



PERAN KEPUASAN PENGUNJUNG DALAM MEMEDIASI AKSESIBILITAS TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA NICOLE'S RIVER PARK KABUPATEN BOGOR

Endah Silaningsih¹ Tini Kartini² Muhammad Akhsan³

Article history:

Submitted: 22 Agustus 2025

Revised: 9 Februari 2026

Accepted: 30 Maret 2026

Keywords:

Accessibility;

Destination;

Revisit intention;

Tourist loyalty;

Visitor satisfaction;

Abstract

Improving the quality of tourist experiences is vital for maintaining destination competitiveness, especially as competition intensifies and the demand for sustainable tourism increases. Accessibility and visitor satisfaction are key factors that shape tourist loyalty, primarily reflected in their intention to return. This study investigates the mediating role of visitor satisfaction in the relationship between accessibility and revisit intention at Nicole's River Park in Bogor Regency. Using a quantitative method with 100 purposively selected respondents, path analysis was conducted to examine both direct and indirect effects. The results reveal that accessibility significantly and positively influences both visitor satisfaction and revisit intention. Furthermore, visitor satisfaction mediates the relationship between accessibility and revisit intention. These findings emphasize that enhanced accessibility can improve visitor comfort and overall experience, thereby strengthening their desire to revisit. Consequently, destination managers should adopt integrated and sustainable strategies to improve accessibility and satisfaction, ensuring that Nicole's River Park remains competitive as a leading tourist attraction in Bogor Regency.

Kata Kunci:

Aksesibilitas;

Destinasi wisata;

Kepuasan pengunjung;

Loyalitas wisatawan;

Niat berkunjung kembali;

Abstrak

Meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan sangat penting untuk menjaga daya saing destinasi, terutama ketika persaingan semakin ketat dan kebutuhan akan pariwisata berkelanjutan semakin meningkat. Aksesibilitas dan kepuasan pengunjung merupakan faktor utama yang membentuk loyalitas wisatawan, yang terutama tercermin melalui *revisit intention*. Penelitian ini meneliti peran mediasi kepuasan pengunjung dalam hubungan antara aksesibilitas dan *revisit intention* di Nicole's River Park, Bogor. Dengan metode kuantitatif dan 100 responden yang dipilih secara *purposive*, analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan *revisit intention*. Selain itu, kepuasan pengunjung memediasi hubungan antara aksesibilitas dan *revisit intention*. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan aksesibilitas dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman keseluruhan wisatawan, sehingga memperkuat keinginan melakukan *revisit intention*. Pengelola destinasi perlu menerapkan strategi yang terintegrasi dan berkelanjutan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kepuasan, guna memastikan Nicole's River Park tetap kompetitif sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Bogor.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Djuanda, Jawa Barat, Indonesia^{2,3}

Email: tini.kartini@unida.ac.id

Email: muhamadakhsan730@gmail.com

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. Sektor ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), membuka peluang kerja baru, serta mendorong pertumbuhan sektor-sektor pendukung seperti transportasi, akomodasi, dan kuliner. Kabupaten Bogor, yang dikenal sebagai destinasi wisata unggulan di Provinsi Jawa Barat, memiliki berbagai potensi wisata yang tersebar di kawasan Puncak, mencakup wisata alam maupun buatan. Salah satu destinasi wisata buatan yang menunjukkan perkembangan signifikan adalah Nicole's River Park, yang mulai beroperasi pada tahun 2022 dan kini menjadi daya tarik baru bagi wisatawan. Destinasi ini mengusung konsep wisata keluarga terpadu dengan perpaduan wahana hiburan, edukasi, dan rekreasi alam. Keberadaannya menambah daya tarik kawasan Puncak, namun juga menghadapi tantangan besar dalam hal aksesibilitas, kepuasan pengunjung, dan persaingan destinasi sejenis.

Berdasarkan laporan (Nicole's River Park, 2025), total kunjungan wisatawan selama tahun 2023 tercatat mencapai 342.000 orang, dengan rata-rata kunjungan bulanan sekitar 28.500 wisatawan. Hasil observasi menunjukkan bahwa hanya lima bulan yang berhasil mencatat jumlah kunjungan tertinggi, yaitu sebesar 52.783 pengunjung, dengan tingkat pencapaian target mencapai 176 persen. Peningkatan tersebut terjadi terutama pada periode libur nasional dan akhir tahun. Sementara itu, bulan April tercatat sebagai periode dengan tingkat kunjungan terendah, yakni sebanyak 14.832 wisatawan atau sekitar 49 persen dari target yang ditetapkan. Kondisi ini menggambarkan adanya fluktuasi yang cukup tajam dalam jumlah kunjungan, yang diduga dipengaruhi oleh faktor aksesibilitas, mutu pengalaman wisata, serta tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi.

Dilihat dari asal pengunjung, data menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung berasal dari wilayah perkotaan. Sebagian besar pengunjung Nicole's River Park berasal dari Kota Jakarta sebanyak 128.764 orang (37,65 persen), diikuti oleh Kota Bekasi (17,32 persen), Tangerang (15,34 persen), Depok (12,01 persen) dan Bogor (9,26 persen). Kondisi ini menegaskan bahwa pasar utama Nicole's River Park berasal dari masyarakat perkotaan yang cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas pelayanan dan kemudahan aksesibilitas. Oleh karena itu, upaya peningkatan fasilitas, kenyamanan, dan kemudahan akses menjadi hal penting dalam meningkatkan loyalitas pengunjung.

