

## Determinan Minat Kunjung Kembali Wisata Halal Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Wisata Danau Lut Tawar Aceh Tengah)

Lathifah Aini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

### ARTICLE HISTORY

Received : 2 Februari 2024

Accepted : 28 Februari 2024

Available Online : 03 Maret 2024

### KEYWORDS

Visit Interest; Halal Tourism; Intervening Variables

### CORRESPONDENSI

Nama : Lathifah Aini

Email : [lathifah.aini05@gmail.com](mailto:lathifah.aini05@gmail.com)



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

### ABSTRACT

*The purpose of this research is focussed on Lake Lut Tawar tourist destinations in Central Aceh regency, especially in evaluating factors that have the potential to affect the desire of tourists to return to destination Lake Lut Tawar after experiencing a decrease in visit during the Covid-19 pandemic in 2020-2022. This research is categorized as quantitative research because it adopts the paradigm of positivism, which tests a particular population and sample by collecting accurate numerical data from the population. Based on the results of the statistical test of this study of 273 participants who visited the Tourist Destination Lake Lut Tawar in Central Aceh, it was concluded that the quality of services and tourist attractions have no influence on the interests of visitors. But quality of service, touristic attractions, destination Image, facilities, each have a positive and significant impact on visitors' interests through satisfaction. The findings also suggest that the influence of these factors on visiting interests can be influenced by the demographics of respondents, with a majority of Generation Z and residing in the area of Lake Lut Tawar, Central Aceh.*

## Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi merupakan hal yang penting dalam mengukur keberhasilan suatu negara (Linawati et al., 2021). Pertumbuhan ekonomi yang dicapai oleh suatu negara sering dijadikan sebagai bagian dari keberhasilan kinerja pemerintah bersama dengan lembaga dan instansi-instansinya (Andiansyah et al., 2022) (Salah satu tanda pertumbuhan ekonomi yang positif pada suatu negara adalah perkembangan sektor pariwisatanya. Sehingga, pariwisata memiliki peran penting sebagai penyumbang pendapatan devisa, serta secara alamiah dapat memacu pertumbuhan ekonomi nasional. Sayangnya, di tengah pertumbuhan ekonomi tersebut terjadilah suatu fenomena penurunan di dunia, termasuk Indonesia yang diakibatkan oleh fenomena Covid-19 (Junaedi D & Salistia F, 2020; Puspita, 2023; Yamali & Putri, 2020).

Indonesia sendiri termasuk di antara negara-negara yang menerapkan program wisata halal. Dengan jumlah mayoritas penduduknya yang beragama Islam, Indonesia berpeluang dalam memajukan wisata halal dan bahkan bisa menjadi contoh bagi dunia untuk pariwisata yang halal. Menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019, Indonesia berada diposisi nomor 1 dan terpopuler untuk wisata halal. Kepopuleran ini ditunjukkan oleh capaian skor mencapai 78 dari 130 destinasi wisata lainnya di seluruh dunia.

Gambar 1 Daftar 5 Besar Global Muslim Travel Index 2019



Sumber: <https://indonesiabaik.id/infografis/indonesia-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-2019> diakses tanggal 25 November 2023 pukul 20.00 WIB.

Posisi tersebut menjadi pemantik bagi industri wisata Indonesia agar dapat meningkatkan peluang strategi pengembangan wisata halal sebagai sebuah konsep wisata yang menjanjikan. Hal ini, tentunya, menuntut adanya peran pemerintah, dan lebih khusus lembaga Dewan Syariah Nasional bertugas mengawasi dan mendukung sektor pariwisata halal (Ningsih et al., 2022; Zitri et al., 2023). Aceh merupakan suatu daerah yang sangat dipenuhi dengan wisata menarik, dan bahkan wisata di Aceh adalah wisata yang berbasis syariah. Kemenparekraf RI pernah mengatakan bahwa Aceh adalah salah satu daerah wisata yang sudah berbasis halal dan mendapatkan penghargaan dari *World Halal Tourism Award* sebagai *Best Halal Cultural Destination* dan *Best Halal Airport for Travellers in the World*. Oleh karena itu, tidaklah heran jika para wisatawan domestik dan mancanegara banyak mengunjungi wisata Aceh (Muis, 2020). Pada saat pandemi covid-19 berlangsung telah terjadi penurunan kunjungan wisatawan di Aceh, sebagaimana ditunjukkan oleh Pusat Badan Statistik berikut:

Tabel 2. Jumlah Pengunjung Wisatawan Di Aceh 2018-2023

Tahun	Jumlah wisatawan di Aceh
2018	6.518,813
2019	25.523,219
2020	10.401,00
2021	0
2022	2.628,00
2023	2.257,00

Sumber: BPS Aceh

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari tahun 2018 – 2019 Aceh mengalami peningkatan pengunjung. Akan tetapi, pada tahun 2020 – 2023 tercatat jumlah wisatawan

ke Aceh mengalami penurunan secara drastis, bahkan di tahun 2021 tercatat 0 kunjungan di pariwisata Aceh, dikarenakan adanya Covid-19.

Aceh memegang potensi besar sebagai daerah tujuan wisata, terutama dalam konteks wisata halal. Salah satu lokasi wisata yang dimiliki Aceh adalah Danau Lut Tawar di Kabupaten Aceh Tengah. Danau Lut Tawar merupakan danau seluas 5.472 hektar yang menjadi penunjuang air bersih untuk masyarakat di Kabupaten Aceh Tengah, Kota Takengon, Kabupaten Bener Meriah, Kabupaten Aceh Utara, dan Kabupaten Bierun (Dewi & Taher, 2017). Selain itu, Danau Lut Tawar juga menjadi tempat mata pencaharian masyarakat yang tinggal di Takengon, Aceh Tengah, untuk menaikkan ekonomi masyarakat. Keindahan panorama Danau Lut Tawar menjadi magnet bagi para pengunjung. Banyak wisatawan yang mengunjungi Danau Lut Tawar mulai dari luar daerah Aceh sampai masyarakat Takengon sendiri menjadikan Danau Lut Tawar sebagai sarana untuk berlibur keluarga (Sabri et al., 2022). Berikut merupakan data kunjungan wisata domestik dan asing (manca negara) yang berkunjung ke Danau Lut Tawar, Aceh Tengah.

