

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Aksesibilitas**

##### **2.1.1 Pengertian Aksesibilitas**

Aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan lokasi tata guna lahan dalam berinteraksi satu sama lain, dan mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi<sup>1</sup>.

Aksesibilitas juga merupakan salah satu unsur utama dalam produk karena mendorong pasar potensial menjadi pasar nyata, aksesibilitas mencakup transportasi masuk ke negara, inter dan intra region (daerah) serta di dalam kawasan, dan kemudahan memperoleh informasi tentang destinasi<sup>2</sup>.

Dalam pengembangan pariwisata sebagai sebuah sistem baik berupa perencanaan perjalanan, penyediaan informasi mengenai rute dan destinasi, ketersediaan sarana transportasi, ataupun kemudahan lain untuk mencapai objek wisata menjadi penentu berhasilnya peluang pengembangan objek wisata.

Jadi dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas merupakan suatu alat yang dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung yang akan berkunjung ketempat wisata, sehingga membuat

---

<sup>1</sup> Wisnawa, *dkk. Op. Cit.* Hal 27.

<sup>2</sup> Handayani, *dkk.* (2019). *Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan.* ISSN: 2580-4170. Hal 125.

perjalanan pengunjung menjadi lancar dan nyaman saat menuju objek wisata.

### 2.1.2 Dimensi Aksesibilitas

Aksesibilitas dapat diukur melalui dimensinya, persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat obyek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan. Oleh karena itu harus selalu ada:

1. Akses Informasi  
Masukan informasi yang lengkap tentunya akan menyebabkan para wisatawan semakin mudah untuk menyeleksi kawasan-kawasan yang akan dikunjungi. Informasi itu dapat berupa promosi dan publikasi.
2. Akses Kondisi Jalan Menuju Objek Wisata  
Akses kondisi jalan menuju obyek wisata, dan jalan akses itu harus berhubungan dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu obyek wisata. Aksesibilitas ini merupakan syarat yang penting sekali untuk obyek wisata.
3. Tempat Akhir Perjalanan  
Selanjutnya sebagai tempat akhir perjalanan, di tempat objek wisata harus ada terminal, setidaknya-tidaknya tempat parkir. Baik jalan akses maupun tempat parkir harus sesuai dengan kebutuhan yaitu sesuai dengan jumlah wisatawan yang diharapkan kedatangannya dan jenis serta jumlah kendaraan yang diperkirakan akan digunakan oleh para wisatawan<sup>3</sup>.

## 2.2 Fasilitas

### 2.2.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh tempat wisata untuk dipakai serta dinikmati oleh pengunjung yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal<sup>4</sup>.

Ada pula pendapat lain yang mengatakan bahwa fasilitas wisata merupakan sarana yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah

---

<sup>3</sup> Hidayat, dkk 2017. *Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Taming*. ISSN: 2443-3578. Hal 202.

<sup>4</sup> Hastutilistyawati, Indri. *Op. Cit.* Hal 36.

kegiatan atau aktivitas pengunjung atau wisatawan yang dilakukannya untuk mendapat pengalaman rekreasi<sup>5</sup>.

Ketersediaan fasilitas di suatu objek wisata sangat penting untuk memenuhi kebutuhan pengunjung selama berada di objek wisata tersebut, fasilitas sangat berpengaruh dengan bagaimana wisatawan memandang objek wisata. Ketika semua fasilitas sudah disediakan dengan baik, hal ini tentunya membuat pengunjung nyaman dan puas telah berkunjung ke objek wisata.

Artinya, fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang dapat menstimulus kedatangan pengunjung ke objek wisata. Akan tetapi ketiadaannya dapat menghalangi pengunjung dalam menikmati atraksi wisata. Maka dari itu fasilitas sangat dibutuhkan sebagai upaya dalam melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung di tempat wisata yang mereka kunjungi.

### **2.2.2 Indikator Fasilitas**

Beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain :

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. Keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan. Fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.

---

<sup>5</sup> Fanggidae & Bere. (2020). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana*. ISSN: 2615-1839. Hal 55

3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.  
Fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah<sup>6</sup>.

