

## STUDI EMPIRIS : DAMPAK AKSESIBILITAS DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEINGINAN BERKUNJUNG KEMBALI KE Pemandian Alam SEMBAHE

Siti Anggiani<sup>1</sup>; Adelina Lubis<sup>2\*</sup>; Muhammad Akbar Siregar<sup>3</sup>

Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Medan Area<sup>1,2</sup>

Pascasarjana, Program Studi Magister Agribisnis, Universitas Medan Area<sup>3</sup>

Email : adelina@staff.uma.ac.id<sup>2\*</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini meneliti bagaimana aksesibilitas dan citra destinasi Pemandian Alam Sembahe mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. Peneliti menggunakan survei terhadap 98 pengunjung Pemandian Alam Sembahe dan menganalisis data dengan regresi linier berganda. Aksesibilitas dan citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan berkunjung kembali. Aksesibilitas yang mudah dijangkau dan citra destinasi yang positif meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali. Implikasi penelitian penting untuk menjaga dan meningkatkan aksesibilitas dan citra destinasi Pemandian Alam Sembahe. Upaya yang dapat dilakukan adalah memperbaiki infrastruktur jalan, menyediakan fasilitas yang lengkap, melakukan promosi yang efektif untuk meningkatkan citra destinasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dan citra destinasi adalah faktor penting yang memengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Pemandian Alam Sembahe. Dengan menjaga dan meningkatkan kedua faktor ini, pengelola wisata dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung kembali dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata.

Kata kunci : Pemandian Alam Sembahe; Aksesibilitas; Citra Destinasi; Keinginan Berkunjung Kembali; Regresi Linier Berganda

### ABSTRACT

*This research examines how the accessibility and image of the Sembahe Natural Bathing destination influence tourists' desire to visit again. Researchers used a survey of 98 visitors to the Sembahe Natural Baths and analyzed the data using multiple linear regression. Accessibility and destination image have a significant influence on the desire to visit again. Easy accessibility and a positive destination image increase tourists' desire to return. The research implications are important for maintaining and improving the accessibility and image of the Sembahe Natural Bathing destination. Efforts that can be made are improving road infrastructure, providing complete facilities, carrying out effective promotions to improve the image of the destination. This research shows that accessibility and destination image are important factors that influence tourists' desire to return to Alam Sembahe Baths. By maintaining and improving these two factors, tourism managers can increase the number of tourists who return and increase income from the tourism sector.*

*Keywords : Sembahe Natural Baths; Accessibility; Destination Image; Desire To Visit Again; Multiple Linear Regression*

## PENDAHULUAN

Sumatera Utara memiliki banyak objek wisata alam yang indah, salah satunya adalah Pemandian Alam Sembahe di Desa Sembahe, Deli Serdang. (Christy & others, 2017) (Matondang, 2017). Pemandian ini menawarkan keindahan alam yang asri, air yang jernih dan sejuk, serta berbagai aksesibilitas penunjang yang cukup memadai (Hutagalung, 2020). Meskipun memiliki potensi wisata yang besar, Pemandian Alam Sembahe masih belum menunjukkan tingkat kunjungan wisatawan yang optimal. Analisis data menunjukkan bahwa jumlah pengunjung mengalami stagnasi selama beberapa tahun terakhir.

Kemudahan akses dan citra Pemandian Alam Sembahe diduga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi jumlah pengunjungnya. Aksesibilitas yang mudah dan nyaman akan memudahkan wisatawan untuk mencapai lokasi wisata (Abdulhaji & Yusuf, 2016) (Ma'rifah, 2023)(Daulay, 2022), sedangkan citra destinasi yang positif akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Charli & others, 2020) (Putri et al., 2022).

Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian ini difokuskan pada (a) Seberapa besar pengaruh kemudahan aksesibilitas terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung ke Pemandian Alam Sembahe (b) Bagaimana pengaruh citra atau citraan Pemandian Alam Sembahe terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung (c) Secara bersama-sama, seberapa besar pengaruh kemudahan aksesibilitas dan citra Pemandian Alam Sembahe terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung.

Penelitian terdahulu telah mengkaji dampak aksesibilitas dan citra destinasi terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung (Destorina et al., 2024) . Kemudahan dan kenyamanan aksesibilitas meningkatkan minat wisatawan untuk kembali berkunjung (Hidayat et al., 2017). Wisatawan lebih tertarik untuk mengunjungi kembali tempat wisata yang memiliki citra positif, seperti pemandangan alam yang memesona, rasa aman yang terjamin, dan keramahan penduduk setempat (Utami et al., 2022).

Beberapa kelemahan penelitian sebelumnya meliputi (a) Kurangnya penelitian yang menyelidiki dampak aksesibilitas dan citra destinasi terhadap keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi objek wisata alam seperti Pemandian Alam Sembahe. (b)

Ketiadaan penelitian yang menguji hubungan mediasi antara aksesibilitas, citra destinasi, dan keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung.

Penelitian ini memiliki urgensi tinggi mengingat Pemandian Alam Sembaha, sebagai salah satu objek wisata alam potensial di Sumatera Utara, belum mencapai tingkat kunjungan wisatawan yang optimal. Dengan memahami pengaruh aksesibilitas dan citra destinasi terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung, pengelola wisata dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Aksesibilitas destinasi wisata mengacu pada kemudahan wisatawan untuk mencapai dan menjelajahi destinasi tersebut (Rosalina et al., 2023) (Effendi & Shunhaji, 2021). Faktor-faktor yang termasuk dalam aksesibilitas (Yofina Mulyati & others, 2019) meliputi:

- a. Transportasi: Ketersediaan dan kualitas moda transportasi yang menghubungkan destinasi dengan asal wisatawan, seperti jalan raya, kereta api, pesawat udara, dan transportasi lokal.
- b. Infrastruktur: Ketersediaan dan kualitas infrastruktur di destinasi, seperti jalan, jembatan, trotoar, papan petunjuk, dan aksesibilitas umum lainnya.
- c. Akomodasi: Ketersediaan dan variasi akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran wisatawan.
- d. Informasi: Ketersediaan informasi yang akurat dan mudah diakses tentang destinasi, seperti brosur, peta, situs web, dan aplikasi mobile.

Aksesibilitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk berkunjung kembali ke destinasi (Pandaleke & Mananeke, 2019).

Pemahaman wisatawan tentang karakteristik, atribut, dan manfaat yang ditawarkan oleh suatu destinasi wisata (Listyawati, 2020). Gambaran ini tercipta dari berbagai sumber informasi, seperti media massa, cerita turun-temurun, dan pengalaman pribadi para wisatawan (Jalilvand & Heidari, 2017). Faktor-faktor yang memengaruhi citra destinasi meliputi:

- a. Atraksi wisata: Keunikan dan daya tarik wisata yang ditawarkan oleh destinasi.
- b. Kualitas layanan: Kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa wisata, seperti hotel, restoran, dan agen perjalanan.
- c. Keamanan: Tingkat keamanan dan kenyamanan di destinasi.

- d. Kebersihan: Kebersihan lingkungan dan aksesibilitas di destinasi.
- e. Keramahan penduduk lokal: Keramahan dan keramahan penduduk lokal terhadap wisatawan.

Citra destinasi yang positif dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung dan mendorong mereka untuk berkunjung kembali (Lee & Bai, 2016) (Kanwel et al., 2019) .

Kemungkinan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke tempat wisata yang sama (Huang & Hsu, 2009)(Segara et al., 2023) (Lubis & others, 2016) . Keinginan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk:

- a. Kepuasan: Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalaman mereka di destinasi.
- b. Nilai: Nilai yang dirasakan wisatawan dengan mengunjungi destinasi, seperti pengalaman baru, pengetahuan baru, dan relaksasi.
- c. Keterikatan: Tingkat keterikatan wisatawan terhadap destinasi, seperti rasa cinta, nostalgia, dan rasa memiliki.)

### **METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018:113). Berdasarkan pertanyaan dan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Sayum Saba, Kecamatan Sibolangit, Kabupaten Deli Serdang, dengan 98 sampel yang diperoleh menggunakan metode non-probabilitas (Lamm & Lamm, 2019). penelitian ini menggunakan kombinasi data primer dan sekunder, skala Likert, analisis regresi linear berganda, dan uji t dan uji dominan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

### **HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI**

Aksesibilitas dan Citra Destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keinginan Berkunjung Kembali. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung (158,364) yang jauh lebih besar daripada F tabel (3,09) dan tingkat signifikansi F hitung (0,000) yang jauh lebih kecil daripada tingkat signifikansi  $\alpha$  (0,05). Fasilitas dan Citra Destinasi memiliki hubungan positif dengan Keinginan Berkunjung Kembali. Artinya, semakin baik fasilitas dan citra destinasi, semakin tinggi pula keinginan wisatawan untuk

berkunjung kembali. aksesibilitas, citra destinasi, dan fasilitas merupakan faktor-faktor penting yang dapat meningkatkan Keinginan Berkunjung Kembali. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam upaya meningkatkan daya tarik destinasi dan mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali.

Jika Aksesibilitas dan Citra Destinasi konstan, Keinginan Berkunjung Kembali akan meningkat 3,232 poin. Aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keinginan Berkunjung Kembali. Meningkatkan Aksesibilitas akan meningkatkan Keinginan Berkunjung Kembali sebesar 0,488 poin. Citra Destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keinginan Berkunjung Kembali. Meningkatkan Citra Destinasi akan meningkatkan Keinginan Berkunjung Kembali sebesar 0,548 poin.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Nilai R 0,885 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara Aksesibilitas, Citra Destinasi, dan Keinginan Berkunjung Kembali. Hal ini berarti Kemudahan akses dan citra positif suatu destinasi meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk berkunjung kembali. Semakin mudah diakses dan citra yang semakin baik, semakin tinggi keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali.

### **Pembahasan**

Sebuah studi (Charli & others, 2020) menemukan bahwa kemudahan akses, kelengkapan fasilitas, dan citra positif suatu destinasi wisata menjadi faktor penentu utama bagi minat wisatawan untuk berkunjung. Kemudahan akses ini (Ath'af & Sukaris, 2024). berkaitan dengan ketersediaan berbagai pilihan transportasi, seperti transportasi umum, taksi, dan ojek online, serta informasi yang jelas tentang akses menuju lokasi wisata, seperti peta, petunjuk arah, dan jadwal transportasi (Dewantara, 2019). Ketersediaan fasilitas yang lengkap dan akomodasi yang nyaman merupakan faktor penting untuk menarik wisatawan agar tinggal lebih lama di destinasi wisata (Bambang Supriadi et al., 2017).

Riset menunjukkan bahwa citra dan kualitas layanan suatu destinasi wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan dan keinginan pengunjung untuk kembali (Sangkaeng et al., 2015) (Darojat, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi sangatlah penting untuk menarik wisatawan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, pengelola Pemandian Alam Sembahe perlu melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan citra destinasi. Upaya-upaya yang dapat dilakukan pengelola Pemandian

Alam Sembahe untuk meningkatkan citra destinasi antara lain: Promosi dan publikasi yang efektif: Memanfaatkan berbagai media untuk mempromosikan Pemandian Alam Sembahe kepada target pasar yang tepat. Meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan: Menyediakan fasilitas yang lengkap dan terawat, serta memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada wisatawan. Dengan meningkatkan citra destinasi, Pemandian Alam Sembahe dapat menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan pendapatan.

Para peneliti menemukan bahwa kemudahan akses dan reputasi positif sebuah destinasi wisata menjadi faktor penentu utama bagi wisatawan untuk kembali berkunjung (Utami et al., 2022) (Ariyani et al., 2022). Penelitian di Pemandian Alam Sembahe menunjukkan bahwa kemudahan akses dan reputasi wisata menjadi faktor penentu utama bagi wisatawan untuk kembali berkunjung.

### **KESIMPULAN**

Pemandian Alam Sembahe: Destinasi wisata alam favorit di Sumatera Utara dengan air panas alami berkhasiat kesehatan. Penelitian ini menganalisis pengaruh aksesibilitas dan citra destinasi terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Metode penelitian Survei terhadap 98 pengunjung Pemandian Alam Sembahe. Hasil penelitian Aksesibilitas mudah dan infrastruktur memadai meningkatkan kenyamanan wisatawan dan mendorong kunjungan ulang. Citra destinasi positif (keindahan alam, kebersihan lingkungan, keramahan penduduk) menarik wisatawan untuk kembali berkunjung. Aksesibilitas dan citra destinasi positif berpengaruh signifikan terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Implikasi penelitian Pentingnya peningkatan aksesibilitas dan citra destinasi oleh pengelola objek wisata. Sediakan infrastruktur memadai (jalan mudah, tempat parkir luas, toilet bersih). Jaga kebersihan lingkungan dan berikan pelayanan ramah kepada wisatawan. Temuan utama penelitian adalah Aksesibilitas dan citra destinasi positif memiliki pengaruh positif terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Penelitian ini menekankan pentingnya peran pengelola objek wisata dalam meningkatkan aksesibilitas dan citra destinasi untuk menarik wisatawan dan meningkatkan kunjungan ulang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2016). Pengaruh atraksi, aksesibilitas dan fasilitas terhadap citra objek wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Humano: Jurnal*