Persaingan di kawasan Puncak Kabupaten Bogor juga semakin ketat dengan munculnya berbagai destinasi wisata sejenis seperti Taman Safari Indonesia, Dairyland Farm Theme Park, Mini Mania, The Ranch Cisarua, dan Taman Wisata Matahari. Berdasarkan data (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bogor, 2025), Nicole's River Park menempati urutan kelima dari tujuh destinasi wisata sejenis berdasarkan jumlah kunjungan, dengan jarak aksesibilitas 74 km dari Kota Jakarta. Meskipun memiliki potensi besar, destinasi ini harus bersaing dengan wisata lain yang telah lebih dahulu populer dan memiliki fasilitas yang lebih lengkap. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya strategi pengelolaan destinasi yang berfokus pada peningkatan aksesibilitas, kualitas layanan, dan pengalaman pengunjung.

Selain faktor kompetisi, fenomena menarik lainnya adalah banyaknya ulasan negatif yang diberikan pengunjung terhadap Nicole's River Park, khususnya terkait aspek aksesibilitas dan kepuasan pengunjung dalam kawasan wisata. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek aksesibilitas masih menjadi tantangan penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola destinasi. Fenomena tersebut juga didukung oleh ulasan pengunjung pada platform digital. Berdasarkan hasil penelusuran ulasan pada Google Review terhadap Nicole's River Park pada tahun 2025, sebagian pengunjung memberikan catatan negatif yang berkaitan dengan kemudahan akses menuju lokasi serta mobilitas di dalam kawasan wisata. Keluhan yang sering muncul berkaitan dengan jarak area parkir yang relatif jauh dari wahana utama, kepadatan lalu lintas menuju kawasan Puncak, serta keterbatasan papan petunjuk arah di dalam kawasan wisata. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek aksesibilitas masih menjadi tantangan penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola destinasi.

Secara teoritis, kepuasan pengunjung merupakan elemen penting yang berpengaruh terhadap *revisit intention*. (Zeithaml *et al.*, 2020), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi akan memperkuat *revisit intention*. Sementara itu, (Irawan, 2021; Ayu *et al.*, 2020), kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh berbagai aspek, mulai dari kualitas produk, harga, dan layanan hingga daya tarik wisata, pengalaman berkunjung, serta emosi yang muncul selama menikmati destinasi. Faktor lain yang mempengaruhi *revisit intention* adalah *brand destination* (Luh *et al.*, 2020). *Brand destination* yang kuat menumbuhkan kepuasan dan kebanggaan wisatawan, sehingga mereka cenderung berbagi pengalaman positif melalui *word of mouth* (WOM), sehingga menciptakan efek berantai yang meningkatkan jumlah kunjungan ulang. Di sisi lain, menurut (Darabseh *et al.*, 2024), elemen aksesibilitas dan mutu pelayanan juga memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan serta pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Kajian serupa oleh (Dumitrașcu *et al.*, 2023), juga menegaskan bahwa aksesibilitas yang baik berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan di berbagai destinasi Eropa. Selain itu, (Martalia, 2022), menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang positif serta aksesibilitas yang mudah menjadi faktor penting yang meningkatkan kepuasan pengunjung, yang pada akhirnya turut memperkuat niat wisatawan untuk melakukan *revisit intention*. Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan perbedaan hasil penelitian. (Dita & Zaini, 2022), serta (Pratama & Yuliviona, 2025), menemukan pengaruh positif antara aksesibilitas dan *revisit intention*, namun penelitian (Sulistyono *et al.*, 2024), dan (Wantara *et al.*, 2024), menunjukkan hasil berbeda. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara aksesibilitas dan *revisit intention*, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang belum konsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh langsung terhadap *revisit intention*, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh tersebut terjadi secara tidak langsung melalui variabel kepuasan wisatawan. Ketidakkonsistenan temuan ini menunjukkan adanya *research gap*, khususnya pada destinasi wisata baru yang masih dalam tahap pengembangan seperti Nicole's River Park

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena empiris yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan dengan tujuan: (1) menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung, (2) menilai pengaruh aksesibilitas terhadap *revisit intention*, serta (3) mengidentifikasi peran kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi antara aksesibilitas dan *revisit intention*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu pariwisata serta manfaat praktis bagi pengelola Nicole's River Park dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing destinasi wisata di Kabupaten Bogor. Aksesibilitas merupakan faktor fundamental dalam keberhasilan destinasi wisata. Aksesibilitas tidak hanya terkait transportasi fisik, tetapi juga mencakup kemudahan dalam penggunaan layanan, keterjangkauan, serta pengalaman yang inklusif bagi seluruh pengunjung. Aksesibilitas yang baik menciptakan kenyamanan perjalanan dan meningkatkan kepuasan wisatawan. (Irawan, 2021), menegaskan bahwa kepuasan muncul ketika produk dan jasa mampu memenuhi harapan wisatawan pada tingkat optimal. Berdasarkan hal ini, semakin tinggi aksesibilitas suatu destinasi, semakin besar pula peluang pengunjung merasa puas terhadap pengalamannya. Aksesibilitas yang baik menciptakan kenyamanan perjalanan dan berkontribusi pada kepuasan wisatawan. Hasil tersebut diperkuat oleh temuan penelitian (Nopriana, 2024), serta studi yang dilakukan oleh (Sugiama *et al.*, 2024), (Constantin *et al.*, 2022), dan (Pai *et al.*, 2021).