## **2.3 Loyalitas Pengunjung**

### **2.3.1 Pengertian Loyalitas Pengunjung**

Secara umum loyalitas pengunjung dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu<sup>7</sup>. Loyalitas merupakan respon perilaku, diekspresikan dalam jangka waktu yang panjang, dan menghasilkan komitmen<sup>8</sup>. Pendapat lain menyatakan bahwa loyalitas merupakan fungsi dari kepuasan pelanggan, rintangan pengalihan dan keluhan pelanggan. Pelanggan yang puas akan dapat melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain apa yang dirasakan<sup>9</sup>.

Loyalitas menggambarkan kesediaan pengunjung untuk senantiasa berkunjung ke objek wisata dalam jangka waktu yang panjang, dan sukarela merekomendasikan objek wisata tersebut kepada orang lain, dengan loyalitas tersebut maka akan mengundang banyak pengunjung untuk datang ke objek wisata.

Artinya, Pengunjung yang benar-benar loyal bukan saja sangat bermanfaat bagi objek wisata, pengunjung yang loyal juga dapat berfungsi sebagai pemasar yang dapat merekomendasikan produk dari objek wisata,

---

<sup>6</sup> *Ibid.* Hal 55.

<sup>7</sup> Hermanto. 2019. *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: CV. Jakad Publishing. Hal 26.

<sup>8</sup> Haris, Abdul. *Op. Cit.* Hal 248.

<sup>9</sup> Sulistyadi, dkk. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. ISSN: 2461-0593. Hal 5.

kepada orang terdekatnya maupun kepada orang yang membutuhkan informasi.

### 2.3.2 Indikator Loyalitas Pengunjung

Terdapat tiga indikator loyalitas pengunjung antara lain sebagai berikut:

1. *Repeat Purchase*  
*Repeat purchase* atau kunjungan berulang, merupakan sikap berkunjung secara berulang-ulang pengunjung terhadap suatu objek wisata.
2. *Retention*  
*Retention* atau tidak terpengaruh, merupakan sikap ketahanan pengunjung terhadap hal-hal negatif mengenai objek wisata.
3. *Referalls*  
*Referalls* atau merekomendasikan, merupakan upaya pengunjung dalam merekomendasikan suatu objek wisata<sup>10</sup>.

## 2.4 Kepuasan Pengunjung

### 2.4.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung adalah tingkat perasaan pengunjung setelah membandingkan antara yang dia terima dan harapannya<sup>11</sup>. Apabila hasil yang dicapai dari objek wisata dapat mencapai atau melebihi harapan maka dapat dikatakan bahwa pengunjung puas.

Pendapat lain mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan<sup>12</sup>. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan<sup>13</sup>.

Artinya, dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan perbandingan antara harapan dan hasil yang diterima,

---

<sup>10</sup> Sari & Yasa. 2020. *Kepercayaan Pelanggan*. Jateng: Lakaesa. Hal 29.

<sup>11</sup> Indrasari, Meithiana. *Op. Cit.* Hal 82.

<sup>12</sup> *Ibid.* Hal 87.

<sup>13</sup> Hermanto. *Op. Cit.* Hal 21.

jika hasil yang diharapkan lebih tinggi maka pengunjung akan puas atau senang, sebaliknya jika hasil yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka pengunjung akan kecewa atau tidak puas. Kepuasan pengunjung sangat penting karna jika pengunjung merasa puas maka ini akan menjadi dasar pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan pengalaman mereka kepada orang lain, sehingga akan menarik lebih banyak pengunjung.

#### **2.4.2 Elemen Kepuasan Pengunjung**

Ada tiga elemen yang menyangkut kepuasan pengunjung yaitu sebagai berikut:

1. Harapan  
Harapan pengunjung terhadap suatu objek wisata telah dibentuk sebelum pengunjung tersebut berkunjung ke sebuah objek wisata.
2. Kinerja  
Pengalaman pengunjung terhadap kinerja aktual sebuah wisata ketika berkunjung tanpa dipengaruhi harapan mereka. Ketika kinerja aktual objek wisata berhasil maka pengunjung akan merasa puas.
3. Perbandingan  
Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja sebuah wisata sebelum berkunjung dengan persepsi kinerja<sup>14</sup>.