- Penelitian*, 7(2), 134–148.
- Ariyani, R. M., Dhamera, V., & Suyitno, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 133–147.
- Ath'af, S., & Sukaris, S. (2024). Pengaruh destination image, electronic word of mouth, dan accessibility terhadap decision to visit wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 7(2), 211–222.
- Bambang Supriadi, S. E., Roedjinandari, N., & others. (2017). *Perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata*. Universitas Negeri Malang.
- Charli, C. O., & others. (2020). Pengaruh social media marketing, fasilitas wisata dan citra destinasi wisata terhadap minat wisatawan berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 40–48.
- Christy, R. A., & others. (2017). *Pengembangan Potensi Pemandian Alam Sembahe untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata Alam di Kabupaten Deli Serdang*. Universitas Sumatera Utara.
- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1), 23–37.
- Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.
- Destorina, B. V., Pattaray, A., & others. (2024). Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi terhadap Keinginan Berkunjung Kembali ke Danau Biru Karang Sidemen Lombok Tengah. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 237–244.
- Dewantara, M. H. (2019). Peran Gojek Sebagai Akses Publik Wisatawan di Bali dan Pelopor Ekonomi Kreatif. *J. Master Pariwisata. Doi*, 10.
- Effendi, I., & Shunhaji, A. (2021). Consumer Factors Buying Organic Products in North Sumatera. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, December 2020. <https://doi.org/10.51275/alim.v2i2.185>
- Hidayat, T. T. N., Chalil, C., & Sutomo, M. (2017). Pengaruh aksesibilitas dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 3(2), 201–212.
- Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29–44.
- Hutagalung, L. Y. B. (2020). *Pengaruh Karakteristik Individu dan Citra Destinasi Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Pengunjung pada Obyek Wisata Gantang Rani Desa Sembahe Kecamatan Sibolangit*. Universitas Sumatera Utara.
- Jalilvand, M. R. (2017). Word-of-mouth vs. mass media: Their contributions to destination image formation. *Anatolia*, 28(2), 151–162.
- Jalilvand, M. R., & Heidari, A. (2017). Comparing face-to-face and electronic word-of-mouth in destination image formation: The case of Iran. *Information Technology \& People*, 30(4), 710–735.
- Kanwel, S., Lingqiang, Z., Asif, M., Hwang, J., Hussain, A., & Jameel, A. (2019). The influence of destination image on tourist loyalty and intention to visit: Testing a multiple mediation approach. *Sustainability*, 11(22), 6401.

- Lamm, A. J., & Lamm, K. W. (2019). Using non-probability sampling methods in agricultural and extension education research. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 26(1), 52–59.
- Lee, S., & Bai, B. (2016). Influence of popular culture on special interest tourists' destination image. *Tourism Management*, 52, 161–169.
- Listyawati, I. H. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 6(2), 35–44.
- Lubis, A., & others. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*.
- Ma'rifah, A. N. (2023). Tingkat Literasi Aksesibilitas Wisatawan Domestik di Indonesia. *Ekodestinas*, 1(1), 20–26.
- Matondang, M. F. (2017). ANALISIS PENGEMBANGAN KECAMATAN SIBOLANGIT SEBAGAI KAWASAN STRATEGIS CEPAT TUMBUH KABUPATEN DELI SERDANG PROVINSI SUMATERA UTARA. *Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 5(1), 1–5.
- Pandaleke, C. J., & Mananeke, L. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Putri, K. A. N. W., Liestiandre, H. K., & Nyoman, D. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Ubud. *Jurnal Kepariwisata Vol*, 21(1), 37.
- Rosalina, D., Lubis, A., & Effendi, I. (2023). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION OF ISLAMIC PEOPLE'S FINANCING BANKS IN MEDAN CITY. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 1105–1112.
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Segara, S. C., Effendi, I., & Lubis, A. (2023). The influence of brand image and digital marketing on the decisions to visit tourists to improve the community's economy in Sayum Sabah. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1536–1542.
- Utami, A. T., Wufron, W., Wahid, A. A., & Rahayu, D. A. (2022). Minat Berkunjung Wisatawan Dianalisis Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Kuliner Warung Terapung. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22(1), 48–58.
- Yofina Mulyati, M., & others. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 13(1).
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.