

**PERAN MODERASI *PLACE ATTACHMENT* DALAM PENGARUH
DESTINATION IMAGE TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA
DESTINASI WISATA LAWANG KABUPATEN AGAM**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan (SST) Universitas Negeri Padang*



Febrian Ananda

NIM 20135072

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN

DEPARTEMEN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

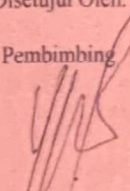
**PERAN MODERASI PLACE ATTACHMENT DALAM PENGARUH
DESTINATION IMAGE TERHADAP REVISIT INTENTION PADA
DESTINASI WISATA LAWANG KABUPATEN AGAM**

Nama : Febrian Ananda
NIM/BP : 20135072/2020
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

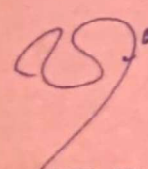
Padang, 10 Juni 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing


Youmil Abrian, SE., M.M
NIP. 198210022008121002

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP


Feri Ferdiag, S.ST., M.M., Ph.D., CHE
NIP. 199202262020121012

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Peran Moderasi *Place Attachment* Dalam Pengaruh
Destination Image Terhadap *Revisit Intention* Pada
Destinasi Wisata Lawang Kabupaten Agam
Nama : Febrian Ananda
NIM/BP : 20135072/2020
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan


Padang, 10 Juni 2024

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Youmil Abrian, SE.,M.M

1. 

2. Anggota : Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par., MM.Par

2. 

3. Anggota : Adek Kurnia Fiza, S.ST. Par, M.PAR

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751)7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Febrian Aananda
NIM/TM : 20135072 / 2020
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Peran Moderasi *Place Attachment* Dalam Pengaruh *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* Pada Destinasi Wisata Lawang Kabupaten Agam” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Kepala Departemen Pariwisata

Feri Ferdjan, S.ST., M.M., Ph.D., CHE
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,

Febrian Aananda
NIM. 20135072

ABSTRAK

Febrian Ananda. 2024. Peran Moderasi *Place Attachment* Dalam Pengaruh *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* Pada Destinasi Wisata Lawang Kabupaten Agam. Skripsi D4 Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilatar belakangi karena destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam mempunyai potensi pariwisata yang sangat tinggi dikarenakan faktor alam yang sangat mendukung untuk pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *destination image*, *place attachment*, dan *revisit intention* pada destinasi wisata Lawang di Kabupaten Agam. Dalam penelitian ini melalui penggunaan metode kuantitatif, Jenis dari penelitian yang dipakai pada penelitian ini yakni asosiatif kausal atau hubungan sebabakibat. Data yang diraih melalui hasil survey yang mana melalui pembagian pada responden yang menjadi obyek penelitian. Variabel *destination image* memiliki rata-rata 4,19 dengan kriteria baik, nilai sample mean sebesar 0.848, nilai t-statistics sebesar $15.639 > 1,96$. Nilai p value yang sebesar $0,00 < 0,05$. Variabel *place attachment* memiliki rata-rata 3,81 dengan kriteria Baik. nilai sample mean sebesar 0.196, dari nilai t-statistics sebesar $2.696 > 1,96$ atau bisa dilihat dari p value yang bernilai sebesar $0,007 < 0,05$. Variabel *revisit intention* memiliki rata-rata pada 4,13 dengan kriteria baik. Maka dari itu adanya pengaruh positif dan signifikan variabel *destination image* dengan *revisit intention*, *place attachment* dengan *revisit intention* dan variabel *place attachment* memoderasi hubungan antara *destination image* terhadap *revisit intention*, maka H1, H2 dan H3 diterima.

Kata kunci : *Destination Image, Place Attachment, Revisit Intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul " Peran Moderasi *Place Attachment* Dalam Pengaruh *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* Pada Destinasi Wisata Lawang” Penulisan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan perkuliahan di Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan penelitian ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, arahan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih

kepada:

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D. sebagai Kepala Prodi Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan. Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Youmil Abrian, S.E, M.M selaku dosen pembimbing
4. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par., MM.Par. selaku dosen penguji 1
5. Bapak Adek Kurnia Fiza, S.ST. Par, M.PAR selaku dosen penguji 2
6. Seluruh dosen, tenaga administrasi dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
7. Seluruh pihak terkait yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melaksanakan penelitian. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, Amin Ya Rabbal'alamin. Penulis

menyadari bahwa pada penelitian ini penulis masih banyak kekurangan, untuk itu penulis bersedia menerima segala kritik dan saran yang membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan pembaca pada umumnya.

