

PENGARUH KETERIKATAN DESTINASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG WISATAWAN DI MATA AIR CIKANDUNG SUMEDANG

Rina Damayanti¹, Irena Novarlia², Oman Sukirman³

Email: rnadmynti.20@upi.edu¹, irenanovarlia@upi.edu², oman@upi.edu³

^{1,2,3}Program Studi Industri Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia

Abstract: This study aims to analyze the influence of destination attachment on revisit intention at the Cikandung Spring tourism destination in Sumedang Regency. Destination attachment is a critical factor in understanding tourist behavior, particularly in establishing an emotional bond between visitors and the destinations they frequent. This research employs a quantitative approach utilizing a survey method, with questionnaires distributed to tourists who have previously visited Cikandung Spring. A total of 396 respondents were selected based on specific criteria aligned with the research objectives. Data analysis was conducted using SmartPLS 4.0 software. The results indicate that destination attachment significantly influences revisit intention. Tourists with a strong attachment to the destination tend to exhibit a higher desire to return. Furthermore, destination attachment plays a pivotal role in shaping memorable travel experiences, thereby enhancing the sense of proximity between tourists and the destination environment and fostering the emergence of revisit intentions. These findings are expected to provide valuable insights for tourism destination managers in designing management strategies oriented toward improving the quality of the tourist experience and strengthening the relationship between visitors and the destination. Additionally, this study serves as a reference for future research concerning tourist behavior, specifically within the context of local natural tourism destinations.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keterikatan destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di destinasi wisata Mata Air Cikandung, Kabupaten Sumedang. Keterikatan destinasi merupakan salah satu faktor penting dalam memahami perilaku wisatawan, khususnya dalam membentuk hubungan emosional antara wisatawan dan destinasi yang dikunjungi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Mata Air Cikandung. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 396 orang yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Analisis data penelitian menggunakan perangkat SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterikatan destinasi memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Wisatawan yang memiliki keterikatan yang kuat terhadap destinasi cenderung menunjukkan keinginan yang lebih tinggi untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut. Selain itu, keterikatan destinasi juga berperan dalam membentuk pengalaman wisata yang berkesan, sehingga dapat meningkatkan rasa kedekatan wisatawan terhadap lingkungan destinasi serta mendorong munculnya minat untuk melakukan kunjungan ulang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengelola destinasi wisata dalam merancang strategi pengelolaan yang berorientasi pada peningkatan kualitas pengalaman wisatawan serta penguatan hubungan antara wisatawan dan destinasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku wisatawan, khususnya pada destinasi wisata alam lokal.

Kata Kunci: keterikatan destinasi, minat kunjungan ulang, wisata alam, mata air cikandung.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, sosial, dan

budaya di berbagai negara, termasuk Indonesia. Selain memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah dan devisa negara, sektor ini juga memacu perkembangan industri pendukung

seperti transportasi, akomodasi, kuliner, dan ekonomi kreatif. Kekayaan alam dan keragaman budaya yang dimiliki, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan beragam jenis pariwisata yang mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Dewi et al., 2022).

Beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata Indonesia menunjukkan tren peningkatan seiring pemulihan pascapandemi COVID-19, peningkatan mobilitas masyarakat, serta penguatan kebijakan pemerintah dalam mendorong daya saing destinasi. Hasil penelitian yang dipublikasikan dalam Jurnal Administrasi Publik mengungkapkan bahwa proses pemulihan sektor pariwisata setelah pandemi, yang didukung oleh kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan destinasi, berkontribusi terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan serta pendapatan daerah (Syahrudin et al., 2022). Selain itu, penelitian lain terkait penguatan destinasi wisata pascapandemi melalui pendekatan pariwisata berkelanjutan menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan yang meliputi dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan memiliki peranan penting dalam mempertahankan keberlangsungan destinasi wisata serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Lorenza et al., 2023).

Salah satu wilayah yang memiliki potensi pariwisata alam yang cukup besar adalah Kabupaten Sumedang di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten Sumedang dikenal memiliki karakteristik geografis berupa perbukitan dan pegunungan, sehingga menawarkan panorama alam yang indah serta udara yang sejuk. Kondisi tersebut menjadikan Sumedang sebagai kawasan potensial untuk pengembangan pariwisata alam yang mampu menarik wisatawan, baik lokal maupun luar daerah (Novarlia, 2023).

Destinasi wisata alam yang tengah berkembang adalah Mata Air Cikandung yang terletak di Desa Cikandung, Kecamatan Cimalaka. Destinasi ini merupakan objek wisata berbasis mata air alami yang menawarkan suasana pedesaan yang sejuk serta kondisi lingkungan yang relatif masih terjaga. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan penelitian mengenai potensi wisata sumber mata air di

Kabupaten Subang, yang menyebutkan bahwa sumber mata air memiliki fungsi sebagai daya tarik alam sekaligus potensi ekowisata yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan (Yusuf et al., 2024). Kejernihan sumber air, udara yang sejuk, serta keindahan panorama alam menjadi faktor utama yang menarik minat wisatawan untuk melakukan berbagai aktivitas, seperti berenang, menikmati pemandangan, dan rekreasi bersama keluarga di kawasan wisata alam (Yogiantara et al., 2025).

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mata Air Cikandung

Tahun	Jumlah Pengunjung
2020	10390
2021	18376
2022	22815
2023	12621
2024	75437
2025	42173

Sumber: Disparbudpora Kabupaten Sumedang (2025)

Fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pengunjung belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan destinasi dalam mempertahankan wisatawan untuk kembali berkunjung secara konsisten. Penurunan jumlah kunjungan yang terjadi pada tahun 2023 dan kembali menurun pada tahun 2025 mengindikasikan adanya tantangan dalam membangun loyalitas wisatawan dan mempertahankan minat kunjungan ulang. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan destinasi tidak hanya bergantung pada kemampuan menarik wisatawan baru, tetapi juga pada kemampuan menciptakan keterikatan emosional yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengelolaan yang tidak hanya berfokus pada pengembangan daya tarik fisik dan promosi, tetapi juga pada penguatan keterikatan destinasi sebagai faktor psikologis yang berpotensi meningkatkan minat kunjungan ulang wisatawan di Mata Air Cikandung.

Daya tarik utama Mata Air Cikandung terletak pada keindahan lanskap alam yang menenangkan serta kejernihan air yang bersumber langsung dari kawasan pegunungan. Keberadaan vegetasi yang rimbun dan suasana

pedesaan yang masih alami menciptakan pengalaman berwisata yang khas dan berbeda dibandingkan dengan destinasi wisata buatan. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian mengenai pengembangan objek wisata alam yang menekankan bahwa unsur alam, seperti panorama dan kualitas sumber daya alam, merupakan faktor utama dalam menarik minat wisatawan sekaligus menjadi landasan dalam perumusan strategi pengembangan destinasi wisata alam (Nurlaeli & Dalimunthe, 2026). Akses menuju lokasi juga semakin mudah dengan beroperasinya Tol Cisumdawu, yang memberikan peluang untuk meningkatkan jumlah kunjungan di masa mendatang.

Destinasi ini memiliki peluang pengembangan yang menjanjikan, terutama melalui penguatan konsep ekowisata serta penyelenggaraan atraksi budaya seperti Kuda Renggong. (Amanda et al., 2025) menyatakan bahwa pengembangan ekowisata dan penyelenggaraan acara budaya dapat meningkatkan daya tarik wisatawan. Keberagaman potensi yang dimiliki membuat Mata Air Cikandung berpeluang berkembang sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Sumedang melalui perpaduan wisata alam, budaya, dan nilai emosional.

Keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan fasilitas dan keindahan alam yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan destinasi tersebut dalam membangun ikatan emosional dan psikologis dengan wisatawan. Wisatawan yang merasakan kedekatan emosional terhadap suatu destinasi cenderung memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (Surya et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa keterikatan destinasi (*place attachment*) menjadi faktor penting dalam membentuk minat kunjungan ulang wisatawan.

Keterikatan destinasi merupakan ikatan emosional dan psikologis yang terbentuk melalui interaksi serta pengalaman wisatawan dengan suatu tempat. Ikatan ini berkembang seiring dengan pengalaman positif yang dirasakan wisatawan, baik dari aspek lingkungan fisik, suasana sosial, maupun pelayanan yang diterima. Semakin kuat keterikatan yang dimiliki

wisatawan terhadap suatu destinasi, semakin besar pula kemungkinan wisatawan untuk kembali berkunjung. Destinasi wisata alam seperti Mata Air Cikandung memiliki potensi besar dalam membangun keterikatan destinasi melalui keindahan alam, ketenangan lingkungan, serta suasana pedesaan yang autentik.

Selain itu, minat kunjungan ulang menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan pengelolaan suatu destinasi. Minat ini tidak hanya menggambarkan seberapa puas wisatawan setelah kunjungan sebelumnya, tetapi juga mengindikasikan adanya keinginan untuk kembali yang muncul karena adanya ikatan emosional yang terbentuk. Oleh karena itu, peningkatan minat untuk berkunjung kembali erat kaitannya dengan usaha untuk memperkuat hubungan wisatawan dengan destinasi.

Perilaku kunjungan ulang wisatawan menjadi aspek yang krusial karena berhubungan langsung dengan keberlanjutan suatu destinasi. Destinasi yang dapat menciptakan pengalaman positif serta berkesan akan cenderung lebih mampu mempertahankan wisatawan untuk kembali lagi. Namun, tidak semua destinasi berhasil menjaga konsistensi tersebut, sehingga diperlukan pemahaman lebih dalam tentang faktor-faktor psikologis yang memengaruhi pilihan wisatawan untuk kembali, salah satunya adalah keterikatan destinasi.

Pengalaman wisata memegang peranan penting dalam membentuk persepsi dan kesan jangka panjang terhadap sebuah destinasi. (Rasoolimanesh et al., 2021) menjelaskan bahwa pengalaman wisata terbentuk dari interaksi wisatawan dengan lingkungan fisik dan psikologis destinasi. Pada Mata Air Cikandung, pengalaman tersebut tercermin melalui aktivitas menikmati kejernihan air, udara pegunungan yang sejuk, serta suasana alam yang masih alami. Pengalaman positif yang konsisten berpotensi memperkuat keterikatan destinasi dan mendorong minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Di era digital, media sosial turut berperan dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi. Informasi dan konten visual yang dibagikan oleh pengunjung dapat membangun citra positif destinasi serta memperkuat ketertarikan wisatawan untuk berkunjung

kembali (Azzahra et al., 2025). Meskipun media sosial tidak menjadi variabel dalam penelitian ini, keberadaannya menjadi konteks pendukung yang dapat memperkuat keterikatan wisatawan terhadap destinasi wisata.

Selain itu, penerapan pengelolaan destinasi secara berkelanjutan merupakan elemen penting dalam menjaga kualitas pengalaman wisata. Peningkatan jumlah kunjungan yang tidak diimbangi dengan pengelolaan yang tepat berpotensi menimbulkan tekanan lingkungan, menurunkan tingkat kenyamanan wisatawan, serta melemahkan keterikatan pengunjung terhadap destinasi (Kurniawan & Iriani, 2024). Oleh sebab itu, diperlukan strategi pengelolaan destinasi yang berorientasi pada keberlanjutan, melalui peningkatan kualitas pelayanan, keterlibatan aktif masyarakat lokal, serta pengelolaan lingkungan yang optimal guna memastikan pengalaman wisata tetap positif sekaligus mendukung upaya pelestarian kawasan wisata.

Pengelolaan yang memperhatikan aspek lingkungan, fasilitas, serta kenyamanan pengunjung menjadi hal yang penting dalam menjaga kualitas pengalaman wisata. Keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi juga dapat menciptakan pengalaman yang lebih autentik dan meningkatkan hubungan emosional wisatawan dengan tempat wisata (Wibowo & Belia, 2023). Lingkungan sosial yang ramah dan interaksi yang positif sangat mungkin mendorong munculnya rasa keterhubungan emosional wisatawan dengan tempat. Dengan demikian, faktor sosial ini turut menjadi konteks yang mendukung pembentukan nostalgia dan keterikatan destinasi. Sebagian besar pengunjung Mata Air Cikandung merupakan wisatawan lokal, yang cenderung menyukai destinasi yang mudah dijangkau dan memberikan pengalaman emosional (Purnama et al., 2023). Pemahaman akan karakteristik wisatawan lokal menjadi penting karena aspek pengalaman emosional inilah yang secara langsung berhubungan dengan variabel keterikatan destinasi dan minat kunjungan ulang yang menjadi fokus pada penelitian ini.

Namun, dalam praktiknya masih ada perbedaan antara potensi yang ditawarkan Mata Air Cikandung dan perilaku kunjungan

wisatawan yang cenderung berfluktuasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan destinasi seharusnya tidak hanya memusatkan perhatian pada faktor fisik dan promosi, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek psikologis pengunjung, terutama dalam menciptakan rasa keterikatan terhadap destinasi tersebut. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak keterikatan destinasi terhadap niat kunjungan kembali menjadi sangat penting untuk diteliti.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana keterikatan destinasi dapat mempengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan di Mata Air Cikandung Kabupaten Sumedang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris tentang hubungan antar kedua variabel tersebut, sekaligus menjadi landasan bagi pengelola destinasi dalam merancang strategi pengembangan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga pada penguatan hubungan emosional wisatawan dengan destinasi secara berkelanjutan.

Meskipun penelitian mengenai keterikatan destinasi dan minat kunjungan ulang telah banyak dilakukan pada berbagai jenis destinasi wisata, kajian yang secara khusus meneliti hubungan kedua variabel tersebut pada destinasi wisata alam lokal yang masih berada pada tahap pengembangan relatif masih terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada destinasi wisata berskala besar seperti *resort*, kota wisata, atau taman hiburan, sehingga hasilnya belum tentu mencerminkan perilaku wisatawan pada destinasi alam berbasis masyarakat seperti Mata Air Cikandung.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memiliki unsur kebaruan (*novelty*) yang terletak pada konteks penelitian dan karakteristik destinasi yang dikaji. Penelitian ini berfokus pada pengaruh keterikatan destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan pada destinasi wisata alam lokal, yaitu Mata Air Cikandung di Kabupaten Sumedang yang belum banyak diteliti sebelumnya. Selain itu, penelitian ini menitikberatkan pada wisatawan lokal sebagai subjek penelitian, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perilaku wisatawan serta

kontribusi praktis bagi pengelola destinasi dalam merancang strategi pengelolaan yang berorientasi pada penguatan keterikatan wisatawan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori (asosiatif kausal). Menurut Creswell (2014) dalam (Barella et al., 2024) metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menguji suatu teori melalui analisis hubungan antarvariabel yang telah diukur dengan instrumen penelitian yang terstandar. Data yang diperoleh dari proses pengukuran tersebut kemudian dianalisis menggunakan prosedur statistik sehingga hubungan antarvariabel dapat diinterpretasikan secara objektif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Mata Air Cikandung Sumedang dengan jumlah populasi 42.173 per bulan Januari sampai Mei dan bulan November serta Desember 2025. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan responden yang dilakukan dengan menetapkan kriteria khusus sesuai kebutuhan penelitian. Responden penelitian berasal dari wisatawan yang sebelumnya telah memiliki pengalaman berkunjung ke Mata Air Cikandung. Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) pernah berkunjung ke Mata Air Cikandung minimal satu kali, (2) berusia minimal 17 tahun agar mampu memberikan penilaian secara mandiri terhadap pengalaman wisata yang diperoleh, dan (3) bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap. Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman langsung dengan destinasi sehingga mampu memberikan penilaian yang relevan terhadap variabel keterikatan destinasi dan minat kunjungan ulang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Yamane (1967). Pemilihan rumus ini didasarkan pada kondisi populasi penelitian yang telah diketahui secara pasti jumlahnya, sehingga memungkinkan peneliti untuk menghitung estimasi ukuran sampel minimum secara sistematis dan terukur. Rumus Yamane banyak digunakan dalam penelitian survei kuantitatif

karena prosedurnya sederhana serta mampu memberikan estimasi jumlah responden yang representatif berdasarkan tingkat ketelitian tertentu. Jumlah populasi dalam penelitian ini diketahui sebanyak 42.173 orang. Tingkat kesalahan (*margin of error*) yang digunakan adalah sebesar 5% (0,05). Penetapan margin of error 5% didasarkan pada pertimbangan efisiensi jumlah responden serta keterbatasan waktu dan sumber daya penelitian pada tingkat sarjana. Nilai tersebut dinilai telah memadai untuk memperoleh gambaran umum mengenai karakteristik populasi dan tetap relevan untuk digunakan dalam penelitian kuantitatif. Hasil perhitungan menggunakan rumus Yamane (1967) diperoleh ukuran sampel dalam penelitian ini sebesar 396 responden. Adapun ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan perhitungan rumus Yamane (1967) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi = 42.173

e = batas kesalahan yang dapat diterima dari ukuran sampel (0,05)

Instrumen Penelitian

Instrumen kuantitatif berperan penting dalam pengumpulan data dan berfungsi sebagai alat ukur untuk mengamati, mengidentifikasi, dan menganalisis variabel-variabel penelitian (Kittur, 2023). Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan berbagai informasi yang dibutuhkan agar tujuan penelitian dapat tercapai (Subhaktiyasa, 2024). Melalui instrumen yang disusun secara sistematis, peneliti dapat memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan variabel yang diteliti. Keberadaan instrumen yang tepat sangat penting karena berperan dalam menghasilkan data yang akurat sehingga proses analisis dan penarikan kesimpulan dapat dilakukan secara lebih objektif. Setiap indikator pada seluruh variabel diukur menggunakan Skala Likert 5 poin yang mengacu pada jurnal utama. Skala tersebut menyediakan pilihan jawaban dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), sehingga responden

dapat menyampaikan tingkat persetujuan mereka dengan lebih rinci dan terukur. Rincian skala Likert dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert 1-5

Keterangan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Disparbudpora Kabupaten Sumedang (2025)

Setiap konstruk dalam penelitian ini diukur melalui indikator-indikator yang disusun berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya serta disesuaikan dengan konteks pariwisata di Mata Air Cikandung. Indikator tersebut digunakan untuk menangkap persepsi dan pengalaman wisatawan agar data yang diperoleh mencerminkan kondisi sebenarnya dengan indikator yang relevan, proses pengukuran diharapkan memberikan gambaran yang memadai mengenai penilaian dan perilaku wisatawan.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data merupakan langkah terstruktur yang bertujuan mengumpulkan informasi dalam bentuk data numerik yang dapat diolah secara statistik. (Jailani, 2023) menjelaskan bahwa metode pengumpulan data dalam pendekatan kuantitatif biasanya meliputi penggunaan angket atau kuesioner, observasi yang disusun secara sistematis, serta prosedur eksperimen. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan platform Google Form untuk memudahkan proses pengumpulan data secara efisien dan memperluas jangkauan responden.

Penggunaan Google Form memungkinkan responden mengisi kuesioner secara fleksibel kapan saja dan di mana saja, serta meminimalkan kesalahan input data karena hasil respons tercatat secara otomatis dan rapi dalam format digital. Kuesioner akan disebarluaskan secara online melalui berbagai media dan platform digital seperti story WhatsApp, pesan

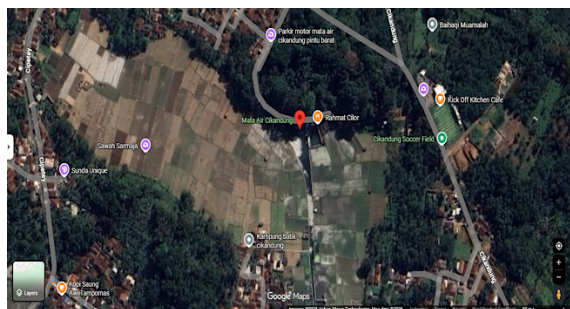
langsung Instagram (DM), TikTok, serta Twitter agar dapat menjangkau responden yang pernah berkunjung ke Mata Air Cikandung, sehingga dapat meningkatkan tingkat partisipasi responden yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Prosedur Analisis Data

Prosedur analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Menurut (Hair & Alamer, 2022), PLS-SEM merupakan pendekatan SEM berbasis varians yang membangun konstruk sebagai gabungan linear dari indikator-indikatornya, dengan fokus utama pada kemampuan prediksi dan penjelasan varians. Metode ini berfungsi sebagai alternatif dari covariance-based SEM karena lebih fleksibel dalam mengolah data yang tidak berdistribusi normal, cocok untuk ukuran sampel yang relatif kecil, mampu mengakomodasi model yang kompleks, serta mendukung penggunaan konstruk reflektif maupun formatif. Analisis dimulai dengan pengolahan awal data, yang mencakup pemeriksaan kelengkapan respons, penanganan data hilang, dan penyiapan dataset agar siap dianalisis menggunakan perangkat lunak PLS-SEM. Setelah data siap, tahapan analisis dibagi menjadi *Outer Model* dan *Inner Model*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Destinasi wisata Mata Air Cikandung merupakan salah satu objek wisata alam yang terletak di Desa Nyalindung, Kecamatan Cimalaka, Kabupaten Sumedang. Keberadaan Mata Air Cikandung pada awalnya merupakan sumber mata air alami yang dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai sumber air bersih untuk kebutuhan sehari-hari, seperti mandi, mencuci, serta mengairi lahan pertanian. Mata air ini berasal dari kawasan kaki Gunung Tampomas yang dikenal memiliki sumber air yang melimpah dan jernih, sehingga menjadikan kawasan tersebut memiliki potensi alam yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai objek wisata (Gunawan, 2023).



Gambar 1 Peta Lokasi Mata Air Cikandung
Sumber: Google Maps (2026)

Seiring berjalannya waktu, masyarakat setempat mulai menyadari potensi Mata Air Cikandung sebagai lokasi wisata alam. Kejernihan air yang bersumber langsung dari mata air alami, serta suasana lingkungan yang masih asri dan dikelilingi pepohonan rindang, menjadikan lokasi ini semakin dikenal oleh masyarakat sekitar. Pengembangan kawasan wisata dilakukan secara bertahap dengan membangun kolam penampungan air serta menyediakan fasilitas sederhana yang memungkinkan pengunjung untuk berenang dan menikmati suasana alam. Kondisi air yang tetap mengalir dan tidak pernah mengalami kekeringan, bahkan pada musim kemarau, menjadi salah satu daya tarik utama destinasi ini bagi wisatawan.



Gambar 2 Logo Mata Air Cikandung
Sumber: Pengelola Destinasi Mata Air Cikandung (2026)

Mata Air Cikandung mulai dikenal oleh masyarakat dari luar daerah, terutama pada saat akhir pekan dan musim liburan. Peningkatan jumlah pengunjung mendorong masyarakat sekitar untuk membuka berbagai usaha kecil, seperti penyewaan perlengkapan berenang dan penjualan makanan ringan, sehingga keberadaan destinasi ini turut memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat lokal. Hingga saat ini, Mata Air Cikandung terus dikembangkan sebagai salah

satu destinasi wisata alam keluarga di Kabupaten Sumedang yang menawarkan suasana sejuk, air yang jernih, serta lingkungan yang masih alami (Kusnaedi, 2023).

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Distribusi jawaban responden menunjukkan bahwa tingkat keterikatan destinasi wisatawan di Mata Air Cikandung berada pada kategori yang baik. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, sebagian besar indikator pada variabel keterikatan destinasi memperoleh nilai rata-rata di atas 3,00 yang menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap keterikatan mereka terhadap destinasi.

Indikator dengan nilai mean tertinggi terdapat pada KD.4 dengan nilai sebesar 4,05 yang menunjukkan bahwa wisatawan merasa betah dan nyaman ketika berada di Mata Air Cikandung. Tingginya nilai pada indikator ini mengindikasikan bahwa suasana destinasi mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan dan menciptakan kenyamanan bagi pengunjung. Sebaliknya, indikator KD.13 memperoleh nilai mean terendah sebesar 2,86 yang menunjukkan bahwa sebagian wisatawan masih menganggap terdapat alternatif destinasi lain yang dapat menggantikan Mata Air Cikandung.

Pada variabel minat kunjungan ulang, sebagian besar indikator juga memperoleh nilai rata-rata di atas 3,00 yang menunjukkan kecenderungan positif terhadap keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung. Nilai mean tertinggi terdapat pada indikator MKU.6 sebesar 4,11 yang menunjukkan bahwa wisatawan memiliki keinginan yang tinggi untuk mengunjungi kembali Mata Air Cikandung pada masa mendatang. Sementara itu, indikator MKU.2 memperoleh nilai mean terendah sebesar 3,33, meskipun masih berada pada kategori cukup baik.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk penelitian. Pengujian ini meliputi analisis *loading factor*, *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Fornell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)* guna

memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk secara valid dan reliabel sebelum dilakukan evaluasi model struktural (*inner model*).

Tabel 3.1 Nilai Loading Factor

Item	Keterikatan Destinasi	Minat Kunjungan Ulang
KD 10	0.754	
KD 11	0.703	
KD 12	0.806	
KD 13	0.747	
KD 2	0.664	
KD 3	0.685	
KD 5	0.762	
KD 6	0.772	
KD 7	0.701	
KD 8	0.703	
KD14	0.745	
MKU 1		0.693
MKU 2		0.761
MKU 3		0.629
MKU 4		0.789
MKU 5		0.807
MKU 6		0.742
MKU 7		0.814
MKU 8		0.737

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *outer model*, sebagian besar indikator pada variabel Keterikatan Destinasi dan Minat Kunjungan Ulang memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dengan baik. Meskipun terdapat beberapa indikator dengan nilai *loading factor* antara 0,60–0,70, yaitu KD.2 (0,664), KD.3 (0,685), MKU.1 (0,693), dan MKU.3 (0,629), nilai tersebut masih berada dalam batas yang dapat diterima untuk penelitian eksploratif serta tetap dipertahankan karena didukung oleh hasil reliabilitas konstruk dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang memenuhi kriteria. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel Keterikatan Destinasi dan Minat

Kunjungan Ulang dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3.2 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Keterikatan Destinasi	0.913	0.927
Minat Kunjungan Ulang	0.887	0.910

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas 0,70. Variabel Keterikatan Destinasi memperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,913 dan *composite reliability* sebesar 0,927, sedangkan variabel Minat Kunjungan Ulang memperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,887 dan *composite reliability* sebesar 0,910. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan reliabel dan memenuhi kriteria untuk analisis selanjutnya.

Tabel 3.3 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Keterikatan Destinasi	0.536
Minat Kunjungan Ulang	0.561

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

Hasil pengujian validitas konvergen menunjukkan bahwa variabel Keterikatan Destinasi memiliki nilai *average variance extracted* (AVE) sebesar 0,536, sedangkan variabel Minat Kunjungan Ulang memiliki nilai AVE sebesar 0,561. Seluruh nilai AVE berada di atas batas minimum 0,50, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator yang menyusunnya. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3.4 Nilai *Fornell-Larcker Criterion*

Variabel	Keterikatan Destinasi	Minat Kunjungan Ulang
Keterikatan Destinasi	0.732	
Minat Kunjungan Ulang	0.706	0.749

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan *fornell-larcker criterion* menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasinya dengan konstruk lain. Variabel Keterikatan Destinasi memiliki nilai sebesar 0,732 dan variabel Minat Kunjungan Ulang sebesar 0,749, sedangkan nilai korelasi antar kedua konstruk sebesar 0,706. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, sehingga masing-masing variabel mampu mengukur konsep yang berbeda secara jelas dan layak digunakan dalam analisis model struktural.

Tabel 3.5 Nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

Variabel	Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)
Minat Kunjungan Ulang <- > Keterikatan Destinasi	0.763

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT) menunjukkan nilai HTMT antara variabel Keterikatan Destinasi dan Minat Kunjungan Ulang sebesar 0,763. Nilai tersebut berada di bawah batas maksimum yang direkomendasikan, yaitu 0,90 maupun 0,85. Dengan demikian, kedua konstruk telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel mampu mengukur konsep yang berbeda secara jelas dan layak digunakan dalam analisis model struktural.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk menilai kualitas model struktural dan hubungan antar variabel laten. Pengujian ini meliputi *variance inflation factor* (VIF) untuk menguji multikolinearitas dan *r-square* (R^2) untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen.

Tabel 3.6 Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)

Item	VIF
KD 10	2.166
KD 11	2.046
KD 12	3.081
KD 13	2.461
KD 2	1.796
KD 3	2.099
KD 5	2.767
KD 6	2.826
KD 7	2.053
KD 8	1.688
KD14	2.171
MKU 1	1.883
MKU 2	2.261
MKU 3	1.460
MKU 4	2.085
MKU 5	2.965
MKU 6	2.687
MKU 7	2.854
MKU 8	1.822

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *variance inflation factor* (VIF), seluruh indikator memiliki nilai VIF pada rentang 1,460–3,081 yang berada di bawah batas maksimum 3,3. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model penelitian terbebas dari masalah multikolinearitas, sehingga hubungan antar konstruk dapat dianalisis lebih lanjut pada tahap evaluasi model struktural.

Tabel 3.7 Nilai *R-Square* (R^2)

Variabel	R-Square
Minat Kunjungan Ulang	0.498

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *R-Square* (R^2), diperoleh nilai sebesar 0,498 pada variabel Minat Kunjungan Ulang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Keterikatan Destinasi mampu menjelaskan variabilitas Minat Kunjungan Ulang sebesar 49,8%, sedangkan sisanya sebesar 50,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai *R-Square* tersebut termasuk dalam kategori sedang (*moderate*), yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara keterikatan destinasi dan minat kunjungan ulang wisatawan.

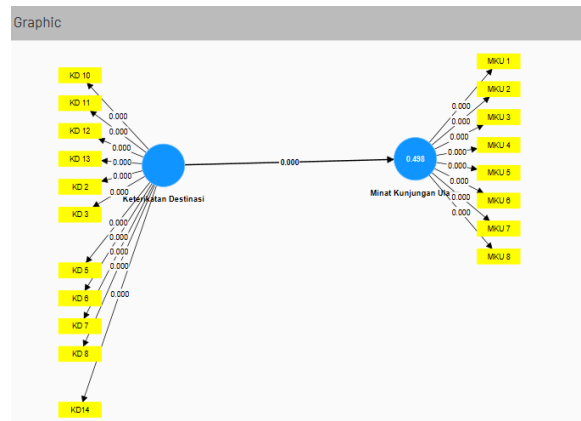
Uji Hipotesis

Tabel 3.8 Uji Hipotesis Path Coefficient

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STD DEV)	T statistic (O/STD DEV)	P values
Keterikatan Destinasi -> Minat Kunjungan Ulang	0.706	0.709	0.024	29.749	0.000

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil *bootstrapping*, diperoleh nilai *path coefficient* sebesar 0,706, *t-statistics* sebesar 29,749, dan *p-values* sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Keterikatan Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Ulang, sehingga hipotesis penelitian diterima.



Gambar 3 Hasil Bootstrapping
Sumber: SmartPLS 4.0

Tingkat Keterikatan Destinasi dan Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Destinasi Wisata Mata Air Cikandung

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, tingkat keterikatan destinasi wisatawan di destinasi wisata Mata Air Cikandung menunjukkan kecenderungan yang cukup baik. Hal ini terlihat dari sebagian besar indikator pada variabel keterikatan destinasi yang memiliki nilai mean di atas angka 3,00, yang menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap keterikatan mereka terhadap destinasi tersebut. Indikator dengan nilai mean tertinggi terdapat pada indikator KD.4 dengan nilai mean sebesar 4,05, yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat keterikatan yang kuat terhadap aspek tertentu pada destinasi wisata Mata Air Cikandung. Sebaliknya, indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator KD.13 dengan nilai mean sebesar 2,86, yang menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa aspek keterikatan yang belum sepenuhnya dirasakan secara optimal oleh wisatawan. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara umum wisatawan telah memiliki keterikatan terhadap destinasi, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk memperkuat hubungan emosional maupun pengalaman wisatawan terhadap destinasi tersebut.

Tingkat minat kunjungan ulang wisatawan di destinasi wisata Mata Air Cikandung juga menunjukkan kecenderungan yang positif. Hal ini terlihat dari nilai mean pada sebagian besar indikator variabel minat kunjungan ulang yang berada di atas angka 3,00. Indikator dengan nilai mean tertinggi terdapat pada indikator MKU.6 dengan nilai mean sebesar 4,11, yang menunjukkan bahwa wisatawan memiliki keinginan yang tinggi untuk kembali mengunjungi destinasi wisata Mata Air Cikandung di masa mendatang. Sementara itu, indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator MKU.2 dengan nilai mean sebesar 3,33, yang menunjukkan bahwa meskipun minat kunjungan ulang tergolong baik, masih terdapat beberapa responden yang menunjukkan tingkat keyakinan yang relatif lebih rendah terhadap

pernyataan pada indikator tersebut. Hal ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman wisata yang berbeda-beda atau persepsi wisatawan terhadap fasilitas maupun daya tarik destinasi.

Hasil analisis model struktural juga menunjukkan bahwa variabel keterikatan destinasi memiliki peran yang cukup penting dalam menjelaskan minat kunjungan ulang wisatawan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai R-Square sebesar 0,498 pada variabel minat kunjungan ulang, yang menunjukkan bahwa keterikatan destinasi mampu menjelaskan minat kunjungan ulang wisatawan sebesar 49,8%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa keterikatan destinasi memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung ke destinasi wisata Mata Air Cikandung, meskipun masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan.

Dapat disimpulkan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keterikatan destinasi dan minat kunjungan ulang wisatawan di destinasi wisata Mata Air Cikandung berada pada kategori yang cukup baik. Wisatawan yang memiliki pengalaman positif dan keterikatan terhadap destinasi cenderung menunjukkan minat yang lebih tinggi untuk melakukan kunjungan ulang. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata Mata Air Cikandung perlu mempertahankan serta meningkatkan kualitas pengalaman wisata yang diberikan kepada pengunjung, sehingga dapat memperkuat keterikatan wisatawan terhadap destinasi dan mendorong peningkatan minat kunjungan ulang di masa mendatang.

Pengaruh Keterikatan Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Destinasi Mata Air Cikandung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan metode bootstrapping, diketahui bahwa variabel keterikatan destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di destinasi wisata Mata Air Cikandung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai path coefficient sebesar 0,706, yang menunjukkan bahwa hubungan antara keterikatan destinasi dan minat kunjungan ulang bersifat positif. Selain itu, nilai t-statistics sebesar 29,749 yang lebih besar

dari 1,96, serta nilai p-values sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin kuat keterikatan wisatawan terhadap destinasi Mata Air Cikandung, maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang.

Temuan penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu dalam tiga tahun terakhir. Penelitian oleh (Wei et al., 2024) menunjukkan bahwa keterikatan terhadap destinasi memiliki pengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa keterikatan lokal terbukti meningkatkan niat wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi, serta menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Vera et al., 2025) menunjukkan bahwa keterikatan terhadap destinasi memiliki hubungan yang erat dengan niat wisatawan untuk kembali berkunjung, khususnya pada destinasi wisata alam. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman yang memuaskan mampu membentuk hubungan emosional wisatawan dengan destinasi, yang kemudian mendorong keinginan untuk melakukan kunjungan ulang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterikatan destinasi memiliki peran yang penting dalam meningkatkan minat kunjungan ulang wisatawan di destinasi wisata Mata Air Cikandung. Wisatawan yang memiliki pengalaman positif dan keterikatan emosional terhadap destinasi cenderung memiliki keinginan yang lebih besar untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata Mata Air Cikandung perlu terus meningkatkan kualitas pengalaman wisata yang mampu memperkuat keterikatan wisatawan terhadap destinasi, sehingga minat kunjungan ulang wisatawan dapat terus meningkat secara berkelanjutan.

Secara empiris, keterikatan wisatawan terhadap Mata Air Cikandung dapat dijelaskan melalui karakteristik unik destinasi yang menawarkan kejernihan mata air alami, suasana pedesaan yang tenang, serta lingkungan yang masih asri. Hasil observasi menunjukkan bahwa wisatawan menikmati pengalaman berwisata

yang berbeda dibandingkan destinasi perkotaan, sehingga menciptakan rasa nyaman dan betah selama berada di destinasi. Temuan ini sejalan dengan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa indikator KD.4 mengenai rasa nyaman dan betah memperoleh nilai rata-rata tertinggi (4,05). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kenyamanan dan pengalaman menikmati lingkungan alami menjadi faktor utama yang membentuk keterikatan wisatawan terhadap Mata Air Cikandung.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R). Dalam konteks penelitian ini, pengalaman wisata yang diperoleh wisatawan di destinasi Mata Air Cikandung berperan sebagai stimulus, yang memengaruhi kondisi emosional dan psikologis wisatawan sebagai organism, yaitu dalam bentuk keterikatan terhadap destinasi. Selanjutnya, keterikatan tersebut menghasilkan *response*, yaitu minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke destinasi yang sama. Dengan demikian, keterikatan destinasi berperan sebagai kondisi internal wisatawan yang terbentuk dari pengalaman positif selama berkunjung dan kemudian mendorong munculnya perilaku kunjungan ulang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah penelitian mengenai pengaruh keterikatan destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Mata Air Cikandung Sumedang, maka simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut. Keterikatan destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Mata Air Cikandung Sumedang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat keterikatan yang dirasakan wisatawan terhadap destinasi, maka semakin tinggi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara keterikatan destinasi dan minat kunjungan ulang memiliki arah positif dan signifikan, serta variabel keterikatan destinasi mampu memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variasi minat kunjungan ulang wisatawan di Mata Air Cikandung Sumedang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Akademisi, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai perilaku wisatawan dengan menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan faktor psikologis dan emosional wisatawan, seperti kepuasan wisatawan, citra destinasi, kualitas pengalaman wisata, atau loyalitas wisatawan. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan pada jenis destinasi yang berbeda, seperti destinasi wisata budaya atau wisata buatan, sehingga dapat memperkaya kajian mengenai keterikatan destinasi dan minat kunjungan ulang pada berbagai konteks destinasi wisata.
- 2) Bagi Pengelola Destinasi Wisata Mata Air Cikandung, disarankan untuk mengembangkan program yang mampu memperkuat keterikatan wisatawan terhadap destinasi, seperti menciptakan spot foto ikonik yang merepresentasikan identitas Mata Air Cikandung, menyelenggarakan kegiatan interaktif berbasis alam dan budaya lokal seperti pertunjukan Kuda Renggong, edukasi lingkungan, atau kegiatan konservasi mata air yang melibatkan wisatawan. Selain itu, pengelola perlu mempertahankan kejernihan mata air, kebersihan kawasan, serta kenyamanan lingkungan karena aspek-aspek tersebut terbukti menjadi faktor yang berkontribusi terhadap terbentuknya keterikatan wisatawan dan minat kunjungan ulang.
- 3) Bagi Pemerintah Daerah dan Pemangku Kepentingan Pariwisata, disarankan untuk memberikan dukungan dalam pengembangan destinasi wisata alam melalui penyediaan fasilitas yang memadai, peningkatan aksesibilitas menuju lokasi wisata, serta penyusunan kebijakan yang berorientasi pada pengelolaan destinasi secara berkelanjutan. Dukungan tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik destinasi serta memperkuat keterikatan wisatawan terhadap destinasi wisata alam di Kabupaten Sumedang.

Referensi

- Amanda, H., Zahara, D., Fadhilah, M. N., & Putri, R. C. (2025). *Analysis Of Cikandung Springs Tourism Marketing Strategy To Increase The Number Of Tourist Visits*.
- Azzahra, S. G., Nur, S., Fadhlurrahmah, A., & Suhartanto, D. (2025). *From Social Media to Experience: A Digital Marketing Model for Tourism Destinations in Bandung Regency*. 5(4), 179–192. <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v5i4.167>
- Barella, Y., Fergina, A., Mustami, M. K., Rahman, U., & Alajaili, H. M. A. (2024). Quantitative Methods in Scientific Research. *JURNAL PENDIDIKAN SOSIOLOGI DAN HUMANIORA*, Volume 15(Issue 1), 281–287. <https://doi.org/https://doi.org/10.26418/j-psh.v15i1.71528>
- Dewi, L., Choerunisa, S., Satritama, M. A., & Putra, R. A. (2022). *Economic and Socio-Cultural Impact on Tourism Activities in Godong Ijo*. 10(3), 105–109. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2022.010.03.01>
- Gunawan, A. (2023). *Segarnya Berenang di Mata Air Cikandung*.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). *Research Methods in Applied Linguistics Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research : Guidelines using an applied example. Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. 1, 1–9.
- Kittur, J. (2023). *Conducting Quantitative Research Study : A Step-by-Step Process*. 36(4).
- Kurniawan, R., & Iriani, F. (2024). *Sustainable Tourism Destination Management Strategy : Improving Service Quality and Visitor Satisfaction Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Berkelanjutan : Meningkatkan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengunjung*. 2(December), 333–342.
- Kusnaedi, E. D. (2023). *Pengunjung Senang Bermain Air di Mata Air Cikandung*.
- Lorenza, A., Ni, R., Sri, M., Dewi, P., Natalia, D., & Lorenza, F. A. (2023). *Pariwisata Berkelanjutan Sebagai Upaya Penguatan Destinasi Wisata Pasca Pandemi di Desa Ekowisata Pancoh Sleman Yogyakarta Desa Ekowisata Pancoh sebagai*. 28(2), 152–166.
- Novarlia, I. (2023). *A STUDY OF ENVIRONMENTALLY-SOUND GEOTOURISM POTENTIAL IN SUMEDANG REGENCY*. 1945–1952.
- Nurlaeli, S., & Dalimunthe, F. I. (2026). *Halaman Jurnal : https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/nawasena Natural Tourist Attraction Development Model Based On Tourism Area Cycle Of Evolution (Case Of Ponot Waterfall Attraction Asahan Regency) Postgraduate of School Applied Sciences of Touris*. 2(1).
- Purnama, N. I., Siswadi, Y., & Mujiatun, S. (2023). *The Determinants of Revisit Intention and Recommendation Intention for Domestic Tourists*. 4(2), 194–208.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). *Journal of Destination Marketing & Management Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. Journal of Destination Marketing & Management*, 21(January), 100621. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. Journal of Education Research*, 5599–5609.
- Surya, N., Djalul, A., & Dwi, D. (2024). *Keterkaitan Pengalaman dan Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Lawang Sewu Semarang*. 1(2), 74–89.
- Syahrudin, D., Rahmawati, R., & Luthfie, M. (2022). *POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA SAAT PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA POTENTIAL AND STRATEGIES FOR TOURISM DEVELOPMENT DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN INDONESIA Pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di dan dunia internasional telah mengakibatkan*. 5(April), 1–10.
- Vera, P. E. L., Cornejo, J. M., Verónica, M., Morales, S., & Esparza-huamanchumo, R. M. (2025). *Motivation , Satisfaction , Place Attachment , and Return Intention to Natural Destinations : A Structural Analysis of Ayabaca*. 1–22.
- Wei, J., Zhou, L., & Li, L. (2024). *A study on the impact of tourism destination image and local attachment on the revisit intention: The moderating effect of perceived risk. PLoS ONE*, 19(1 January), 1–19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296524>
- Wibowo, M. S., & Belia, L. A. (2023). *Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. 6(1), 25–32.

- Yogiantara, I. P. A., Endrawan, K., Putra, S., Program, M. S., & Ganesha, U. P. (2025). *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi Pengaruh Pengalaman Wisatawan dan Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Wisata Air Terjun Aling-Aling The Influence of Tourist Experience and Tourist Satisfaction on Revisit Intention to Aling-*. 6(2), 408–418.
- Yusuf, Y., Yuliawati, L., & Irfan, M. (2024). *Revitalisasi Sumber Mata Air Sirah Cipelang Sebagai Objek Wisata*. 3(November), 15–22.