

**PENGARUH *DESTINATION IMAGES* TERHADAP *REVISIT INTENTION*
DI NGALAU INDAH PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sains Terapan (S.St) Universitas Negeri Padang**



**KARENINA SRI CENDANI
NIM 2017/17135031**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *DESTINATION IMAGE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI
NGALAU INDAH PAYAKUMBUH

Nama : Karenina Sri Cendani
NIM : 17135031/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

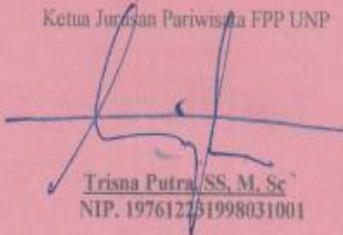
Padang, 16 Agustus 2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing,


Hijriyantomi Suyuthie, S.Pd., MM
NIP. 197809032010121001

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP


Trisna Putra, SS, M, Sc
NIP. 197612251998031001

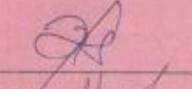
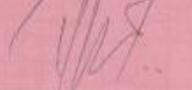
BALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

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

Judul : Pengaruh *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* Di
Ngalau Indah Payakumbuh
Nama : Karenina Sri Cendani
NIM/BP : 17135031/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 16 Agustus 2021

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Hijriyantomi Suyuthic, S.Ip., M.M	1. 
2. Anggota : Youmil Abrian, S.E., M.M	2. 
3. Anggota : Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si	3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171 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 : Karenina Sri Cendani
NIM/TM : 17135031 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

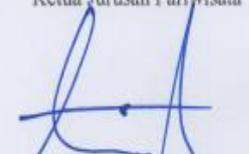
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* Di Ngilau Indah Payakumbuh” 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,

Ketua Jurusan Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,


Karenina Sri Cendani
NIM. 17135031

ABSTRAK

Karenina Sri Cendani. 2021. "Pengaruh *Destination Image* Terhadap *Revisit Intention* Di Ngalau Indah Payakumbuh"

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *destination image* terhadap *revisit intention* di Ngalau Indah Payakumbuh. Dasar penelitian ini dilakukan yaitu berdasarkan data hasil wawancara dengan pengunjung yang pernah mengunjungi Ngalau Indah Payakumbuh menyatakan tingkat ingin mengunjungi kembali cukup rendah. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif klausul yaitu jenis penelitian sebab akibat. Sampel dari penelitian ini merupakan pengunjung yang pernah mengunjungi Ngalau Indah Payakumbuh berjumlah 100 responden. Kuesioner disebarakan menggunakan 2 metode yaitu via *google form* dan pembagian secara langsung kepada pengunjung. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan : 1) *Destination image* memiliki rerata skor sebesar 3,62 dengan tingkat capaian responden 72,4% dan termasuk kedalam kategori baik. 2) *Revisit intention* memiliki rerata skor sebesar 3,4 dengan tingkat capaian responden 68% dan termasuk kedalam kategori baik. 3) Berdasarkan hasil uji hipotesis regresi linear sederhana dengan nilai F hitung sebesar 226.010 dan nilai sig $0.00 < 0,05$ maka *destination image* berpengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention*. Nilai koefisien regresi sebesar 0,517 dengan nilai sig $0,00 < 0,05$ yang berarti setiap peningkatan sebesar 1 satuan *destination image* akan meningkatkan 0,517 satuan *revisit intention*. Diperoleh juga nilai R square sebesar 0,698 sehingga diketahui bahwa pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* sebesar 69,8% sedangkan 30,2% ditentukan oleh faktor lain.

Kata kunci : *Destination Image, Revisit Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah S.W.T, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian pariwisata dan perhotelan dengan judul Daya Tarik Wisata Dalam Mengunjungi Ngalau Indah Payakumbuh sebagai salah satu syarat dalam mengikuti mata kuliah Penelitian Pariwisata dan Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Adapun tujuan dari penulisan proposal penelitian ini adalah untuk agar mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan menulis laporan yang berbentuk sebuah karya ilmiah.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam proses pembuatan dan penyelesaian proposal penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan pada waktunya, yaitu kepada pihak yang terhormat:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Youmil Abrian, SE., M.M., selaku Penasehat Akademik yang telah menasehati penulis selama perkuliahan.
4. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip., MM., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran serta motivasi untuk menyelesaikan proposal ini.
5. Staff administrasi yang telah membantu dalam melengkapi surat-surat.
6. Kedua orang tua serta keluarga tercinta atas doa dan dukungan yang telah diberikan.

7. Teman-teman seperjuangan yang telah mensupport dan saling membantu dalam proses penulisan proposal penelitian ini.
8. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penulisan proposal penelitian ini, dan penulis mengharapkan kritikan dan saran demi kesempurnaan proposal penelitian ini. Demikian proposal penelitian ini penulis susun, semoga dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan bagi penulis. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Padang, 12 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Aspek-Aspek Teoritis.....	15
B. Kerangka Konseptual.....	23
C. Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
C. Variabel Penelitian.....	26
D. Definisi Operasional.....	27
E. Populasi dan Sampel.....	28
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	29
G. Instrumen Penelitian	30
H. Uji Coba Instrumen	32
I. Analisis Data.....	36
J. Uji Persyaratan Analisis.....	38
K. Pengujian Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Deskripsi Karakteristik Responden	40
B. Hasil Analisis Data Penelitian.....	42

C. Uji Persyaratan Analisis.....	53
D. Pengujian Hipotesis	56
E. Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Pertanyaan Pra Penelitian	6
Gambar 2. Jawaban Pra Penelitian	6
Gambar 3. Jawaban Pra Penelitian	6
Gambar 4. Jawaban Pra Penelitian	7
Gambar 5. Jawaban Pra Penelitian	7
Gambar 6. Jawaban Pra Penelitian	7
Gambar 7. Jawaban Pra Penelitian	7
Gambar 8. Jawaban Pra Penelitian	7
Gambar 9. Jawaban Pra Penelitian	7
Gambar 10. Komentar Pengunjung	9
Gambar 11. Komentar Pengunjung	9
Gambar 12. Komentar Pengunjung	10
Gambar 13. Komentar Pengunjung	10
Gambar 14. Komentar Pengunjung	11
Gambar 15. Komentar Pengunjung	11
Gambar 16. Komentar Pengunjung	11

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Capaian Sektor Pariwisata.....	1
Tabel 2. Jumlah Pengunjung	28
Tabel 3. Skala Likert.....	31
Tabel 4. Kisi-Kisi Operasional Penelitian	31
Tabel 5. Hasil Uji Coba Validitas Variabel Revisit Intention.....	33
Tabel 6. Hasil Uji Coba Validitas Variabel Destination Image	34
Tabel 7. Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	35
Tabel 8. Rentang Skal TCR	38
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	42
Tabel 13. Tingkat Capaian Responden Variabel Revisit Intention Di Ngalau Indah Payakumbuh	42
Tabel 14. Tingkat capaian responden Variabel Revisit Intention di Ngalau Indah Payakumbuh ditinjau dari indikator willingness to visit again	44
Tabel 15. Tingkat capaian responden Variabel Revisit Intention di Ngalau Indah Payakumbuh ditinjau dari indikator willingness to invite	45
Tabel 16. Tingkat capaian responden Variabel Revisit Intention di Ngalau Indah Payakumbuh ditinjau dari indikator willingness to positive tale	46
Tabel 17. Tingkat capaian responden Variabel Revisit Intention di Ngalau Indah Payakumbuh ditinjau dari indikator willingness to place the visiting destination in priority	48
Tabel 18. Tingkat Capaian Responden Variabel Destination Image Di Ngalau Indah Payakumbuh	49
Tabel 19. Tingkat capaian responden Variabel Destination Image di Ngalau Indah Payakumbuh ditinjau dari indikator cognitive destination image	50
Tabel 20. Tingkat capaian responden Variabel Destination Image di Ngalau Indah Payakumbuh ditinjau dari indikator unique image	51
Tabel 21. Tingkat capaian responden Variabel Destination Image di Ngalau Indah Payakumbuh ditinjau dari indikator affective destination image.....	52
Tabel 22. Uji Normalitas.....	54
Tabel 23. Uji Homogenitas	55
Tabel 24. Uji Linearitas	55
Tabel 25. Anova Nilai Signifikansi	56
Tabel 26. Koefisien Regresi Variabel X terhadap Variabel Y.....	57
Tabel 27. Hasil Uji R Square Variabel X dan Y.....	57

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor pembangunan yang sedang giatnya untuk dikembangkan oleh pemerintah. Sektor pariwisata menjadi salah satu penghasil devisa terbesar negara yang membuat peranan pariwisata sangat penting dalam pembangunan di Indonesia. Ketua Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) Didin Djunaedi mengatakan, perkembangan pariwisata ditunjukkan oleh kontribusi dalam PDB, jumlah wisatawan mancanegara, jumlah wisatawan nusantara, dan nilai penerimaan devisa (Nidia Suraya 2019). Selain menjadi salah satu penyumbang devisa negara terbesar, pariwisata juga sebagai sarana mengembangkan aktivitas sosial budaya dan mempromosikan citra bangsa di luar negeri (Prakoso, 2020:186).

