

**PENGARUH KOMPONEN DAYA TARIK WISATA TERHADAP  
MINATKUNJUNG ULANG WISATAWAN BUKIT PORONG  
TEDENG DENGANKEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

Studi pada Destinasi Wisata Bukit Porong Tedeng, Kabupaten Manggarai  
Barat,Provinsi Nusa Tenggara Timur

Gervasius Tarusman  
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara langsung *attraction* terhadap minat kunjung ulang 2) pengaruh secara langsung *amenities* terhadap minat kunjung ulang 3) pengaruh langsung *accessibility* terhadap minat kunjung ulang 4) pengaruh secara langsung *ancillary service* terhadap minat kunjung ulang 5) Pengaruh *attraction* terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variable mediaasi 6) Pengaruh *amenities* terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variable mediaasi 7) Pengaruh *accessibility* terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variable mediasi 8) Pengaruh *ancillary service* terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Populasi pada penelitian ini yaitu wisatawan yang pernah berkunjung di Bukit Porong Tedeng. Sampel pada penelitian ini yaitu responden yang dipilih dari populasi, dan responden yang dipilih adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Bukit Porong Tedeng dengan karakteristik usia 15-50 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 96 responden yang pernah mengunjungi Bukit Porong Tedeng. Analisis data menggunakan PLS (*Partial Least Square*) versi WarpPLS 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *attraction* secara langsung berpengaruh terhadap minat kunjung ulang 2) *amenities* secara langsung tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang 3) *accessibility* secara langsung tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang. 4) *ancillary service* secara langsung tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang. 5) *attraction* berpengaruh terhadap minat kunjung ulang dengan dimediasi sebagian (*partial mediation*) oleh kepuasan konsumen. 6) *amenities* berpengaruh terhadap minat kunjung ulang dengan dimediasi penuh (*full mediation*) oleh kepuasan konsumen 7) *accessibility* berpengaruh terhadap minat kunjung ulang dengan dimediasi penuh (*full mediation*) oleh kepuasan konsumen 8) *ancillary service* tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *Attraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary Service, kepuasan konsumen, dan minat kunjung ulang*

## ABSTRACT

### **THE INFLUENCE OF TOURISM ATTRACTION COMPONENTS ON THE INTENTION TO REVISIT WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE**

Study on the Porong Tedeng Hill Tourism Destination, West Manggarai  
Regency, East Nusa Tenggara Province

Gervasius Tarusman  
Sanata Dharma  
University  
Yogyakarta

This study aims to determine: 1) The direct influence of attractions on intentions to revisit, 2) The direct influence of amenity on intentions to revisit 3) The direct influence of accessibility on intentions to revisit 4) The direct influence of ancillary services on intentions to revisit, 5) The influence of attractions on intentions to revisit with consumer satisfaction as a mediating variable 6) Influence of amenity on intentions to revisit with consumer satisfaction as a mediating variable 7) Influence of accessibility on intentions to revisit with consumer satisfaction as a mediating variable 8) Influence of ancillary service on intentions to revisit with consumer satisfaction as a mediating variable. The population in this study are tourists who have visited Porong Tedeng Hill. The sample in this study were respondents who were selected from the population, and the respondents selected were tourists who had visited Porong Tedeng Hill with age characteristics of 15-50 years. The sampling technique uses a non-probability sampling technique. Data was obtained by distributing questionnaires to 96 respondents who had visited Porong Tedeng Hill. Data analysis used PLS (Partial Least Square) version of WarpPLS 7.0. The results showed that: 1) attractions directly influenced intentions to revisit, 2) amenities did not directly influence intentions to revisit, 3) Accessibility had no direct influence on intentions to revisit. 4) ancillary services did not directly influence intentions to revisit. 5) Attractions had an influence on intentions to revisit mediated in part (partial mediation) by consumer satisfaction. 6) amenity influenced intentions to revisit with full mediation (full mediation) by consumer satisfaction 7) accessibility influenced intentions to revisit with full mediation (full mediation) by customer satisfaction 8) ancillary service had no influence on intentions to revisit mediated by satisfaction consumer.

Keywords: attractions, accessibility, amenities, ancillary service, customer satisfaction, and intention to revisit