

## Pengaruh Komponen 4A Pariwisata terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten

### The Influence of Tourism Component 4A on Interest in Returning with Satisfaction as an Intervening Variable in Cisoka Blue Lake, Tangerang Regency, Banten

Nurbaeti<sup>1</sup>, Myrza Rahmaita<sup>2\*</sup>, Amrullah<sup>3</sup>, Heny Ratnaningtyas<sup>4</sup>, Elda Nurmalinda<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Jakarta

\*Penulis korespondensi: myrzarahmanita@stptrisakti.ac.id

**ABSTRACT** This study aims to determine the effect of 4A components in tourism (attraction, accessibility, amenity, and ancillary) on interest in revisiting satisfaction as an intervening variable at Telaga Biru Cisoka, Tangerang Regency, Banten Province. This research method uses path analysis. The population in this study were millennials who visited the Cisoka Blue Lake tourist attraction, while the sample amounted to 150 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The results showed that partial-only ancillary did not significantly affect millennial satisfaction and millennial interest in revisiting. Then partially, only ancillary has no significant effect on millennials' revisiting interest through millennial satisfaction. In contrast, this study found several factors to satisfaction and interest in returning to Cisoka Blue Lake, including (1) there are natural attractions in the form of beautiful lake colors and artificial attractions, including selfie tours, swings, seesaws, flying fox, duck rides, boat rentals; (2) due to good accessibility and easy access, such as the condition of concrete and asphalt roads, short travel distances, adequate transportation; (3) the existence of sufficient amenities including a fairly large parking area, clean water that already exists, food stalls. For Tourism Object Managers, it is recommended to add new attractions and complete and manage and maintain facilities.

**ABSTRAK** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary* terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Metode penelitian ini menggunakan analisis jalur. Populasi dalam penelitian ini adalah kaum milenial yang mengunjungi Telaga Biru Cisoka, sedangkan sampel berjumlah 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial hanya *ancillary* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial dan minat berkunjung kembali kaum milenial. Kemudian secara parsial secara parsial hanya *ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial. Telaga Biru Cisoka memberikan kepuasan dan minat kunjung kembali karena: (1) adanya atraksi alam berupa keindahan warna telaga dan atraksi buaatannya meliputi wisata *selfie*, ayunan, jungkat-jungkit, *flying fox*, wahana bebek, penyewaan perahu; (2) karena adanya aksesibilitas yang baik dan mudah dijangkau seperti kondisi jalan berbeton dan beraspal, jarak tempuh yang singkat, transportasi yang memadai; (3) adanya amenitas yang cukup meliputi area parkir cukup luas, air bersih yang sudah ada, warung makan. Pengelola objek wisata disarankan menambah atraksi baru, melengkapi dan mengelola serta merawat fasilitas.

**KEYWORDS** Component 4A of Tourism; Satisfaction; Visiting Interest.

**KATA KUNCI** Komponen 4A Pariwisata; Kepuasan; Minat Berkunjung Kembali

## PENGANTAR

Objek wisata yang ada sangat banyak dan beragam di Kabupaten Tangerang seperti Pulau Cangkir, Pantai Tanjung Kait, Pantai Tanjung Pasir, Tebing Koja, Situ Cilongok, Hutan Jati Raya Sindang Panon, Taman Bunga Matahari, Taman Wisata Teluk Naga Mas, dan lain-lain. Dari sekian banyaknya objek wisata di Kabupaten Tangerang, ternyata masih ada objek wisata menarik yang sayang untuk dilewatkan. Salah satunya adalah Telaga Biru Cisoka yang menawarkan pemandangan unik dari telaga yang bisa berubah warna.

**Tabel 1** Jumlah wisatawan ke Telaga Biru Cisoka

Tahun	Jumlah Wisatawan
2015	82.700 orang
2016	109.346 orang
2017	125.187 orang
2018	144.693 orang
2019	46.011 orang
2020	3.294 orang

Sumber: Pokdarwis Telaga Biru Cisoka (2021)

Tabel di atas menunjukkan penurunan drastis jumlah wisatawan dari tahun 2018 sampai tahun 2019 sebesar 144.693 orang menjadi 46.011 orang, kemudian tahun 2019, jumlah wisatawan sangat tajam menurunnya menjadi 3.294 orang. Penurunan jumlah wisatawan tersebut karena adanya wabah Covid-19 yang membuat banyak masyarakat lebih memilih berdiam diri di rumah dan penutupan objek wisata sesuai dengan Surat Edaran Bupati Tangerang dengan Nomor: 443.2/2236-Bag.Um/2021.

Telaga Biru Cisoka harus memiliki berbagai kebutuhan yang diperlukan oleh kaum milenial agar kunjungan kaum milenial untuk berwisata dapat terpenuhi, mereka

dapat merasakan kepuasan dan berminat untuk berkunjung berkali-kali. Berbagai kebutuhan wisatawan tersebut antara lain attraction, accessibility, amenity dan ancillary. Tersedianya berbagai kebutuhan yang diperlukan akan membuat kaum milenial merasa puas, sehingga semakin banyak wisatawan yang berkunjung berkali-kali pada objek wisata tersebut (Syahrial dan Badollahi, 2020).

Atraksi buatan pada objek wisata merupakan bagian dari industri pariwisata yang sangat menarik perhatian wisatawan yang ingin mengunjunginya dan merupakan objek pokok dari perjalanan wisatawan (Ariya et al, 2017). Salah satu daya tarik utama objek wisata yang membuat banyak wisatawan tertarik berlibur adalah keindahan alamnya yang sangat terjaga (Lee et al, 2016). Daya tarik alami Telaga Biru Cisoka adalah keindahan warna telaga yang biru dapat berubah menjadi hijau. Pergantian warna ini didasarkan pada tingkatan asam dan tumbuhan alga ganggang yang berkembang dan berkembang biak di dasar telaga. Ketika alga ganggang ini terkena cahaya matahari, sinarnya akan membuat alga ganggang berubah dari warna biru menjadi hijau. Dengan tingkat asam yang tinggi pada Telaga Biru Cisoka dan untuk menjaga kebersihan di lingkungan, belum ada dari pengelola objek wisata menempelkan kertas/spanduk atau pemberitahuan lisan kepada wisatawan tentang pelarangan berenang di telaga karena kulit dapat terluka dan jangan membuang sampah sembarangan.

Pengembangan atraksi wisata sangat dibutuhkan pada objek wisata karena pembenahan objek wisata yang telah ada akan menciptakan atraksi wisata yang

menarik dan inovatif menjadikan wisatawan nyaman berada di lokasi wisata (Kirom et al, 2018). Atraksi buatan yang ada di Telaga Biru Cisoka adalah banyaknya tempat wisata selfie meliputi keindahan telaga, banyaknya pohon-pohon yang rindang, tempat anjungan yang dibuat oleh pengelola, dimana para kaum milenial dapat berwisata selfie mengambil sudut foto yang indah dan gambar yang pas. Atraksi buatan lainnya yang ada di Telaga Biru Cisoka adalah tersedianya ayunan, jungkat-jungkit, *flying fox*, wahana permainan bebek-bebekan dan penyewaan perahu yang dapat mengelilingi telaga biru dengan keindahan alamnya. Tersedianya Gazebo digunakan untuk melihat pemandangan Telaga Biru Cisoka ditempat saja. Pertunjukan atraksi buatan yang ada di Telaga Biru Cisoka, dimanfaatkan oleh kaum milenial untuk diposting di akun instagram. Ini merupakan keuntungan Telaga Biru Cisoka bahwa kaum milenial telah membantu mempromosikan kegiatan wisata yang ada di telaga ini, maka hal tersebut merupakan peluang bagi pengelola Telaga Biru Cisoka, bagaimana cara memanfaatkan keadaan tersebut dengan penambahan atraksi baru yang akan membuat kaum milenial tidak bosan untuk berwisata ke Telaga Biru Cisoka.

Aksesibilitas merupakan hal terpenting dalam berwisata. Sarana transportasi, jarak tempuh, kondisi jalan dan penunjuk jalan menjadi akses penting dalam melakukan perjalanan ke objek wisata (Aulet & Duda, 2020). Jika objek wisata di suatu daerah tersedia aksesibilitas yang baik, maka akan memengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut (Nurbaeti et al, 2021). Baiknya aksesibilitas di sebuah destinasi wisata akan berdampak pada

kemudahan keterjangkauan lokasi yaitu jaringan jalan yang salah satu objek yang paling penting kelancaran pelayanan transportasi umum yang sangat penting (Sumarabawa et al, 2015). Aspek yang penting pada sebuah destinasi adalah aksesibilitas meliputi sarana transportasi, jalan raya dan rambu penunjuk jalan. Keberagaman budaya dan keindahan alam sangat banyak tersebar pada destinasi wisata yang ada di wilayah Indonesia yang sangat layak untuk diperkenalkan dan ditampilkan kepada wisatawan, tetapi sangat disayangkan pada destinasi wisata tersebut tidak memiliki aksesibilitas yang baik, sehingga banyak wisatawan yang tidak tertarik untuk memutuskan kunjungan wisatanya (Darmawan, 2019).

Telaga Biru Cisoka berlokasi di Kampung Cigaru, Desa Cisoka, Kecamatan Cisoka, Kabupaten Tangerang, Banten. Aksesibilitas ke lokasi Telaga Biru Cisoka lebih mudah ditempuh dengan KRL Commuter Line maupun mobil pribadi. Jika perjalanan dari Jakarta dengan mobil pribadi tentunya akan mengalami kemacetan yang panjang dan menghabiskan waktu yang cukup lama, maka itu kaum milenial dapat memilih KRL Commuter Line. Tetapi setelah turun di Stasiun Tigaraksa, Tangerang, kaum milenial hanya dapat menaiki angkot sampai SMAN 08 Cisoka. Untuk menuju ke Telaga Biru Cisoka, kaum milenial harus berjalan kaki sekitar 200 meter atau naik ojek lagi. Untuk berjalan kaki, kaum milenial kebingungan karena tidak ada penunjuk jalan menuju ke Telaga Biru Cisoka, akhirnya mereka selalu bertanya kepada masyarakat lokal yang memang ada disekitar objek tersebut. Ini berarti belum efektifnya aksesibilitas yang ada di objek wisata ini.

Amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di objek wisata. Amenitas meliputi tempat menginap, warung untuk makan dan minum, toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan dan sarana ibadah. Suatu objek wisata dapat berkembang sebagai tempat tujuan wisata apabila amenitasnya tersedia dengan lengkap (Mandic dan Mrnjavac, 2018). Amenitas atau fasilitas Telaga Biru Cisoka meliputi area parkir cukup luas, air bersih yang sudah ada, warung makan walaupun tidak menyediakan kuliner Khas Telaga Biru Cisoka, namun banyaknya aneka minuman dan makanan yang dibutuhkan kaum milenial. Kemudian amenitas yang belum memenuhi kebutuhan yaitu jumlah toilet yang kurang dan sarana ibadah yaitu sejadah dan mukena yang tidak terawat. Ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ada di Telaga Biru Cisoka belum memadai dan sangat minim perawatan dan perbaikan, maka hal tersebut merupakan perhatian bagi pengelola objek wisata harus lebih tanggap memperhatikan kebutuhan kaum milenial untuk berwisata dan melengkapi fasilitas-fasilitas pada objek wisata serta mengelola dan merawat dengan baik fasilitas yang sudah ada, agar nantinya fasilitas-fasilitas yang sudah ada dapat berfungsi dengan baik.

*Ancillary* mencakup keberadaan berbagai organisasi untuk memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan objek wisata bersangkutan. *Ancillary* akan menjadi bermanfaat bagi para wisatawan karena dimudahkan dengan berbagai layanan yang dibutuhkan (La Are, 2018). *Ancillary* dapat berupa pembentukan Kelembagaan seperti Badan Usaha Milik

Desa dan Kelompok Sadar Wisata. Kemudian adanya peran aktif Pemerintah Daerah dengan Dinas Pariwisata Daerah untuk pengembangan produk dan kawasan, pengadaan event, promosi, pengembangan fasilitas pariwisata dan lain-lain. Pada Telaga Biru Cisoka belum ada homestay yang dikelola oleh masyarakat lokal, karena Bumdes dan Pokdarwis di Telaga Biru Cisoka tidak dapat berjalan dengan baik, sehingga pengelolaan objek wisata sangat rendah dan tidak dapat menggali dan mengembangkan objek wisata sehingga hanya dapat menawarkan fasilitas yang sangat minim bagi wisatawan khususnya kaum milenial. Karena tidak berjalannya kelembagaan di Telaga Biru Cisoka maka Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata Daerah sangat lamban untuk membantu Telaga Biru Cisoka ini.

## PEMBAHASAN

Metode penelitian ini menggunakan analisis jalur dengan bantuan Software SmartPLS. Metode pengumpulan data adalah menyebarkan kuisioner kepada responden kepada para wisatawan khususnya kaum milenial untuk memperoleh data yang akurat. Populasi dalam penelitian ini adalah kaum milenial yang mengunjungi Telaga Biru Cisoka, sedangkan sampel penelitian ini berjumlah 150 kaum milenial yang mengunjungi Telaga Biru Cisoka.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Kriteria dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Responden adalah wisatawan yang berkunjung di Telaga Biru Cisoka pada saat peneliti menyebarkan

kuisisioner; (2) Responden adalah generasi milenial berusia 21 tahun sampai dengan 41 tahun yang lahir pada tahun 1981 sampai dengan tahun 2000 (Reeves & Oh, 2008; Bolton et al, 2013).

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima kategori penilaian yang mengandung variasi nilai bertingkat antara lain: (1) Skor 5 adalah sangat setuju; (2) Skor 4 adalah setuju; (3) Skor 3 adalah kurang setuju; (4) Skor 2 adalah tidak setuju; (5) Skor 1 adalah sangat tidak setuju.

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

Provinsi	Jumlah	Persentase
Banten	72	48%
DKI Jakarta	23	15%
Jawa Barat	20	13%
Jawa Tengah	14	9%
Jawa Timur	12	8%
Sumatera	9	6%
Kalimantan	2	1%
Gender	Jumlah	Persentase
Laki-laki	52	35%
Perempuan	98	65%
Age		
21-27 Tahun	99	66%
28-34 Tahun	34	23%
35-41 Tahun	17	11%
Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	67	45%
Karyawan Swasta	42	28%
PNS	17	11%
Wiraswasta	19	13%
Ibu Rumah Tangga	5	3%
Transportasi	Jumlah	Persentase
Biro Perjalanan	-	0%
Kendaraan Umum	112	75%
Kendaraan Pribadi	38	25%

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel 1, berdasarkan provinsi kaum milenial yang berasal Banten ternyata lebih

banyak berkunjung ke Telaga Biru Cisoka dengan jumlah 72 orang dengan persentase 48%, diikuti kaum milenial yang berasal dari provinsi DKI Jakarta berjumlah 23 orang dengan persentase 15%. Sedangkan berdasarkan gender, kaum milenial perempuan ternyata lebih banyak berkunjung ke Telaga Biru Cisoka dengan jumlah 98 orang dengan persentase 65% sedangkan kaum milenial laki-laki hanya berjumlah 35 orang dengan persentase 35%. Kemudian berdasarkan age, mayoritas responden berusia 21-27 tahun berjumlah 99 orang dengan persentase 66%. Selanjutnya berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden adalah mahasiswa sebanyak 67 orang dengan persentase 45%. Berdasarkan penggunaan transportasi, mayoritas responden menggunakan kendaraan umum sampai ke objek wisata sebanyak 112 orang dengan persentase 75%.

**Tabel 2** Uji Validitas

Variabel	Average Variance Extracted
Atraksi	0,667
Aksesibilitas	0,600
Amenitas	0,738
Ancillary	0,703
Kepuasan	0,611
Minat Kunjung Kembali	0,689

Sumber: Data diolah (2021)

*Average variance extracted* dengan melihat nilai AVE > 0,50. Tabel 2 menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi syarat AVE karena semua variabel mempunyai nilai > 0,50.

**Tabel 3 Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Atraksi	0,874	0,909
Aksesibilitas	0,771	0,857
Amenitas	0,782	0,718
Ancillary	0,707	0,763
Kepuasan	0,748	0,835
Minat Kunjung Kembali	0,823	0,877

Sumber: Data diolah (2021)

Uji reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, dimana nilai *cronbach's alpha* > 0,7 dan *composite reliability* > 0,7. Tabel 4.15 menunjukkan bahwa semua variabel reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,7 dan *composite reliability* > 0,7.

**Tabel 4 R-Square**

Variabel	R-Square
Kepuasan	0,489
Minat Kunjung Kembali	0,745

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4, nilai Adjusted R-Square untuk kepuasan kaum milenial adalah sebesar 0,489. Hasil ini menunjukkan bahwa 48,9% variabel kepuasan dipengaruhi oleh variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary*. Sedangkan sisanya 52,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Berdasarkan Tabel 4.16, nilai Adjusted R-Square untuk minat berkunjung kembali kaum milenial adalah sebesar 0,736. Hasil ini menunjukkan bahwa 73,6% variabel minat berkunjung kembali kaum milenial dipengaruhi oleh variabel atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary* dan

kepuasan kaum milenial. Sedangkan sisanya 26,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

**Tabel 5 Direct Effect**

Variabel	t-Statistic	P Values
Atraksi → Kepuasan	5.647	0.000
Aksesibilitas → Kepuasan	3.358	0.001
Amenitas → Kepuasan	1.984	0.048
Ancillary → Kepuasan	1.698	0.090
Atraksi → Minat Kunjung Kembali	1.990	0.037
Aksesibilitas → Minat Kunjung Kembali	6.908	0.000
Amenitas → Minat Kunjung Kembali	2.361	0.019
Ancillary → Minat Kunjung Kembali	0.936	0.350
Kepuasan → Minat Kunjung Kembali	4.292	0.000

Sumber: Data diolah (2021)

Nilai t-statistik pengaruh atraksi terhadap kepuasan kaum milenial adalah 5,467 yang berarti nilai t-statistik (5,467) > *significance level* 5% (1,96) dan nilai *P-Values* pengaruh atraksi terhadap kepuasan adalah 0,000 yang berarti nilai *P-Values* (0,000) < nilai probabilitas (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa atraksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial. Atraksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Simanihuruk (2019) dan Nafis, et al (2019). Hal

ini dikarenakan di Telaga Biru Cisoka adanya atraksi alam yang menyajikan keindahan warna telaga yang biru dapat berubah menjadi hijau karena tingkatan asam dan tumbuhan alga ganggang yang berkembang biak di dasar telaga. Kemudian atraksi buatan yang ada di Telaga Biru Cisoka adalah banyaknya tempat wisata selfie, dimana para kaum milenial dapat berwisata selfie mengambil sudut foto yang indah dan gambar yang pas. Atraksi buatan lainnya yang ada di Telaga Biru Cisoka adalah tersedianya ayunan, jungkat-jungkit, *flying fox*, wahana bebek-bebekan penyewaan perahu yang dapat mengelilingi telaga biru dengan keindahan alamnya. Tersedianya Gazebo digunakan untuk melihat pemandangan Telaga Biru Cisoka ditempat saja. Dengan banyaknya atraksi yang ada di Telaga Biru Cisoka, para kaum milenial merasa terhibur, senang dan menikmati atraksi wisata tersebut, dari hal tersebut akan mulai terbentuk suatu kepuasan kaum milenial. Dengan banyaknya pertunjukan atraksi alami dan buatan yang ada di Telaga Biru Cisoka, dimanfaatkan oleh kaum milenial untuk memosting atraksi tersebut di akun Instagram mereka.

Nilai t-statistik pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan kaum milenial adalah 3,358 yang berarti nilai t-statistik (3,358) > *significance level* 5% (1,96) dan nilai P-Values pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan kaum milenial adalah 0,001 yang berarti nilai P-Values (0,001) < nilai probabilitas (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chin, et

al (2018) dan Robustin, et al (2018). Hal ini dikarenakan aksesibilitas yang ada di Telaga Biru Cisoka sangat baik dan mudah dijangkau seperti kondisi jalan berbeton dan beraspal, kaum milenial dapat menggunakan mobil pribadi atau dapat juga menggunakan kendaraan umum karena ada banyaknya sarana transportasi umum di objek wisata tersebut seperti adanya KRL Commuter Line, kendaraan angkot dan ojek motor. Walaupun kaum milenial menuju Telaga Biru Cisoka menggunakan kendaraan angkot hanya sampai SMAN 08 Cisoka, bagi kaum milenial tidak menjadi masalah, karena mereka masih tetap dapat menaiki ojek. Selanjutnya tidak ada penunjuk jalan menuju ke Telaga Biru Cisoka, bagi mereka pun tidak menjadi masalah, karena mereka masih dapat bertanya kepada masyarakat lokal yang memang ada disekitar objek wisata tersebut. Bagi kaum milenial yang mengunjungi Telaga Biru Cisoka, aksesibilitas yang penting bagi mereka adalah kondisi jalan yang berbeton dan beraspal juga ada banyak sarana transportasi umum seperti adanya KRL Commuter Line, kendaraan angkot dan ojek motor. Dengan kondisi jalan berbeton dan beraspal serta sarana transportasi umum yang lengkap, hal ini menjadikan sebuah kepuasan bagi kaum milenial karena memudahkan mereka dalam menjangkau sebuah Telaga Biru Cisoka.

Nilai t-statistik pengaruh amenitas terhadap kepuasan kaum milenial adalah 1,984 yang berarti nilai t-statistik (1,984) > *significance level* 5% (1,96) dan nilai P-Values pengaruh amenitas terhadap kepuasan kaum milenial adalah 0,048 yang berarti nilai P-Values (0,048) < nilai probabilitas (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa amenitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

kaum milenial. Amenitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Robustin, et al (2018) dan Ningtias & Alvianna (2021). Hal ini dikarenakan amenitas yang ada di Telaga Biru Cisoka cukup baik yang meliputi area parkir cukup luas, air bersih yang sudah ada, warung makan banyak menyediakan aneka minuman dan makanan yang dibutuhkan kaum milenial. Walaupun ada amenitas yang belum memenuhi kebutuhan yaitu jumlah toilet yang kurang dan sarana ibadah yaitu sejadah dan mukena yang tidak terawat, hal tersebut tidak menjadi masalah dan kendala bagi kaum milenial. Yang terpenting bagi mereka adalah tempat parkir, air bersih dan warung makan menjadi kebutuhan wisata yang utama bagi mereka, sedangkan toilet bagi mereka harus ada tetapi tidak harus banyak jumlahnya, kemudian tentang fasilitas ibadah seperti sejadah dan mukena yang tidak terawat tidak menjadi masalah dan kendala bagi mereka, karena mereka selalu membawa sejadah dan mukena milik mereka di dalam tas untuk menjaga kebersihannya. Dengan amenitas yang cukup baik walapun tidak lengkap dan tidak memadai, hal ini menjadikan sebuah kepuasan bagi kaum milenial untuk memenuhi kebutuhan berwisatanya di Telaga Biru Cisoka.

Nilai t-statistik pengaruh *ancillary* terhadap kepuasan kaum milenial adalah 1,698 yang berarti nilai t-statistik (1,698) < *significance level* 5% (1,96) dan nilai P-Values pengaruh *ancillary* terhadap kepuasan kaum milenial adalah 0,090 yang berarti nilai P-Values (0,090) > nilai probabilitas (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan kaum milenial. *Ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias & Alvianna (2021) dan Alvianna, et al (2020). Hal ini dikarenakan *ancillary* yang ada di Telaga Biru Cisoka sangat buruk seperti tidak adanya homestay yang dikelola masyarakat lokal, tidak adanya media promosi di sosial media yang dikelola oleh pengelola Telaga Biru Cisoka, tidak adanya Pokdarwis yang mengembangkan kawasan wisata, tidak adanya kerjasama masyarakat lokal dengan pemerintah juga swasta sehingga tidak ada acara/event khusus di objek wisata serta tidak ada jasa layanan perjalanan wisata ke Telaga Biru Cisoka yang diselenggarakan oleh pihak swasta. Walaupun *ancillary* yang ada di Telaga Biru Cisoka sangat buruk, kaum milenial tetap ingin berwisata ke Telaga Biru Cisoka, sehingga *ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial.

Nilai t-statistik pengaruh atraksi terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 6,908 yang berarti nilai t-statistik (6,908) > *significance level* 5% (1,96) dan nilai P-Values pengaruh atraksi terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 0,000 yang berarti nilai P-Values (0,000) < nilai probabilitas (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa atraksi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial. Atraksi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias & Alvianna (2021) dan Ramdhani, et al (2021). Hal ini dikarenakan atraksi yang ada di Telaga Biru Cisoka meliputi keindahan alam, tempat wisata selfie, ayunan, jungkat-jungkit, *flying*

fox, wahana bebek-bebekan, penyewaan perahu. Dengan banyaknya atraksi yang ada di Telaga Biru Cisoka, para kaum milenial merasa terhibur, senang dan menikmati atraksi wisata tersebut, dari hal tersebut akan menjadikan kaum milenial untuk berkunjung kembali ke Telaga Biru Cisoka.

Nilai t-statistik pengaruh aksesibilitas terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 2,361 yang berarti nilai t-statistik  $(2,361) > \text{significance level } 5\% (1,96)$  dan nilai P-Values pengaruh aksesibilitas terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 0,019 yang berarti nilai P-Values  $(0,019) < \text{nilai probabilitas } (0,05)$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marpaung & Sahla (2017) dan Ningtiyas & Alvianna (2021). Hal ini dikarenakan aksesibilitas yang ada di Telaga Biru Cisoka meliputi kondisi jalan yang berbeton dan beraspal, jarak tempuh yang singkat, ada banyak sarana transportasi umum seperti adanya KRL Commuter Line, kendaraan angkot dan ojek motor. Dengan ada aksesibilitas yang baik dan memadai di Telaga Biru Cisoka, hal tersebut akan menjadikan kaum milenial mau kembali berkunjung ke Telaga Biru Cisoka.

Nilai t-statistik pengaruh amenitas terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 1,990 yang berarti nilai t-statistik  $(1,990) > \text{significance level } 5\% (1,96)$  dan nilai P-Values pengaruh amenitas terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 0,037 yang berarti nilai P-Values  $(0,037) < \text{nilai probabilitas } (0,05)$ ,

sehingga dapat disimpulkan bahwa amenitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial. Amenitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfitriani et al (2021) dan Ningtiyas & Alvianna (2021). Hal ini dikarenakan amenitas yang ada di Telaga Biru Cisoka cukup baik yang meliputi area parkir cukup luas, air bersih yang sudah ada, warung makan banyak menyediakan aneka minuman dan makanan yang dibutuhkan kaum milenial. Dengan amenitas yang cukup baik walaupun tidak lengkap dan tidak memadai, hal tersebut menjadikan kaum milenial untuk berkunjung kembali ke Telaga Biru Cisoka.

Nilai t-statistik pengaruh *ancillary* terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 0,936 yang berarti nilai t-statistik  $(0,936) < \text{significance level } 5\% (1,96)$  dan nilai P-Values pengaruh *ancillary* terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 0,350 yang berarti nilai P-Values  $(0,350) > \text{nilai probabilitas } (0,05)$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa *ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial. *Ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtiyas & Alvianna (2021) dan Ramdhani, et al (2021). Hal ini dikarenakan *ancillary* yang ada di Telaga Biru Cisoka sangat buruk seperti tidak adanya homestay, tidak adanya media promosi di sosial media, tidak adanya Pokdarwis yang mengembangkan kawasan wisata, tidak adanya acara khusus, tidak ada jasa layanan perjalanan wisata ke Telaga Biru Cisoka. Penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Oktavian, et al (2016) dalam bentuk buku dengan judul “Cisoka Biru Cisoka Baru” menjelaskan bahwa *ancillary* yang ada di Telaga Biru Cisoka sangat buruk karena secara keseluruhan *ancillary* di Telaga Biru Cisoka tidak memadai disebabkan masyarakat lokal masih membutuhkan kebutuhan ekonomi rumah tangganya dibandingkan kebutuhan fasilitas pendukung di objek wisata tersebut. Walaupun *ancillary* yang ada di Telaga Biru Cisoka sangat buruk, kaum milenial tetap ingin berkunjung kembali ke Telaga Biru Cisoka, sehingga *ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kepuasan kaum milenial.

Nilai t-statistik pengaruh kepuasan kaum milenial terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 4,292 yang berarti nilai t-statistik (4,292) > *significance level* 5% (1,96) dan nilai P-Values pengaruh kepuasan kaum milenial terhadap minat kunjung kembali kaum milenial adalah 0,000 yang berarti nilai P-Values (0,000) > nilai probabilitas (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan kaum milenial berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial. Kepuasan kaum milenial berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiratini, et al (2018). Dengan banyaknya atraksi yang ada di Telaga Biru Cisoka, kondisi jalan berbeton dan beraspal serta sarana transportasi umum yang lengkap, fasilitas yang cukup baik walaupun tidak lengkap dan tidak memadai, hal tersebut menjadikan kepuasan bagi kaum milenial untuk berkunjung kembali ke Telaga Biru Cisoka.

**Tabel 6** *Indirect Effect*

Variabel	t-Statistic	P Values
Atraksi → Kepuasan → Minat Kunjung Kembali	3.182	0.002
Aksesibilitas → Kepuasan → Minat Kunjung Kembali	2.640	0.009
Amenitas → Kepuasan → Minat Kunjung Kembali	1.997	0.031
Ancillary → Kepuasan → Minat Kunjung Kembali	1.676	0.094

Sumber: Data diolah (2021)

Nilai t-statistik pengaruh atraksi terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial adalah 3,182 yang berarti nilai t-statistik (3,182) > *significance level* 5% (1,96), dapat disimpulkan bahwa atraksi berpengaruh terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial. Atraksi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias, et al (2021). Atraksi yang ada di Telaga Biru Cisoka meliputi keindahan alam, tempat wisata selfie, ayunan, jungkat-jungkit, *flying fox*, wahana bebek-bebakan, penyewaan perahu. Hal ini, menjadikan para kaum milenial merasa puas karena dapat menikmati beberapa macam atraksi wisata tersebut, dari hal yang menjadikan kepuasan kaum milenial yang berakibat pada kunjungan kembali kaum milenial ke Biru Cisoka. Karena

dengan berbagai macam atraksi wisata pada Telaga Biru Cisoka akan menarik perhatian kaum milenial yang ingin mengunjunginya objek wisata tersebut.

Nilai t-statistik pengaruh aksesibilitas terhadap terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial minat kunjung kembali kaum milenial adalah 2,640 yang berarti nilai t-statistik (2,640) > *significance level* 5% (1,96), dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias, et al (2021). Aksesibilitas yang ada di Telaga Biru Cisoka meliputi kondisi jalan yang berbeton dan beraspal, jarak tempuh yang singkat, ada banyak sarana transportasi umum seperti adanya KRL Commuter Line, kendaraan angkot dan ojek motor. Hal ini, menjadikan para kaum milenial merasa puas karena memudahkan mereka dalam menjangkau sebuah Telaga Biru Cisoka yang berakibat pada kunjungan kembali kaum milenial ke Telaga Biru Cisoka. Karena dengan aksesibilitas yang baik cenderung menurunkan biaya transportasi bagi kaum milenial yang saat bersamaan menghasilkan pengalaman perjalanan yang lebih menyenangkan bagi kaum milenial.

Nilai t-statistik pengaruh amenities terhadap terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial adalah 1,997 yang berarti nilai t-statistik (1,997) > *significance level* 5% (1,96), dapat disimpulkan bahwa amenities berpengaruh terhadap terhadap minat kunjung kembali kaum

milenial melalui kepuasan kaum milenial. Amenitas berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias, et al (2021). Amenitas yang ada di Telaga Biru Cisoka meliputi area parkir cukup luas, air bersih yang sudah ada, jumlah toilet yang jumlahnya tidak banyak, mushola yang kecil, warung makan banyak menyediakan aneka minuman dan makanan yang dibutuhkan kaum milenial. Dengan amenities yang cukup baik walaupun tidak lengkap dan tidak memadai, hal ini menjadikan para kaum milenial merasa puas karena dapat memenuhi kebutuhan wisatanya yang berakibat pada kunjungan kembali kaum milenial ke Telaga Biru Cisoka.

Nilai t-statistik pengaruh *ancillary* terhadap terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial minat kunjung kembali kaum milenial adalah 1,676 yang berarti nilai t-statistik (1,676) < *significance level* 5% (1,96), dapat disimpulkan bahwa *ancillary* tidak berpengaruh terhadap terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial. *Ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias, et al (2021). *Ancillary* yang ada di Telaga Biru Cisoka sangat buruk seperti tidak adanya homestay, tidak adanya media promosi di sosial media, tidak adanya Pokdarwis yang mengembangkan kawasan wisata, tidak adanya acara/event khusus, tidak ada jasa layanan perjalanan wisata ke Telaga Biru Cisoka. Walaupun *ancillary* yang ada di Telaga Biru Cisoka sangat buruk, tidak

mempengaruhi kepuasan kaum milenial untuk berkunjung kembali ke Telaga Biru Cisoka.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa: (1) Secara parsial tiga variabel yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenities berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial, sedangkan *ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kaum milenial; (2) Secara parsial tiga variabel yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenities berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial, sedangkan *ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial; (3) Secara parsial tiga variabel yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenities berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial, sedangkan *ancillary* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali kaum milenial melalui kepuasan kaum milenial.

Saran yang dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut: (1) Bagi Pengelola Telaga Biru Cisoka untuk dapat menambah atraksi baru yang akan membuat kaum milenial tidak bosan untuk berwisata ke Telaga Biru Cisoka. Kemudian menyediakan fasilitas penunjuk jalan menuju ke objek wisata agar memudahkan kaum milenial menuju objek wisata. Selanjutnya Pengelola objek wisata harus lebih tanggap untuk melengkapi fasilitas-fasilitas pada objek wisata serta mengelola dan merawat dengan baik fasilitas yang sudah ada, agar nantinya

fasilitas-fasilitas yang sudah ada dapat berfungsi dengan baik; (2) Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Tangerang, sebaiknya pemerintah daerah Kabupaten Tangerang harus lebih proaktif membantu pengelola Telaga Biru Cisoka dalam hal melengkapi fasilitas-fasilitas pada objek wisata serta mengelola dan merawat dengan baik fasilitas yang sudah ada dan menyediakan media promosi tentang objek wisata Telaga Biru Cisoka, juga memberikan banyak acara yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Tangerang di Telaga Biru Cisoka

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfitriani., Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 1(2), 66–77.
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 4(1), 53–59.
- Ariya, G., Wishitemi, B., & Sitati, N. (2017). Tourism Destination Attractiveness as Perceived by Tourists Visiting Lake Nakuru National Park, Kenya. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality (IJRTH)*, 3(4), 1–3.
- Aulet, S., & Duda, T. (2020). Tourism Accessibility and Its Impact on the Spiritual Sustainability of Sacred Sites. *Sustainability*, 12, 2–19.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y. K., & Solnet, D. (2013).

- Understanding Generation Y and Their Use of Social Media: A Review and Research Agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267.
- Chin, C-H., Law, F-Y., Lo, M-C., & Ramayah, T. (2018). The Impact of Accessibility Quality and Accommodation Quality on Tourists' Satisfaction and Revisit Intention to Rural Tourism Destination in Sarawak: The Moderating Role of Local Communities' Attitude. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 10(2), 115-127.
- Darmawan, D. S. (2019). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Gemah Kabupaten TUILUNGAGUNG. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1): 1-9.
- Kirom, N. R., Sudarmiatin., & Putra, I. W. J. A. (2018). The Influence of Tourist Attractions Towards the Tourists' Satisfaction. 1st IRCEB *The First International Research Conference on Economics and Business*, 270-288.
- La Are, R. (2018). Analysis Of Tourism Attraction, Accessibility, Amenities, and Ancillary Services Towards Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable in Betawi Setu Babakan Jakarta. *Emerging Markets: Business and Management Studies Journal*, 4(2), 40-50.
- Lee, S-M., Honda, H. C., Ren, G., & Lo, Y.C. (2016). The Implementation of Green Tourism and Hospitality. *Journal of Tourism & Hospitality*, 5(4), 1-5.
- Mandic, A., Mrnjavac, Z. (2018). Tourism Infrastructure, Recreational Facilities and Tourism Development. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 1-22.
- Marpaung, H., & Sahla, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA*, 1151-1160.
- Nafis, R. W., Sudarmiati., & Sutrisno. The Effect of Tourism Attractiveness and Destination Image on Revisit Intention Through Tourist Satisfaction (Study on Domestic Tourists of Mount Bromo, Malang, East Java). *European Journal of Business and Management*, 11(1), 92-97.
- Ningtiyas, E. A., & Alvianna, S. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan melalui Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Media Wisata*, 19(1), 83-96.
- Ningtiyas, E. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Sutanto, D. H., Waris, A. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Loyalitas Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1), 83-96.
- Nurbaeti., Rahmanita, M., Ratnaningtyas., & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 269-278.
- Oktavian, D., Ramadhana, Y., Deanti, L. R., Nuraini, S., & Prasetyo, K. (2016). *Cisoka Biru Cisoka Baru*. Jakarta: PPM-LP2M UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata,

- dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JTIEMB)*, 1(3), 124–134.
- Reeves, T. C., & Oh, E. 2008. Generational Differences. *Handbook of Research on Educational Communications and Technology, Online Publication*, 295–303
- Robustin, T. P., Sularso, R. A., Suroso, I., & Yulisetiari. (2018). Contribution of Tourist Attraction, Accessibility and Amenities in Creating Tourist Loyalty in Indonesia. *Journal of Business and Economics Review*, 3(4), 92–98.
- Simanihuruk, M. (2019). Tourist Attraction and Tourist Facilities Intentions to Visitor Satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village. *E-Journal of Tourism*, 6(2), 210–224.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sumarabawa, I. G. A., Wesnawa, I. G. A., & Astawa, I. B. M. (2015). Ketersediaan Aksesibilitas Serta Sarana dan Prasarana Pendukung Bagi Wisatawan di Daerah Wisata Pantai Pasir Putih, Desa Prasi, Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 3(3), 1–14.
- Surat Edaran Bupati Tangerang dengan Nomor: 443.2/2236-Bag.Um/2021 tentang penutupan obyek wisata di wilayah Kabupaten Tangerang.
- Syahrial & Badollahi, M. Z. (2020). Development of a Community-Based Marine Tourism Attraction in the Samboang Beach in Bulukumba Regency. *Journal La Bisecoman*, 1(2): 1–9.
- Wiratini, N. N. A., Setiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(1): 279–308.