Aksesibilitas tidak hanya memudahkan wisatawan dalam mencapai destinasi, tetapi juga menjadi faktor penentu dalam pembentukan *revisit intention*. Konsep ini menggambarkan tingkat kemudahan suatu lokasi wisata untuk dijangkau melalui sistem transportasi, infrastruktur, dan fasilitas pendukung yang mampu mengurangi hambatan perjalanan. Dalam penelitian ini, aksesibilitas didefinisikan sebagai kemudahan wisatawan dalam mencapai destinasi wisata (*external accessibility*) serta kemudahan mobilitas dan navigasi di dalam area destinasi (*internal accessibility*). *External accessibility* mencakup kondisi jalan menuju lokasi, kemudahan transportasi, serta jarak tempuh

menuju destinasi. Sementara itu, *internal accessibility* mencakup ketersediaan area parkir, kejelasan papan petunjuk arah, serta kemudahan mobilitas pengunjung di dalam kawasan wisata. Pembagian konsep ini penting karena berbagai ulasan pengunjung pada platform digital menunjukkan bahwa keluhan wisatawan tidak hanya berkaitan dengan akses menuju destinasi, tetapi juga berkaitan dengan kemudahan mobilitas di dalam kawasan Nicole's River Park

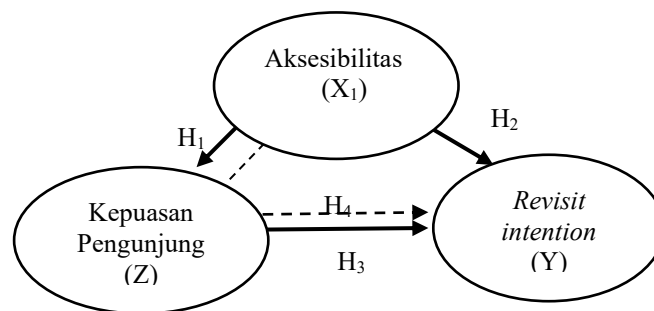
Revisit intention mencerminkan dorongan wisatawan untuk mendatangi ulang destinasi yang telah memberikan pengalaman positif sebelumnya. Menurut (Suryabrata, 2020), pengalaman menyenangkan yang dirasakan selama kunjungan awal menjadi salah satu pemicu utama munculnya keinginan untuk *revisit intention* pada destinasi tersebut. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2020), aksesibilitas termasuk dalam *perceived behavioral control* yang mempengaruhi kemudahan dan kesiapan wisatawan dalam memutuskan perilaku *revisit intention*. Berbagai hasil penelitian terdahulu turut memperkuat temuan ini. (Wahim *et al.*, 2023), (Sugiama *et al.*, 2024), (Darabseh *et al.*, 2024), (Anggiani *et al.*, 2024), dan (Torabi *et al.*, 2022), mengungkapkan bahwa aksesibilitas berperan penting dalam mempengaruhi *revisit intention*.

Revisit intention dianggap sebagai aspek psikologis yang signifikan dalam membentuk perilaku wisatawan pasca kunjungan, khususnya dalam ranah pariwisata modern. Menurut (Masriah *et al.*, 2024), keberadaan fasilitas dan daya tarik wisata yang memadai mampu meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung yang pada akhirnya memperkuat keinginan mereka untuk melakukan kunjungan kembali. Sejalan dengan hal tersebut, (Elmas *et al.*, 2024), menyatakan bahwa pengalaman wisata yang berkesan (*memorable tourism experience*) menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepuasan serta mendorong *revisit intention*.

Penelitian (Dan *et al.*, 2024; Hanifah *et al.*, 2024), menegaskan bahwa kualitas informasi, kegiatan promosi, dan aspek *service scape* berkontribusi positif terhadap kepuasan pengunjung yang pada akhirnya meningkatkan *revisit intention*. Sementara itu, temuan (Masithoh & Widiartanto, 2020), memperkuat pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) tidak hanya memengaruhi kepuasan, tetapi juga menjadikan kepuasan sebagai variabel mediasi penting dalam membentuk *revisit intention*. Artinya, ketika pengunjung menilai bahwa pengalaman yang mereka terima sepadan atau bahkan melampaui ekspektasi, kepuasan akan meningkat dan berimplikasi pada perilaku pasca kunjungan, seperti keinginan untuk *revisit intention* dan memberikan rekomendasi positif. Sejalan dengan itu, (Luvsandavaajav *et al.*, 2022), menambahkan bahwa persepsi wisatawan terhadap citra destinasi, tingkat kepuasan perjalanan, dan loyalitas destinasi merupakan faktor yang sangat menentukan dalam efektivitas pemasaran destinasi serta daya saing suatu negara. Citra destinasi yang kuat, dikombinasikan dengan pengalaman wisata yang memuaskan, menjadi dasar dalam membentuk loyalitas dan memperkuat intensi wisatawan untuk melakukan *revisit intention*. Lebih jauh, hubungan antara aksesibilitas dan *revisit intention* dapat terjadi secara tidak langsung melalui kepuasan pengunjung. Kemudahan akses dinilai dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman positif wisatawan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas mereka terhadap destinasi. Pandangan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2020), yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan atau *perceived behavioral control* memiliki pengaruh terhadap niat perilaku seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh (Pramanaputra & Santika, 2023; Dita & Zaini, 2022), serta (Khotimah & Astuti, 2022), yang didukung pula oleh (Dumitraşcu *et al.*, 2023), menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *revisit intention* melalui kepuasan pengunjung.

Berdasarkan teori dan bukti empiris yang ada, dapat disimpulkan bahwa kemudahan akses menuju destinasi wisata meningkatkan kenyamanan serta kepuasan wisatawan, yang kemudian mendorong munculnya keinginan untuk berkunjung kembali. Dengan demikian, kepuasan pengunjung berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan antara aksesibilitas dan *revisit intention*.

Kerangka konseptual penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut



Sumber : Modifikasi Sugiyama *et al.*, 2024; Wong & Lai, 2021; Asri *et al.*, 2021

Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain verifikatif untuk menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung serta *revisit intention*. Pendekatan tersebut tidak hanya berfungsi untuk mendeskripsikan fenomena empiris, tetapi juga untuk menguji keterkaitan dan hubungan kausal antar variabel yang menjadi fokus penelitian. Pendekatan ini bertujuan menggambarkan fenomena empiris sekaligus menguji hubungan kausal antar variabel secara statistik. Penelitian kuantitatif digunakan karena dapat menghasilkan data objektif dan terukur sebagaimana dijelaskan oleh (Creswell, 2021).

Lokasi penelitian dipilih secara *purposive*, karena Nicole's River Park merupakan destinasi wisata baru dengan tingkat kunjungan tinggi serta isu aksesibilitas yang relevan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh wisatawan yang telah mengunjungi lokasi penelitian. Dari populasi tersebut, sebanyak 100 responden ditetapkan sebagai sampel penelitian. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dianggap memadai karena sesuai dengan pedoman yang dikemukakan oleh Hair (2021) yang menyatakan bahwa analisis model kausal memerlukan jumlah sampel minimal 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 18 indikator, sehingga jumlah sampel minimal adalah 90 responden. Dengan demikian jumlah responden dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria kecukupan sampel.

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah: 1) Pernah mengunjungi Nicole's River Park minimal satu kali dalam enam bulan terakhir, 2) Berusia minimal 17 tahun, 3) Memiliki pengalaman langsung dalam pengambilan keputusan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut, baik secara individu maupun bersama keluarga, 4) Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara sukarela. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung (*offline*) kepada pengunjung di lokasi wisata Nicole's River Park dan secara daring (*online*) melalui media sosial serta komunitas wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi tersebut. Penentuan jumlah sampel mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh (Hair, 2021), yang merekomendasikan ukuran minimum sampel untuk analisis model kausal.

Variabel yang diteliti meliputi aksesibilitas (X), kepuasan pengunjung (Z), serta *revisit intention* (Y). Aksesibilitas diukur melalui kemudahan transportasi, kondisi jalan, petunjuk arah, keterjangkauan, serta akses informasi digital (Sugiyama *et al.*, 2024). Kepuasan diukur berdasarkan kenyamanan, pelayanan, dan kesesuaian harapan (Wong *et al.*, 2021). Sementara itu, *revisit intention* diukur melalui keinginan berkunjung kembali dan rekomendasi kepada orang lain (Indra Sakti *et al.*, 2023).

Instrumen penelitian ini melalui tahapan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki tingkat akurasi dan konsistensi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai reliabilitas minimal sebesar 0,70, yang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut bebas dari bias dan telah memenuhi kriteria statistik yang disarankan (Henseler, 2021). Penelitian ini juga bertujuan untuk menelaah peran kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara aksesibilitas dan niat kunjungan ulang. Analisis data dilakukan menggunakan metode *path analysis* guna mengidentifikasi pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Selain itu, uji Sobel diterapkan untuk menguji signifikansi pengaruh mediasi yang terjadi. Seluruh proses analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini berpegang pada prinsip etika penelitian, di mana partisipasi responden bersifat sukarela, kerahasiaan data dijamin, dan seluruh informasi digunakan secara eksklusif untuk kepentingan akademik. Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan literatur pariwisata serta menjadi dasar dalam upaya peningkatan kualitas dan keberlanjutan destinasi wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden memberikan gambaran umum mengenai profil wisatawan yang menjadi dasar dalam menganalisis perilaku berkunjung. Rangkuman karakteristik tersebut tersaji pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1.
Karakteristik Pengunjung

Kriteria	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	56	56
	Perempuan	44	44
Usia	17–25 tahun	45	45
	26–35 tahun	21	21
	>35 tahun	34	34
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	14	14
	Karyawan Swasta	38	38
	Wirausaha	9	9
	Lainnya	39	39
Pendapatan per bulan	< Rp3.000.000	27	27
	Rp3.000.000–Rp4.000.000	41	41
	> Rp4.000.000	32	32
Sumber Informasi	Media Sosial	70	70
	Teman/Keluarga	20	20
	Iklan/Media	10	10
Total		100	100

Sumber: Data Penelitian, 2025

Disajikan pada Tabel 1, hasil penyebaran kuesioner kepada 100 pengunjung, mayoritas pengunjung Nicole's River Park berjenis kelamin laki-laki (56 persen) berusia 17–25 tahun (45 persen), bekerja sebagai karyawan swasta (38 persen) dan memiliki pendapatan bulanan Rp3.000.000–Rp4.000.000 (41 persen). Sebagian besar responden memperoleh informasi mengenai destinasi melalui media sosial (70 persen). Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung didominasi oleh kelompok usia produktif yang aktif secara digital dan memiliki preferensi terhadap destinasi yang mudah diakses serta menawarkan pengalaman wisata modern. Kondisi ini relevan dengan fokus penelitian yang mengkaji pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan dan *revisit intention*.

Instrumen penelitian selanjutnya diuji melalui uji validitas dan reliabilitas guna menjamin bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat keakuratan dan konsistensi yang memadai. Hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2.
Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	r _{hitung}	Cronbach's Alpha	Keterangan
Aksesibilitas	6	> 0,3	0,874	Valid & Reliabel
Kepuasan Pengunjung	6	> 0,3	0,862	Valid & Reliabel
Niat Kunjungan Ulang	6	> 0,3	0,881	Valid & Reliabel

Sumber: Data Penelitian, 2025

Disajikan pada Tabel 2. menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,3), sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih tinggi dari 0,6 menandakan bahwa seluruh variabel penelitian tergolong reliabel (Henseler, 2021). Uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas juga menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria model, dimana data berdistribusi normal, tidak ditemukan gejala multikolinearitas ($VIF < 5$), dan bebas heteroskedastisitas ($Sig > 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, model *path analysis* dinilai layak digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.
Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Hubungan Variabel	Koefisien β	t _{hitung}	Sig.	Keterangan
Aksesibilitas → Kepuasan Pengunjung	0,322	3,310	0,001	Signifikan
Aksesibilitas → <i>Revisit intention</i>	0,615	11,250	0,000	Signifikan
Kepuasan Pengunjung → <i>Revisit intention</i>	0,241	2,036	0,045	Signifikan
R ² Model			0,682	Model Layak

Sumber :Data Penelitian, 2025.

Disajikan pada Tabel 3, nilai t_{hitung} sebesar 3,310 yang lebih besar dari 1,661 dengan nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini berarti semakin baik akses menuju Nicole's River Park mencakup kemudahan transportasi, kondisi jalan, serta kejelasan petunjuk arah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Hasil ini konsisten dengan temuan (Ayu Novita *et al.*, 2024), dan (Sudarwan *et al.*, 2021), yang mengidentifikasi aksesibilitas sebagai faktor kunci dalam membentuk persepsi positif terhadap destinasi wisata. Penelitian serupa juga menunjukkan bahwa daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas utama menjadi prediktor signifikan terhadap kepuasan serta niat berkunjung kembali, terutama di kalangan wisatawan muda.

Hasil berikutnya memperlihatkan nilai t_{hitung} sebesar 11,250 $> 1,661$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$, yang mengindikasikan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Artinya, wisatawan yang menilai akses ke destinasi mudah dan fasilitasnya memadai cenderung memiliki keinginan yang lebih besar untuk melakukan kunjungan ulang. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Anggiani *et al.*, 2024), dan (Abdullah *et al.*, 2024), yang menegaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan akses merupakan faktor pendorong utama terbentuknya niat berkunjung kembali.

Selanjutnya, nilai t_{hitung} sebesar 2,036 $> 1,661$ dengan nilai signifikansi 0,045 $< 0,05$ menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman berwisata yang menyenangkan serta pelayanan yang sesuai dengan harapan wisatawan menjadi faktor penting yang meningkatkan niat kunjungan ulang. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ferdian, 2023), dan (Lestari, 2022), yang menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu utama loyalitas konsumen. Hasil ini juga

diperkuat oleh (Pratama *et al.*, 2025), yang menyatakan bahwa kepuasan pengunjung berperan dalam meningkatkan reputasi destinasi dan berdampak pada peningkatan *revisit intention*. Untuk menguji efek mediasi kepuasan pengunjung antara aksesibilitas dan *revisit intention*, digunakan Uji Sobel sebagaimana ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4.
Hasil Uji Sobel

Jalur Mediasi	Z _{hitung}	Z _{tabel} ($\alpha=0,05$)	Kesimpulan
Aksesibilitas → Kepuasan → <i>Revisit intention</i>	2,80	1,96	Signifikan

Sumber : Data Penelitian, 2025.

Disajikan pada Tabel 4, Hasil Z_{hitung} sebesar $2,80 > 1,96$ menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung memediasi pengaruh aksesibilitas terhadap *revisit intention*. Ini berarti peningkatan aksesibilitas tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga memperkuat *revisit intention* melalui peningkatan kepuasan pengunjung. Dengan kata lain, kemudahan akses berkontribusi terhadap *revisit intention* karena mampu menciptakan pengalaman berwisata yang menyenangkan dan memuaskan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan *revisit intention*. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Sugiana *et al.*, 2024); (Tumangger, 2025), yang menegaskan aksesibilitas dan fasilitas fisik destinasi, aksesibilitas, keamanan, serta pelayanan merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas wisatawan. Aksesibilitas dalam ranah pariwisata tidak hanya mencakup aspek transportasi, tetapi juga mencakup kejelasan informasi, efisiensi waktu tempuh, serta kenyamanan perjalanan, sebagaimana dijelaskan oleh (Prakoso & Endah, 2020), bahwa persepsi kemudahan akses berkontribusi langsung terhadap *destination satisfaction* dan *revisit intention* wisatawan. Penelitian ini sejalan dengan temuan (Ayu Novita *et al.*, 2024), dan (Sudarwan *et al.*, 2021), (Sugiana *et al.*, 2024), yang menunjukkan bahwa destinasi wisata dengan aksesibilitas yang baik cenderung menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi. (Dumitraşcu *et al.*, 2023) menjelaskan bahwa aksesibilitas lokasi wisata sangatlah penting. Dengan menyediakan akses mudah, seperti kemudahan dalam penggunaan transportasi publik dan infrastruktur pendukung berkontribusi signifikan terhadap loyalitas wisatawan domestik serta destinasi wisata dapat menjadi destinasi unggulan. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh (Prakoso & Endah, 2020), yang meneliti pariwisata berbasis pengalaman di Korea Selatan; mereka menemukan bahwa persepsi aksesibilitas berpengaruh langsung terhadap *behavioral intention* melalui *destination satisfaction*.

Dalam penelitian ini, kepuasan pengunjung terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *revisit intention*. Temuan ini sesuai konsep *Expectancy Disconfirmation Theory* (Rahman *et al.*, 2023), yang menegaskan bahwa kepuasan muncul ketika pengalaman aktual wisata melebihi ekspektasi awal wisatawan. Beberapa penelitian terkini di sektor pariwisata Indonesia juga menunjukkan hasil serupa. (Ferdian, 2023), dan (Lestari, 2022), dan (Pratama *et al.*, 2025), menemukan bahwa dimensi kepuasan wisatawan, khususnya kenyamanan, keramahan, dan kebersihan merupakan faktor dominan dalam membentuk loyalitas wisatawan di destinasi alam. Penelitian lintas negara oleh (Torabi *et al.*, 2023), menegaskan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* dan *positive word-of-mouth*, terutama ketika wisatawan mengalami keterikatan emosional (*affective commitment*) terhadap destinasi. Temuan serupa diperkuat oleh (Vikramaditya Tiwari *et al.*, 2023), yang menemukan bahwa pengalaman positif selama perjalanan memperkuat hubungan emosional dan menciptakan niat berkunjung kembali yang berkelanjutan.

Selain pengaruh langsung hasil penelitian ini juga mengkonfirmasi bahwa kepuasan berperan sebagai variabel mediasi antara aksesibilitas serta *revisit intention*. Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung memediasi hubungan antara aksesibilitas dan *revisit intention*. Berdasarkan hasil analisis jalur, aksesibilitas tetap memiliki pengaruh langsung yang signifikan

terhadap revisit intention meskipun variabel kepuasan dimasukkan ke dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*) dalam hubungan antara aksesibilitas dan *revisit intention*. Hal ini sejalan dengan model mediasi modern yang dikembangkan (Zhao, 2022). Selanjutnya, teori *Service-Dominant Logic* (Buonincontri, 2021), menjelaskan bahwa wisatawan bertindak sebagai *co-creator of value*, di mana nilai pengalaman wisata terbentuk melalui interaksi emosional dan persepsi manfaat, bukan hanya dari fasilitas fisik. Lebih jauh, (Hasani & Brawijaya, 2023), menegaskan bahwa kemudahan akses layanan menjadi faktor krusial dalam membentuk nilai yang dirasakan wisatawan, yang pada akhirnya berpengaruh kuat terhadap loyalitas mereka dalam jangka panjang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung memiliki peran sentral baik sebagai determinan langsung maupun mediator dalam memperkuat hubungan antara aksesibilitas dan *revisit intention* pada destinasi wisata. Secara empiris, hasil ini memperluas temuan (Anggiani *et al.*, 2024), yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mekanisme transisi antara kualitas layanan dan *revisit intention*. Di sisi lain, penelitian (Abdullah *et al.*, 2024), menunjukkan bahwa kemudahan akses dan kecepatan informasi digital menjadi faktor penentu utama bagi wisatawan milenial dalam menentukan keputusan *revisit intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi muda (17–35 tahun) seperti dominan dalam penelitian ini, cenderung lebih sensitif terhadap aspek kemudahan dan efisiensi akses daripada aspek tradisional seperti harga.

Secara geografis Nicole's River Park sebagai destinasi wisata di wilayah semi perkotaan juga memperkuat relevansi hasil ini. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memiliki implikasi strategis bagi pengelola destinasi, yakni pentingnya pengembangan aksesibilitas fisik (perbaikan jalan, parkir luas, jalur pedestrian) dan aksesibilitas digital (sistem reservasi online, peta rute, integrasi media sosial).

Hasil penelitian memperkaya kajian perilaku wisatawan terkait interaksi antara variabel aksesibilitas, kepuasan, dan *revisit intention* membentuk kerangka perilaku konsumen yang berorientasi pada pengalaman (*experience-based behavior model*). Hal ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori service quality di sektor pariwisata, sebagaimana dikemukakan oleh (Zeithaml *et al.*, 2020), bahwa persepsi kualitas bergantung tidak hanya layanan, tetapi juga pada kemudahan memperoleh layanan tersebut.

Secara praktis, pengelola Nicole's River Park perlu memperkuat strategi pemasaran berbasis aksesibilitas, dengan cara berkolaborasi dengan pemerintah daerah untuk memperbaiki jaringan jalan dan fasilitas umum, serta memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan informasi wisata. Dengan demikian, peningkatan aksesibilitas akan berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas pengunjung, yang menjadi pondasi penting bagi keberlanjutan destinasi wisata di Kabupaten Bogor. Secara teoritis, penelitian ini tidak hanya memperkuat perspektif service quality dalam konteks pariwisata, tetapi juga memperluas penerapan *Theory of Planned Behavior* dalam menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan akses (*perceived behavioral control*) dapat memengaruhi niat perilaku wisatawan melalui mekanisme kepuasan pengunjung. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan literatur mengenai perilaku wisatawan khususnya terkait hubungan antara aksesibilitas, kepuasan pengunjung, dan revisit intention pada destinasi wisata baru.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa tingkat aksesibilitas yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pengunjung, tetapi juga mendorong terbentuknya niat untuk melakukan kunjungan ulang. Lebih lanjut, kepuasan pengunjung berfungsi sebagai variabel perantara yang memperkuat hubungan antara aksesibilitas dan *revisit intention*. Dengan demikian, semakin baik aksesibilitas yang dimiliki destinasi wisata, baik dari segi kemudahan transportasi, kondisi jalan, maupun ketersediaan informasi arah, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan dan keinginan

pengunjung untuk melakukan *revisit intention*. Hasil ini menegaskan bahwa kepuasan pengunjung merupakan faktor kunci yang memperkuat pengaruh aksesibilitas terhadap loyalitas wisatawan.