Tabel 3. Jumlah Pengunjung Wisata Danau Lut Tawar Aceh Tengah

Tahun	Jumlah pengunjung wisata Danau Lut Tawar Aceh Tengah	
	Domestik	asing
2018	211.423	172
2019	187.323	1.007
2020	203.437	598
2021	4.878	768
2022	220.663	62

Sumber: Dinas Pariwisata Aceh Tengah

Tabel di atas menjelaskan bahwa tahun 2018-2021 pengunjung wisata provinsi Aceh mengalami penurunan mulai dari wisatawan domestik hingga wisatawan asing dikarenakan pada tahun 2019 akhir covid-19 melanda dunia termasuk Indonesia. Akan tetapi pada tahun 2022 terlihat terjadi kenaikan pada wisatawan domestik, namun mengalami penurunan pada wisatawan asing.

Perkembangan wisata mampu untuk mendorong perekonomian di suatu daerah. Destinasi wisata yang diminati tentunya akan banyak dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini tentunya membuka peluang usaha kuliner, penginapan/hotel, transportasi/travel, serta *tour quide*. Usaha-usaha tersebut juga dapat menunjang ramainya wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata. Usaha-usaha penunjang tersebut juga bisa menjadi fasilitas tambahan bagi suatu destinasi wisata. Usaha kuliner, penginapan, dan sebagainya tersebut yang perlu diperhatikan terutama untuk destinasi wisata halal. Pemerintah dan pengurus pariwisata perlu untuk menciptakan lingkungan wisata yang ramah wisatawan Muslim apabila ingin memperoleh predikat wisata halal. Hal ini tentunya telah dilakukan oleh Danau Lut Tawar. Predikat wisata halal harusnya mudah untuk diperoleh Danau Lut Tawar mengingat Danau Lut Tawar berada di Aceh yang sangat kuat dengan Syariat Islam. Hal ini tentunya dibarengi dengan pelayanan prima yang mampu untuk menarik wisatawan berkunjung kembali di kemudian hari.

Danau Lut Tawar sendiri merupakan sebuah danau alami yang berada di Dataran Tinggi Gayo tepatnya dekat dengan Kota Takengon, Kabupaten Aceh Tengah, Aceh. Danau

ini memiliki luas Luasnya kira-kira 5.472 hektare dengan panjang 17 km dan lebar 3,219 km. Volume airnya kira-kira 2.537.483.884 m<sup>3</sup> (2,5 triliun liter). Dengan wilayah yang luas, Danau Lut Tawar menjadi penyuplai air bersih untuk wilayah di sekitarnya. Selain itu, Danau Lut Tawar juga menjadi sumber mata pencarian warga di sekitarnya. Danau Lut Tawar memiliki pemandangan yang indah yang mampu menjadi daya tarik wisata yang berpotensi besar. Oleh sebab itu, Danau Lut Tawar juga dimanfaatkan untuk menjadi destinasi wisata. Danau Lut Tawar menjadi salah satu destinasi wisata halal yang patut untuk dikunjungi saat berada di Aceh. Predikat wisata halal sendiri diperoleh oleh Danau Lut Tawar dengan mempertimbangkan aspek wisata halal menurut GMTI yaitu Infrastruktur dan akses, lingkungan, jasa, dan komunikasi yang ramah untuk masyarakat Muslim. Aspek-aspek ini tetap mendapat perhatian khusus dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terkhusus di Aceh Tengah.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2019), menemukan bahwa kepuasan pengunjung merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keinginan wisatawan untuk kembali ke lokasi tertentu, kepuasan berfungsi sebagai variabel intervensi yang menghubungkan faktor-faktor lain yang menyebabkan keinginan untuk kembali. Minat untuk kembali berkunjung dijelaskan oleh Ahmad (2018), sebagai minat konsumen atau pengunjung untuk merasakan kembali produk, merek, destinasi, maupun wilayah yang sama di masa mendatang. Kepuasan terbukti positif dan signifikan memengaruhi minat kunjung kembali (Monik et al., 2021). Sebelumnya telah dijelaskan bahwa kepuasan juga menjadi variabel intervening sebagai penghubung antara variabel lainnya dengan minat untuk kembali berkunjung.

Penelitian ini menggunakan variabel kepuasan yang menjadi variabel intervening untuk mengetahui lebih jauh mengenai kemampuan variabel kepuasan untuk menjadi jembatan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel minat kunjung kembali dalam penelitian ini. Adapun variabel independen yang digunakan oleh peneliti melibatkan kualitas layanan, *destination image*, daya tarik wisata, fasilitas wisata sebagai variabel independen.

Citra destinasi (*Destination image*) adalah pandangan atau kesan yang dimiliki oleh wisatawan terhadap suatu tujuan wisata. *Destination image* mencakup elemen-elemen prasarana emosional, pengetahuan terkait destinasi wisata, dan imajinasi yang timbul dari informasi mengenai destinasi tersebut (Jovicic, 2019). Citra destinasi perlu diperhatikan oleh pengelola destinasi wisata. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa *destination image* berperan sebagai elemen pertama yang menarik perhatian wisatawan, menjadi faktor penentu apakah mereka akan memutuskan untuk mengunjungi destinasi tersebut lagi atau tidak. Citra destinasi yang ditunjukkan oleh pengelola wisata seharusnya memberi gambaran positif bagi wisatawan mengenai bagaimana suatu destinasi wisata tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh dan Alyari & Jafari Navimipour, (2018); Jovicic, (2019); Maxim, (2020), secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa *destination image* memiliki dampak positif terhadap niat untuk kembali berkunjung bagi para wisatawan. Namun, *destination image* dalam penelitian yang dilakukan oleh (Gerry Patalo et al., (2023), tidak memengaruhi minat kunjung kembali wisatawan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan setelah mengunjungi suatu destinasi wisata, wisatawan mempertimbangkan faktor-faktor lain untuk menentukan apakah mereka akan kembali atau tidak. Selain *destination image*, peneliti

juga memasukkan variabel daya tarik wisata sebagai ukuran niat berkunjung kembali bagi para wisatawan ke destinasi tersebut.