Tabel 1. Capaian Sektor Pariwisata

Indikator	2015		2016		2017		2018		2019	
	Target	realisasi								
Kontribusi PDB Nasional	4,23%	4,25%	4,5%	4,13%	5%	5%	5,25%	5,25%	5,5%	5,5%
Devisa (Triliun Rp)	144	175,71	172	176	200	202,13	223	224	250	280
Wisatawan Mancanegara (jutaan kunjungan)	10	10,41	12	12,02	15	14,04	17	15,81	20	16,1
Wisatawan Nusantara (jutaan perjalanan)	255	256,42	260	264,33	265	270,82	270	303,5	275	312,5

Sumber: LAKIP KEMENPAR 2018 & 2019

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Ayat 3 “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan

Pemerintah Daerah”. Sedangkan menurut Yoeti (1996:118) dalam Hidayat (2017:202), “Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam”.

Dalam menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berwisata, obyek wisata memainkan peranan penting (Destari, 2017:45). Menurut Edward (2017:7), “Obyek wisata adalah sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut”. Indonesia memiliki banyak destinasi obyek wisata yang tersebar diseluruh penjuru Nusantara diantaranya terdapat diprovinsi Sumatera Barat.

Secara geografis, Provinsi Sumatera Barat terletak pada garis 00 54’ Lintang Utara sampai dengan 30 30’ Lintang Selatan serta 980 36’ sampai dengan 1010 53’ Bujur Timur dengan total luas wilayah sekitar 42.297,30 Km² atau 4.229.730 Ha jumlah penduduk 5.534.472 orang (www.sumbar.bps.go.id diakses pada 05 Februari 2021). Secara administrative, wilayah Provinsi Sumatera Barat berbatasan langsung dengan : sebelah utara dengan Provinsi Sumatera Utara, sebelah selatan dengan Provinsi Bengkulu, sebelah timur dengan Provinsi Riau dan Jambi, sebelah barat dengan Samudera Hindia (www.sumbar.kemenag.go.id diakses pada 05 Februari 2020). Sumatera Barat

terdiri dari berbagai daerah yang memiliki kekayaan objek destinasi wisata salah satunya adalah Kota Payakumbuh.

Secara geografis Kota Payakumbuh terletak pada garis 00 10' Lintang Utara sampai dengan 00 17' Lintang Selatan serta 100 35' sampai dengan 100 45' Bujur Timur. Memiliki luas daerah 80,43Km² dengan tinggi rata-rata dari permukaan laut yaitu 514 meter. Payakumbuh memiliki suhu dengan rentang 21-32°C dengan kelembaban sekitar 63%-85% (www.payakumbuhkota.bps.go.id). Terletak di daerah dataran tinggi yang merupakan bagian dari Bukit Barisan, Payakumbuh menyuguhkan pemandangan alam sebagai daya tarik wisata utama pada destinasi wisatanya. Salah satu ikon destinasi wisata alam Payakumbuh yaitu Ngalau Indah.

Ngalau indah berlokasi di Pakan Sinayan, Payakumbuh Barat, Kota Payakumbuh, Sumatera Barat, 26225. Akses gerbang masuk 4 km dari pusat Kota Payakumbuh dan 31 km dari Bukittinggi. Gerbang masuk menuju Ngalau Indah ini terletak di Jalan Lintas Sumatera yaitu Jalan Soekarno-Hatta. Dari gerbang masuk menuju gua pengunjung harus melewati jalur menanjak kurang lebih 1 km. Dalam perjalanan menuju gua pengunjung disuguhi pemandangan alam yang sejuk dan rindang. Jalur ini sering dijadikan tempat favorit warga Payakumbuh untuk berolahraga pagi hari. Ngalau Indah ini merupakan objek wisata berupa gua alam. Kita dapat melihat keindahan stalagtit, stalagmit dan batu yang memiliki berbagai bentuk unik yang begitu khas. Ada yang berbentuk batu gong, batu ibu menangis, batu kelambu, batu payung dan mirip gajah serta jamur. Dalam menyusuri gua terdapat jalan setapak yang telah dibuatkan oleh pengelola. tetapi jalan setapak tersebut tidak mendatar berbentuk jalur alami

sesuai keadaan gua, terdapat penurunan dan pendakian yang cukup menanjak. Pintu masuk hingga pintu keluar berjarak sekitar 80 meter. Terdapat pintu keluar lain yang mengarah pada trek puncak Marajo dengan jarak kurang lebih 1 km. Pengunjung tidak hanya dapat menelusuri gua tetapi juga dapat menikmati pemandangan kota Payakumbuh dari atas.