### **2.5 Variabel Intervening**

#### **2.5.1 Pengertian Variabel Intervening**

*An intervening variable is that factor that theoretically affect the observed phenomenon but cannot be seen, measure, or manipulate.*

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta. Hal 210.

<sup>15</sup> Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 70.

Jadi, variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen, di dalam penelitian ini posisi variabel kepuasan pengunjung adalah variabel intervening yang menghubungkan antara variabel aksesibilitas dan fasilitas wisata dengan variabel loyalitas pengunjung.

## 2.6 Penelitian Sebelumnya

Penelitian saat ini juga mendasarkan pada hasil penelitian terdahulu dan ada perbedaan dibanding dengan penelitian yang akan saya lakukan saat ini:

1. Dalam hasil penelitian sebelumnya<sup>16</sup>, yang berjudul pengaruh fasilitas, aksesibilitas dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Memiliki perbedaan dengan yang akan saya lakukan karena penelitian sebelumnya menggunakan tehnik analisis regresi berganda, sedangkan penelitian yang akan saya lakukan menggunakan metode path analysis (analisis jalur).
2. Dalam hasil penelitian sebelumnya<sup>17</sup>, berjudul pengaruh fasilitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pt. pipilaka tour and travel di tanggerang. Memiliki perbedaan dengan yang akan saya lakukan karena penelitian sebelumnya menggunakan *purposive*

---

<sup>16</sup> Handayani, dkk. *Op. Cit.*

<sup>17</sup> Nugrahaningsih, Hartanti. (2019). *Pengaruh Fasilitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. ISSN: 2502-3632.

*sampling*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *insidental sampling*.

3. Dalam hasil penelitian sebelumnya<sup>18</sup>, berjudul peran aksesibilitas, konektifitas, kualitas layanan, terhadap loyalitas pengguna angkutan umum melalui kepuasan penumpang sebagai variabel mediator. Memiliki perbedaan dengan yang akan saya lakukan karena penelitian sebelumnya tidak terdapat variabel fasilitas.
4. Dalam hasil penelitian sebelumnya<sup>19</sup>, berjudul pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan ke broken beach dan angel's billabong. Memiliki perbedaan dengan yang akan saya lakukan karena penelitian sebelumnya menggunakan tehnik analisis regresi berganda yang diolah dengan menggunakan program IBM Statistiks 23, sedangkan penelitian sekarang dengan metode path analysis menggunakan program SmartPLS.
5. Dalam hasil penelitian sebelumnya<sup>20</sup>, berjudul pengaruh kualitas layanan, harga dan aksesibilitas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Memiliki perbedaan dari teknik sampling dengan yang akan saya lakukan karena penelitian sebelumnya menggunakan *purposive sampling*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *insidental*.

---

<sup>18</sup> Hidayatullah, dkk. (2020). *Peran Aksesibilitas, Konektifitas, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pengguna Angkutan Umum Melalui Kepuasan Penumpang Sebagai Variabel Mediator*. ISSN: 2598-0076

<sup>19</sup> Natalia, dkk. *Op.Cit.*

<sup>20</sup> Sulistyadi, dkk. *Op.Cit.*



**Tabel 2**  
**Hasil Penelitian Sebelumnya**

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Sri Handayani <i>dkk</i> (2019)  “Pengaruh Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan”	Baik secara parsial maupun simultan pada variabel fasilitas, aksesibilitas dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Bangka Botanical Garden (BBG) Pangkalpinang.	a. Terdapat variabel Aksesibilitas ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan kepuasan ( $Z$ ) b. Teknik untuk pengambilan sampel sama-sama menggunakan tehnik <i>non-probability sampling</i> dengan menggunakan metode <i>insidental sampling</i> .	a. Penelitian sebelumnya menggunakan tehnik analisis regresi berganda, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode path analysis (analisis jalur). b. Tempat penelitian sebelumnya berbeda yaitu pada Bangka Botanical Garden (BBG) Pangkalpinang. Sedangkan dipenelitian sekarang di BJBR Probolinggo c. Jumlah sampel penelitian sebelumnya yaitu 260 responden Sedangkan penelitian sekarang hanya mengambil sampel sebanyak 60 responden
2	Hartanti, Nugrahaningsih (2019)	a. Hasil penelitiannya adalah bahwa fasilitas Pelayanan dan Citra Merek baik secara parsial maupun bersama-sama berpegaruh	a. Terdapat variabel fasilitas ( $X_2$ ), kepuasan ( $Z$ ) dan loyalitas	a. Penelitian sebelumnya tidak terdapat variabel aksesibilitas ( $X_1$ )

