

MINAT BERKUNJUNG ULANG WISATA : HARGA DAN CITRA DESTINASI SAWAH SUMBER GEMPONG DI DESA WISATA

Siti Nur Qomariyah¹, Mar'atul Fahimah²

Rahmat Maulana Sukma Dewantara³

^{1,2,3}Universitas KH. A Wahab Hasbullah Jombang

*¹sitinurqomariyah@unwaha.ac.id, ²maratulfahimah@unwaha.ac.id,

³rahmatmaulanaa222@gmail.com

Abstract

The tourism sector experienced a significant increase. The concept of tourism that offers natural beauty is in demand during the new normal during the pandemic until now. Sumber Gempong Rice Field Tourism, which is located in Sukorame hamlet, Ketapanrame village, Trawas sub-district, Mojokerto district, offers natural views of rice fields and water sources located at the foot of Mount Penanggungan. This research aims to determine the influence of price and destination image on interest in returning to the Sumber Gempong Trawas rice field tourism. This study uses a quantitative associative approach. The research sample was visitors to the Sumber Gempong Trawas rice field tour who had visited it at least once. The number of samples is 100. The sampling technique uses purposive. The data collection method uses a questionnaire that has been tested for its validity. In addition, the data analysis method uses Smart PLS 4 multiple regression analysis. The research results show that the variables of price and destination image influence tourists' interest in revisiting the Sumber Gempong Trawas rice fields. Managers Tourism managers must understand the market in determining competitive prices and must actively promote the image of the destination through marketing campaigns digital.

Keywords: destination image, price, tourist destination, intention to revisit

Abstrak

Sektor pariwisata mengalami peningkatan yang signifikan. Konsep wisata yang menawarkan keindahan alam diminati pada masa new normal pandemi sampai saat ini. Wisata Sawah Sumber Gempong yang terletak di dusun Sukorame desa Ketapanrame kecamatan Trawas kabupaten Mojokerto menawarkan pemandangan alam persawahan dan sumber air yang terletak di kaki gunung penanggungan. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan citra destinasi terhadap minat untuk berkunjung ulang ke wisata sawah Sumber Gempong Trawas. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif. Sampel penelitian adalah pengunjung wisata sawah Sumber Gempong Trawas yang telah mengunjunginya minimal sekali. Jumlah sampel sebanyak 100. Teknik sampling menggunakan purposive. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji kevalidanannya. Selain itu, metode analisis data menggunakan Smart PLS 4 analisis regresi berganda. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa variabel harga dan citra destinasi mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi ulang wisata persawahan Sumber Gempong Trawas. Pengelola Pengelola wisata harus memahami pasar dalam menentukan harga yang kompetitif dan harus aktif mempromosikan citra destinasi melalui kampanye pemasaran secara digital.

Kata kunci: citra destinasi, harga, destinasi wisata, minat kunjungan ulang

PENDAHULUAN

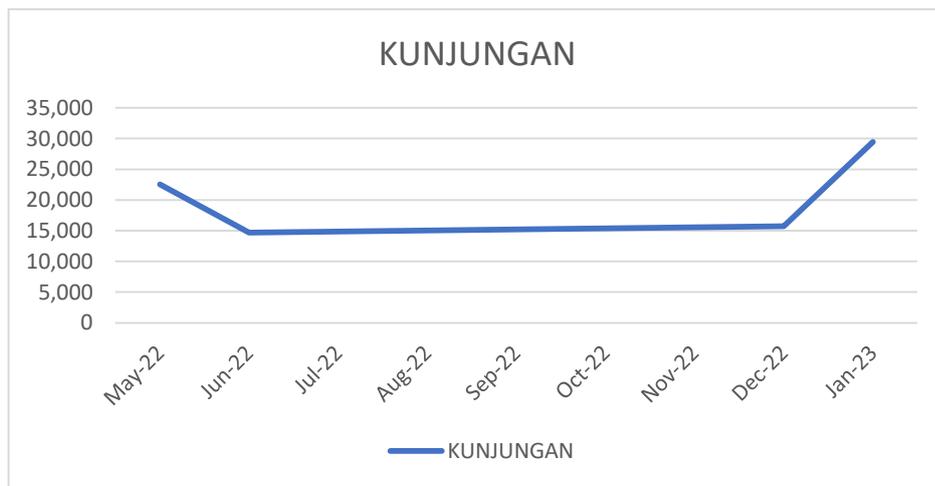
Pandemi COVID-19 telah berdampak signifikan pada perkembangan industri ekowisata di seluruh dunia. Ekowisata merupakan bentuk pariwisata yang berfokus pada keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab. Banyak destinasi ekowisata terletak di daerah alami yang belum banyak dikelola. Ketika pandemi COVID-19 pertama kali muncul, banyak negara dan wilayah mengambil langkah-langkah tegas dengan menutup sementara destinasi pariwisata alam seperti taman nasional dan kawasan konservasi untuk membatasi penyebaran virus. Hal ini berdampak pada penurunan signifikan jumlah wisatawan yang mengunjungi destinasi ekowisata, yang pada akhirnya mengakibatkan penurunan pendapatan bagi para pelaku ekowisata.

Di sisi yang lain pada akhir masa pandemi COVID-19 yang memasuki new normal pada tahun 2021 telah menjadi pemicu muncul konsep ekowisata yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab. Banyak pelaku ekowisata mulai berinovasi dengan menciptakan program yang lebih fleksibel dan adaptif untuk mengatasi situasi pandemi. Beberapa langkah inovatif yang diambil meliputi :1) Ekowisata mulai mengadopsi teknologi untuk meningkatkan pengalaman wisata. Contohnya, penggunaan aplikasi pemandu wisata virtual, pemesanan daring untuk meminimalkan kontak fisik, dan peningkatan infrastruktur berbasis teknologi di destinasi ekowisata. 2) Pelaku ekowisata berfokus pada menciptakan produk wisata yang menjamin kebersihan dan kesehatan para pengunjung. Langkah-langkah ini termasuk protokol kebersihan yang ketat, penggunaan peralatan pelindung diri, dan prosedur keselamatan kesehatan yang ditingkatkan. 3) Pandemi ini mendorong promosi destinasi wisata lokal sebagai alternatif dari destinasi internasional yang mungkin lebih sulit diakses selama pandemi. Hal ini mendukung pertumbuhan ekowisata di daerah-daerah yang mungkin sebelumnya kurang terkenal tetapi memiliki potensi ekowisata yang besar. 4) Ekoturisme, yang menekankan pada pengalaman wisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat setempat, semakin berkembang. Kegiatan ekowisata seperti wisata petualangan, pendakian gunung, dan diving yang memungkinkan wisatawan untuk menjelajahi alam secara langsung semakin diminati.

Desa wisata Ketapanrame, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto, menawarkan sejumlah objek wisata menarik bagi pengunjung yang mencari pengalaman berlibur yang unik dan beragam. Salah satu destinasi wisata yaitu Sumber Gempong. Destinasi wisata ini menawarkan pemandangan alam persawahan yang indah dan khas pedesaan. Tempat ini memberikan pengunjung pengalaman yang tenang dan santai, dikelilingi oleh kicauan

burung dan gemericik air yang mengalir. Beberapa fasilitas yang ditawarkan di wisata sawah Sumber Gempong meliputi: wahana sepeda udara, becak udara, bebek air, kolam renang, berkuda, atv, dan kereta sawah. Selain fasilitas rekreasi, Sumber Gempong juga mengutamakan kenyamanan dan kebutuhan praktis pengunjung, antara lain : Campground, Mushola, Toilet, dan Stand Penjual Makanan dan Minuman.

Wisata Sumber Gempong adalah salah satu destinasi terbaru yang berusia 2 tahun di Kecamatan Trawas. Meskipun destinasi wisata masih terbilang baru, jumlah wisatawan terus meningkat. Data pengunjung dapat dilihat pada grafik 1.



Grafik 1. Data Kunjungan Sumber Gempong

Pada grafik 1 menunjukkan kenaikan jumlah kunjungan pada musim libur sekolah bulan mei-juni 2022 sebesar 37.199 pengunjung dan libur akhir tahun-tahun baru sejumlah 45.158 pengunjung. Data ini dapat menggambarkan minat berkunjung di destinasi desa wisata Sumber Gempong tinggi.

Destinasi ini memiliki daya tarik tersendiri karena menghadirkan pengalaman berwisata yang berfokus pada alam dan lingkungan. Pengelolaannya dilakukan oleh organisasi POKDARWIS dusun Sukorame di bawah naungan BUMDes Ketapanrame. Destinasi wisata Sumber Gempong memiliki potensi mendongkrak perekonomian lokal. Masyarakat akan dapat menciptakan lapangan kerja baru sebagai hasil dari penyajian atraksi wisata yang dikelola yang akan menarik pengunjung atau wisatawan ke kawasan wisata. Pariwisata merupakan penggerak perekonomian sehingga menjadi elemen krusial dalam peningkatan perekonomian (1).

Sumber gempong sebagai destinasi tetap mempertahankan alam dan lingkungan. Lahan persawahan digunakan bercocok tanam. Sumber mata air dikelola dan dijaga dengan baik. Konsep wisata yang diusung ekowisata. Menurut (2), ekowisata adalah kemungkinan bagi masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang sudah ada sehingga dapat bermanfaat bagi lingkungan sekitar secara keseluruhan. Berdasarkan pemaparan sebelumnya, ekowisata mengutamakan pelestarian alam melalui pemanfaatan potensi alam yang tersedia. Ekowisata juga dipandang sebagai program untuk

memperkuat komunitas lokal, yang berarti dapat membantu lingkungan sekitar dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraannya.

Persepsi harga mempunyai peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pelanggan, terutama dalam konteks pariwisata. Sumber Gempong membuat kebijakan harga yang relatif murah dengan harga tetap sepanjang. Menurut (3), harga adalah nilai yang akan diberikan kepada konsumen sebagai ketidakseimbangan atas kualitas produk atau jasa. Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan signifikan terhadap pilihan pelanggan. Menurut (4) harga adalah jumlah uang yang dapat memengaruhi keputusan yang dibuat oleh pelanggan untuk membeli suatu barang atau jasa. Dengan kata lain, harga adalah jumlah nilai yang dapat diperoleh konsumen dari menggunakan barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, kualitas produk dan jasa harus sesuai dengan harga agar harga dan kualitasnya sesuai dengan keinginan pelanggan. Menurut (5), beberapa faktor yang menentukan harga adalah sebagai berikut: 1) Harga yang terjangkau, yang merujuk pada harga yang dapat diakses oleh semua demografi dalam sasaran pasar yang dipilih; 2) *Price-quality match*, yang merujuk pada berapa banyak uang yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk memenuhi persyaratan kualitas layanan; dan 3) *Price competition*, yang merujuk pada harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata. Sumber Gempong membuat kebijakan harga yang relatif murah dengan harga tetap sepanjang. Harga tiket masuk sebesar Rp 5.000.

Citra destinasi atau destination image menggambarkan persepsi dan pengetahuan yang dimiliki oleh wisatawan tentang suatu destinasi wisata tertentu. Menurut (Hanif & Kusumawati, 2016), destination image adalah keyakinan turis terhadap suatu fasilitas atau produk yang disediakan oleh perusahaan. Ada perbedaan persepsi turis terhadap suatu lokasi, tergantung pada pengalaman dan perspektif masing-masing individu. Namun, faktor paling signifikan yang memengaruhi keputusan turis untuk pergi ke suatu lokasi tertentu adalah persepsi mereka tentang lokasi tersebut, yang ditentukan oleh wisatawan. Menurut (7) citra destinasi terdiri dari tiga komponen: afektif, kognitif, dan unik. Dapat digambarkan, antara lain : 1) citra kognitif (kualitas pengalaman, daya tarik wisata, lingkungan dan infrastruktur, hiburan/aktivitas luar ruangan, dan tradisi budaya), 2) citra unik (lingkungan alam, destinasi menarik, dan daya tarik lokal)," dan "3) citra efektif (mengundang kesenangan dan ketenangan). Berbeda Citra destinasi wisata dalam pandangan (8) merupakan keyakinan pengunjung terhadap suatu barang atau jasa yang telah dibeli atau direncanakan untuk dibeli. Namun, citra destinasi dapat dibentuk sedemikian rupa sehingga dapat berfungsi sebagai motivator atau pendorong yang kuat bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi tertentu.

Citra destinasi di Sumber Gempong yaitu wisata yang menawarkan keunikan untuk dikunjungi saat musim liburan panjang karena fasilitas dan wahana di wisata sawah Sumber Gempong belum tentu ditemukan di wisata lainnya. Wisata sawah Sumber Gempong ini sedang populer di kabupaten Mojokerto bahkan di Jawa Timur dan sudah sering kali media televisi mengekspos wisata tersebut bahkan pernah dikunjungi beberapa pejabat daerah untuk sekedar refreshing.

Menurut (9), keinginan seseorang untuk kembali atau pergi ke tempat yang menarik adalah sumbernya. Situasi turis dan daya tarik akan memengaruhi permintaan perjalanan. Usia, pendapatan, lokasi, dan faktor lainnya mempengaruhi pariwisata. Namun, faktor-faktor seperti harga tiket, fasilitas yang memenuhi kebutuhan wisatawan yang meningkat, keamanan, kebersihan, dan lainnya digunakan untuk membandingkan antara tempat wisata dan tempat wisata lainnya (Prakosa & Fafurida, 2018).

Tempat yang layak dikunjungi berdasarkan banyak hal, antara lain daya tarik wisata, aksesibilitas, biaya, fasilitas, dan informasi. Semua bagian ini membentuk konsep wisata produk, yang harus memenuhi permintaan konsumen. Jika suatu produk awalnya menarik, ia akan kehilangan daya tariknya karena kualitas yang menurun, sehingga kualitas harus selalu dijaga. Jika penjualan produk yang berkaitan dengan wisatawan menurun, ini menunjukkan bahwa produk tersebut tidak lagi diminati dan perlu diperbarui (Andina et al., 2021).

Saat ini, wisata sawah Sumber Gempong sangat disukai di Kabupaten Mojokerto bahkan di Jawa Timur. Menurut (12) niat mengunjungi kembali berarti niat membeli, yaitu keinginan yang kuat untuk kembali karena fasilitas yang diberikan. Pengelola wisata sawah Sumber Gempong mengetahui bahwa menaikkan minat berkunjung itu sulit karena keinginan untuk berkunjung atau berlibur merupakan selera masing-masing pelanggan yang tentunya berbeda-beda.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh faktor harga dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di wisata sawah Sumber Gempong desa wisata Ketapanrame Trawas Mojokerto.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah explanatory research, dimana mencoba memberi gambaran hubungan antar variabel independen, dependen dan intervening yang diteliti serta menguji hipotesis. Penelitian ini mengambil sampel dari populasi wisatawan yang telah berkunjung ke destinasi desa wisata Sumber Gempong di Trawas, Mojokerto. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yang berarti sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu atau kriteria yang telah ditentukan. Kriteria utama adalah bahwa responden harus menjadi wisatawan yang telah mengunjungi destinasi desa wisata Sumber Gempong. Jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 100 wisatawan. Ini mungkin didasarkan pada pertimbangan anggaran, waktu, atau sumber daya yang tersedia untuk penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan survei pendahuluan serta kuesioner. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel harga, citra destinasi, dan minat

berkunjung ulang. Untuk menjawab hipotesis digunakan teknik analisis regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini yang berusia sekitar 18-22 tahun sebesar 10 orang atau 10%, kategori usia 23-27 tahun sebesar 22 orang atau 22%, kategori usia 28-32 tahun sebesar 22 orang atau 22% dan kategori berusia lebih dari 32 tahun sebesar 46 orang atau 46%. Karakteristik 100 responden yang dalam penelitian berdasarkan Pendidikan terakhir, antara lain : SD sebanyak 3 orang atau 3%, SMA/SMK sebanyak 66 orang atau 66%, kategori pendidikan terakhir diploma sebanyak 3 orang atau 3%, dan kategori pendidikan terakhir sarjana sebanyak 28 orang atau 28%. Frekuensi kunjungan dari responden (wisatawan) berkunjung 1-2 kali sebanyak 44 orang atau 44%, kategori frekuensi berkunjung 3-4 kali sebanyak 42 orang atau 42%, dan kategori frekuensi berkunjung lebih dari 5 kali sebanyak 14 orang atau 14%.

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwasanya hasil persamaan analisis regresi linier berganda yang terbentuk adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 3,019 + 0,192X_1 + 0,204 X_2$$

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	SE	T value	P value
Harga	0,192	0,361	0,051	3,762	0,000
Citra Destinasi	0,204	0,311	0,068	2,990	0,004
Intercept	3,019	0,000	1,516	1,991	0,049

Sumber : Data Diolah, (2023)

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta α sebesar 3,019 dapat dinyatakan bahwa jika harga dan Citra Destinasi dianggap 0 (nol) maka Minat Berkunjung ulang Wisata sawah Sumber Gempong Trawas sebesar 3,019
2. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,192 dapat dinyatakan bahwa harga semakin baik dan dengan asumsi variabel lain tetap maka minat berkunjung ulang akan meningkat sebesar 0,192. Nilai koefisien regresi variabel citra destinasi sebesar 0,204 dapat dinyatakan bahwa citra destinasi semakin baik dan dengan asumsi variabel lain tetap maka minat berkunjung ulang akan meningkat sebesar 0,204.

Pada tabel 1 diketahui variabel harga mempunyai P value $0,000 < 0,05$ dan variabel citra destinasi memiliki tingkat signifikansi atau P value $0,004 < 0,05$ sehingga kedua variabel tersebut dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung ulang di wisata sawah Sumber Gempong.

Tabel 2. Hasil Uji F

	Sum square	Df	Mean square	F	P value
Total	312,910	100	0,000	0,000	0,000
Kesalahan	156,919	97	1,618	0,000	0,000
Regression	155,991	3	51,997	32,142	0,000

Sumber : Data Diolah, (2023)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji menunjukkan bahwa signifikansi P value tersebut $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa secara simultan variabel harga dan citra destinasi mempunyai pengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang di wisata sawah Sumber Gempong.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Minat Berkunjung Ulang di wisata sawah Sumber Gempong Trawas

Berdasarkan hasil penelitian ini uji parsial yang dilakukan pada variabel harga diperoleh tingkat signifikansi atau P value $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan (harga (X1) terhadap Minat berkunjung ulang (Y) pengunjung wisata sawah Sumber Gempong Trawas). Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

Wisata Sumber Gempong menjadi destinasi yang dikunjungi ulang karena memiliki harga lebih murah Kembali dibanding wisata lain di sekitarnya. Tiket masuk Sumber Gempong sebesar Rp 5000. Tiket ini cenderung lebih murah dibandingkan dengan wisata alam yang berada di Kawasan Trawas. Harga tiket masuk wisata air terjun Dlundung Trawas Rp 10.000 dan harga tiket masuk candi jolotundo RP 10.000. Perbandingan harga tersebut, wisata sawah Sumber Gempong bisa dijadikan tujuan utama untuk mengisi waktu liburan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari (13) yang menyatakan bahwa secara parsial fasilitas wisata, persepsi harga, dan citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Wisata Lawu Park Tawangmangu. Dan secara simultan fasilitas wisata, persepsi harga, dan citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Wisata Lawu Park Tawangmangu, yaitu sebesar 86,5%.

Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang di wisata sawah Sumber Gempong Trawas

Berdasarkan hasil penelitian ini uji parsial yang dilakukan pada variabel harga dengan tingkat signifikansi atau P value $0,004 < 0,05$ sehingga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan (citra destinasi (X2) terhadap Minat berkunjung ulang (Y) pengunjung wisata sawah Sumber Gempong Trawas). Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

Citra destinasi dipengaruhi oleh faktor citra destinasi kognitif. Citra destinasi kognitif ini menggambarkan pengalaman atau peningkatan pengetahuan. Dalam hal ini pengunjung mengetahui informasi dan pernah merasakan atas pengalaman berkunjung ke wisata sawah Sumber Gempong, baik itu suasana yang sejuk dan segar, fasilitas yang didapatkan, lingkungan yang bersih, dan pemandangan pegunungan serta persawahan. Wisata Sumber gempong mampu menampilkan dan memberikan layanan wisata yang baik sehingga dapat memmbuat wisatawan untuk berminat berkunjung ulang. Wisatawan ingin memperdalam pengetahuan dan mendapatkan pengalaman kembali berwisata di Sumber Gempong. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan yang dihasilkan oleh (14) menyatakan bahwa keberadaan wisata di Pantai Pandawa sebagai *destination image* memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Pandawa secara signifikan.

Pengaruh Harga, dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang di wisata sawah Sumber Gempong Trawas

Berdasarkan nilai signifikansi P value tersebut $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan secara simultan variabel Harga dan Citra Destinasi mempunyai pengaruh terhadap Minat Berkunjung Ulang di wisata sawah Sumber Gempong Trawas. Wisatawan tertarik ke wisata sawah Sumber Gempong karena suasana dan pemandangan alam pegunungannya. Wisata Sumber Gempong ini juga banyak menyediakan atraksi (misalnya wahana permainan) yang layak digunakan oleh pengunjung anak-anak sampai dewasa. Harga tiket yang ditetapkan oleh pengelola wisata Sumber Gempong sangat terjangkau yaitu sebesar Rp 5000/orang, dengan harga tersebut mampu bersaing dengan wisata lain di sekitarnya. Wisata sawah Sumber Gempong bisa dijadikan tujuan utama liburan untuk menikmati wisata alam. Wisatawan memiliki citra destinasi yang dirasakan setelah melakukan kunjungan, pengalaman yang didapat mulai dari fasilitas yang ditawarkan, lingkungan wisata yang bersih, pemandangan yang sejuk dan segar untuk dinikmati pengunjung. Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa harga dan citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di wisata sawah Sumber Gempong. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dibuat (15) yang menyatakan bahwa secara simultan maupun parsial Harga, Citra Wisata, Physical Evidence, dan Overall Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Danau Linow.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Pada penelitian ini, variabel harga dan citra destinasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan Sumber Gempong baik secara parsial dan simultan. Pengunjung mengetahui informasi mengenai harga dan mempunyai keinginan merasakan kembali atas pengalaman berkunjung ke wisata sawah Sumber Gempong, baik itu suasana yang sejuk dan segar, fasilitas yang didapatkan, lingkungan yang bersih, pemandangan pegunungan dan persawahan. Wisata Sumber

gempong mampu menampilkan dan memberikan layanan wisata yang baik sehingga wisatawan berminat untuk berkunjung ulang.

SARAN

Pihak pengelola wisata sawah Sumber Gempong, sebaiknya tetap mempertahankan kebijakan penentuan harga yang terjangkau oleh wisatawan dan konsep ekowisata yang menampilkan alam persawahan dan sumber air yang dapat dijadikan ciri khas wisata tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (KEMENDIKBUDRISTEK) yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap penelitian tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agfianto, T., Antara, M., & Suardana, I. W. (2019). Dampak Ekonomi Pengembangan *Community Based Tourism* terhadap Masyarakat Lokal di Kabupaten Malang (Studi Kasus Destinasi Wisata Cafe Sawah Pujon Kidul). *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 5(2), 259–282. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i02.p03>
- [2] Nazarullail, F., Hardika, & Desyanty, E. S. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Ekowisata “Lepen Adventure.” 1071–1076. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v2i8.9821>
- [3] Ardiansyah, I. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Media Bina Ilmiah*, 14(3). <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i3.328>
- [4] Kotler, & Armstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition*.
- [5] Kotler, P. (2018). *Principles of marketing*. In Pearson Education,.
- [6] Hanif, A., & Kusumawati, A. (2016). . *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu)*. 44–52.
- [7] Hidayat, T. T., & Chalil. (2017). *Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tambing*. 3.
- [8] Nurhayati, Nendah, & Asep M. Ramdan. (2019). *Peran Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Niat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Puncak Darma Geopark Ciletuh Kab. Sukabumi*.
- [9] Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada WisataCoban Rais BKPH Pujon)*.
- [10] Prakosa, N. H., & Fafurida. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Silawe Kabupaten Magelang*.
- [11] Andina, Almas Sabila, & Aliyah. (2021). *Faktor - Faktor Yang*

Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. . 3.

- [12] Koda, M., & NurletteNKS. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan (Studi di Monumen Monjali Yogyakarta).*
- [13] Citaningtyas Dian, Sidanti Heny, & Wulandari Wahyu Ratih. (2022). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah.*
- [14] Sulistyafani & Sastrawan, 2021, Pengaruh Citra Destinasi terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Pantai pandawa, bali. JURNAL DESTINASI WISATA. DOI: 10.24843/JDEPAR.2021.v09.i01.p11.
- [15] Olivia Ambitan, Jane Grace Poluan, & S.L.H.V. Joyce Lapian. (2023). *Pengaruh Faktor Harga, Citra Wisata Physical Evidence Dan Overall Satisfaction Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Objek Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. 11.*