Suci (2019:6) menyatakan bahwa, “Setiap destinasi pariwisata menginginkan adanya eksistensi dari masing-masing objek wisatanya. Hal ini dapat diraih dengan meningkatkan kunjungan pada setiap destinasi wisata yang ditawarkannya, dan juga menciptakan adanya niat berkunjung kembali atau *revisit intention*”. Chen dan Tsai (2007) dalam Istiqomah (2020:7) yang mengatakan bahwa “*Revisit intention* adalah penilaian pengunjung tentang kemungkinan untuk kembali berkunjung ke tempat tujuan yang sama dan kemauan untuk merekomendasikan tujuan tersebut ke orang lain”. Menurut Zeithaml et., al, (2018) dalam Al-Baroroh (2019:11) *revisit intention* dapat diidentifikasi melalui indikator yaitu :

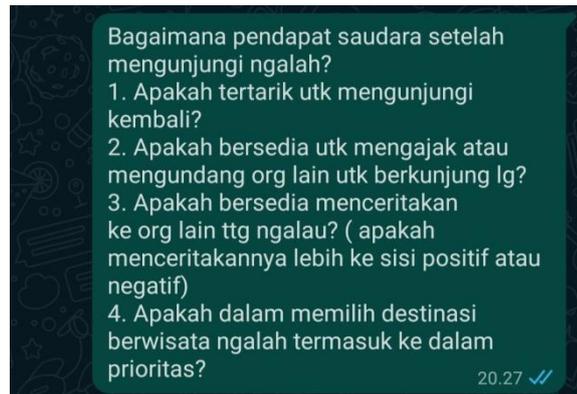
1. *Willingness to visit again*, yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung lagi.
2. *Willingness to invite*, yaitu kesediaan konsumen untuk mengundang, mengajak orang lain untuk berkunjung.
3. *Willingness to positive tale*, yaitu kesediaan seseorang untuk menceritakan produk atau jasa dari suatu perusahaan kepada orang lain.
4. *Willingness to place the visiting destination in priority*, yaitu kesediaan konsumen untuk menempatkan tujuan kunjungan dalam prioritas.

Destination brand image adalah suatu fitur penting dalam penilaian destinasi oleh para wisatawan yang memiliki peran penting dalam menentukan apakah wisatawan akan mengunjungi kembali destinasi tersebut (Artuger dan Cetinsoz, 2017). *Destination brand image* akan menjadi kunci penting untuk

mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali, meskipun tidak memungkinkan mengendalikan semua elemen yang membentuk *destination brand image*, namun membangun citra akan sangat menguntungkan pihak pariwisata (Foroudia, 2018). Menurut Coshall (2002:1116) dalam Hidayat (2017:202), “Menyatakan citra destinasi merupakan gambaran, pikiran, kepercayaan, perasaan dan persepsi terhadap suatu destinasi. Menurut Coshall (2002:89) yang menyatakan bahwa citra destinasi merupakan kesan wisatawan secara umum terhadap suatu destinasi wisata”. Menurut Iz, Garci dan Blas (2009) dalam Istiqomah (2020:1), “*Destination brand image* tidak hanya mempengaruhi keputusan para wisatawan tetapi juga mempengaruhi perilaku wisatawan pada umumnya, citra yang baik akan menyebarkan berita yang baik di masyarakat dan nantinya hal tersebut akan mempengaruhi niat perilaku untuk berkunjung kembali”. Terdapat tiga dimensi dari citra destinasi menurut Hailin, dkk (2011:470) dalam Hidayat (2017:202-203) yaitu sebagai berikut :

1. *Cognitive destination image* (citra destinasi kognitif)
Citra destinasi kognitif, terdiri dari kualitas pengalaman yang didapat oleh para wisatawan, atraksi wisata yang ada di suatu destinasi, lingkungan dan infrastruktur di lingkungan tersebut, hiburan dan tradisi budaya dari destinasi tersebut.
2. *Unique image* (citra destinasi yang unik)
Citra destinasi yang unik, terdiri dari lingkungan alam, kemenarikan suatu destinasi dan atraksi lokal yang ada di destinasi tersebut.
3. *Affective destination image* (citra destinasi efektif)
Citra destinasi efektif, terdiri dari perasaan yang menyenangkan, membangkitkan, santai dan menarik ketika di suatu destinasi.

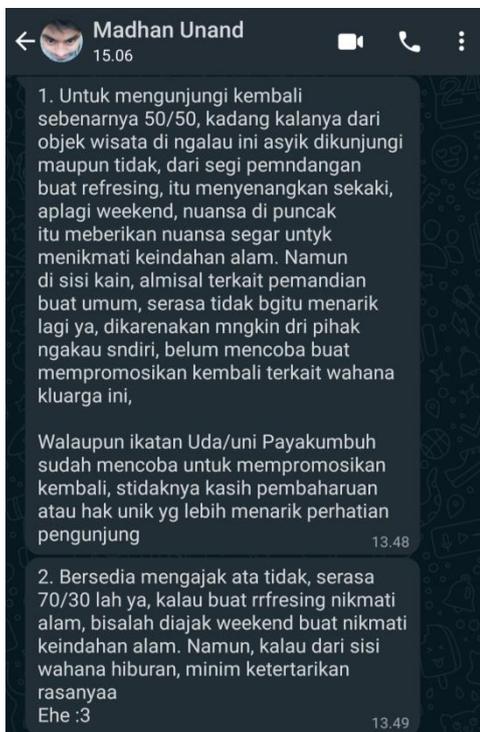
Sebelumnya penulis telah melakukan pra penelitian dengan menanyakan 4 butir pertanyaan yang diambil dari indikator variabel *revisit intention* kepada pengunjung yang berkunjung di Ngalau Indah Payakumbuh. Adapun pertanyaan pra penelitian dapat dilihat pada gambar dibawah berikut:



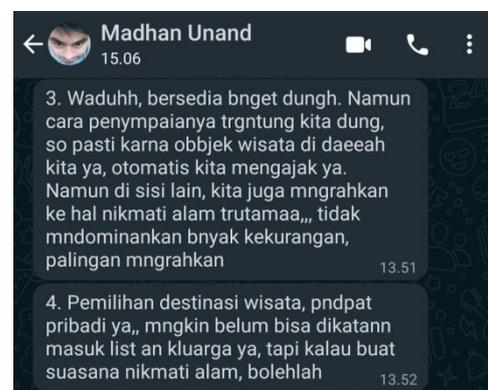
Gambar 1. Pertanyaan Pra Penelitian

Sumber :

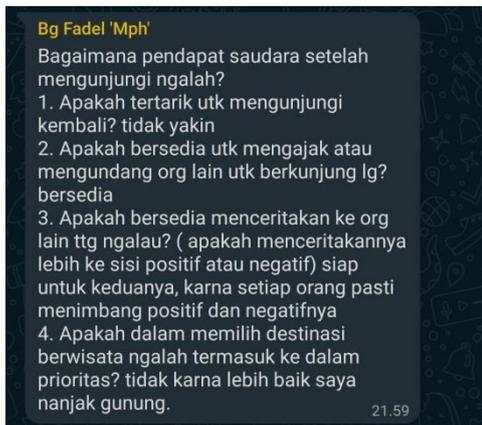
Penulis melakukan pra penelitian kepada 10 orang pengunjung yang pernah mengunjungi Ngalah Indah Payakumbuh sesuai dengan pertanyaan pra penelitian di atas dan berikut beberapa jawaban yang penulis peroleh berdasarkan hasil pra penelitian dari para pengunjung yang pernah mengunjungi Ngalah Inda Payakumbuh:



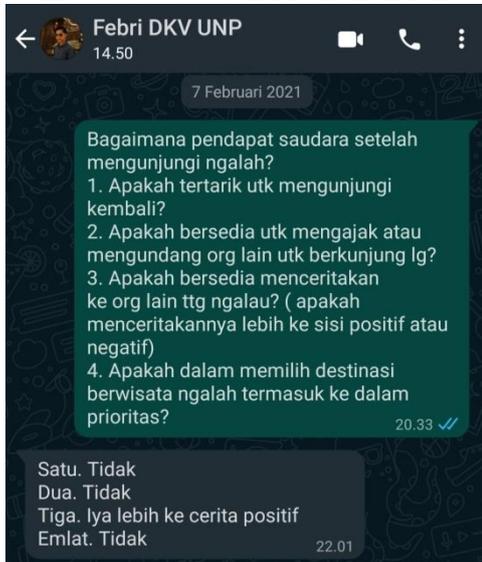
Gambar 2. Jawaban Pra Penelitian



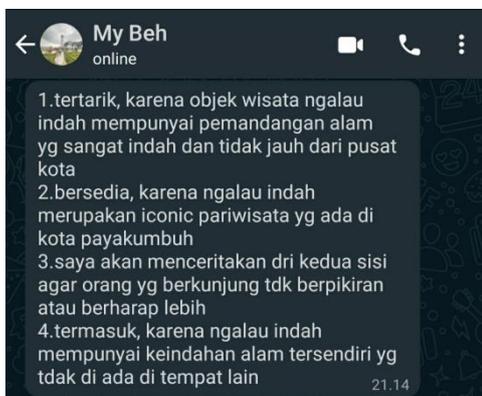
Gambar 3. Jawaban Pra Penelitian



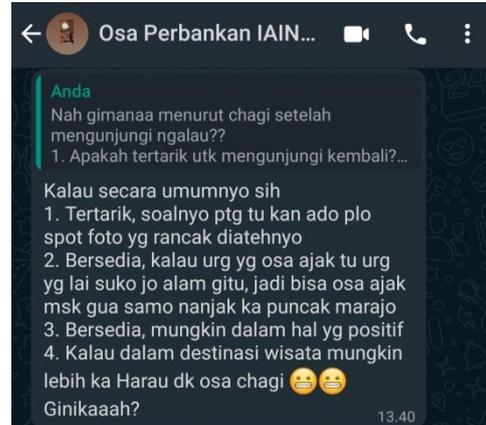
Gambar 4. Jawaban Pra Penelitian



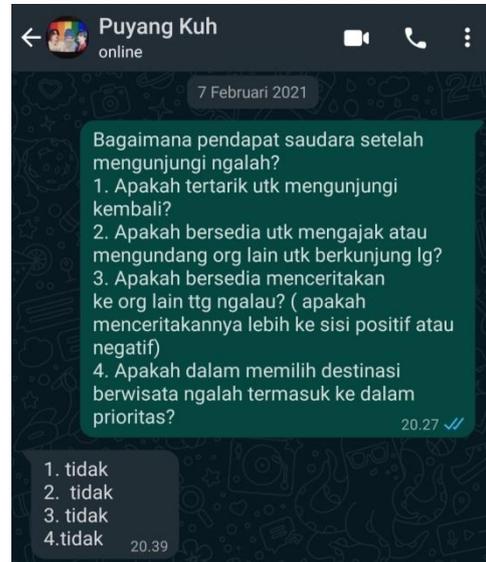
Gambar 6. Jawaban Pra Penelitian



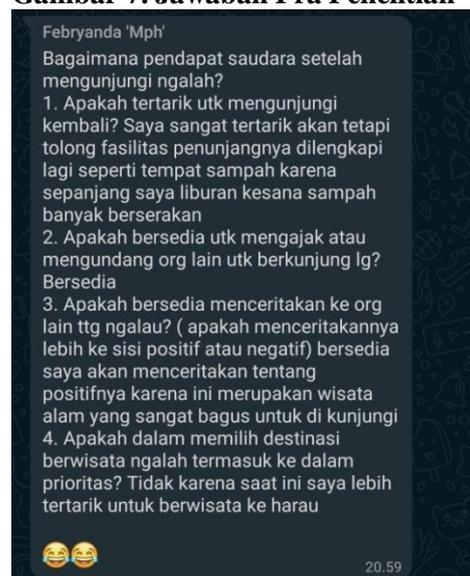
Gambar 8. Jawaban Pra Penelitian



Gambar 5. Jawaban Pra Penelitian



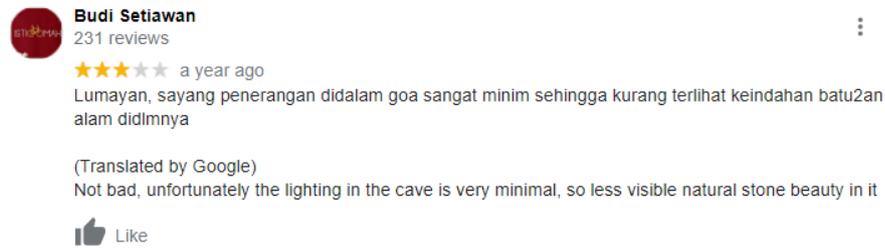
Gambar 7. Jawaban Pra Penelitian



Gambar 9. Jawaban Pra Penelitian

Berdasarkan dari hasil pra penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1) Terkait keinginan untuk mengunjungi kembali 30% responden mengatakan bersedia untuk mengunjungi kembali 30% lagi mengatakan tidak ingin berkunjung kembali 20% mengatakan tidak yakin apakah ingin berkunjung lagi dan 20% lagi mengatakan akan berkunjung lagi apabila fasilitas penunjang dilengkapi dan terdapat sebuah perubahan di objek wisata. (2) Penulis juga menanyakan apakah Ngalau Indah Payakumbuh termasuk kedalam destinasi prioritas yang harus dikunjungi 90% menjawab tidak dan 10% menjawab Ngalau Indah termasuk prioritas destinasi yang harus dikunjungi. (3) Berdasarkan pra penelitian yang penulis lakukan 50% responden menceritakan Ngalau Indah dari sisi positif dan negatifnya, 40% ada yang hanya bercerita sisi positif dan 10% lagi ada yang bercerita hanya sisi negatifnya. (4) Terkait merekomendasikan sebuah objek wisata sebanyak 60% responden mengatakan bersedia untuk mengajak orang lain berkunjung 40% lagi tidak merekomendasikan kepada orang lain.

Kemudian penulis juga menemukan beberapa keluhan pengunjung yang mengunjungi Ngalau Indah Payakumbuh seperti penerangan yang kurang didalam gua sehingga keindahan bebatuan alam kurang terlihat, kurang perawatan, air yang sulit, tidak ada perubahan semenjak dibuka, dll. Dapat dilihat dari komentar pengunjung yang penulis temukan di google review dibawah berikut:



Gambar 10. Komentar Pengunjung

Sumber : Google Review 2021

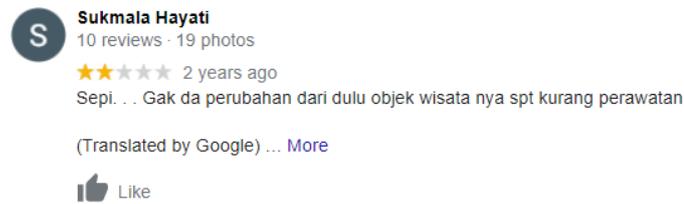
Seperti berdasarkan salah satu komentar pengunjung yang terdapat di google review sesuai gambar diatas, pengunjung mengatakan bahwa penerangan didalam goa Ngalau Indah sangatlah minim. Hal ini tentu saja berdampak pada tidak dapat terlihatnya dengan baik keindahan dan keunikan bebatuan yang terdapat di dalam gua. Tidak hanya berdampak pada kurang terlihatnya keindahan gua ini juga berdampak pada keamanan pengunjung dalam menyusuri gua. Sehingga tentu saja pengunjung menjadi kurang dapat menikmati pengalaman atraksi petualangannya.



Gambar 11. Komentar Pengunjung

Sumber : Google Review 2021

Masalah selanjutnya yang penulis temukan yaitu mengenai keadaan gua, seperti yang dapat dilihat pada gambar di atas. Pengunjung menyatakan bahwa gua tidak terawat dengan baik dan dalam kondisi yang buruk. Hal ini tentu saja berdampak pada pengalaman yang pengunjung dapatkan dan minat pengunjung untuk kembali berkunjung.



Gambar 12. Komentar Pengunjung
Sumber : Google Review 2021

Masalah selanjutnya yang penulis temukan yaitu mengenai perubahan objek wisata, seperti yang terdapat pada gambar diatas. Pengunjung menyatakan bahwa tidak terdapat perubahan pada gua Ngalau Indah dan juga keadaan gua yang seperti kurang terawat. Hal ini tentu saja akan berdampak pada citra destinasi.

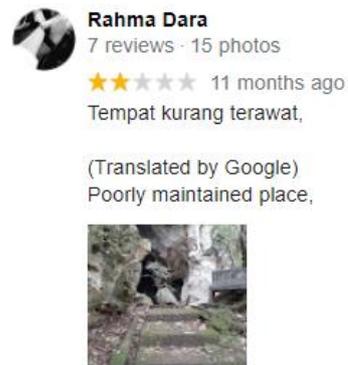


Gambar 13. Komentar Pengunjung
Sumber : Google Review 2021

Masalah selanjutnya yang penulis temukan yaitu mengenai kebersihan seperti yang terdapat pada gambar di atas. Pengunjung menyatakan bahwa kebersihan gua perlu ditingkatkan lagi, terdapat masyarakat yang masih suka buang sampah sembarangan dan terdapat beberapa oknum yang kencing di dalam gua. Hal ini tentu saja berdampak pada kenyamanan pengunjung selama berwisata.

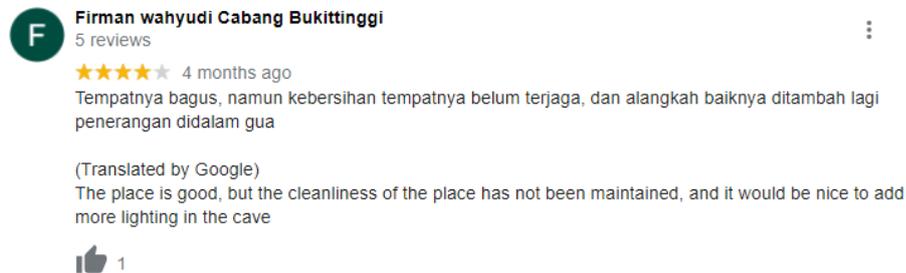


Gambar 14. Komentar Pengunjung
Sumber : Google Review 2021



Gambar 15. Komentar Pengunjung
Sumber : Google Review 2021

Masalah selanjutnya yang penulis kembali menemukan mengenai keadaan gua yang kurang terawat, seperti yang dapat dilihat pada gambar di atas. Pengunjung menyatakan bahwa gua tidak terawat dengan baik dan dalam kondisi yang buruk. Hal ini tertentu saja berdampak pada pengalaman yang pengunjung dapatkan dan minat pengunjung untuk kembali berkunjung.



Gambar 16. Komentar Pengunjung
Sumber : Google Review 2021

Masalah selanjutnya yang penulis temukan kembali yaitu mengenai kebersihan dan penerangan seperti yang terdapat pada gambar di atas. Pengunjung menyatakan bahwa kebersihan gua belum terjaga, dan alangkah baiknya ditambah lagi penerangan didalam gua. Hal ini tentu saja berdampak pada kenyamanan dan keamanan pengunjung dalam menyusuri gua.

Mengingat pentingnya pandangan pengunjung mengenai suatu objek wisata, keunikan dari sebuah objek wisata, dan kenyamanan pengunjung selama berwisata di suatu objek wisata sebagai tolok ukur dari kualitas sebuah destinasi wisata dan citra destinasi dalam mempengaruhi jumlah kunjungan di destinasi wisata maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* di Ngalau Indah Payakumbuh.

B. Identifikasi Masalah

1. 90% responden pra penelitian menyatakan Ngalau Indah Payakumbuh tidak termasuk kedalam prioritas objek wisata yang akan dikunjungi.
2. Niat berkunjung kembali ke Ngalau Indah Payakumbuh termasuk cukup rendah.
3. 40% responden pra penelitian menyatakan tidak merekomendasikan objek wisata kepada orang lain.
4. Tidak ada perubahan yang signifikan di Ngalau Indah Payakumbuh semenjak dibuka sebagai objek wisata.
5. Gua Ngalau Indah Payakumbuh kurang terawat dengan baik.
6. Kebersihan lingkungan yang kurang terjaga baik didalam gua maupun di area peristirahatan (gazebo).
7. Penerangan yang kurang di dalam gua Ngalau Indah Payakumbuh.
8. Akses jalan yang licin dalam menelusuri gua Ngalau Indah Payakumbuh.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka batasan masalah penelitian ini adalah :

1. *Destination Images*

2. *Revisit Intention*

3. Pengaruh *Destination Images* terhadap *Revisit Intention*

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana *Destination Image* Di Ngalau Indah Payakumbuh?

2. Bagaimana *Revisit Intention* Di Ngalau Indah Payakumbuh?

3. Bagaimana Pengaruh *Destination Images* Terhadap *Revisit Intention* Di Ngalau Indah Payakumbuh?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* di Ngalau Indah Payakumbuh.

2. Tujuan Khusus

a. Mengetahui *Destination Image* di Ngalau Indah Payakumbuh.

b. Mengetahui *revisit intention* di Ngalau Indah Payakumbuh.

c. Mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* di Ngalau Indah Payakumbuh.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Objek Wisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai saran dan pertimbangan bagi pihak objek wisata Ngalau Indah Payakumbuh mengenai pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* di Ngalau Indah Payakumbuh.

2. Bagi Jurusan

Hasil laporan ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

3. Bagi Pembaca

a. Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi dalam menambah pengetahuan khususnya di bidang pariwisata.

4. Bagi Peneliti

a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar untuk penelitian berikutnya dan menambah teori-teori baru untuk penelitian sejenis.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dibidang pariwisata khususnya mengenai *destination image* dan *revisit intention*.