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p>“Pengaruh Fasilitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Pipilaka Tour And Travel Di Tangerang”</p>	<p>signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.</p> <p>b. Fasilitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas sedangkan citra merek mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.</p> <p>c. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen.</p> <p>d. Hasil pengujian selanjutnya adalah Fasilitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.</p> <p>e. Hasil penelitian selanjutnya adalah Pengaruh tidak langsung Fasilitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen menambah kekuatan beta pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.</p> <p>f. Lebih lanjut pengaruh tidak langsung Citra Merek terhadap Loyalitas</p>	<p>b. Menggunakan metode path analysis (analisis jalur) dengan kepuasan konsumen variabel intervening</p>	<p>b. Penelitian sebelumnya menggunakan <i>purposive sampling</i>, sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>insidental sampling</i></p> <p>c. Tempat penelitian sebelumnya berbeda yaitu pada Pt. Pipilaka Tour And Travel Di Tangerang. Sedangkan penelitian sekarang di BJBR Probolinggo</p> <p>d. Jumlah sampel penelitian sebelumnya yaitu 110 konsumen sedangkan penelitian sekarang mengambil sampel sebanyak 60 responden</p>

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Konsumen melalui Kepuasan Konsumen dapat menambah kekuatan beta pengaruh dari Fasilitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.		
3	Syarif Hidayatullah <i>dkk</i> (2020) “Peran Aksesibilitas, Konektifitas, Kualitas Layanan, Terhadap Loyalitas Pengguna Angkutan Umum Melalui Kepuasan Penumpang Sebagai Variabel Modiator”	a. Aksesibilitas dan kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan penumpang. b. Konektifitas tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan penumpang. c. Aksesibilitas, konektifitas, dan kualitas layanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan penumpang.	a. Terdapat variabel Aksesibilitas ( $X_1$ ), Loyalitas ( $Y$ ) dan Kepuasan ( $Z$ ). b. Penelitian ini Menggunakan metode path analysis (analisis jalur) dengan kepuasan sebagai variabel mediator/intervening	a. Penelitian sebelumnya tidak terdapat variabel fasilitas ( $X_2$ ). b. Objek penelitian berbeda yaitu pada angkutan kota di Kota Malang. Sedangkan penelitian sekarang di BJBR Probolinggo c. Jumlah sampel digunakan yaitu 170 responden, sedangkan penelitian sekarang sebanyak 60 responden
4	Clarissa Yohana Natalia <i>dkk</i> (2020) “Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap	a. secara parsial menunjukkan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan b. fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Terdapat variable Aksesibilitas ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan kepuasan ( $Z$ )	a. Penelitian sebelumnya menggunakan tehnik analisis regresi berganda yang diolah dengan menggunakan program IBM

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Kepuasan Wisatawan Ke Broken Beach Dan Angel's Billabong”	kepuasan wisatawan c. Secara simultan, disimpulkan bahwa aksesibilitas dan fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan		Statistiks 23, sedangkan penelitian sekarang dengan metode path analysis menggunakan program SmartPLS b. Tempat penelitian sebelumnya berbeda yaitu pada Broken Beach Dan Angel's Billabong. Sedangkan dipenelitian sekarang di BJBR Probolinggo c. Jumlah sampel penelitian sebelumnya yaitu 144 responden d. Sedangkan penelitian sekarang hanya mengambil sampel sebanyak 60 responden
5	Suryawan Andi Sulistyadi <i>dkk</i> (2016) “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas	a. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan terbukti signifikan mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif b. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan terbukti signifikan	a. Terdapat variabel Aksesibilitas ( $X_1$ ), dan Kepuasan ( $Z$ ). b. Penelitian ini Menggunakan metode path analysis (analisis jalur) dengan kepuasan sebagai variabel intervening	a. Penelitian sebelumnya tidak terdapat variabel fasilitas ( $X_2$ ) dan loyalitas ( $Y$ ) b. Penelitian sebelumnya menggunakan <i>purposive sampling</i> , sedangkan penelitian sekarang

