

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta membuka peluang usaha bagi masyarakat (Fadilla, 2024). Sektor ini tidak hanya meningkatkan pendapatan daerah, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan mendorong perkembangan sektor lain seperti transportasi, kuliner, akomodasi, dan industri kreatif (Dyantra & Nisa, 2024). Perkembangan destinasi wisata turut meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat lokal serta memperkenalkan budaya dan kearifan lokal kepada wisatawan. Salah satu wilayah yang mengembangkan sektor ini adalah Provinsi Jawa Timur.

Provinsi Jawa Timur memiliki potensi pariwisata yang beragam dan terus berkembang, meliputi wisata alam, budaya, sejarah, hingga wisata buatan (Buditiawan & Harmono, 2020). Tingginya jumlah kunjungan wisatawan, yang mencapai sekitar 164,12 juta perjalanan pada tahun 2025 menurut Badan Pusat Statistik, (2025) menunjukkan bahwa Jawa Timur menjadi salah satu tujuan utama wisata di Indonesia. Hal ini mencerminkan daya tarik dan prospek pariwisata yang kuat, meskipun di sisi lain juga memicu persaingan antar destinasi yang semakin ketat. Salah satu daerah yang aktif mengembangkan potensi pariwisata tersebut adalah Kabupaten Mojokerto.

Kabupaten Mojokerto memiliki potensi wisata yang cukup besar, khususnya pada kawasan Trawas yang dikenal dengan keindahan alam pegunungan serta udara yang sejuk. Hal ini didukung oleh Badan Pusat Statistik, (2025) Kabupaten Mojokerto yang menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mengalami dinamika dari tahun ke tahun. Data jumlah kunjungan wisatawan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Mojokerto

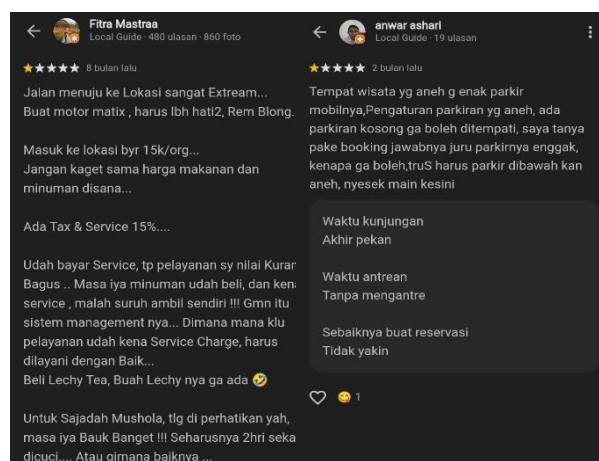
Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2022	6.466.960
2023	5.889.312
2024	8.035.814
2025	8.125.455

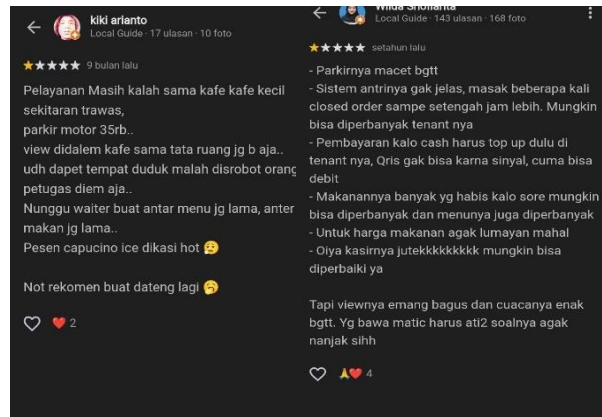
Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Mojokerto

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Mojokerto dari tahun 2022 sampai 2025 mengalami peningkatan. Kondisi disebabkan dengan munculnya berbagai objek wisata baru yang inovatif dan menarik minat pengunjung. Oleh karena itu perlu strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan oleh pengelola pariwisata. Salah satu destinasi alam di Mojokerto yang juga mengalami peningkatan pengunjung di waktu waktu tertentu tersebut adalah wisata Aone

Wisata Aone terletak di Dusun Kemloko, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Destinasi wisata ini menawarkan konsep wisata alam yang memadukan pemandangan pegunungan, suasana alam yang sejuk, serta

berbagai fasilitas rekreasi seperti cafe outdoor, area bersantai, camping ground, villa, playground anak, hiburan live music di akhir pekan, tenant yang berbeda menu, berbagai spot foto yang menarik serta konsep pantai buatan. Selain fasilitas rekreasi, wisata Aone juga mengutamakan kenyamanan dan kebutuhan wisatawan ketika berkunjung, antara lain: Mushola, Toilet yang bersih, tempat sampah, tempat cuci tangan, *gazebo*, *suttle bus* serta tempat parkir yang luas. Pengelolaan destinasi ini berupaya menghadirkan suasana yang nyaman dan menyenangkan, sehingga wisatawan dapat menikmati pengalaman berkunjung secara optimal. Sebagai salah satu wisata berkembang, wisata Aone perlu untuk meninjau perkembangan jumlah kunjungan wisatawan sebagai indikator dalam menilai kinerja destinasi tersebut (Wiryaguna et al., 2024). Berdasarkan hasil observasi, diidentifikasi jumlah pengunjung di wisata Aone pada hari biasa berkisar 500 orang, meningkat menjadi sekitar 1.000 orang pada akhir pekan, dan dapat mencapai hingga 3.000 orang pada musim liburan. Akan tetapi demikian, di tengah tingginya jumlah kunjungan tersebut, masih ditemukan berbagai keluhan dari wisatawan terkait layanan yang diberikan oleh pihak pengelola wisata Aone. Berikut beberapa ulasan wisatawan:





Gambar 1. 1 Ulasan Wisatawan
Sumber : Google Maps Wisata Aone Trawas

Beberapa ulasan pengunjung yang terlihat di Google Maps menunjukkan adanya penilaian negatif terhadap kualitas pelayanan yang dianggap kurang memadai serta keterbatasan fasilitas yang tersedia selama berkunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya jumlah pengunjung belum sepenuhnya diimbangi dengan kualitas layanan yang optimal, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kondisi tersebut menjadi penting untuk diperhatikan karena kualitas layanan yang kurang optimal berpotensi menurunkan niat wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang. Niat berkunjung kembali pada sektor pariwisata menjadi salah satu ukuran keberhasilan pengelolaan destinasi, karena menunjukkan adanya kepuasan, loyalitas, serta pengalaman positif yang diperoleh wisatawan selama melakukan kunjungan (Pratiwi et al., 2025). Oleh karena itu, identifikasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali perlu dilakukan sebagai dasar evaluasi untuk

meningkatkan kualitas pengelolaan dan menjaga keberlanjutan destinasi wisata di masa yang akan datang.

Berdasarkan permasalahan yang teridentifikasi dari ulasan wisatawan tersebut, terlihat bahwa aspek kualitas layanan menjadi faktor penting yang mempengaruhi niat berkunjung kembali. Kualitas layanan adalah penilaian yang diberikan oleh konsumen terhadap keunggulan layanan yang mereka terima (Ayu et al., 2024). Kualitas layanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan, sehingga meningkatkan kepuasan dan kecenderungan untuk melakukan kunjungan kembali dan begitupun sebaliknya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Wahim & Hamzah, 2024), akan tetapi penelitian lain yang menemukan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali (Candigo & Pramono, 2024).

