

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah. Secara nasional, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya aktivitas perjalanan masyarakat. Provinsi Jawa Timur sebagai daerah yang memberikan kontribusi terbesar terhadap sektor pariwisata nasional menunjukkan perkembangan yang positif. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2026), jumlah kunjungan wisatawan meningkat dari tahun 2021 sebesar 159.077.924 meningkat pada tahun 2025 menjadi 217.197652. Peningkatan ini dapat dijelaskan karena Provinsi Jawa Timur memiliki beragam jenis pariwisata yang banyak diminati wisatawan. Salah satu sektor pariwisata yang berkembang cukup pesat adalah wisata alam. Salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki banyak wisata alam yang banyak diminati wisatawan adalah Kabupaten Mojokerto.

Kabupaten Mojokerto berada pada wilayah yang strategis yang dikelilingi oleh Gunung Penanggungan dan Gunung Welirang, sehingga memiliki potensi panorama alam yang indah dengan kondisi udara yang sejuk. Sektor pariwisata di Kabupaten Mojokerto menunjukkan perkembangan yang positif. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2026), jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dari 6.888.455 kunjungan pada tahun 2021 menjadi 7.197.884 kunjungan pada tahun 2025. Peningkatan ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Mojokerto terus berkembang dan semakin banyak diminati

oleh wisatawan. Salah satu destinasi wisata alam yang memiliki daya tarik yang kuat di Kabupaten Mojokerto adalah wisata Aone Trawas.

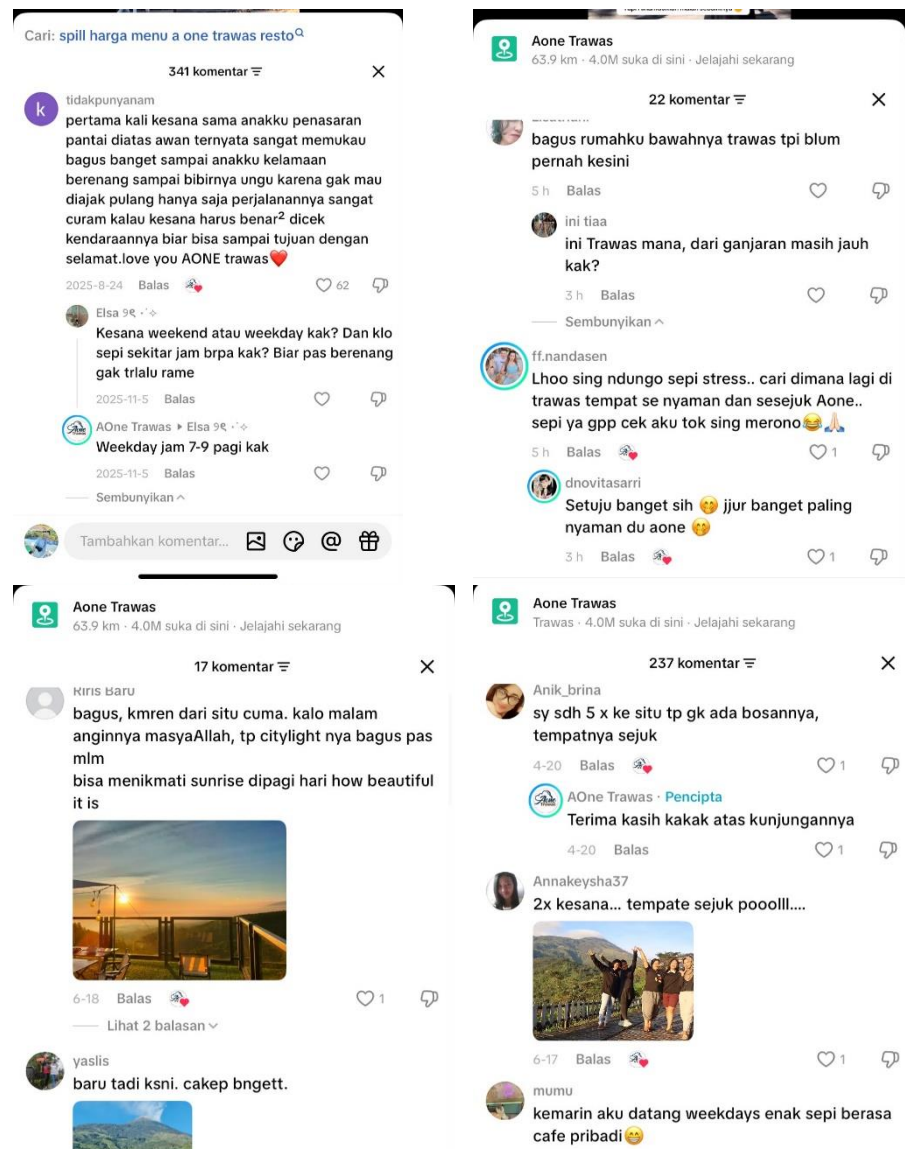
Aone Trawas merupakan destinasi wisata alam yang menawarkan berbagai fasilitas, seperti spot foto instagramable, area bermain anak, kafe outdoor dengan live musik, pantai buatan di atas awan, serta area penginapan dan camping ground. Destinasi ini baru dibuka pada Desember 2023, namun telah menunjukkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Peningkatan jumlah kunjungan ini dapat dilihat dalam tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Jumlah pengunjung di Aone Trawas

No	Tahun	Data Keseluruhan
1	2024	287.463
2	2025	349.917
3	2026	223.856

Sumber: Pengelola Aone Trawas

Berdasarkan data kunjungan aone menunjukkan tren peningkatan sejak mulai beroperasi. Meskipun jumlah kunjungan wisatawan di Aone Trawas terus mengalami peningkatan, tingginya jumlah kunjungan belum tentu diikuti oleh niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Hal ini dapat dilihat dari berbagai ulasan wisatawan pada media sosial dan google maps yang menunjukkan adanya persepsi yang berbeda terhadap destinasi wisata Aone Trawas. Sebagian wisatawan memberikan ulasan positif terkait daya tarik wisata yang dimiliki, namun sebagian lainnya memberikan penilaian negative terhadap pengalaman yang diperoleh selama berkunjung.

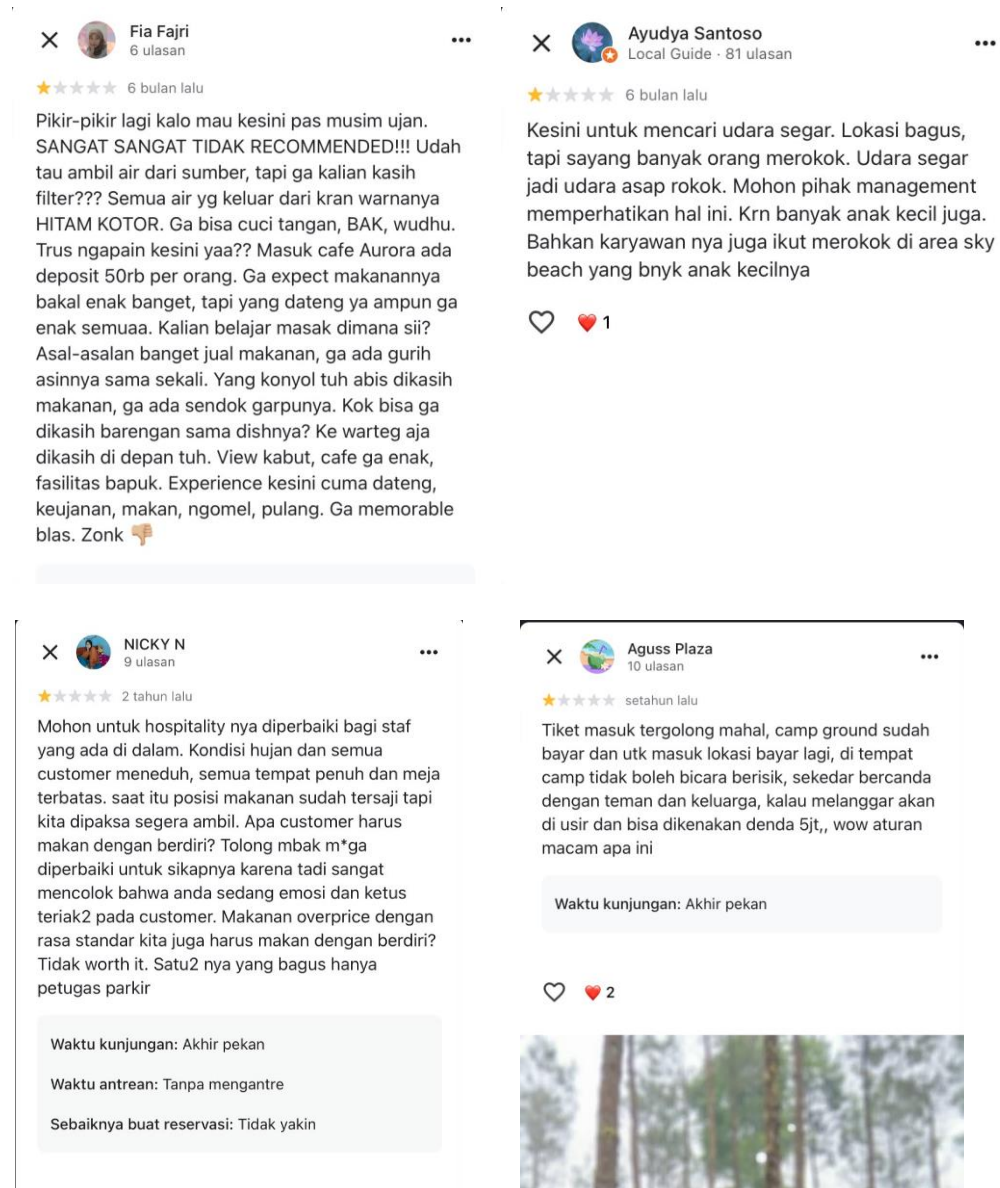


Gambar 1. 1 Ulasan positif wisatawan

Sumber: Platform Media Sosial

Berdasarkan Gambar 1.1, sebagian wisatawan memberikan penilaian positif terhadap Aone Trawas. Wisatawan menilai bahwa Aone Trawas memiliki panorama alam yang indah, udara yang sejuk, suasana yang nyaman, serta konsep wisata yang unik seperti pantai di atas awan dan pemandangan city light pada malam hari. Selain itu, beberapa wisatawan menyatakan telah

melakukan kunjungan berulang dan tidak merasa bosan untuk kembali berkunjung. Ulasan tersebut menunjukkan bahwa Aone Trawas memiliki daya tarik wisata yang tinggi dan mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan.



Gambar 1. 2 Ulasan negatif wisatawan

Sumber: Google Maps AONE

Berdasarkan Gambar 1.2, terdapat beberapa wisatawan yang memberikan ulasan negatif terhadap pengalaman selama berkunjung di Aone Trawas. Beberapa wisatawan mengeluhkan fasilitas yang kurang memadai, kualitas pelayanan yang belum optimal, harga yang dianggap tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh, serta kenyamanan lingkungan yang terganggu. Selain itu, terdapat wisatawan yang menyatakan bahwa pengalaman selama berkunjung kurang berkesan dan tidak memberikan pengalaman yang memorable. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun destinasi memiliki daya tarik yang tinggi, pengalaman yang dirasakan wisatawan belum tentu sesuai dengan harapan mereka.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi wisatawan terhadap daya tarik dan pengalaman yang diperoleh selama berkunjung ke Aone Trawas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingginya jumlah kunjungan tidak selalu diikuti dengan keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat berkunjung kembali, khususnya terkait daya tarik wisata dan nilai pengalaman yang dirasakan wisatawan.

Daya tarik wisata merupakan komponen penting dalam pariwisata yang berfungsi sebagai faktor penarik utama wisatawan karena mencakup keunikan, keindahan, dan nilai yang mampu memberikan pengalaman bagi pengunjung (Ashari *et al.* 2024). Daya tarik wisata tidak hanya berperan dalam menarik kunjungan, tetapi juga dalam membentuk pengalaman yang dirasakan

wisatawan selama berwisata. Daya tarik wisata juga diartikan sebagai elemen yang menjadi alasan utama wisatawan berkunjung ke suatu destinasi, baik yang berasal dari potensi alam, budaya, maupun fasilitas pendukung (Usman & Hasriana, 2025).

Salah satu faktor yang banyak dikaji dalam literatur adalah nilai pengalaman, merupakan persepsi wisatawan terhadap nilai yang diperoleh dari pengalaman langsung dalam mengonsumsi produk atau layanan, yang mencerminkan evaluasi atas manfaat dan interaksi yang dirasakan (Mathwicka *et al.* 2001). Nilai pengalaman merupakan hasil penilaian menyeluruh wisatawan terhadap pengalaman yang dirasakan selama berwisata yang berperan penting dalam membentuk kepuasan dan perilaku wisatawan.

Selain nilai pengalaman, kebahagiaan wisatawan juga menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku kunjungan ulang. Kebahagiaan merupakan kondisi emosional positif yang mencerminkan kesejahteraan subjektif wisatawan selama berwisata (Kralikovaa *et al.* 2025). Sejumlah riset mengindikasikan bahwa daya tarik dan nilai pengalaman tidak hanya berdampak langsung pada niat berkunjung kembali, melainkan juga memiliki pengaruh tidak langsung melalui kebahagiaan wisatawan. Hasil penelitian Liu *et al.* (2023), menjelaskan bahwa kebahagiaan berperan sebagai penghubung signifikan antara daya tarik dan nilai pengalaman terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa kebahagiaan tidak hanya dipengaruhi oleh nilai pengalaman, tetapi juga oleh daya tarik destinasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan.

Sejumlah penelitian telah membahas pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berunjung kembali dengan hasil yang belum konsisten. Liu *et al.* (2023) menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali. Sedangkan penelitian Usman & Hasriana, (2025) menemukan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa daya tarik wisata belum tentu secara langsung mampu mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung, terutama apabila wisatawan tidak memperoleh pengalaman emosional yang berkesan selama berwisata.

Selain itu juga terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa nilai pengalaman berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, yang selanjutnya meningkatkan niat untuk berkunjung kembali (Rini *et al.* 2022). Namun, penelitian Cahyadi *et al.* (2023) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa nilai pengalaman tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali meskipun dimediasi oleh kepuasan. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman wisata yang dirasakan wisatawan tidak selalu secara langsung membentuk keinginan untuk kembali berkunjung, melainkan dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis atau emosional wisatawan selama melakukan perjalanan wisata.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan pendekatan lain untuk menjelaskan hubungan antara daya tarik dan nilai pengalaman terhadap niat berkunjung kembali, yaitu melalui kebahagiaan wisatawan. Penelitian Liu *et al.* (2023) menunjukkan kebahagiaan mampu memediasi hubungan antara

daya tarik dan nilai pengalaman terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian Sihombing *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa kebahagiaan dipengaruhi oleh pengalaman wisata dan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi, seperti penelitian (Culic *et al.* 2021) dan (Ismadi & Suwitho, 2023). Penggunaan kebahagiaan sebagai variabel mediasi dalam menjelaskan hubungan antara daya tarik wisata dan nilai pengalaman terhadap niat berkunjung kembali masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks wisata alam. Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini mengkaji peran kebahagiaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara daya tarik wisata dan nilai pengalaman terhadap niat berkunjung kembali

Berdasarkan fenomena dan celah penelitian tersebut, penelitian ini berjudul “Pengaruh Daya Tarik dan Nilai Pengalaman terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kebahagiaan Pada Wisata Aone di Kabupaten Mojokerto”, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan nilai pengalaman terhadap niat berkunjung kembali, serta menguji peran kebahagiaan sebagai variabel intervening dalam hubungan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dengan memperkaya kajian perilaku wisatawan, khususnya terkait peran aspek emosional dalam membentuk niat berkunjung kembali. Selain itu, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola wisata Aone Trawas dalam meningkatkan daya tarik dan kualitas

pengalaman wisata guna menciptakan kebahagiaan wisatawan yang berdampak pada peningkatan kunjungan ulang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Aone Trawas Mojokerto?
2. Apakah nilai pengalaman wisata berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Aone Trawas Mojokerto?
3. Apakah daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kebahagiaan wisatawan pada wisata Aone Trawas?
4. Apakah nilai pengalaman wisata berpengaruh signifikan terhadap kebahagiaan wisatawan pada wisata Aone Trawas?
5. Apakah kebahagiaan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone Trawas?
6. Apakah kebahagiaan wisatawan mampu memediasi pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali?
7. Apakah kebahagiaan wisatawan mampu memediasi pengaruh nilai pengalaman wisata terhadap niat berkunjung kembali?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai beriku:

1. Mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Aone Trawas.
2. Mengetahui pengaruh nilai pengalaman wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan pada wisata Aone Trawas.
3. Mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap kebahagiaan wisatawan pada wisata Aone Trawas.
4. Mengetahui pengaruh nilai pengalaman wisata terhadap kebahagiaan wisatawan pada wisata Aone Trawas.
5. Mengetahui pengaruh kebahagiaan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone Trawas.
6. Mengetahui peran kebahagiaan wisatawan dalam memediasi pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone Trawas.
7. Mengetahui peran kebahagiaan wisatawan dalam memediasi pengaruh nilai pengalaman wisata terhadap niat berkunjung kembali pada wisata Aone Trawas.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran pariwisata dan perilaku wisatawan. Penelitian ini memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali dengan mengintegrasikan variabel daya tarik wisata dan nilai pengalaman melalui

kebahagiaan sebagai variabel intervening. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pemahaman mengenai pentingnya aspek emosional wisatawan, yaitu kebahagiaan, dalam menjembatani hubungan antara pengalaman wisata dengan perilaku kunjungan ulang, khususnya dalam konteks wisata alam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak pengelola, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola wisata dalam meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi, khususnya dalam memperkuat daya tarik wisata dan menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan. Dengan memahami peran kebahagiaan sebagai faktor emosional, pengelola dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan mendorong niat berkunjung kembali wisatawan.
- b. Bagi universitas, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dan tambahan literatur bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan pariwisata. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian atau rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku wisatawan, nilai pengalaman, dan aspek emosional dalam pariwisata.
- c. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti dalam menerapkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam penelitian ilmiah, khususnya terkait dengan perilaku wisatawan.