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan”	<p>c. Pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan pelanggan terbukti signifikan mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif</p> <p>d. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan terbukti signifikan mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif</p> <p>e. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan terbukti signifikan mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif</p> <p>f. Pengaruh aksesibilitas terhadap loyalitas pelanggan terbukti signifikan mendapat dukungan dalam penelitian ini dengan arah pengaruh yang positif</p>		<p>menggunakan <i>insidental sampling</i></p> <p>c. Tempat penelitian sebelumnya berbeda yaitu pada PT. Mitra Pinasthika Mulia Surabaya. Sedangkan penelitian sekarang di BJBR Probolinggo</p> <p>d. Jumlah sampel penelitian sebelumnya yaitu 120 konsumen sedangkan penelitian sekarang mengambil sampel sebanyak 60 responden</p>

Sumber: Olahan Peneliti 2022

## **2.7 Kerangka Berfikir Dan Hipotesis**

### **2.7.1 Kerangka Berfikir**

Bedasarkan dengan uraian teori yang telah dikemukakan, maka perlu dibuat suatu kerangka berpikir. Tujuannya adalah untuk memberikan suatu kemudahan dalam mengkaji kondisi yang akan diteliti. Adapun kerangka berpikir teoritis dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Loyalitas Pengunjung**

Dengan aksesibilitas yang memadai akan membuat pengunjung merasa lebih mudah dan dapat melakukan perjalanan dengan lancar dan nyaman sehingga hal ini bisa memicu pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain.

#### **2. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Kepuasan Pengunjung**

Apabila akses menuju objek wisata tidak memadai maka akan menjadi hambatan bagi pengunjung untuk sampai ketujuan, dan hambatan tersebut akan menjadi dasar ketidakpuasan pengunjung.

#### **3. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Loyalitas pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung**

Aksesibilitas yang memadai akan membuat perjalanan pengunjung menjadi lebih mudah dan lancar sehingga pengunjung akan merasa puas dan dengan kepuasan tersebut tersebut akan menjadi dasar pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang dan menceritakannya kepada orang lain.

#### 4. Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung

Apabila fasilitas di tempat wisata dalam kondisi baik dan nyaman, maka ini akan menjadi alasan pengunjung untuk menceritakan kepada orang lain sehingga akan menarik pengunjung yang lebih banyak.