Faktor lain yang mempengaruhi niat berkunjung kembali adalah *Memorable tourist experience* (MTE), yang merupakan pengalaman wisata yang memberikan kesan menyenangkan dan menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku wisatawan setelah melakukan kunjungan (Anjani & Pujiastuti, 2024). Pengalaman yang berkesan tersebut mampu meningkatkan kepuasan wisatawan melalui pengalaman yang menyenangkan dan sesuai dengan harapan wisatawan, sehingga mendorong terbentuknya niat untuk berkunjung kembali di masa mendatang (Ardanasti et al., 2025). Beberapa penelitian menunjukkan *memorable tourist experience* berpengaruh terhadap

niat berkunjung kembali (Maulana et al., 2026). Akan tetapi dalam penelitian Dewi et al., (2023) menunjukkan bahwa *memorable tourist experience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Begitupun dengan penelitian Wiryaguna et al., (2024) menunjukkan novelty yang merupakan salah satu dimensi dari *memorable tourist experience* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Pengalaman yang berkesan positif dan kualitas layanan yang sesuai harapan wisatawan akan menciptakan kepuasan. Kepuasan wisatawan adalah penilaian terhadap sejauh mana produk atau jasa pariwisata yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diharapkan (Anjani & Pujiastuti, 2024). Ketika wisatawan merasa puas, cenderung memiliki persepsi positif terhadap destinasi serta membentuk keterikatan emosional yang kuat. Kondisi tersebut pada akhirnya akan mendorong munculnya niat berkunjung kembali (*revisit intention*), di mana wisatawan memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama di masa yang akan datang. Berdasarkan penelitian Rahmawati et al., (2025) membuktikan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian Sebalang et al., (2024) membuktikan bahwa kepuasan wisatawan mampu berperan sebagai variable mediasi terhadap niat berkunjung kembali. Akan tetapi, dalam penelitian (Sari & Rosha, 2023) membuktikan bahwa kepuasan tidak mampu berperan sebagai variable mediasi

Meskipun telah diketahui bahwa kualitas layanan dan *memorable tourist experience* sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, akan tetapi

masih menunjukkan ketidakonsistenan hasil penelitian. Begitupun dengan kepuasan wisatawan masih menunjukkan ketidakonsistenan hasil sebagai variable mediasi. Oleh karena itu, terdapat kebaruan penelitian untuk memahami bagaimana interaksi antara kualitas layanan, *memorable tourist experience*, kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali dapat memengaruhi perilaku wisatawan. Berlandaskan fenomena diatas, penulis melakukan penelitian untuk menganalisis seberapa besar “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *MEMORABLE TOURIST EXPERIENCE* TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN WISAWATAN PADA WISATA AONE DI KABUPATEN MOJOKERTO”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
3. Apakah *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
4. Apakah *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
5. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?

6. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
7. Apakah *memorable tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
3. Mengetahui pengaruh *memorable tourist experience* terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
4. Mengetahui pengaruh *memorable tourist experience* terhadap nkepuasan wisatawan pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
5. Mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
6. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap niat berkunjung kembali melaui kepuasan wisatawan pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?
7. Mengetahui pengaruh *memorable tourist experience* terhadap niat berkunjung kembali melaui kepuasan wisatawan pada wisata Aone di Kabupaten Mojokerto?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis dapat memperluas wawasan dan pemahaman terkait kualitas layanan, *memorable tourist experience*, kepuasan wisatawan, serta niat berkunjung kembali dalam konteks pariwisata. Penelitian ini juga menjadi sarana untuk mengasah kemampuan dalam melakukan penelitian, mulai dari proses pengumpulan data, pengolahan, hingga analisis data serta turut meningkatkan kemampuan penulis dalam menyusun karya ilmiah secara sistematis serta menyampaikan hasil penelitian secara jelas dan efektif.

2. Manfaat bagi pengelola destinasi wisata

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi pengelola wisata dalam memahami berbagai faktor yang mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali. Temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam menyusun strategi pengelolaan dan pemasaran yang lebih tepat, terutama dalam upaya meningkatkan kualitas layanan serta menghadirkan pengalaman wisata yang berkesan. Oleh karena itu, pengelola diharapkan mampu meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kunjungan di masa mendatang.

3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan dan informasi bagi pembaca, terutama akademisi dan peneliti yang tertarik pada bidang

pemasaran pariwisata. Disamping itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan maupun pembandingan dalam penelitian selanjutnya yang membahas kualitas layanan, pengalaman wisata, kepuasan wisatawan, serta niat berkunjung kembali. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang pariwisata.