

Pengaruh Keindahan Alam dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat berkunjung di Desa Wisata Japan

Penulis:
Mohammad Azmi
Ahnaf¹
Aryanti Muhtar
Kusuma²

Afiliasi:
UIN Sunan Kudus^{1,2}

Korespondensi:
azmi2ahnaf@gmail.com

Histori Naskah:
Submit: 05-02-2026
Accepted: 07-02-2026
Published: 01-03-2026

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan pengelolaan destinasi wisata berbasis kelestarian lingkungan sebagai strategi penguatan ekonomi lokal. Dalam perspektif ekonomi pariwisata, daya tarik alam dan kualitas pelayanan merupakan determinan penting yang memengaruhi perilaku wisatawan dalam mengambil keputusan berkunjung. Desa Japan sebagai destinasi wisata berbasis alam memiliki potensi ekonomi yang signifikan, namun optimalisasi pengelolaannya memerlukan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keindahan alam dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan serta menguji kontribusinya terhadap penguatan ekonomi destinasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 57 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS, setelah melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keindahan alam berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Namun demikian, kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Temuan ini menegaskan bahwa kelestarian daya tarik alam merupakan aset ekonomi strategis yang perlu diprioritaskan dalam pengambilan keputusan manajerial destinasi. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian ekonomi pariwisata berbasis potensi lokal dan memberikan implikasi praktis bagi pengelola destinasi dalam merancang strategi pengembangan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Ekonomi pariwisata; Minat wisatawan; Pelestarian lingkungan; Pengembangan destinasi; Perilaku berkunjung

Pendahuluan

Pariwisata alam merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi daerah, khususnya di wilayah pedesaan dengan potensi sumber daya alam yang melimpah (Ammar dkk., 2024). Destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam cenderung memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan karena mampu memberikan pengalaman rekreasi, ketenangan, serta kedekatan dengan lingkungan alami. Dalam konteks ini, minat berkunjung wisatawan menjadi indikator penting untuk menilai potensi suatu wilayah sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan (Wardana, Agustiani, Maharani, & Setyani, 2025).

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai peristiwa kerusakan lingkungan, seperti banjir dan longsor, menunjukkan bahwa eksploitasi alam yang berlebihan sering dilakukan dengan dalih kepentingan ekonomi jangka pendek (Dewi & Darmadi, 2026). Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai model pembangunan ekonomi yang bergantung pada perusakan lingkungan (Pratama, Taufiqurokhman, &

Yusuf, 2024). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan alternatif yang mampu membuktikan bahwa kelestarian alam justru dapat menjadi sumber manfaat ekonomi tanpa harus mengorbankan keberlanjutan lingkungan (Hazita et al., 2022).

Desa Japan merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi wisata alam berupa puncak gunung, Guyangan Camping Ground dengan panorama alam yang menarik, serta eduwisata kebun kopi (Nabela dkk., 2024). Potensi tersebut menunjukkan bahwa keindahan alam yang terjaga dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan (Rizaldi, Rumanti, & Andrawina, 2024). Namun, keindahan alam saja tidak selalu cukup untuk mendorong minat berkunjung, karena pengalaman wisata juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola dan masyarakat setempat (Riadi, Permadi, & Retnowati, 2023). Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keindahan alam dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan (Han, Yuan, & Kim, 2026). Namun, sebagian besar penelitian masih menempatkan kedua variabel tersebut secara terpisah atau lebih menekankan pada aspek pemasaran dan fasilitas buatan (Arevin, 2024). Selain itu, masih terbatas penelitian yang mengkaji keindahan alam sebagai representasi kelestarian lingkungan yang diposisikan sebagai potensi ekonomi, khususnya pada destinasi wisata alam pedesaan.

Kesenjangan penelitian juga terlihat pada minimnya studi yang mengintegrasikan keindahan alam dan kualitas pelayanan dalam satu model empiris untuk menjelaskan minat berkunjung wisatawan. Padahal, pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan menuntut adanya keseimbangan antara pelestarian sumber daya alam dan kualitas interaksi manusia dalam bentuk pelayanan (He, Hu, Swanson, Su, & Chen, 2018). Dengan demikian, diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan peran kedua faktor tersebut secara simultan dalam memengaruhi minat berkunjung wisata.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keindahan alam dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisata. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya kajian pariwisata berkelanjutan, serta kontribusi praktis bagi pengelola dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan destinasi wisata yang berbasis kelestarian alam dan kualitas pelayanan sebagai sumber manfaat ekonomi yang berkelanjutan.

Studi Literatur

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) dikemukakan oleh Ajzen sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action yang menjelaskan bahwa perilaku individu didahului oleh adanya niat (intention). Niat tersebut dipengaruhi oleh tiga konstruk utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). TPB banyak digunakan dalam penelitian sosial dan perilaku konsumen karena mampu menjelaskan proses pengambilan keputusan secara rasional (Purwanto, Budiyanto, & Suhermin, 2022).

Dalam konteks pariwisata, TPB relevan untuk menjelaskan minat berkunjung wisatawan terhadap suatu destinasi. Sikap wisatawan terbentuk dari penilaian terhadap daya tarik destinasi, seperti keindahan alam dan pengalaman yang ditawarkan. Norma subjektif muncul dari pengaruh lingkungan sosial, rekomendasi, serta tren wisata yang berkembang. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan kemudahan akses, ketersediaan fasilitas, dan kualitas pelayanan yang dirasakan wisatawan (Pratiwi, Giantari, Sukaatmadja, & Setiawan, 2025).

Penggunaan TPB sebagai grand theory dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana faktor-faktor eksternal destinasi wisata dapat memengaruhi niat individu untuk berkunjung. Dengan demikian, TPB menjadi kerangka konseptual yang mampu menghubungkan variabel keindahan alam dan kualitas pelayanan dengan minat berkunjung wisata (Nguyen & Nguyen, 2025).

Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke suatu tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan daya tarik yang dimiliki suatu destinasi. Pariwisata tidak hanya berkaitan dengan aktivitas perjalanan, tetapi juga melibatkan berbagai komponen pendukung seperti atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan pelayanan.

Perkembangan sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian daerah. Destinasi wisata yang dikelola dengan baik dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pelestarian budaya dan lingkungan. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi wisata perlu memperhatikan kualitas daya tarik dan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan (Lemy, 2018).

Dalam penelitian ini, pariwisata dipahami sebagai sistem yang melibatkan interaksi antara wisatawan dan destinasi. Keputusan wisatawan untuk berkunjung dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap daya tarik dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh destinasi wisata tersebut.

Keindahan Alam

Keindahan alam merupakan daya tarik wisata yang bersumber dari kondisi lingkungan alami yang memiliki nilai estetika dan memberikan pengalaman visual maupun emosional bagi wisatawan. Menurut Darsoprajitno (2020), daya tarik wisata alam merupakan potensi yang berasal dari bentang alam, lanskap, dan keaslian lingkungan yang mampu menarik kunjungan wisatawan (Darsoprajitno, 2020). Sementara itu, Nurrachmania et al. (2022) menyatakan bahwa keindahan alam mencakup aspek panorama, keasrian lingkungan, kebersihan, serta kenyamanan suasana alam yang dirasakan pengunjung (Nurrachmania, Rozalina, Damanik, Triastuti, & Simarmata, 2022).

Berdasarkan pandangan tersebut, keindahan alam dalam penelitian ini dipahami sebagai persepsi wisatawan terhadap kualitas estetika dan keasrian lingkungan destinasi wisata. Indikator keindahan alam dalam penelitian ini meliputi keindahan panorama dan lanskap, keasrian dan kelestarian lingkungan, kebersihan kawasan wisata dan kenyamanan suasana alam.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang diberikan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan diukur berdasarkan kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (De & Bansal, 2025). Hadiwijoyo (2018) menegaskan bahwa dalam konteks pariwisata, kualitas pelayanan mencakup interaksi petugas, keandalan fasilitas, serta jaminan kenyamanan dan keamanan wisatawan (Hadiwijoyo, 2018).

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diartikan sebagai persepsi wisatawan terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh pengelola destinasi wisata. Indikator kualitas pelayanan mengacu pada dimensi SERVQUAL, yaitu *tangibles* (fasilitas fisik dan kebersihan), *reliability* (keandalan pelayanan), *responsiveness* (ketanggapan petugas), *assurance* (jaminan keamanan dan kenyamanan), *empathy* (perhatian dan keramahan).

Minat berkunjung

Minat berkunjung merupakan kecenderungan psikologis individu untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata. Menurut Ajzen (1991) dalam *Theory of Planned Behavior*, minat (*intention*) merupakan faktor utama yang memprediksi perilaku aktual seseorang (Purwanto et al., 2022). Dalam konteks

pariwisata, minat berkunjung dipahami sebagai niat wisatawan untuk melakukan kunjungan atau kunjungan ulang berdasarkan evaluasi terhadap destinasi (Goeltom & Hurriyati, 2024).

Dalam penelitian ini, minat berkunjung diartikan sebagai keinginan dan rencana wisatawan untuk melakukan kunjungan ke destinasi wisata Desa Japan. Indikator minat berkunjung meliputi keinginan untuk berkunjung, rencana melakukan kunjungan, ketertarikan untuk merekomendasikan dan niat melakukan kunjungan ulang

Destination Attractiveness (Daya Tarik Destinasi)

Penelitian ini meneliti *destination attractiveness* (daya tarik destinasi) dan hubungannya dengan *visit intention* (minat berkunjung) dengan memasukkan berbagai faktor seperti citra destinasi dan pengalaman budaya dalam model kognitif-afektif. Hasil kajian menunjukkan bahwa *destination attractiveness* berkontribusi signifikan terhadap *visit intention*, yang memperkuat temuan hubungan antara daya tarik wisata dan niat kunjungan wisatawan (Goeltom & Hurriyati, 2024).

The Effect of Tourism Facilities and Service Quality on Return Intention

Studi kuantitatif di Yogyakarta menganalisis pengaruh *tourism facilities dan service quality* terhadap *revisit intention* dengan peran kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Hasilnya menunjukkan bahwa *service quality* secara signifikan berdampak pada *revisit intention*, terutama melalui *visitor satisfaction*, menegaskan pentingnya kualitas pelayanan dalam memengaruhi niat kunjung ulang (Yang, Ying, & Chen, 2025).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang

Penelitian yang dilakukan oleh Ade menemukan bahwa *tourist attraction* (daya tarik wisata) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, sementara *service quality* menunjukkan hubungan yang lebih kompleks tergantung konteks (Manyangara, Manyanga, Dangaiso, & Masveta, 2025). Studi ini menekankan bahwa daya tarik wisata seperti lingkungan, pemandangan alam, dan fasilitas menjadi pendorong utama minat kunjung ulang (Oriade & Schofield, 2019).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh keindahan alam dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisata. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara objektif dan terukur melalui analisis statistik, sehingga sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Djaali, 2020). Metode survei banyak digunakan dalam penelitian pariwisata dan perilaku wisatawan karena efektif dalam menangkap persepsi dan penilaian responden terhadap suatu destinasi wisata (Soedarso, Sutikno, & Sukardi, 2016).

Objek penelitian ini adalah destinasi wisata alam di Desa Japan yang meliputi kawasan puncak gunung, Guyangan Camping Ground, dan eduwisata kebun kopi. Subjek penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Populasi penelitian mencakup seluruh wisatawan yang memiliki potensi melakukan kunjungan ulang, sedangkan sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Teknik ini dipilih karena responden ditetapkan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu memiliki pengalaman atau minat terhadap wisata alam (Mukaromah & Widodo, 2024).

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 57 responden. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat

tidak setuju hingga sangat setuju. Prosedur pengumpulan data dilakukan secara kronologis, dimulai dari penyusunan indikator variabel berdasarkan kajian teori, penyusunan butir pertanyaan kuesioner, uji keterbacaan instrumen, hingga penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Persepsi kualitas pelayanan dalam penelitian ini merujuk pada penilaian calon wisatawan terhadap pelayanan yang diharapkan berdasarkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti media sosial, ulasan daring, dan pengalaman orang lain. Seluruh indikator disesuaikan dengan konteks wisata alam dan karakteristik responden.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Uji kualitas data dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara akurat dan konsisten. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh keindahan alam dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisata. Hasil analisis digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan arah hubungan antarvariabel, sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai peran keindahan alam dan kualitas pelayanan sebagai potensi daya tarik wisata yang berkontribusi terhadap manfaat ekonomi secara berkelanjutan (Sumiyarsih & Prihatnawan, 2024).

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Keindahan Alam	X1.1	0,720	0,256	Valid
	X1.2	0,787		
	X1.3	0,729		
	X1.4	0,699		
Pelayanan	X2.1	0,679		
	X2.2	0,602		
	X2.3	0,645		
	X2.4	0,732		
	X2.5	0,711		
Minat berkunjung	Y1	0,711		
	Y2	0,717		
	Y3	0,792		
	Y4	0,792		

Sumber : Hasil SPSS yang diolah Peneliti (2026)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Keindahan Alam (X1), Pelayanan (X2), dan Minat berkunjung (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,256. Nilai r hitung berkisar antara 0,602 hingga 0,792, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengukuran variabel penelitian.

Uji Normalitas



**Tabel 2 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,72371921
	Absolute Positive	,060
Most Extreme Differences	Negative	-,053
	Kolmogorov-Smirnov Z	,456
Asymp. Sig. (2-tailed)		,986

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil SPSS yang diolah Peneliti (2026)

Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov–Smirnov Test menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,986 ($> 0,05$). Hal ini menandakan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga memenuhi salah satu syarat utama analisis regresi linier berganda.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

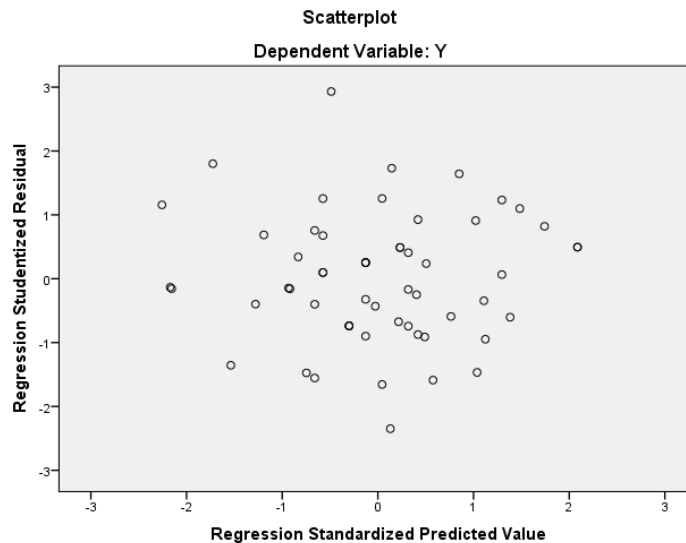
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	,780	1,282
X2	,780	1,282

Sumber : Hasil SPSS yang diolah Peneliti (2026)

Uji multikolinearitas memperlihatkan nilai Tolerance sebesar 0,780 dan VIF sebesar 1,282 untuk masing-masing variabel independen. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gangguan hubungan linear antar predictor.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil SPSS yang diolah Peneliti (2026)

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, model regresi tidak menunjukkan adanya pola tertentu pada sebaran residual, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya seluruh uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dapat dilanjutkan.

Analisis Koefisiensi Determinasi (Adjusted R Square)

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,688 ^a	,474	,454	1,7553

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil SPSS yang diolah Peneliti (2026)

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,454, yang berarti bahwa variabel Keindahan Alam dan Pelayanan secara simultan mampu menjelaskan 45,4% variasi Minat berkunjung, sedangkan sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Uji Simultan (F)

Tabel 6 Hasil Uji Signifikansi Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

	Regression	149,647	2	74,824	24,284	,000 ^b
1	Residual	166,388	54	3,081		
	Total	316,035	56			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil SPSS yang diolah Peneliti (2026)

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai F hitung sebesar 24,284 dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0,05). Hal ini menandakan bahwa variabel Keindahan Alam dan Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat berkunjung.

Uji Parsial (T)

**Tabel 7 Hasil Signifikansi Parsial
Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,081	2,188		,494	,623
1 X1	,729	,135	,602	5,386	,000
X2	,141	,102	,154	1,382	,173

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil SPSS yang diolah Peneliti (2026)

asil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Keindahan Alam memiliki nilai t hitung sebesar 5,386 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa Keindahan Alam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung. Sebaliknya, variabel Pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 1,382 dengan signifikansi 0,173 (> 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat berkunjung dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Hubungan Keindahan Alam terhadap Minat Berkunjung

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Keindahan Alam memiliki koefisien regresi sebesar 0,729 dengan nilai t hitung sebesar 5,386 dan tingkat signifikansi 0,000 ($<0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa Keindahan Alam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung. Koefisien positif sebesar 0,729 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan persepsi terhadap keindahan alam akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan secara nyata.

Secara statistik, nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Secara substantif, temuan ini menegaskan bahwa daya tarik visual, keasrian lingkungan, dan kenyamanan suasana alam menjadi determinan utama dalam pembentukan niat wisatawan untuk berkunjung.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, keindahan alam memengaruhi sikap (*attitude*) wisatawan terhadap destinasi, yang selanjutnya membentuk niat berkunjung. Hasil ini sejalan dengan penelitian Goeltom dan Hurriyati (2024) yang menemukan bahwa *destination attractiveness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *visit intention*. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Han et al., (2026) yang menyatakan bahwa daya tarik destinasi berbasis pengalaman dan lingkungan memiliki peran penting dalam membentuk niat kunjungan ulang wisatawan (Han et al., 2026). Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa kelestarian alam bukan hanya nilai ekologis, tetapi juga memiliki nilai ekonomi melalui peningkatan minat wisatawan (Goeltom & Hurriyati, 2024).

Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,141 dengan nilai signifikansi 0,173 ($>0,05$), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung. Meskipun arah hubungan positif, secara statistik pengaruhnya tidak cukup kuat dalam model ini.

Temuan ini berbeda dengan penelitian Arevin (2024) yang menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening (Arevin, 2024). Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik objek penelitian. Pada destinasi wisata perkotaan atau berbasis fasilitas, kualitas pelayanan cenderung menjadi faktor utama. Sebaliknya, pada destinasi berbasis alam seperti Desa Japan, wisatawan lebih memprioritaskan kualitas lingkungan dan panorama dibandingkan aspek pelayanan.

Selain itu, sebagian responden dalam penelitian ini belum seluruhnya memiliki pengalaman pelayanan secara langsung, sehingga penilaian yang diberikan bersifat ekspektatif, bukan berbasis pengalaman aktual. Kondisi ini dapat menjelaskan mengapa pengaruh pelayanan tidak signifikan secara parsial.

Pengaruh Simultan Keindahan Alam dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung

asil uji simultan menunjukkan nilai F sebesar 24,284 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$), yang berarti kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,454 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 45,4% variasi minat berkunjung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sumiyarsih dan Prihatnawan (2024) yang menemukan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan secara simultan memengaruhi minat berkunjung wisatawan. Namun, penelitian ini menunjukkan perbedaan pada kekuatan pengaruh masing-masing variabel, di mana keindahan alam menjadi faktor dominan dibandingkan pelayanan.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris bahwa pada konteks wisata alam pedesaan, strategi pengembangan destinasi sebaiknya memprioritaskan pelestarian daya tarik lingkungan sebagai sumber keunggulan kompetitif, dengan kualitas pelayanan sebagai faktor pendukung yang memperkuat

pengalaman wisata secara jangka panjang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keindahan Alam merupakan faktor dominan yang memengaruhi Minat berkunjung. Temuan ini mengindikasikan bahwa daya tarik visual, kondisi lingkungan, serta keasrian alam memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan ketertarikan pengunjung. Secara psikologis, keindahan alam mampu menciptakan pengalaman emosional positif yang mendorong keinginan individu untuk berkunjung kembali maupun merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Temuan ini sejalan dengan teori pariwisata berbasis daya tarik alam yang menyatakan bahwa kualitas lanskap dan lingkungan merupakan determinan utama keputusan berkunjung ulang, terutama pada destinasi wisata alam (Goeltom & Hurriyati, 2024).

Sementara itu, variabel Pelayanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Minat berkunjung. Hasil ini mengindikasikan bahwa dalam konteks objek penelitian, pengunjung cenderung lebih menitikberatkan pada kualitas alam dibandingkan aspek pelayanan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh karakteristik wisatawan yang menganggap pelayanan sebagai faktor pendukung, bukan faktor utama dalam pengambilan keputusan berkunjung. Meskipun demikian, pelayanan tetap memiliki peran strategis dalam menjaga kepuasan dan pengalaman pengunjung dalam jangka panjang. Sejalan dengan temuan Yang et al., (2025) yang menyatakan bahwa *service quality* menjadi faktor pendukung dalam keputusan berkunjung (Yang et al., 2025)

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keindahan alam berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, sedangkan kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, namun bersama-sama kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Temuan ini menjawab pertanyaan penelitian bahwa kelestarian dan kualitas visual alam merupakan faktor utama yang mendorong minat wisatawan, sekaligus membuktikan bahwa alam yang terjaga memiliki potensi ekonomi melalui peningkatan ketertarikan berwisata. Kontribusi utama naskah ini terletak pada penguatan bukti empiris bahwa pelestarian lingkungan bukanlah penghambat pembangunan ekonomi, melainkan dapat menjadi basis pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan, khususnya pada wilayah pedesaan dengan potensi wisata alam. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya strategi pengelolaan pariwisata yang menempatkan keindahan dan kelestarian alam sebagai aset ekonomi utama, dengan kualitas pelayanan sebagai faktor pendukung dalam menciptakan pengalaman wisata yang optimal.

Referensi

- Ammar, Z., Irwan, M., Sapridawati, Y., Diskhamarzeweny, Andriani, R., & Yulis, Y. E. (2024). Ekonomi hijau sebagai strategi pembangunan berkelanjutan di indonesia: Literatur review. *Jurnal Ekonomi Al-Khitmah*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.36378/khitmah.v6i1.4050>
- Arevin, A. T. (2024). The effect of tourism facilities and service quality on return intention through visitor satisfaction. *Research Horizon*, 4(2), 129–140. <https://doi.org/10.54518/rh.4.2.2024.305>
- Darsoprajitno, S. (2020). Daya Tarik Wisata. Dalam *Ekologi Pariwisata* (Revisi, hlm. 174). Bandung: Angkasa.
- De, A., & Bansal, A. (2025). A hybrid shadowed fuzzy based mcdm methodology for analyzing airlines service quality. *International Journal of Mathematical, Engineering and Management Sciences*, 10(6), 1880–1907. <https://doi.org/10.33889/IJMEMS.2025.10.6.087>
- Dewi, R., & Darmadi. (2026). Banjir sumatera sebagai pemicu kesadaran publik tentang kerusakan lingkungan. *Jurnal Riksa Cendikia Nusantara*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.18245606>
- Djaali, H. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Goeltom, A. D. L., & Hurriyati, R. (2024). Destination attractiveness and visit intention: integrating image, cultural experience, and sustainable practices in tourist decision-making. *Journal of Tourism, Hospitality and Travel Management*, 2(1), 55. <https://doi.org/10.58229/jthtm.v2i1.308>
- Hadiwijoyo, S. S. (2018). *Perencanaan pengembangan desa wisata berbasis masyarakat* (pertama). Yogyakarta: Suluh Media.
- Han, C., Yuan, H., & Kim, Y. (2026). From diversified development to sustainable destination management: mechanisms linking tourist psychological identity and cultural tourism sustainability. *Sustainability*, 18(1), 473. <https://doi.org/10.3390/su18010473>
- Hazita, F. P., Nugraha, D., Karina, D. R., Saputra, E. A., Zuldi, M. H., Gartika, R. Y., ... Kharisma, B. (2022). Strategi pengurangan kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja sektor pariwisata di kabupaten garut. *CR Journal (Creative Research for West Java Development)*, 8(2), 97–120. <https://doi.org/10.34147/crj.v8i2.312>
- Lemy, D. M. (2018). *Jasa Pariwisata* (pertama). Yogyakarta: Explore.
- Manyangara, M. E., Manyanga, W., Dangaiso, P., & Masveta, D. (2025). Examining service quality, tourist attitudinal loyalty, and the moderating role of tourist demographics: Using the tourqual model. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2579661. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2579661>
- Mukaromah, K., & Widodo, W. (2024). Analisis Decoupling konsumsi listrik dan determinan emisi karbon: studi kasus negara asean 2000 – 2018. *Diponegoro Journal of Economics*, 10(3), 121. <https://doi.org/10.14710/djoe.31887>
- Nabela, S., Syifa' u, E. A., Permata, M. A., Utami, M., Ibrahim, A., Firdaus, F. M., ... Wanabuliandari, S. (2024). Pengembangan kampung citrucoffe sebagai pusat edutourism ramah anak di desa japan melalui ppk ormawa. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 208. <https://doi.org/10.37478/mahajana.v5i2.4495>
- Nguyen, N. V., & Nguyen, A. N. N. (2025). Bibliometric analysis of the theory of planned behavior and its role in agritourism. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 4. <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2573158>
- Nurrachmania, M., Rozalina, Damanik, S. E., Triastuti, & Simarmata, M. M. (2022). Penilaian potensi daya tarik wisata alam bahoan nagori dolok marawa kecamatan silou kahean kabupaten simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 2(2), 112. <https://doi.org/10.36985/m01rc567>
- Oriade, A., & Schofield, P. (2019). An examination of the role of service quality and perceived value in visitor attraction experience. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.10.002>
- Pratama, M. A., Taufiqurokhman, T., & Yusuf, M. (2024). Sinergi kebijakan ekonomi dan lingkungan: menuju pembangunan berkelanjutan synergy of economic and environmental policies: Towards sustainable development. *Pencerah Publik*, 11(2), 50–61. <https://doi.org/10.33084/pencerah.v11i2.8731>
- Pratiwi, K. A., Giantari, I. G. A. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Setiawan, P. Y. (2025). *Model niat berkunjung kembali dalam pariwisata: integrasi teori sor dan tpb*. Padang: Dunia Penerbitan buku.
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory of planned behavior: Implementasi perilaku electronic word of mouth pada konsumen marketplace* (1 ed.). Malang: Literasi Nusantara.
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke desa wisata hijau bilebante yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 46. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2678>
- Rizaldi, A. S., Rumanti, A. A., & Andrawina, L. (2024). Sustainable tourism industry in indonesia through mapping natural tourism potential: taxonomy approach. *Sustainability*, 16(10), 2. <https://doi.org/10.3390/su16104201>

- Soedarso, S., Sutikno, S., & Sukardi, S. (2016). Strategi pengembangan pariwisata daerah dan pemberdayaan masyarakat di Parigi Moutong. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 29(3), 159. <https://doi.org/10.20473/mkp.V29I32016.159-166>
- Sumiyarsih, S., & Prihatnawan, A. B. (2024). Pengaruh daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat berkunjung wisatawan (studi pada desa wisata di kawasan balkondes borobudur). *Jurnal Nusa Manajemen*, 1(1), 87. <https://doi.org/10.62237/jnm.v1i1.15>
- Wardana, N., Agustiani, I. N., Maharani, Y., & Setyani, S. (2025). Pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis storynomics terhadap minat wisatawan di desa wisata situs gunung padang kabupaten cianjur provinsi jawa barat. *Tourism Scientific Journal*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.32659/tsj.v11i1.463>
- Xuehuan He, Dongbin Hu, Scott R. Swanson, Lujun Su, & Xiaohong Chen. (2018). Destination perceptions, relationship quality, and tourist environmentally responsible behavior. *Tourism Management Perspectives*, 28, 93–104. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.001>
- Yang, H., Ying, Y., & Chen, R. (2025). How does interactional justice differentiation influence tourists' revisit intention: The roles of tourism experience quality, tourist loyalty, and tourist tolerance. *BMC Psychology*, 13(1), 1184. <https://doi.org/10.1186/s40359-025-03528-9>