAWAN DEPARTEMEN LIQUID PT INDOLAKTO DI PURWOSARI). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 15–25.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & L., A. B. L. (1988). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64(January), 12–35.
- Pizam, A., & Mansfeld, Y. (2020). *Consumer behavior in travel and tourism*. Routledge.
- Putri, V. N., Roedjinandari, N., & Risfandini, A. (2023). Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kebun Raya Purwodadi. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1564>
- Septiandari, W., Hidayatullah, S., Alviana, S., & Aprilia. (2021). *PENGARUH CITRA DESTINASI WISATA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PANTAI TIGA WARNA*. 15(2), 134–148.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Suhartiningtyas, S., Survival, S., & Hermawati, A. (2022). Analisis Efek Mediasi Kepuasan Kerja Berbasis Gaya Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 3(2), 121–131. <https://doi.org/10.52300/jmso.v3i2.5516>
- Suhermin, & Hermawati, A. (2021). Membangun Kepercayaan Kepada Rumah Sakit Berdasarkan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pasien. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1), 51–59.
- Survival, Wulandari, W., Quthni, M. D., & Fa'riyah, N. (2025). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan yang Dimoderasi Lama Kerja ( Studi pada Karyawan Galaxy Solusindo di Kota Malang ). *Akademik Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(2), 873–885.
- Tyassari, P., Wulandari, W., & Hastuti, T. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Smartphone Merek OPPO Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyagama Malang). *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2022). Global report on nature-based tourism. In *UNWTO Publishing*. <https://www.unwto.org>
- Wahyuningsih, Adya Hermawati, & Bambang Budiantono. (2023). The Effect Of Digital Marketing And Service Quality On Customer Satisfaction And The Role Of Word Of Mouth As A Moderating Variable. *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 3(1), 579–597. <https://doi.org/10.31328/cebi.v3i1.345>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2023). *Economic impact report: The role of travel and tourism in global GDP*. <https://www.wttc.org>
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1029>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

---