Temuan ini memberikan kontribusi penting dengan menunjukkan bahwa hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bahwa upaya peningkatan loyalitas pengunjung perlu diarahkan pada strategi perbaikan aksesibilitas fisik dan digital secara berkelanjutan. Pengelola dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk memperbaiki infrastruktur jalan menuju lokasi wisata, menyediakan sarana transportasi umum yang lebih nyaman, serta memperkuat promosi digital melalui media sosial dan peta daring. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan dan kebersihan area wisata tetap menjadi prioritas untuk menjaga tingkat kepuasan pengunjung. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti citra destinasi, pengalaman wisata (*tourism experience*), dan *perceived value*, karena berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan *revisit intention* wisatawan.

REFERENSI

- Abdullah, R., Teniwut, R. M. K., & Susanty, I. I. D. A. R. (2024). Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.32528/sw.v7i1.1026>
- Aceng Gima Sugiana, D., Suhartanto, D., & Lu, C. Y. (2024). Tourist satisfaction and revisit intention: The role of attraction, accessibility, and facilities of water park tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 52(2), 257–266.
- Ajzen. (2020). The Theory of Planned Behavior : Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Anggiani, S., Lubis, A., & Siregar, M. A. (2024). Studi Empiris : Dampak Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Keinginan Berkunjung Kembali Ke Pemandian Alam Sembah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 2307–2314. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4324>
- Asri, C., Suryani, Y., Artha, B., & Sari, N. P. (2021). Vol. 1 No 2 Desember 2021 <http://jurnal.umsb.ac.id/ranahpariwisata> Ranah Pariwisata. I(2).
- Ayu, D., Aridayanti, N., Ayu, I. G., & Suryawardani, O. (2020). *Millennial Tourists in Bali : Motivation , Satisfaction and Revisit Intention*. 7(1), 27–36.
- Ayu Novita, N., Rosilawati, W., Bisnis Syariah, M., & Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, F. (2024). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas Dan Ansilari Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Destinasi Wisata Bukit Cendana (Studi Pada Pengunjung Destinasi Bukit Cendana Pesawaran). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 5(1), 2745–8547.
- Buonincontri, P. (2021). Co-creation of value and tourist experience: A service-dominant logic perspective. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100804. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101091>
- Constantin, C. P., et al. (2022). Examining the relationships between visitors profile, satisfaction and revisit intentions: Evidence from Romanian ecotourism destinations. *Land*, 11(2), 186. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/land11020186>
- Creswell, J. W. (2021). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)* (ISBN 978-1). SAGE Publications.
- Dan, E. E., Universitas, B., Rai, A., Puspita, W., Made, S., & Urmila, H. (2024). Pengaruh daya tarik wisata , kunjungan wisatawan dan lama tinggal wisatawan terhadap PAD kabupaten / kota provinsi bali (03), 584–592.
- Darabsch, E., Alawneh, K. A., Alananzeh, O. A., & Shatnawi, H. S. (2024). Factors influencing tourists' revisit intention: The effect of safety and security, accessibility, service quality, and destination image. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 13(4), 906–915.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bogor. (2025). *Data Statistik Kunjungan Wisatawan Kabupaten Bogor Tahun 2023–2024*. Bogor: Disparbud Kab. Bogor.
- Dita, R. F., & Zaini, M. (2022). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pulau Kumala Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(4), 271–282. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i4.41>
- Dumitrașcu, A. V., Teodorescu, C., & Cioclu, A. (2023). Accessibility and Tourist Satisfaction—Influencing Factors for Tourism in Dobrogea, Romania. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/su15097525>
- Elmas, M. S. H., Astuti, W., & Natsir, M. (2024). The memorable tourism experience's effect on revisit intention in Batu City Tourism Village: A mediating role of tourist satisfaction. *European Journal of Business and Management*, 16(7), 61–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.7176/EJBM/16-7-03>

- Ferdian, M. mulyani; feri. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Revisit Intention Di Kota Padang (Studi Kasus Daya Tarik Wisata Pantai Padang). *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(6), 1252–1264.
- Hair, J. F. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)* (ISBN 978-1). SAGE Publications.
- Hanifah, *, Putri, A., Putri, H. A., Suhud, U., & Berutu, M. B. (2024). *Pemodelan Hubungan Antara Accessibility, Perceived Price, Facilities, Visitor Satisfaction, Dan Revisit Intention: Studi Kasus Taman Safari Cisarua Bogor*. 2(3), 80–97.
- Hasani, M. A. A., & Brawijaya, U. (2023). *Perceived value , service quality , and heritage tourism effect to revisit intention of guest*. 02(3), 651–659.
- Henseler, J. (2021). *Composite-Based Structural Equation Modeling: Analyzing Latent and Emergent Variables* (ISBN 978-3). Springer.
- I Wayan Adi Pratama, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, & B. S. (2025). Analysis of risk management, visitor satisfaction, and destination accessibility on tourism industry reputation in Bali. *West Science Journal*, 3(1), 1633. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/wsis.v3i01.1633>
- Indra Sakti, Dewi Trirahayu, & Amelia Oktrivina. (2023). Understanding Revisit Intention During Covid-19: A Protection Motivation Theory Perspective. *Jurnal Manajemen*, 27(1), 1–20. <https://doi.org/10.24912/jm.v27i1.1014>
- Irawan. (2021). *Manajemen Kepuasan Pelanggan: Teori dan Aplikasinya* (Penerbit Gramedia (ed.)).
- Khotimah, K., & Astuti, P. B. (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Physical Evidence Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 547–566. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i4.148>
- Lestari, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study kasus pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 153–166.
- Luh, N., Abiyoga, A., & Wimba, I. G. A. (2020). *Pengaruh brand destination berbasis tri hita karena terhadap word of mouth dan niat berkunjung kembali wisatawan ke nusa penida berkunjung ke Nusa Penida 11*, 1067–1082.
- Luvsandavaajav, O. (2022). *A Longitudinal Study of Destination Image , Tourist Satisfaction , and Revisit Intention*. 13(24), 128–149.
- M. A. P. Tumangger, R. S. & A. N. D. (2025). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi revisit intention pada wisatawan Air Terjun Simbilulu Kabupaten Pakpak Bharat. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 14(1), 136–149. <https://doi.org/10.24843/EEB.2025.v14.i01.p08>.
- Martalia, D. (2022). *Masa Pandemi Di Taman Nasional Baluran Pendahuluan*. 9(2), 123–146.
- Masithoh, D., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Revisit Intention melalui Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Destinasi Wisata Museum Kretek Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 617–625. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28945>
- Masriah, D. (2024). Pengaruh fasilitas dan atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 6(1), 55–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.31002/jpn.v6i1.7564>
- Nicole's River Park. (2025). *Laporan kunjungan pengunjung Nicole's River Park 2023*. Nicole's River Park.
- Nopriana, A. (2024). The Influence of Attractions, Facilities and Accessibility on Tourist Satisfaction at Parai Tenggara Beach, Bangka Regency. *TRJ Tourism Research Journal*, 8(2), 336–349. <https://doi.org/https://doi.org/10.30647/trj.v8i2.202>
- Pai, C., Kang, S., Liu, Y., & Zheng, Y. (2021). An examination of revisit intention based on perceived smart tourism technology experience. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1007. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su13021007>
- Prakoso, D. B., & Endah, E. (2020). *Berkunjung kembali (studi pada wisatawan di wisata alam posong*. 5(September), 185–201.
- Pratama, A., & Yuliviona, R. (2025). *The Effect of Tourist Attractions and Facilities on Tourist ' Revisit Intention in Kerinci Regency , with Visitor Satisfaction as a Mediating Variable*. 20(1).
- Pribanus Wantara, Anugrahini Irawati, & W. R. A. (2024). Relationship between destination image, accessibility, tourists' experience, tourists' satisfaction, and revisit intention: Structural equation model analysis. *BIO Web of Conferences*, 146, 01027.
- Rahman, F. (2023). Expectancy disconfirmation and satisfaction in tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(88–99). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2022-0042>
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.29>
- Sugiam, A. G. (2024). Tourist satisfaction and revisit intention: The role of attraction, accessibility, and facilities of water park tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 52(1), 257–266. <https://doi.org/https://doi.org/10.30892/gtg.52125-1202>

- Sulistiyono, D., Sanaji, S., & Artanti, Y. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Pariwisata, Aksesibilitas, Pengalaman Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Kawasan Wisata Telaga Sarangan Magetan). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 2717–2736. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11462>
- Suryabrata. (2020). *Loyalitas Pelanggan dan Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata*. Gramedia Pustaka Utama.
- Torabi, Z.-A. (2022). Enhancing memorable experiences, tourist satisfaction, and revisit intention through smart tourism technologies. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5), 2721. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su14052721>
- Torabi, Z. A., Pourtaheri, M., Hall, C. M., Sharifi, A., & Javidi, F. (2023). Smart Tourism Technologies, Revisit Intention, and Word-of-Mouth in Emerging and Smart Rural Destinations. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su151410911>
- Vikramaditya Tiwari, A., Bajpai, N., & Kumar Pandey, P. (2023). The role of human emotions in memorable tourism experience and revisit intention O papel das emoções humanas na experiência turística memorável e na intenção de revisitar. *Tourism & Management Studies*, 19(1), 15–27.
- Wahim, I., Chu, J.-Y., & Huynh-Cam, T.-T. (2023). The Effects of Attraction, Promotion and Accessibility on Revisiting Intention to Tana Toraja, South Sulawesi, Indonesia. *Journal Of Mandalika Review*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i1.8>
- Wayan Dede Arya Pramanaputra, W. S. (2023). Pengaruh promosi, e-wom , dan brand image terhadap niat berkunjung kembali pada konsumen outback ubud adventure. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(04), 777–785.
- Wong, J. W. C., & Lai, I. K. W. (2021). Gaming and non-gaming memorable tourism experiences: How do they influence young and mature tourists' behavioural intentions? *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100642. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100642>
- Wong, K. K. K. (2021). Perceived value, satisfaction, and revisit intention of tourists: An empirical study in Macau. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(1), 14–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1862046>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zhao, X. (2022). Reconsidering mediation analysis in behavioral research. *Journal of Consumer Research*, 49(4), 890–908. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/jcr/ucac032>