#### 5. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

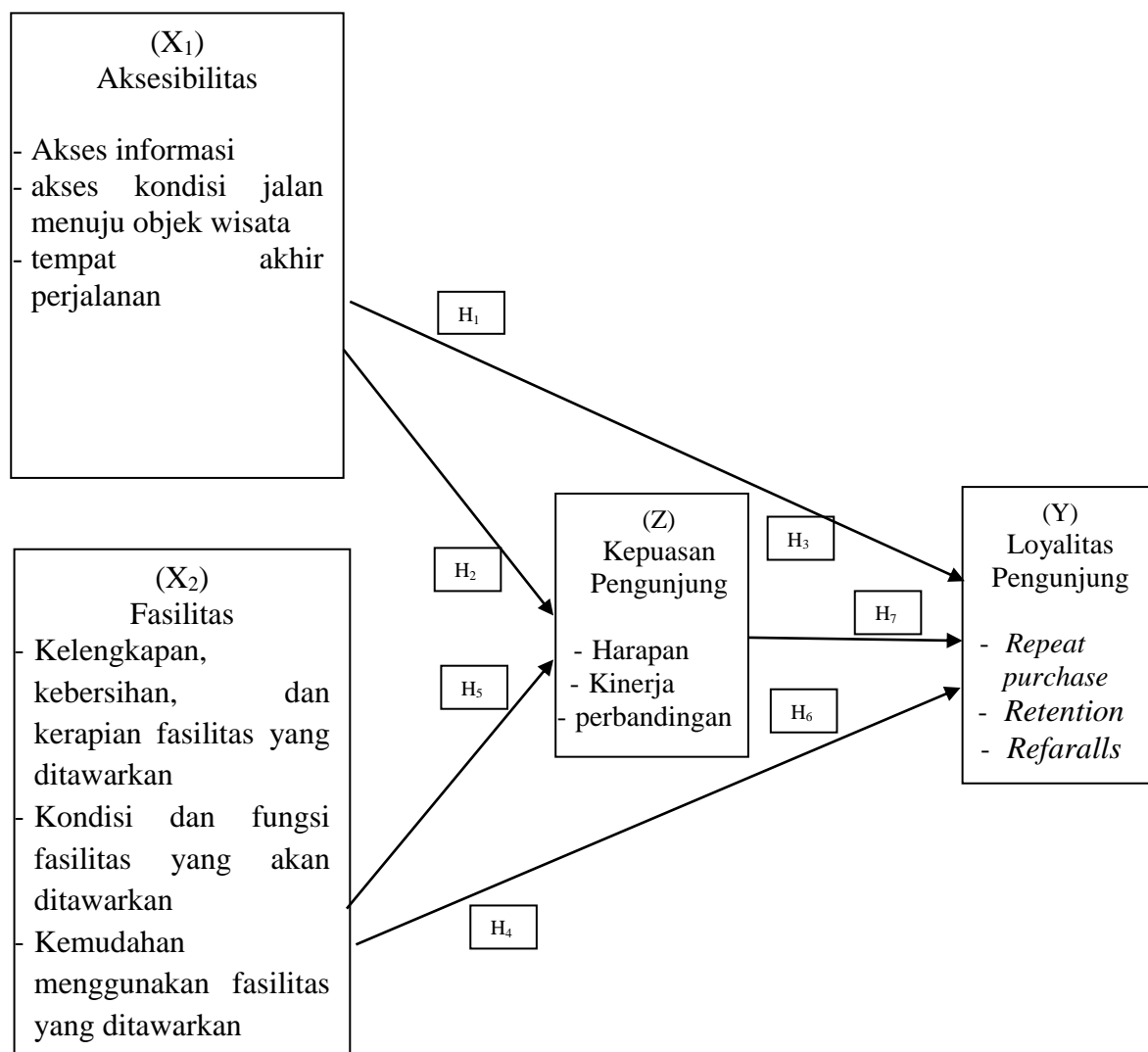
Fasilitas menjadi salah satu faktor penting dalam terjadinya kepuasan, jika fasilitas yang ada di objek wisata dalam kondisi baik dan nyaman maka pengunjung akan merasa puas. Begitu juga sebaliknya jika fasilitas yang tersedia di objek wisata tidak sesuai harapan maka pengunjung akan merasa tidak puas.

#### 6. Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung

Fasilitas yang terpenuhi dengan baik akan membuat pengunjung merasa nyaman dan puas, dengan kepuasan pengunjung maka akan menjadi dasar pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang dan menceritakannya kepada orang lain.

#### 7. Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap Loyalitas Pengunjung

Loyalitas terbentuk dari perasaan puas pengunjung akan tingkat layanan objek wisata yang diterima jika pengunjung sudah merasakan kepuasan maka dari kepuasan tersebut akan berujung pada keinginan untuk melanjutkan hubungan, dengan kata lain terciptanya loyalitas pengunjung.



Gambar 1 : Kerangka Berpikir

Sumber : Handayani *dkk* (2019), Nugrahaningsih (2019), Hidayatullah (2020), Sulistyadi *dkk* (2019)

## 2.9.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka untuk penelitian ini dapatlah dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh langsung antara aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung



- H<sub>2</sub>: Ada pengaruh langsung antara aksesibilitas terhadap kepuasan pengunjung
- H<sub>3</sub>: Ada pengaruh secara tidak langsung antara aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung setelah melalui kepuasan pengunjung
- H<sub>4</sub>: Ada pengaruh langsung antara fasilitas terhadap loyalitas pengunjung
- H<sub>5</sub>: Ada pengaruh langsung antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung
- H<sub>6</sub>: Ada pengaruh secara tidak langsung antara fasilitas terhadap loyalitas pengunjung setelah melalui kepuasan pengunjung
- H<sub>7</sub>: Ada pengaruh langsung antara kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung