

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan dalam memediasi pengaruh stimulus lingkungan terhadap niat berkunjung kembali pada Pantai Tlangoh. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan Pantai Tlangoh yang jumlahnya tidak terbatas (*infinite population*). Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia 17–50 tahun, wisatawan domestik atau lokal, dan pernah berkunjung minimal satu kali. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang disebarakan secara daring dan luring kepada 100 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stimulus lingkungan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan wisatawan, namun tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Selanjutnya, kepuasan wisatawan terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap niat berkunjung kembali. Konstruk kepuasan wisatawan mampu memediasi pengaruh stimulus lingkungan terhadap niat berkunjung kembali secara penuh (*full mediation*). Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan wisatawan yang kuat melalui penataan fisik objek wisata menjadi kunci utama dalam mendorong niat kunjungan kembali konsumen, terutama pada destinasi alam pantai yang mengandalkan kebersihan serta kenyamanan lingkungan.

Kata kunci: stimulus lingkungan, kepuasan wisatawan, niat berkunjung kembali, Pantai Tlangoh

ABSTRACT

This study aims to analyze how tourist satisfaction mediates the effect of environmental stimuli on the intention to revisit Tlangoh Beach. The method used is quantitative with a causal approach. The population for this study consisted of all tourists who have visited Tlangoh Beach, which is a large group. The sample was determined using purposive sampling techniques with the criteria of respondents being aged 17–50 years old, being domestic/local tourists, and having visited at least once. Data collection was conducted using questionnaires distributed online and offline to 100 respondents as the research instrument. The data obtained was then analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method through the SmartPLS 4.0 application. The results showed that environmental stimuli had a positive and significant direct effect on tourist satisfaction but had no significant direct effect on revisit intention. Furthermore, tourist satisfaction has a positive and significant direct effect on revisit intention. The construct of tourist satisfaction is able to fully mediate the effect of environmental stimuli on revisit intention (full mediation). These findings confirm that strong tourist satisfaction through the destination's physical arrangement is the main key in driving consumer revisit intention, especially for beach destinations that rely on environmental cleanliness and comfort.

Keywords: *environmental stimulus, tourist satisfaction, revisit intention, Tlangoh Beach*