Daya tarik wisata terdiri dari segala bentuk keunikan yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata seperti keindahan alam, budaya dan wahana wisata yang beranekaragam yang menjadi alasan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata (Utama, 2014) Hampir sama dengan *destination image*, daya tarik wisata berperan sebagai pintu gerbang awal bagi wisatawan yang ingin mengunjungi suatu destinasi wisata. Destinasi tersebut akan memperkenalkan daya tarik wisata sebagai upaya agar para pengunjung tertarik untuk menjelajah destinasi tersebut. Pentingnya daya tarik wisata tidak hanya sebatas pada kunjungan pertama, melainkan juga menjadi faktor penentu niat untuk kembali berkunjung. Wisatawan akan merasakan langsung keunikan yang ditawarkan oleh destinasi tersebut, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Batubara & Putri, 2022) dan Darajat (2021), menemukan bahwa daya tarik memengaruhi keinginan untuk mengunjungi wisata kembali. Namun, studi terdahulu dilakukan oleh Indriastuty et al., (2020), menyimpulkan jika daya tarik wisata tidak memengaruhi minat kunjung kembali. Selain aspek keunikan yang tersedia dalam daya tarik wisata, niat untuk kembali berkunjung oleh wisatawan juga dapat dipengaruhi oleh fasilitas yang tersedia di destinasi pariwisata tersebut.

Fasilitas merupakan semua perangkat pendukung yang ditujukan untuk membantu kebutuhan manusia dalam suatu hal. Fasilitas untuk destinasi wisata sendiri merupakan berbagai jenis fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung saat mereka berada di lokasi pariwisata. Fasilitas wisata mencakup kebutuhan penginapan, makanan, tempat ibadah, kebersihan, transportasi, dan kamar mandi. Semua fasilitas ini disediakan guna menciptakan kondisi yang nyaman bagi wisatawan yang sedang melakukan kegiatan pariwisata (Yoeti, 2012) [Click or tap here to enter text.](#) Fasilitas wisata yang lengkap dapat menciptakan kondisi yang nyaman bagi wisatawan yang akan memengaruhi minat kunjung kembali wisatawan tersebut ke suatu destinasi wisata. Pada penelitian (Bilqistina, B., & Lase, 2023) dinyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap minat kunjung kembali wisata Gayo *Camping Ground* di Tekengon Aceh Tengah. Dengan melengkapi fasilitas yang ada di area camping tersebut, pengunjung tidak harus membawa banyak barang untuk camping dan sangat memungkinkan pengunjung untuk berkunjung kembali. Pada penelitian Nirwana et al., (2021), dinyatakan variabel fasilitas menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap niat untuk kembali berkunjung dalam konteks pariwisata *the Bloom Garden*. Demikian pula dengan penelitian Rahmat Fajrin et al., (2021) yang hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk kembali berkunjung ke wisata Candi Muara Takus di Kecamatan XIII Koto Kampar. Sebaliknya, studi lain yang menyatakan bahwa hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat untuk kembali berkunjung adalah riset yang dilakukan oleh (Wiratini M et al., 2018).

Berdasarkan pemaparan di atas, model konseptual pengaruh variabel *destination image*, daya tarik wisata dan fasilitas memiliki kesenjangan hasil penelitian (*research gap*) yang memerlukan pengujian kembali, terlebih jika penelitian dilakukan di obyek yang berbeda dan tahun yang berbeda. Temuan tersebut menjadi motivasi bagi penulis untuk

mengadopsi dan menguji kembali model konseptual dari studi-studi sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dampak kualitas layanan, *destination image*, daya tarik wisata, dan fasilitas terhadap minat kunjung kembali, variabel kepuasan sebagai faktor intervening pada wisatawan.

Dasar kuat untuk penelitian ini dapat ditemukan dalam latar belakang, yang mendorong peneliti untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung kembali wisatawan, dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Penelitian ini difokuskan pada destinasi wisata Danau Lut Tawar di Kabupaten Aceh Tengah, khususnya dalam mengevaluasi faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut ke Danau Lut Tawar setelah mengalami penurunan kunjungan selama pandemi Covid-19 tahun 2020 – 2022 dengan judul penelitian “Determinan Minat Kunjung Kembali Wisata Halal Dengan *Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Wisata Danau Lut Tawar Aceh Tengah)” adalah menarik untuk dilakukan.

## Metode

Metode penelitian didefinisikan sebagai cara untuk melakukan penelitian yang mencakup pengumpulan, pengolahan, sampai dengan interpretasi data yang memiliki tujuan dan manfaat khusus (Sugiyono, 2013). Metode penelitian harus dilakukan dengan cara ilmiah dalam arti bahwa penelitian yang dilakukan haruslah bersifat rasional dan masuk akal. Selain itu, ia harus juga bersifat empiris dan sistematis, yang berarti bahwa cara yang dilakukan bisa diamati melalui indera manusia, dan tertata dengan proses-proses tertentu yang logis.

Mengenai tingkat kealamian objek penelitian, penelitian dibedakan menjadi penelitian eksperimen, penelitian pemetaan, dan naturalistik (Sugiyono, 2013). Penelitian dasar, pengembangan, dan terapan kadang sulit dipisahkan karena mereka saling terkait. Penelitian pengembangan berperan sebagai penghubung antara penelitian dasar dan penelitian terapan. Meski begitu, secara umum, metode penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis utama, yakni metode kualitatif dan metode kuantitatif.

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini melalui pelaksanaan survei dengan pengisian kuesioner/angket melalui *google form*. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif karena mengadopsi paradigma positivisme, yang menguji suatu populasi dan sampel tertentu dengan mengumpulkan data berupa angka yang akurat dari populasi tersebut. Setelah menyebarkan kuesioner dilakukan maka diperoleh 273 responden penelitian yang telah melakukan kunjungan ke danau lut tawar Aceh Tengah. Kemudian data responden berjumlah 273 diolah menggunakan Microsoft exel untuk memetakan demografi responden penelitian agar memudahkan dalam menganalisis dan menyimpulkan hasil kuesioner yang telah diolah. Selanjutnya, data sampel tersebut diolah dan dianalisis menggunakan uji statistik terhadap kuesioner penelitian. Dalam penelitian ini SmartPLS versi 3 digunakan untuk menguji data penelitian dengan menggunakan metode analisis data SEM-PLS.

## Hasil dan Pembahasan

Untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang temuan penelitian, uji data dan pembuktian hipotesis harus dibahas lebih lanjut. Hasil penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Kualitas Pelayanan Tidak Memengaruhi Minat Kunjung Kembali Wisatawan Danau Lut Tawar

Kualitas pelayanan tidak memengaruhi minat kunjung kembali wisatawan Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Hasil ini berdasarkan dari hasil uji data penelitian yang menunjukkan jika nilai *T-Statistics* pengaruh antar variabel kualitas pelayanan dengan minat kunjung kembali 1,730 yang lebih kecil dari 1,92 dan nilai *P Values*-nya 0,084 yang lebih besar dari 0,05. Oleh sebab itu, hipotesis 1 dari penelitian ini, yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali, **ditolak**.

Sumber daya manusia yang bertanggung jawab atas pengelolaan destinasi wisata sangat erat terkait dengan kualitas pelayanan. Danau Lut Tawar sendiri memiliki banyak pengelola tergantung wilayah bagian danaunya. Pengunjung dan pengelola destinasi wisata tidak banyak melakukan interaksi karena pada hakikatnya Danau Lut Tawar menawarkan pemandangan dari Danau Lut Tawar itu sendiri. Pengunjung Danau Lut Tawar hanya berinteraksi dengan staff pengelola dalam membeli tiket masuk, parkir, atau ingin mencoba beberapa wahana yang ditawarkan oleh pengelola wisata; pelayanan yang ditawarkan oleh pengelola juga dianggap sederhana dan tidak banyak. Demografi responden penelitian juga menunjukkan jika mayoritas responden penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa yang biasanya pergi untuk berwisata bersama teman-temannya tanpa ingin diganggu oleh orang lain termasuk dari staff pengelola destinasi wisata. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Wiratini M et al., (2018), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki korelasi positif tetapi tidak signifikan terhadap keinginan wisatawan untuk kembali.

Selain itu, data deskripsi jawaban responden penelitian terhadap variabel kualitas layanan menunjukkan jika nilai rata-rata responden tersebut adalah 3,07. Nilai ini sudah cukup jika melihat kelas interval yang telah dibuat. Nilai 3,07 berada di skala interval 2,60 – 3,39 namun masih dekat dengan skala interval 1,80 – 2,59 yang bermakna tidak baik. Terdapat 2 item pertanyaan yang menyumbang nilai paling rendah, yaitu:

Tabel 4. Jawaban Responden Penelitian Terhadap Kualitas Pelayanan Danau Lut Tawar Yang Paling Rendah

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Destinasi wisata Danau Lut Tawar Aceh Tengah memiliki lingkungan yang bersih dan indah	0	73	128	64	8	3,03
2.	Petugas/pekerja di wisata Danau Lut Tawar sopan terhadap pengunjung dan memberi arahan yang jelas dan mudah dipahami	2	75	120	65	11	3,03

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Tabel 4. menunjukkan jika kualitas pelayanan di Danau Lut Tawar masih dirasa kurang baik oleh beberapa responden penelitian sampai ada yang memilih sangat tidak setuju terhadap pertanyaan/ Pernyataan jika petugas/pekerja di Danau Lut Tawar sopan terhadap pengunjung dan memberi arahan yang jelas dan mudah dipahami. Hal ini dapat terjadi karena spot-spot destinasi wisata di Danau Lut Tawar dikelola oleh pengelola swasta yang berbeda-beda. Pemerintah sudah turun untuk memberi seminar dan training kepada para pengelola wisata di Danau Lut Tawar. Namun, hal itu mungkin belum berjalan efektif karena masih perlu penyesuaian yang lebih dari para pengelola wisata Danau Lut Tawar.

## 2. Citra Destinasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Danau Lut Tawar

Citra destinasi (*Destination image*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Hasil ini berdasarkan dari hasil uji data penelitian yang menunjukkan jika nilai *T-Statistics* pengaruh antar variabel *destination image* dengan minat kunjung kembali 4,492 yang lebih besar dari 1,92 dan nilai *P Values*-nya 0,001 yang lebih kecil dari 0,00. Oleh sebab itu, hipotesis 2 dari penelitian ini yaitu *Destination image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali, **diterima**.

*Destination image* merupakan pintu awal dari suatu destinasi wisata untuk menarik perhatian wisatawan. *Destination image* yang baik tentunya akan memudahkan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi wisata karena tidak terlalu memikirkan banyak hal ketika sedang berwisata di suatu destinasi wisata. Hal ini juga berlaku untuk Danau Lut Tawar. Berdasarkan rata-rata skor tanggapan responden untuk variabel *destination image*, bahwa Danau Lut Tawar memiliki *destination image* yang baik. Hal ini bisa jadi dikarenakan oleh banyak hal seperti pemandangan yang indah, akses yang mudah, keamanan dan kenyamanan saat berwisata. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari [Eko Yuli Waluyo et al., \(2022\)](#), menemukan bahwa gambar destinasi dapat meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung.

Selain itu, data deskripsi jawaban responden penelitian terhadap variabel citra destinasi menunjukkan nilai 3,22. Nilai ini bermakna cukup karena masuk di interval kelas berada di skala interval 2,60 – 3,39 dan sudah dekat dengan interval kelas Nilai 3,40 – 4,19 yang bermakna baik. Berikut merupakan data 2 item pertanyaan/ pernyataan yang menyumbang nilai paling tinggi terhadap variabel citra destinasi:

Tabel 5. Jawaban Responden Penelitian Terhadap Citra Destinasi Danau Lut Tawar Yang Paling Tinggi

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Danau Lut Tawar memiliki banyak situs bersejarah yang menarik untuk dikunjungi, dan beberapa tempat wisatanya menarik.	0	50	126	78	19	3,24

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
2.	Danau Lut Tawar memiliki banyak situs bersejarah yang menarik untuk dikunjungi, dan beberapa tempat wisatanya menarik.	0	50	126	78	19	3,24

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Tabel 4.22 menunjukkan jika rata-rata responden penelitian merasa cukup mendekati baik dengan citra destinasi dari Danau Lut Tawar. Hal ini ditunjukkan oleh mean terbesar dari 2 item pertanyaan kuesioner mengenai citra destinasi Danau Lut Tawar. Mean jawaban responden tersebut adalah 3,23 dan 3,24. Citra destinasi Danau Lut Tawar sangat diperhatikan oleh para pengelola spot wisata disana. Terutama untuk citra destinasi halalnya. Hal ini juga dibantu oleh pemerintah yang memberikan seminar dan pelatihan mengenai destinasi wisata halal yang cepat diimplementasikan oleh pengelola wisata Danau Lut Tawar.

### 3. Daya Tarik Wisata Tidak Memengaruhi Minat Kunjung Kembali Wisatawan Danau Lut Tawar

Daya tarik wisata tidak memiliki pengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Hasil ini berdasarkan dari hasil uji data penelitian yang menunjukkan jika nilai *T-Statistics* pengaruh antar variabel daya tarik wisata dengan minat kunjung kembali 0,035 yang lebih kecil dari 1,92 dan nilai *P Values*-nya 0,972 yang lebih besar dari 0,05. Oleh sebab itu, hipotesis 3 dari studi ini yaitu Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali, **ditolak**.

Setiap destinasi wisata tentunya perlu untuk memiliki daya tariknya sebagai nilai jual yang ditawarkan kepada wisatawan. Daya tarik itu bisa berupa pemandangan alam yang indah atau berbagai layanan yang disediakan seperti wahana permainan yang beragam atau makanan yang lezat. Danau Lut Tawar sendiri memiliki daya tarik wisata utama berupa pemandangan yang indah, selain itu di berbagai lokasi di Danau Lut Tawar juga menyediakan wahana permainan yang dapat disewa oleh wisatawan. Hal ini tentunya menjadi nilai jual bagi Danau Lut Tawar untuk menarik wisatawan berkunjung ke sana. Namun, saat ini banyak generasi milenial yang gagap dengan hal-hal yang viral di media sosial dan mudah untuk bosan dengan suatu hal apabila tidak ada pengembangan dan marketing lebih lanjut yang mampu merangsang wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi wisata. Oleh sebab itu, daya tarik wisata tidak memengaruhi minat kunjung kembali wisatawan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh [Indriastuty et al., \(2020\)](#), para peneliti menemukan bahwa daya tarik destinasi wisata tidak mempengaruhi keinginan wisatawan untuk kembali ke sana.

Selain itu, data deskripsi jawaban responden penelitian terhadap variabel kualitas layanan menunjukkan jika nilai rata-rata responden tersebut adalah 3,31. Nilai ini sudah cukup jika melihat kelas interval yang telah dibuat. Nilai 3,07 berada di skala interval 2,60

– 3,39. Makna cukup tentunya memiliki banyak makna untuk responden penelitian. Daya tarik wisata tentunya sangat berpengaruh untuk menarik wisatawan baru untuk datang berkunjung. Namun, daya tarik wisata belum tentu mampu untuk meningkatkan minat kunjung kembali wisatawan yang telah berkunjung. Berikut merupakan tabel deskripsi jawaban responden yang menyumbang nilai rendah untuk variabel daya tarik wisata:

Tabel 6. Jawaban Responden Penelitian Terhadap Kualitas Pelayanan Danau Lut Tawar Yang Paling Rendah

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Danau Lut Tawar memiliki tempat beribadah yang bersih dan nyaman.	0	61	102	91	19	3,25
2.	Karena berada dekat dengan pusat kota, wisata Danau Lut Tawar Aceh Tengah dapat diakses dengan mudah.	0	63	81	122	7	3,27

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Tabel 6. menunjukkan jika rata-rata responden penelitian ini menjawab netral terhadap akomodasi dan fasilitas yang menjadi daya tarik wisata Danau Lut Tawar. Jawaban netral ini menjadi salah satu alasan yang kuat jika daya tarik wisata Danau Lut Tawar belum mampu untuk menciptakan minat kunjung kembali wisatawan ke Danau Lut Tawar. Tentunya Danau Lut Tawar perlu untuk memberikan pembaruan dan pemasaran yang lebih baik agar terdapat daya tarik wisata baru yang mampu untuk menarik minat wisatawan yang telah berkunjung ke Danau Lut Tawar.

#### 4. Fasilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Danau Lut Tawar

Fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Hasil ini berdasarkan dari hasil uji data penelitian yang menunjukkan jika nilai *T-Statistics* pengaruh antar variabel fasilitas dengan minat kunjung kembali 5,262 yang lebih besar dari 1,92 dan nilai *P Values*-nya 0,000 yang lebih kecil dari 0,00. Oleh sebab itu, hipotesis 4 dari penelitian ini yaitu fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali, **diterima**.

Salah satu faktor yang dapat membuat pengunjung ingin kembali ke tempat wisata adalah fasilitasnya. Wisata dengan pemandangan alam yang menakjubkan, namun tidak memiliki fasilitas yang memadai bisa menjadi salah satu penghambat seseorang untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata tersebut. Fasilitas umum seperti tempat makan, kamar mandi, dan tempat ibadah merupakan salah satu fasilitas dasar yang perlu disediakan agar wisatawan dapat berwisata dengan nyaman. Hal ini tentunya akan mempermudah pertimbangan seseorang untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata yang memiliki fasilitas yang memadai.

Danau Lut Tawar, Aceh Tengah termasuk salah satu destinasi wisata yang memiliki fasilitas tempat ibadah, rumah makan dan kamar mandi yang memadai, ini ditunjukkan oleh skor rata-rata responden untuk variabel fasilitas pada kuesioner yang menyimpulkan jika responden memiliki tanggapan baik terhadap fasilitas yang disediakan di Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, fasilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali. Hasil ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh [Rahmat Fajrin et al., \(2021\)](#) yang memperlihatkan hasil penelitiannya bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisata.

Selain itu, data deskripsi jawaban responden penelitian terhadap variabel fasilitas menunjukkan nilai 3,32. Nilai ini bermakna cukup karena masuk di interval kelas berada di skala interval 2,60 – 3,39 dan sudah dekat dengan interval kelas Nilai 3,40 – 4,19 yang bermakna baik. Berikut merupakan data 2 item pertanyaan/pernyataan yang menyumbang nilai paling tinggi terhadap variabel fasilitas:

Tabel 7. Jawaban Responden Penelitian Terhadap Fasilitas Danau Lut Tawar Yang Paling Tinggi

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Fasilitas seperti area bermain anak-anak, penginapan, tempat ibadah, toilet, kuliner dan warung kopi yang menarik banyak jumlahnya	0	52	97	105	19	3,33
2.	Fasilitas Danau Lut Tawar Aceh Tengah dapat dinikmati oleh semua pengunjung	0	57	91	108	17	3,31

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Tabel 7. menunjukkan jika rata-rata responden penelitian ini merasa cukup bahkan mendekati baik mengenai fasilitas yang ada di Danau Lut Tawar. Dua jawaban paling tinggi responden penelitian mengenai variabel fasilitas menunjukkan jika responden penelitian banyak yang setuju jika Danau Lut Tawar memiliki fasilitas bermain anak-anak, penginapan, tempat ibadah, toiler, kuliner, dan tempat makan yang banyak dan fasilitas-fasilitas tersebut boleh dinikmati oleh semua pengunjung. Hal ini tentunya menjadikan variabel fasilitas Danau Lut Tawar mampu untuk menarik minat kunjung kembali wisatawan Danau Lut Tawar.

##### **5. Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Danau Lut Tawar**

Wisatawan yang telah mengunjungi Danau Lut Tawar, Aceh Tengah, lebih cenderung untuk kembali karena layanan yang baik dan kepuasan pelanggan. Hasil uji data penelitian menunjukkan, yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat kunjung kembali melalui kepuasan, dengan nilai T-statistik 2,003 lebih besar dari 1,92 dan P Values-nya 0,046 lebih rendah dari 0,05, diterima.

Sebelumnya telah dijelaskan jika kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Namun jika pengaruh ini melalui variabel intervening satisfaction, maka hasilnya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat kunjung kembali. Hal ini bisa dikarenakan kepuasan wisatawan terhadap pelayanan di berbagai wahana dan rumah makan yang disediakan di Danau Lut Tawar memberi kesan tersendiri bagi wisatawan yang berwisata di Danau Lut Tawar, Aceh Tengah sehingga muncul minat untuk berkunjung kembali ke Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Hal ini dibuktikan oleh rata-rata skor tanggapan responden penelitian terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan di Danau Lut Tawar yang masing-masing menunjukkan hasil tanggapan yang baik dari responden penelitian. Oleh sebab itu, Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat kunjung kembali melalui kepuasan Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Wiratini et al., (2018), berdasarkan analisis yang dilakukan sebelumnya didapatkan hasil bahwa kepuasan wisatawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan kembali wisatawan melalui kepuasan.

Data deskripsi jawaban responden juga menunjukkan jika rata-rata responden merasa cukup puas saat berkunjung ke Danau Lut Tawar. Nilai rata-rata jawaban responden penelitian tersebut adalah 3,31. Nilai ini bermakna cukup karena masuk di interval kelas berada di skala interval 2,60 – 3,39 dan sudah dekat dengan interval kelas Nilai 3,40 – 4,19 yang bermakna baik. Berikut merupakan data 2 item pertanyaan/pernyataan yang menyumbang nilai paling tinggi terhadap variabel kepuasan:

Tabel 8. Jawaban Responden Penelitian Terhadap Fasilitas Danau Lut Tawar Yang Paling Tinggi

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Kunjungan wisata ke Danau Lut Tawar Aceh Tengah memuaskan	0	58	92	88	35	3,37
2.	Kunjungan wisata ke Danau Lut Tawar Aceh tengah dapat dinikmati	0	53	95	98	27	3,36

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Tabel 8 menunjukkan jika rata-rata responden penelitian merasa puas dan menikmati kunjungan wisata mereka ke Danau Lut Tawar. Hal ini tentunya mampu menengahi variabel kualitas pelayanan yang sebelumnya tidak mampu untuk memengaruhi minat kunjung kembali wisatawan ke Danau Lut Tawar. Pengunjung yang merasa puas tentunya akan memiliki minat untuk berkunjung kembali karena kepuasan tersebut berarti destinasi wisata Danau Lut Tawar telah mencapai bahkan melebihi ekspektasi mereka.

## 6. Citra Destinasi Melalui Kepuasan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Danau Lut Tawar

Citra destinasi (*Destination image*) melalui kepuasan berpengaruh positif dan signifikan minat kunjung kembali wisatawan ke Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Hasil ini berdasarkan dari hasil uji data penelitian yang menunjukkan jika nilai *T-Statistics* pengaruh antar variabel *destination image* melalui kepuasan dengan minat kunjung kembali 2,543 yang lebih besar dari 1,92 dan nilai *P Values*-nya 0,01 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh sebab itu, hipotesis 6 dari penelitian ini yaitu *destination image* berpengaruh positif terhadap minat kunjung kembali melalui kepuasan, **diterima**.

*Destination image* merupakan pintu awal dari suatu destinasi wisata untuk menarik perhatian wisatawan. *Destination image* yang baik tentunya akan memudahkan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi wisata karena tidak terlalu memikirkan banyak hal ketika sedang berwisata di suatu destinasi wisata. Hal ini juga berlaku untuk Danau Lut Tawar. Berdasarkan rata-rata skor tanggapan responden untuk variabel *destination image*, bahwa Danau Lut Tawar memiliki *Destination Image* yang baik. Hal ini bisa dikarenakan oleh banyak hal seperti pemandangan yang indah, akses yang mudah, keamanan dan kenyamanan saat berwisata.

Data deskripsi jawaban responden juga menunjukkan jika rata-rata responden merasa cukup puas saat berkunjung ke Danau Lut Tawar. Nilai rata-rata jawaban responden penelitian tersebut adalah 3,31. Nilai ini bermakna cukup karena masuk di interval kelas berada di skala interval 2,60 – 3,39 dan sudah dekat dengan interval kelas Nilai 3,40 – 4,19 yang bermakna baik. Berikut merupakan data 2 item pertanyaan/pernyataan yang menyumbang nilai paling tinggi terhadap variabel kepuasan:

Tabel 9. Jawaban Responden Penelitian Terhadap Fasilitas Danau Lut Tawar Yang Paling Tinggi

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Kunjungan wisata ke Danau Lut Tawar Aceh Tengah memuaskan	0	58	92	88	35	3,37
2.	Kunjungan wisata ke Danau Lut Tawar Aceh tengah dapat dinikmati	0	53	95	98	27	3,36

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Tabel 9 menunjukkan jika rata-rata responden penelitian merasa puas dan menikmati kunjungan wisata mereka ke Danau Lut Tawar. Hal ini tentunya mampu meningkatkan pengaruh citra destinasi yang sebelumnya telah mampu memengaruhi minat kunjung kembali tanpa perlu ditengahi oleh kepuasan. Alhasil, dengan kepuasan wisatawan Danau Lut Tawar akan meningkatkan pengaruh citra destinasi wisatawan Danau Lut Tawar terhadap minat kunjung kembali wisatawan tersebut.

## 7. Daya Tarik Wisata Melalui Kepuasan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Danau Lut Tawar

Kepuasan pelanggan meningkatkan minat wisatawan Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Hasil ini berdasarkan hasil uji data penelitian. Hasil menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali melalui kepuasan, dengan nilai *T-statistik* 4,797, yang lebih tinggi dari 1,92, dan *P-Value* 0,00, yang lebih rendah dari 0,05. Oleh karena itu, dari penelitian ini adalah bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung kembali melalui kepuasan., **diterima**.

Daya tarik wisata dapat berbentuk berbagai hal seperti pemandangan yang indah, wahana yang ditawarkan serta pelayanan yang bisa diberikan oleh suatu destinasi wisata kepada wisatawan. Hal ini tentunya dapat memengaruhi minat kunjung kembali wisatawan ke suatu destinasi wisata seperti Danau Lut Tawar. Terlebih, jika daya tarik wisata ini mampu untuk memuaskan wisatawan, tentunya niat kunjung kembali wisatawan tersebut semakin besar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh [Yandi et al., \(2023\)](#), yang menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjung kembali, penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang memiliki keunikan dan keindahan alam dan budaya akan menjadi faktor utama dalam memilih tempat wisata.

Data deskripsi jawaban responden juga menunjukkan jika rata-rata responden merasa cukup puas saat berkunjung ke Danau Lut Tawar. Nilai rata-rata jawaban responden penelitian tersebut adalah 3,31. Nilai ini bermakna cukup karena masuk di interval kelas berada di skala interval 2,60 – 3,39 dan sudah dekat dengan interval kelas Nilai 3,40 – 4,19 yang bermakna baik. Berikut merupakan data 2 item pertanyaan/pernyataan yang menyumbang nilai paling tinggi terhadap variabel kepuasan:

Tabel 10. Jawaban Responden Penelitian Terhadap Fasilitas Danau Lut Tawar Yang Paling Tinggi

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Kunjungan wisata ke Danau Lut Tawar Aceh Tengah memuaskan	0	58	92	88	35	3,37
2.	Kunjungan wisata ke Danau Lut Tawar Aceh tengah dapat dinikmati	0	53	95	98	27	3,36

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Tabel 10. menunjukkan jika rata-rata responden penelitian merasa puasa dan menikmati kunjungan wisata mereka ke Danau Lut Tawar. Hal ini tentunya mampu meningkatkan pengaruh daya tarik wisata yang sebelumnya belum mampu memengaruhi minat kunjung kembali wisatawan ke Danau Lut Tawar. Meski daya tarik wisata tidak mampu memengaruhi minat kunjung kembali, tentunya kepuasan wisatawan Danau Lut Tawar akan membantu merangsang pengaruh daya tarik wisata Danau Lut Tawar agar mampu menciptakan minat kunjung kembali wisatawan ke Danau Lut Tawar.

## 8. Fasilitas Melalui Kepuasan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Danau Lut Tawar

Fasilitas melalui kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan Danau Lut Tawar, Aceh Tengah. Hasil ini berdasarkan dari hasil uji data penelitian yang menunjukkan jika nilai *T-Statistics* pengaruh antar variabel fasilitas melalui kepuasan dengan minat kunjung kembali 4,745 yang lebih besar dari 1,92 dan nilai *P Values*-nya 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh sebab itu, hipotesis 7 dari penelitian ini, yaitu fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjung kembali melalui kepuasan, **diterima**.

Fasilitas di tempat wisata merupakan salah satu faktor timbulnya minat kunjung kembali wisatawan ke suatu destinasi wisata. Danau Lut Tawar, Salah satu tempat wisata di Aceh Tengah memiliki tempat ibadah, rumah makan, dan kamar mandi yang bagus. Ini ditunjukkan oleh skor rata-rata responden penelitian untuk variabel fasilitas, yang menunjukkan bahwa mereka menunjukkan indikator yang baik untuk variabel fasilitas. Jika fasilitas ini memberikan kepuasan kepada wisatawan, mereka pasti akan ingin kembali ke tempat wisata. Hasil ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wirantini (2018) yang mengatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjung kembali pariwisata dan kepuasan menyebabkan minat kunjung kembali wisatawan.

Data deskripsi jawaban responden juga menunjukkan jika rata-rata responden merasa cukup puas saat berkunjung ke Danau Lut Tawar. Nilai rata-rata jawaban responden penelitian tersebut adalah 3,31. Nilai ini bermakna cukup karena masuk di interval kelas berada di skala interval 2,60 – 3,39 dan sudah dekat dengan interval kelas Nilai 3,40 – 4,19 yang bermakna baik. Berikut merupakan data 2 item pertanyaan/pernyataan yang menyumbang nilai paling tinggi terhadap variabel kepuasan:

Tabel 11. Jawaban Responden Penelitian Terhadap Fasilitas Danau Lut Tawar Yang Paling Tinggi

NO	PERTANYAAN/PERNYATAAN	SKALA LIKERT					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Kunjungan wisata ke Danau Lut Tawar Aceh Tengah memuaskan	0	58	92	88	35	3,37
2.	Kunjungan wisata ke Danau Lut Tawar Aceh tengah dapat dinikmati	0	53	95	98	27	3,36

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2023)

Tabel 11. menunjukkan jika rata-rata responden penelitian merasa puas dan menikmati kunjungan wisata mereka ke Danau Lut Tawar. Hal ini tentunya mampu meningkatkan pengaruh fasilitas yang sebelumnya telah mampu memengaruhi minat kunjung kembali tanpa perlu ditengahi oleh kepuasan. Wisatawan yang puas tentunya akan meningkatkan pengaruh fasilitas terhadap minat kunjung kembali wisatawan. Terlebih apabila kepuasan tersebut berasal dari kelayakan fasilitas yang disediakan sehingga wisatawan mampu untuk menikmati kunjungan wisata yang mereka lakukan.

## Simpulan

Berdasarkan hasil uji statistik terhadap 273 peserta penelitian yang mengunjungi Destinasi Wisata Danau Lut Tawar di Aceh Tengah, disimpulkan bahwa kualitas layanan dan daya Tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali, akan tetapi kualitas pelayanan, daya Tarik wisata, destination Image, fasilitas, berdampak positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali melalui kepuasan (satisfaction). Temuan ini juga menunjukkan bahwa pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat kunjung kembali dapat dipengaruhi oleh demografi responden, dengan mayoritas dari Generasi Z dan berdomisili di wilayah Danau Lut Tawar, Aceh Tengah.

## Daftar Pustaka

- AB, A. (2018). Citra Destinasi Dan Pengaruhnya Terhadap Intensi Untuk Berkunjung Kembali Di Sulawesi Selatan Sebagai Destinasi Pariwisata. *Sosiohumaniora*, 20(3), 207. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i3.14050>
- Alyari, F., & Jafari Navimipour, N. (2018). Recommender systems: A systematic review of the state of the art literature and suggestions for future research. *Kybernetes*, 47(5), 985–1017. <https://doi.org/10.1108/K-06-2017-0196>
- ANDIANSYAH, F., HANAFI, S. M., HARYONO, S., & WAU, T. (2022). Pengaruh Instrumen Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 7(1), 69. <https://doi.org/10.15548/al-masraf.v7i1.288>
- Apriliani Lase, B. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata Gayo Camping Ground Di Takengon Aceh. *Jipsi (Jurnal Ilmiah Pariwisata Imelda)*.
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94–101. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v4i2.657>
- Budiman Marpaung. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Interventing Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*.
- Chyntia Dewi, P., & Taher, A. (2017). Kebijakan Pemerintah Dalam Pengelolaan Keberlanjutan Ekologis Danau Laut Tawar, Kecamatan Lut Tawar, Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(4), 43–61.
- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1), 23. <https://doi.org/10.31000/dmj.v5i1.4101>
- Eko Yuli Waluyo, S., Huda, K., & Fitriyani, Z. A. (2022). Pengaruh Destination Image dan Harga Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi di Joglo Park. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 833–852. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.445>

- Gerry Patalo, R., Zuhria Sugeha, A., & Fernando Harlyson, Y. (2023). *Image of the destination on interest in tourist visits ecotourism destination Clungup Mangrove Conservation Citra destinasi terhadap minat kunjungan wisatawan destinasi ekowisata Konservasi Mangrove Clungup*. 8(2). <https://doi.org/10.26905/jpp.v8i2.11922>
- Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Jovicic, D. Z. (2019). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 276–282. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1313203>
- Junaedi D, & Salistia F. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 995.
- Linawati, Y., Suzantia, H., & Wibowo, M. G. (2021). Dampak Tata Kelola Pemerintahan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Indeks Pembangunan Manusia: Studi Kasus Negara Berkembang OKI. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial*, 4(2), 133–144. <https://doi.org/10.15575/jt.v4i2.12547>
- Maxim, C. (2020). Challenges of world tourism cities: London, Singapore and Dubai. In *Routledge Handbook of Tourism Cities*.
- Monik, D. T., Harianto, S. P., & Setiawan, A. (2021). ANALISIS PERSEPSI PENGUNJUNG DAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM AIR TERJUN WAY LALAN. *Jurnal Hutan Tropis*, 9(2), 311. <https://doi.org/10.20527/jht.v9i2.11279>
- Muis, M. (2020). Perkembangan Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh. *Jurnal Adabiya*, 22(1), 41. <https://doi.org/10.22373/adabiya.v22i1.7456>
- Ningsih, D. S., Astuti, R. S., & Priyadi, B. P. (2022). Prospects of Halal Tourism Development in West Aceh District. *Jurnal Public Policy*, 8(2), 96. <https://doi.org/10.35308/jpp.v8i2.4569>
- Nirwana, B. N., Sulhaini, S., & Mulyono, L. E. H. (2021). Pengaruh Acara Pariwisata Olahraga, Citra Destinasi Halal, Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Berperilaku Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali, Merekomendasikan Kepada Orang Lain Dan Positif WOM. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 9(4a), 81–95. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i4a.612>
- Puspita, A. (2023). *Pengelolaan Penyaluran Bantuan Rumah Layak Huni (RLH) pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Pekanbaru Provinsi Riau*. <https://economics.pubmedia.id/index.php/jebmi/article/view/70>
- Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1).

[https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)

- Sabri, Syarifudin, & Novita, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Obyek Wisata Danau Laut Tawar Kampung Mendale Kecamatan Kebayakan. *Jurnal Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER)*, 4(1), 112–126.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kualitatif dan Kombinasi. In *Alfabeta*. CV Alfabeta.
- Utama, I. G. B. R., & SE, M. (2014). Pengantar Industri Pariwisata. In *Deepublish Yogyakarta*. [https://books.google.co.id/books?id=t3zPqTnRjX0C&dq=wrong+diet+pills&source=gbs\\_navlinks\\_s%0Ahttps://books.google.co.id/books/about/Pengantar\\_Industri\\_Pariwisata.html?id=lqr4CQAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books?id=t3zPqTnRjX0C&dq=wrong+diet+pills&source=gbs_navlinks_s%0Ahttps://books.google.co.id/books/about/Pengantar_Industri_Pariwisata.html?id=lqr4CQAAQBAJ&redir_esc=y)
- Wiratini M, N. N. A., Setiawan, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 279. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i01.p10>
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14–27. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.8>
- Yoeti, O. (2012). *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Balai Pustaka.
- Zitri, I., Gushadi, A., Amil, Darmansyah, & Subandi, A. (2023). Pariwisata Halal di Nusa Tenggara Barat: Implementasi dalam Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Journal of Social and Policy Issues*, 113–120. <https://doi.org/10.58835/jspi.v3i3.107>