Padang, 3 Juni 2024

Febrian Ananda

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	IV
ABSTRAK	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	11
B. Kerangka Konseptual.....	17
C. Hipotesis	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	19
B. Tempat dan Waktu Penelitian	19
C. Variable Penelitian.....	19
D. Definisi Operasional Variabel.....	20
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
F. Jenis Data dan Tenknik Pengumpulan Data	22
G. Instrumen Penelitian	23
H. Uji Coba Instrumen	25

I. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	35
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	35
2. Deskripsi Variabel Penelitian	38
B. <i>Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS SEM)</i>	42
1. Evaluasi Measurement Model (outer Model).....	42
2. Evaluasi Structural Model (Inner Model)	47
3. Pengujian Hipotesis.....	48
C. Pembahasan	50
1. <i>Destination Image</i>	50
2. <i>Place Attachment</i>	51
3. <i>Revisit Intention</i>	52
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Table 1 data Pengunjung destinasi objek wisata Lawang 5 Tahun Terakhir	3
Table 2. data Pengunjung destinasi objek wisata Lawang 5 Tahun Terakhir	21
Table 3. Instrumen skala likert <i>place attachment, destination image dan revisit intention</i>	24
Table 4. Kisi-kisi instrumen penelitian	24
Table 5. Hasil Uji Validitas Angket Penelitian Variabel X.....	26
Table 6. Hasil Uji Validitas Angket Penelitian Variabel Y	26
Table 7. Hasil Uji Validitas Angket Penelitian Variabel Z	27
Table 8. reliabilitas <i>Destination Image</i>	28
Table 9. reliabilitas <i>Destination Image</i>	28
Table 10. reliabilitas <i>Place Attachment</i>	28
Table 11, Batas Interval dan Kategori Pilihan	31
Table 12. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	36
Table 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Table 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Table 16. Karakteristik Responden Berdasarkan jumlah kunjungan	38
Table 17. deskripsi data <i>Variable Destination Image</i>	39
Table 18. deskripsi <i>variable Place Attachment</i>	40
Table 19. deskripsi <i>variable Revisit Intention</i>	41
Table 20. outhet loading.....	43
Table 21. Cronbach Alpha.....	44
Table 22. Nilai Discriminant Validity (Fornell Larcker).....	45
Table 23. Nilai Discriminant Validity (Heterotrait-monotrait ratio	46
Table 24. Hasil Uji Multikolinearitas	46
Table 25. Nilai R-Square.....	48
Table 26. Hasil Path Coefficient.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual	18
Gambar 2. Model Srtuktural.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Uji Coba Penelitian	67
Lampiran 2. Tabulasi Data	74
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas	79
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas <i>Variable Revisit Intention</i>	79
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas <i>Variable Place Attachment</i>	80
Lampiran 6. Surat Izin Penelitian Dari Fakultas.....	81
Lampiran 7. Dokumentasi Pribadi.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan aktivitas dan proses meluangkan waktu, jauh dari rumah dalam upaya melakukan aktivitas perjalanan, rekreasi, relaksasi, dan kesenangan sambil memanfaatkan penyediaan layanan fasilitas komersial (Eddyono, 2021). Disamping itu, sektor pariwisata juga mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, (Nizar, 2011). Sektor pariwisata juga berpotensi mendorong pertumbuhan sektor swasta dan pembangunan infrastruktur serta peningkatan penerimaan negara dari pajak, terutama pajak tidak langsung (Nizar, 2012). Dalam hal ini Indonesia dapat menjadi salah satu negara dengan potensi industri pariwisata yang prospektif, potensi yang dimiliki seperti potensi wisata alam, potensi kebudayaan, dan potensi manusia (Sari, 2015).

Destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam mempunyai potensi pariwisata yang sangat tinggi dikarenakan faktor alam yang sangat mendukung untuk pariwisata. Destinasi Lawang menawarkan pengalaman wisata alam yang menarik dengan pemandangan yang memukau dan udara yang masih asri. Selain keindahan alamnya, destinasi wisata Lawang juga kaya akan keberagaman budaya dan tradisi. Pengunjung dapat mempelajari dan mengalami langsung budaya lokal melalui berbagai acara dan festival budaya yang diselenggarakan, sehingga dengan banyaknya pengunjung yang berkunjung akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan terciptanya sektor lapangan kerja masyarakat pada destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam.

Destinasi Lawang Kabupaten Agam terdapat 3 objek wisata unggulan yang terkenal, beberapa diantaranya yaitu Puncak Lawang, Lawang *Adventure Park* dan Ambun Tanai, yang berlokasi di Nagari Lawang, Kecamatan Matur, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam merupakan salah satu wisata alam dengan keindahan Danau Maninjau, rindangnya pohon pinus dan udara yang sejuk. Keindahan danau dapat dilihat dari ketinggian 1.210 mdpl puncak tertingginya desa Lawang. Dari tempat ini, kita bisa melihat birunya danau maninjau, sehingga destinasi Lawang diberikan julukan "Negeri di atas awan" yang indah, berlatar belakang danau maninjau.

Pengunjung yang ingin berkunjung ke destinasi wisata Lawang juga didukung dengan akses jalan dan bangunan yang cukup memadai memberi kemudahan untuk masyarakat dan parawisata untuk berkunjung. Pengunjung bisa datang dari arah timur dan barat seperti dari Lubuk Basung, melewati perjalanan dengan 44 belokan yang terkenal dengan kelok 44, sedangkan pengunjung yang datang dari arah timur seperti kota Bukittinggi atau Padang Panjang akan mencapai destinasi Lawang (Kecamatan Matur) dengan jarak tempuh kurang lebih 1 jam perjalanan.

Fasilitas yang disediakan juga sudah sangat memadai seperti, sudah adanya penginapan villa yang memadai, mushola dan toilet yang bersih sesuai dengan standar *hygiene*, area parking yang luas, makanan dan minuman serta tarian tradisional yang masih sangat kental akan budaya Minangkabau, pertunjukan paralayang berlatar belakang danau maninjau yang memukau, serta dengan adanya berbagai macam permainan seperti *flying fog*, *atv*, spot foto, jembatan goyang serta panjat tali dan dalam destinasi ini juga menyediakan berbagai macam *souvenir* kerajinan tangan khas daerah Lawang

Adapun kekurangan dari destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam yaitu masih rentannya dengan perubahan cuaca yang cukup ekstrim karena dalam daerah perbukitan tinggi yang dapat membahayakan keselamatan para pengunjung yang berkunjung dan menyebabkan kerusakan pada lingkungan objek wisata yang berdampak pada buruknya *destination image* pada wisata Lawang Kabupaten Agam.

Data pengunjung pada destinasi Lawang disajikan pada tabel 1. Data ini berdasarkan penjumlahan total dari 3 objek wisata yaitu Puncak Lawang, Lawang *Adventure Park* dan Ambun Tanai dalam 5 tahun terakhir

Table 1 data Pengunjung destinasi objek wisata Lawang 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2019	217.153
2	2020	13.818
3	2021	161.126
4	2022	186.591
5	2023	188.211
Total		766.899

Sumber : Pengelola destinasi Lawang kabupaten Agam 2024

Dari Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung destinasi wisata Lawang mengalami penurunan dari tahun 2019 ke 2020 sebanyak 203.335 pengunjung, hal ini disebabkan oleh faktor larangan pemerintah untuk berwisata atau *lock down* karena pandemi *covid 19*, namun pada tahun 2021 terjadi peningkatan yang signifikan yaitu sebanyak 147,308 dan angka pengunjungnya terus meningkat hingga tahun 2023 walaupun tidak terlalu signifikan.

Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari 50 pengunjung dengan metode wawancara langsung dan mendapatkan beberapa jawaban *positive* sebanyak 34 orang dan jawaban *negative* sebanyak 16 orang dari pengunjung yang

berkunjung. Mengenai hasil wawancara yang penulis lakukan kepada pengunjung mendapatkan hasil yang sangat baik (*positive*) dikarenakan berbagai fasilitas yang disediakan pada destinasi ini seperti adanya moshola yang bersih, akses jalan yang sudah sangat memadai (*strategis*) serta dengan adanya berbagai macam permainan seperti *flying fog*, *Atv*, spot foto, jembatan goyang serta panjat tali, penginapan vila yang sudah sangat memadai, makanan dan minuman dan tarian traditional yang masih sangat kental akan budaya Minangkabau dan pertunjukan paralayang berlatar belakang danau maninjau yang memukau, tentunya mereka berniat untuk merekomendasikan kepada keluarga atau teman untuk kembali datang untuk mengunjungi destinasi wisata Lawang.

Sedangkan untuk respon negatif, pengunjung mengeluh akan tarif masuk yang mahal yaitu Rp 25.000 per orang, harga dari makanan restaurant traditional yang ditawarkan juga tergolong mahal, masih banyaknya sampah yang berserakan di area wisata, pembangunan yang sedang berlangsung, membuat pengunjung kurang menikmati kealamian alamnya. Sehingga pengunjung tidak tertarik untuk datang kembali pada destinasi Lawang.

Menurut Novendra & Masykura (2019) *revisit intention* adalah keinginan pelanggan untuk berkunjung kembali dalam setahun dengan jangka sesering mungkin. *Revisit intention* didefinisikan sebagai niat perilaku pengunjung untuk mengunjungi destinasi lagi di masa depan dan merupakan indikator terkuat dari loyalitas destinasi (Acharya *et al.*, 2023). Faktor-faktor yang mampu mempengaruhi minat berkunjung ulang pengunjung menurut Radzi (2014) yaitu kualitas layanan, pengalaman sebelumnya atau masa lalu, nilai yang dirasakan, dan kepuasan pelanggan, Selanjutnya menurut Nuraeni (2013) faktor-faktor yang

mempengaruhi niat berkunjung kembali adalah kualitas pelayanan, citra destinasi, daya tarik wisata, promosi. Menurut Shafiee (2016) menciptakan citra positif suatu destinasi dapat memengaruhi minat berkunjung ulang pengunjung.

Dari hasil pra penelitian yang dilakukan sebanyak 50 orang peneliti menanyakan pertanyaan wawancara apakah pengunjung berminat untuk kembali berkunjung pada destinasi wisata Lawang dan peneliti mendapatkan jawaban *positive* 34 orang sehingga mereka ingin datang kembali, ada beberapa orang juga ingin merekomendasikan serta mempromosikan pada sosial media milik mereka.

Destination image merupakan keseluruhan persepsi yang dibentuk pengunjung dan menyimpan informasi tentang suatu destinasi berdasarkan semua informasi yang disajikan oleh destinasi tersebut kepada pengunjung Berdasarkan pendapat yang di sampaikan (Hyuk *et al.*, 2018). *Destination image* merupakan penilaian seorang pengunjung terhadap memandang suatu objek wisata berdasarkan pengalaman berkunjung yang tersimpan dalam memori ingatan (Ghofur & Supriyono, 2021) Faktor-faktor yang menimbulkan *destination image* adalah keadaan psikologis, pengalaman, informasi dari berbagai media, motivasi, kondisi sosial dan ekonomi, pendidikan, kegiatan pemasaran dan persepsi (Jovicic *et al.*, 2019).

Untuk hasil pra penelitian selanjutnya yang peneliti tulis yaitu menyatakan bahwa image destinasi dapat membuat pengunjung berniat untuk berkunjung kembali. Penulis mewawancarai dengan pertanyaan apa *destination image* wisata Lawang membuat pengunjung mau datang kembali pada destinasi Lawang, pengunjung melihat bahwasannya *image* dari destinasi wisata lawang sangat baik dikarenakan dari berbagai fasilitas yang disediakan, sehingga mereka mau

merekomendasikan kepada orang lain, mayoritas pengunjung menyatakan *image* destinasi wisata Lawang sangat bagus mendukung untuk pariwisata, terutama untuk wisata keluarga dan juga mereka tertarik untuk kembali berwisata pada destinasi wisata Lawang. *Destination image* wisata Lawang Kabupaten Agam yang dipelihara dengan baik tentunya mampu mempengaruhi minat kunjung ulang pengunjung, sehingga pengunjung berniat untuk datang kembali.

Berdasarkan pendapat yang di sampaikan Williams & Vaske (2003). *Place attachment* adalah keterikatan secara emosional antara individu dengan suatu tempat. *Place attachment* adalah bagaimana suatu tempat dapat memiliki makna tertentu, bagaimana masyarakat bergantung pada tempat, dan bagaimana keberadaan identitas manusia pada suatu tempat dapat menimbulkan rasa memiliki terhadap suatu tempat tersebut (Aziana *et al.*, 2016). Faktor yang mempengaruhi *place attachment* menurut Altman (1992) adalah, faktor psikologis, asal usul dan sosial budaya, usia dan identitas tempat, tingkat pendidikan dan partisipasi dalam komunitas lokal.

Berdasarkan hasil pra penelitian pada destinasi wisata Lawang dengan metode wawancara sebanyak 50 orang bahwasannya keterikatan tempat sangat mempengaruhi *revisit intention* pengunjung dan peran moderasi *place attachment* terduga memperkuat pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nam *et al.*, (2022) tentang *The Moderating Roles of Destination Regeneration and Place Attachment in How Destination Image Affects Revisit Intention*. Huang (2019) tentang *The moderation of gender and generation in the effects of perceived destination image on tourist attitude and visit intention* dan Huang *et al.*, (2020) mengenai *Effect of*

tourism authenticity on tourists' place attachment: roles of destination image and risk perception. Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan, peneliti ingin melihat apakah *place attachment* bisa memperkuat *destination image* terhadap pengunjung untuk datang kembali pada destinasi wisata Lawang, sehingga peneliti tertarik mengambil penelitian dengan judul peran *place attachment* terhadap pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam.

B. Identifikasi Masalah

1. Adanya pengunjung yang tidak tertarik untuk berniat datang Kembali pada destinasi Wisata Lawang karena harga yang dibayarkan tidak sesuai dengan fasilitas yang didapatkan.
2. Kurangnya fasilitas bermain outbond yang dapat dilakukan di destinasi Wisata Lawang seperti pada objek wisata Lawang *Adventure Park* dan Ambun Tanai sehingga kurang terikatnya pengunjung pada tempat tersebut.
3. Masih banyaknya pengunjung yang kurang peduli mengenai kebersihan sampah yang masih berserakan, sehingga membuat *destination image* pengunjung menjadi negative.
4. Kurangnya pelayanan berupa interaksi sosial karyawan dengan pengunjung sehingga membuat kurangnya keterikatan tempat secara emosional pada destinasi wisata Lawang.
5. Kurang aktifnya penggunaan sosial media, sehingga kurang terbentuknya *destination image* pada destinasi wisata Lawang.

6. Seringnya terjadi perubahan iklim yang rentan seperti bencana alam, sehingga dapat membahayakan pengunjung dan menyebabkan kerusakan lingkungan yang berdampak pada buruknya *destination image* wisata Lawang.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti membatasi masalah *Place Attachment*, *destination Image* dan peran moderasi *place attachment* terhadap pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana *Destination Image* di destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam?
2. Bagaimana *Place Attachment* di destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam?
3. bagaimana *revisit intention* di destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam?
4. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam?
5. Bagaimana pengaruh *place attachment* terhadap *revisit intention* pada destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam?
6. Bagaimana *place attachment* memoderasi pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran moderasi *place attachment* dalam pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah :

- a) Mendeskripsikan tentang *destination Image* di destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam.
- b) Mendeskripsikan tentang *Place Attachment* terhadap destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam.
- c) Mendeskripsikan tentang *revisit intention* pada destinasi Lawang Kabupaten Agam.
- d) Menganalisis pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pengunjung destinasi Lawang Kabupaten Agam.
- e) Menganalisis pengaruh *place attachment* terhadap *revisit intention* Pada destinasi Lawang Kabupaten Agam.
- f) Menganalisis peran moderasi *place attachment* dalam memperkuat atau memperlemah niat pengunjung untuk kembali berkunjung pada destinasi Lawang Kabupaten Agam.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengelola Objek Wisata

Sebagai evaluasi mengenai *place attachment* dalam pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada destinasi wisata Lawang Kabupaten Agam.

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

Sebagai acuan dan rujukan mahasiswa Universitas Negeri Padang terutama pada Departemen Pariwisata Program Studi D4 Manajemen Perhotelan untuk memperoleh hasil penelitian terkait peran moderasi *place attachment* dalam

pengaruh destination image terhadap *revisit intention* pada destinasi Wisata Lawang.

3. Bagi Penulis lainnya

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti lainnya demi meningkatkan perkembangan ilmu pada sector pariwisata.

4. Bagi Penulis

Menimplementasikan ilmu kuliah dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan.