BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini semakin pesat. Perkembangan sektor pariwisata memberikan manfaat kepada banyak pihak baik pemerintah, masyarakat maupun swasta. Hal ini karena pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan untuk dikembangkan sebagai salah satu asset yang menjanjikan bagi masyarakat sekitar maupun pemerintah. Pada saat ini sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat terpukul karena pandemi COVID-19. Beberapa waktu yang lalu destinasi pariwisata sempat ditutup untuk kunjungan wisatawan. Puncaknya sejak saat perayaan Imlek, dimana seharusnya yang menjadi masa pemasukan bagi pemerintah dan masyarakat, disebabkan COVID-19 ini pemerintah dan masyarakat tidak mendapatkan pemasukan. Selain itu Indonesia juga menghentikan penerbangan. Tidak hanya itu saja, para karyawan restoran dan hotel merasakan banyak kerugian sebab karyawan dicutikan diluar tanggungan perusahaan karena masih menunggu perkembangan peningkatan demand. Lestari et al (2022).

Menurut Putra & Wulandari, (2023) pengembangan kepariwisataan adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan daya tarik wisata agar daya tarik tersebut menjadi lebih baik dan lebih menarik dari segi tempat dan benda, hal tersebut ada untuk menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Pertumbuhan pariwisata di dunia saat ini semakin pesat berkat kemajuan teknologi dan komunikasi yang membuat kehidupan masyarakat semakin maju.

Kemajuan di era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk dapat berdagang dengan cepat dan aman serta berdagang dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis. Lestari et al (2022).

Perkembangan industri pariwisata menjadi sorotan dimana ada banyak fenomena di setiap kota di Indonesia yang saling bersaing untuk mengintensifkan perkembangan dan kemajuan pariwisatanya dengan tujuan untuk menarik wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk menjadikan kota sebagai tujuan pilihan untuk berwisata. Karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan dalam meningkatkan pendapatan, baik pendapatan negara maupun pendapatan daerah daya tarik wisata itu sendiri. Hal ini selain membawa manfaat dari segi ekonomi, sektor pariwisata juga berdampak pada perkembangan budaya suatu negara atau daerah. Di akhir tahun 2019, dunia digemparkan oleh adanya virus Covid-19 yang secara langsung berdampak pada semua sektor salah satunya pada sektor pariwisata. Hampir semua tempat wisata di Indonesia terpaksa ditutup yang mengakibatkan penurunan pengunjung dan penurunan pendapatan masyarakat sekitar tempat wisata bahkan kehilangan pendapatan, dan terganggu kegiatan pariwisata. Khoni'ah & Sidanti (2022).

Kota Sungai penuh adalah kota terbesar kedua di provinsi jambi, Indonesia. Kota ini terbentuk berdasarkan undang-undang Republik Indonesia nomor 25 tahun 2008 yang merupakan pemekaran dari kabupaten kerinci dan pengesahannya dilakukan oleh menteri dalam negeri pada tanggal 8 oktober 2009. Penduduk kota sungai penuh tahun 2019 berjumlah 90.910 jiwa.

Namun, seringkali wisatawan-wisatawan yang berkunjung ke Kota Sungai penuh tersebut kesulitan ketika ingin melakukan wisata. Terutama wisatawan

yang dari luar kota. Hal ini dikarenakan para wisatawan yang kurang mengetahui seluk beluk jalan di kota yang baru saja dikunjungi. Sehingga mengalami kesulitan untuk mengetahui lokasi wisata di kota sungai penuh.

Berdasarkan permasalahan yang timbul tersebut, disusunlah Sistem Informasi Geografis Lokasi Pariwisata di kota sungai penuh Berbasis Website Mobile. Sistem infrmasi geografis ini dapat menunjukkan peta berupa jalan yang berisi lokasi wisata serta beberapa informasi tambahan dari wisata tersebut. Sistem informasi ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi permasalahan-permasalahan yang sudah dipaparkan sebelumnya, serta dapat membantu para pendatang atau ingin mencari tempat wisata untuk melaksanakan liburan.

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselnggarakan 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. Prasetyo et al (2021).

Daftar pariwisata yang ada di Kota sungai penuh dapat dilihat pada Tabel 1.1.Tabel Di Bawah Ini

Tabel 1.1
Daftar Wisata Di Kota Sungai Penuh

No	Nama Wisata	Alamat
1.	Taman Wisata Karya Bakti	Karya Bakti, Sungai Penuh, Kota Sungai Penuh, Jambi 37111
2	Kolam Renang Bruna	Talang Lindung, Sungai Penuh, Kota sungai Penuh, Jambi 37111
3	Bukit Impian	Sumur Gedang, Pesisir Bukit, Kota Sungai Penuh, jambi 37152
4	Depati Coffe	Jl. Hamparan Besar No.KM, RW .15, Tapan, Pesisir Bukit, Kota Sungai Penuh, Jambi 37152
5	Lapangan Merdeka	Pasar Sungai Penuh, Penuh River, Sungai Penuh City, Jambi 37111
6	Bukit Khayangan	Renah Kayu Embun, Kumun Debai, Sungai Penuh City, Jambi 37111
7	Masjid Agung Pondok Tinggi	Jl. Kol. M. Koekoeh, Pd. Tinggi, Kec. Sungai Bungkal, Kota Sungai Penuh, Jambi 3711

Sumber:http://jurnal.minartis.com/index.php/jsit/article/view/18

Adapun wisata yang terdapat pada tabel diatas adalah wisata yang paling banyak dikunjungi dan diminati karena keindahan alam dan keunikan budaya. Pemandangan alam yang khas dan indah juga menjadi salah satu daya tarik mengapa kota sungai penuh menjadi kota yang banyak dikunjungi dari berbagai daerah.

Dengan harga yang terjangkau, transportasi, serta hiburan dan keunikan budaya, tidak mengherankan kota sungai penuh termasuk wisata yang paling banyak dikunjungi. Terutama pada wisata yang ada pada tabel diatas juga memberi dampak kemajuan bagi kota sungai penuh, dengan adanya wisata tersebut masyarakat mendapatkan pendapatan, peluang kerja, harga dan tarif, distribusi manfaat dan keuntungan, kepemilikan dan pengendalian, pembangunan dan pendapatan pemerintah.

Alasan peneliti untuk meneliti Bukit Khayangan yaitu daya tarik wisata Bukit Khanyangan yang memiliki pesona keindahan wisata alam terbuka dimana sensasi wisata di atas awan, akses jalan ke wisata Bukit Khayangan lebih mudah dilewati oleh pengendara roda dua maupun roda empat. Wisata Bukit Khayangan cocok untuk mengisi liburan di akhir pekan. Selain karena panorama alamnya yang sangat elok, bernilai edukatif, namun di lokasi Bukit Khayangan dipenuhi dengan spot-spot untuk menikmati keindahan bersama keluarga.

Bukit Khayangan adalah solusi tepat bagi traveler yang ingin menikmati keindahan alam dari atas ketinggian, sambil berburu foto yang keren. Objek wisata Bukit Khayangan memang bukan hanya sekedar rangkaian kata-kata saja untuk menegaskan keindahan yang tersaji di sana. Pada tahun 2017, Bukit Khayangan mendapatkan gelar sebagai Dataran Tinggi Terpopuler yang ada di Indonesia. Tentu saja penghargaan tersebut melalui penilaian dari semua aspek. Penghargaan tersebut diberikan dalam acara Anugerah Pesona Indonesia, atau lebih dikenal dengan singkatan API, yang rutin dilaksanakan setiap tahun. Anugerah Pesona Indonesia merupakan ajang untuk memberikan apresiasi terhadap dunia wisata.

Pesona keindahan Bukit Khayangan menjadikannya sebagai salah-satu objek wisata Kota Sungai Penuh yang populer di kalangan milenial. Meskipun wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh Jambi sangat recommended sebagai destinasi wisata keluarga. Daya tarik yang pertama dari Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh Jambi adalah sensasi wisata khayangan, alias sensasi wisata di atas awan. Bukit Khayangan memiliki ketinggian sekitar 2000 mdpl, serta lokasinya berbatasan langsung dengan Taman Nasinal Kerinci Seblat.

Ketinggian Bukit Khayangan berarti setengah dari ketinggian Gunung Kerinci Jambi. Dan sebagaimana diketahui, bahwa Gunung Kerinci adalah gunung tertinggi yang ada di Sumatera. Dengan demikian, lokasi Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh Jambi merupakan tempat yang sangat strategis untuk menikmati keindahan dari Khayangan. Selain itu, ketinggian 2000 mdpl menjadikan lokasi Bukit Khayangan menjadi tempat yang diselimuti udara yang sejuk. Daya tarik yang membuat objek wisata Bukit Khayangan menjadi populer di kalangan milenial adalah dengan keberadaan spot instagramable. Spot favorit pengunjung untuk melakukan selfie di menara atau gardu pandang, yang berwarna – warni, sangat tinggi, serta memiliki latar alam yang sangat mempesona. Sekali lagi, tetap prioritaskan keselamatan ya, jangan hanya karena sebuah konten, atau hanya untuk mendapatkan jepretan yang tidak biasa, rela mengabaikan protokol keamanan. Karena sejatinya spot dan view yang tersaji di Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh Jambi sudah sangat bagus untuk kebutuhan posting di media sosial. Berikut ini adalah tabel jumlah kunjungan wisatawan ke provinsi jambi

Tabel 1.2
Data Pengunjung Jumlah Wisatawan Ke Provinsi Jambi

No	Tahun	Nama Kabupaten	Jumlah Pengunjung
1	2021-2022	Kota Jambi	235.238
2	2021-2022	Kabupaten Kerinci	180.156
3	2021-2022	Kabupaten Bungo	125.568
4	2021-2022	Kabupaten Sarolangun	115-568
5	2021-2022	Kabupaten Merangin	114.419
6	2021-2022	Kabupaten Muaro jambi	114.000
7	2021-2022	Kota Sungai Penuh	10.165
8	2021-2022	Kabupaten Tanjung jabung Barat	9.688
9	2021-2022	Kabupaten Tanjung jabang Timur	8.568
10	2021-2022	Kabupaten Tebo	8.115
11	2021-2022	Kabupaten Batanghari (Terendah)	5.177

Sumber:Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jambi (2022)

Berdasarkan dari tabel 1.2 bahwa salah satu tempat wisata yang menarik dan paling banyak dikunjungi di Kota Sungai Penuh adalah wisata Bukit Khayangan, Objek wisata Bukit Khayangan terletak di Desa Renah Kayu Embun Kumun Debai, Kota Sungai Penuh. Lokasi wisata Bukit Khayangan ini dibuka untuk umum pada tahun 2017. Sayangnya pengetahuan mengenai Objek Wisata Bukit Khayangan di masyarakat masih cukup rendah. Hal tersebut dapat terjadi karena masih rendahnya usaha dalam memperkenalkan Objek Wisata Bukit Khayangan kepada masyarakat. Objek wisata ini perlu diperkenalkan kepada masyarakat karena Objek Wisata Bukit Khayangan memiliki potensi wisata yang baik dengan pesona yang indah dan keasrian yang terjaga. Berdasarkan data pengunjung objek wisata Bukit Khayangan pada tahun 2022 mengalami jumlah yang berfluktuasi, yang dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini

Tabel 1.3

Jumlah Pengunjung Bukit Khayangan Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	4.620
2	Februari	5.314
3	Maret	5.973
4	April	700
5	Mei	17.670
6	Juni	6.300
7	Juli	4.421
8	Agustus	2.314
9	September	2.310
10	Oktober	1.103
11	November	3.837
12	Desember	6.135
Total		**60.697**

Sumber:Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Sungai Penuh (2024)

Dari tabel diatas terlihat bahwa pada tahun 2022 jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata Bukit Khayangan sebanyak 60.697 orang. Untuk jumlah

pengunjung terbanyak tercatat pada bulan Mei yaitu sebanyak 17.670 orang. Peningkatan jumlah yang signifikan pada bulan Mei dikarenakan pada bulan tersebut merupakan bulan Hari Raya Idul Fitri, dimana rata-rata penduduk asli Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci yang berada diluar daerah melakukan mudik secara bersamaan, dan berwisata pada saat hari raya juga merupakan ciri khas khususnya pada masyarakat Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci.

Seseorang yang percaya pada suatu destinasi yang membuatnya tertarik akan memengaruhi sikap calon wisatawan yang berniat untuk berkunjung. Niat berkunjung disebutkan sebagai kemauan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Lebih lanjut niat berkunjung mengacu pada probabilitas apa yang dirasakan wisatawan selama waktu tertentu, sehingga dapat membangun persepsi subyektif yang memengaruhi perilaku dan keputusan akhir untuk berkunjun. Niat berkunjung adalah kegiatan melakukan atau tidak melakukan suatu perjalanan ke tempat wisata yang telah dipilih melalui informasi yang didapatkan. Niat untuk mengunjungi suatu tempat tersebut ditafsirkan sebagai perhitungan rasional antara biaya dan manfaat yang diperoleh dari beberapa alternatif pilihan tempat yang tersedia, yang mana pilihan tersebut diperoleh dari informasi eksternal Haryono & Albetris (2022). Niat berkunjung diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku serta merupakan sebuah indikasi seberapa keras keinginan calon wisatawan untuk mencoba dan berapa banyak upaya yang dilakukan untuk terlibat dalam perilaku. Niat berkunjung diukur dengan indikator berencana mengunjungi (dengan item pernyataan berkunjung di waktu dekat, berkunjung di masa depan, dan memilih tempat ini dibanding yang lain). Indikator yang kedua adalah mencari Informasi dengan item pernyataan mencari tau

pengalaman orang lain saat berkunjung melalui media sosial dan mencari tau pengalaman seseorang yang pernah berkunjung Haryono & Albetris (2022).

Menurut zainurossalamia saida Dr, n.d (2020) minat berkunjung ulang adalah keinginan untuk melakukan perjalanan di masa depan dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman masa lalunya. Selain itu keinginan kunjungan dimasa depan penelitian di bidang pariwisata menunjukkan bahwa pengalaman perjalanan masa lalu ke tujuan tertentu meningkatkan niat untuk melakukan perjalanan ke sana lagi.

Fenomena pada niat kunjungan ulang adalah tujuan utama berwisata mencari penyegaran atau hiburan dari perjalanan yang dilakukan dengan melakukan aktivitas atau mengunjungi objek dan daya tarik yang ada melalui penjelasan akan gejala tertentu secara benar untuk menambah wawasan pengetahuan bagi wisatawan yang berkunjung pada wisata Bukit Khayangan. Sedangkan beberapa masalah yang dihadapi sector pariwisata Bukit Khayangan adalah seperti wisatawan hanya akan berkunjung kembali pada saat tertentu saja, seperti saat hari libur ataupun saat hari besar, jadi tingkat pengulangan kunjungan oleh wisatawan tidak terlalu sering. Selanjutnya juga pada hal memberikan rekomendasi kepada orang lain, tidak semua wisatawan melakukan rekomendasi tersebut dikarenakan kurangnya publikasi dan belum baiknya fasilitas sehingga Bukit Khayangan memanfaatkan media social untuk mengekspos wisata Bukit Khayangan agar para wisatawan mengetahui kondisi Bukit Khayangan agar dapat berkunjung kembali, selain itu wisata Bukit Khayangan juga memperbaiki fasilitas yang kurang pada wisata sehingga apabila ada wisatawan yang berkunjung mereka akan merasa puas akan fasilitas yang ada dan akan

merekomendasikan serta timbulnya niat berkunjung kembali pada masa yang akan datang pada wisata Bukit Khayangan.

Kepuasan wisatawan menurut Caroline (2021) adalah pengalaman nyata wisatawan setelah mengalami peristiwa yang berasal dari perasaan psikologis yang di hasilkan dari pengalaman individu dalam perjalanan di destinasi. Hal ini berarti kepuasan merupakan reaksi wisatawan setelah memperoleh pengalaman setelah kunjungan. Kepuasan wisata merupakan sikap wisatawan setelah menerima layanan. Kepuasan wisatawan merupakan salah satu ukuran kinerja organisasi non financial yang mempunyai kontribusi sangat signifikan terhadap keberhasilan tujuan organisasi bisnis.

Fenomena kepuasan pada wisata Bukit Khayangan adalah seperti pada halnya pemandangan yang akan didapatkan oleh pengunjung. Memang tidak bisa dipungkiri bahwa pemandangan yang berikan oleh tempat wisata ini sangat indah, dimana kita bisa melihat bentangan alam, danau, sawah, dan pemukiman-pemukiman yang tersusun indah. Namun, yang menjadi persoalan bagi wisatawan yaitu pada saat cuaca yang tidak mendukung seperti hujan atau pun pada saat kabut asap, karena pemandangan atau keindahan alam yang dipancarkan oleh Bukit Khayangan tersebut akan hilang dan tidak tampak karena ditutup awan, sehingga wisatawan merasa kurang puas pada saat berwisata. Selain itu, akses keterjangkauan pada objek wisata Bukit Khayangan juga mencari suatu persoalan bagi beberapa pengunjung atau wisatawan, karena jalan nya yang cukup kecil ditambah dan terjal ditambah dengan jurang yang cukup curam. Hal ini tentunya akan menjadi salah satu pertimbangan bagi wisatawan untuk berkunjung, apalagi bagi wisatawan asing yang baru pertama kalinya berkunjung. Selanjutnya,

keamanan dan kenyamanan wisatawan juga menjadi masalah utama yang harus diperhatikan, seperti fasilitas yang disediakan oleh wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. Banyak wisata mempersepsikan bahwa interaksi pengunjung dengan fasilitas wisata berpengaruh terhadap wisata di mata pengunjung. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas menjadi hal penting bagi pengunjung untuk melakukan keputusan berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, tidak hanya itu kebersihan,kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata Bukit Khayangan kota sungai penuh. Fasilitas yang disediakan pada obek wisata Bukit Khayangan sudah cukup lengkap yaitu wahana permainan untuk anak-anak,tempat untuk oiknik atau makan bersama keluarga dan teman,taman dengan penuh bunga, tempat duduk untuk menikmati keindahan panorama Bukit Khayangan.

Kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi banyak faktor, diantaranya adalah kualitas pelayanan. Sedangkan pengalaman juga menjadi bagian yang dapat menentukan kepuasan berkunjung. Efdison et al. (2023). Menurut Berliana, (2022) Beberapa faktor yang memepengaruhi kepuasan pengunjung yaitu kulitas pelayanan, daya tarik wisata, citra destinasi, dan yang dibentuk oleh objek wisata.

Menurut Novitaningtyas et al. (2022) Salah satu faktor yang dibuktikan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan adalah daya tarik wisata. Jika daya tarik meningkat, maka minat wisatawan untuk berkunjung juga semakin meningkat. Destinasi wisata perlu memiliki daya tarik yang diukur berdasarkan 3S *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*.

Daya tarik wisata termasuk dalam produk wisata, dengan kata lain sebuah atraksi yang diberikan oleh tujuan wisata yang diharapkan oleh pengelola dapat dinikmati oleh wisatawan. Konsep tersebut sesuai dengan pengertian daya tarik wisata pada penelitian terdahulu, daya tarik wisata merupakan produk wisata dalam suatu kesatuan tidak hanya keindahan alam dari destinasi tersebut, tetapi meliputi atribut lainnya seperti daya tarik, fasilitas dalam saat berwisata, dan juga akses menuju tempat wisata tersebut. Cahyanti(2018). Daya tarik wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh adalah sensasi wisata Khayangan, alias sensasi wisata di atas awan, selain karena panorama alamnya yang sangat elok, bernilai edukatif, namun di lokasi Bukit Khayangan dipenuhi dengan spot-spot untuk menikmati keindahan bersama keluarga. Daya tarik yang membuat objek wisata Bukit Khayangan menjadi populer di kalangan milenial adalah dengan keberadaan spot instagramble.

Fenomena tentang daya Tarik wisata pada wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh yang pertama yaitu tidak adanya cinderamata yang menunjukkan ciri khas Bukit Khayangan. Bagi wisatawan asing maupun lokal, cinderamata merupakan suatu hal yang wajib bagi mereka dapatkan untuk dijadikan sebagai kenang-kenangan. Selain itu, keindahan dari bangunan yang ada tidak dirawat dengan cukup baik, banyak dari bangunan yang tampak rusak, banyak coretan, dan sampah yang bertebaran disekitar bangunan. Hal ini tentunya menjadi persoalan yang serius bagi wisata Bukit Khayangan, karena faktor tersebut diatas akan sangat mempengaruhi niat berkunjung ulang dan kepuasan wisatawan.

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar “Daya tarik wisata adalah segala sesuatu

yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang beranekaragam kekayaan alam, budaya 20 dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan". Tanjung et al (2022). Menurut Soleh, (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi Daya Tarik wisata adalah :

1. Faktor Keindahan
2. Faktor Sunber Atau Objek Wisata
3. Faktor Aksebillitas Transportasi
4. Faktor Sarana Dan Prasarana Objek Wisata

Citra destinasi menurut Kerap et al (2022) Citra destinasi *(destination image)* merupakan keyakinan/ pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Faktor lain agar pengembangan destinasi pariwisata sesuai dengan apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan adalah dengan cara memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Secara umum citra destinasi mempunyai peran penting yang berpengaruh terhadap persepsi individu dalam memilih destinasi wisata Kerap et al (2022).

Citra destinasi (*destination image*) merupakan keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Konsep citra destinasi sebagai ekspresi diri semua pengetahuan obyektif, prasangka, imajinasi dan pikiran emosional seorang individu atau kelompok tentang lokasi tertentu Mahfudhotin & Nurfarida (2020). Citra suatu destinasi merupakan bagian penting untuk dijual pada pemangku kepentingan termasuk wisatawan. Suatu citra tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan dengan persepsi seseorang terhadap suatu objek. Pembentukan citra destinasi

wisata dapat berasal dari iklan, kunjungan ke destinasi wisata, pengalaman yang terbentuk dari destinasi wisata, dan kepuasan atas kunjungan ke destinasi Mahfudhotin & Nurfarida (2020).

Fenomena pada citra destinasi pada wisata Bukit Khayangan adalah aksebilitas lokasi Bukit Khayangan yang menempuh jarak sekitar 30 kilometer dari pusat kota sungai penuh dan memakan waktu kurang lebih 30 menit berkendara. Meskipun masih belum ada transportasi umum yang bisa mengantar pengunjung yang berasal dari kota jambi menuju Bukit Khayangan, wisatawan tetap bisa melakukan kunjungan dengan menggunakan *google maps* untuk mengetahui letak lokasi wisata Bukit khayangan. Selain itu, lingkungan dari objek wisata Bukit Khayangan juga menjadi sorotan utama, karena dapat kita lihat bahwa disekitar bangunan yang ada pada Bukit Khayangan dikelilingi oleh rumput-rumput yang cukup tinggi, yang mebuat lingkungan menjadi kurang baik dan tentunya akan membuat citra destinasi Bukit Khayangan kurang bagus dimata wisatawan.

Citra destinasi Bukit Khayangan adalah destinasi dengan pemandangan laut, dari tempat ini wisatawan bisa menikmati keindahan matahari terbit dan terbenam, tersedia juga fasilitas untuk camping ground. Bukit Khayangan merupakan objek wisata andalan Pemerintah Kota Sungai Penuh yang masih menjadi primadona destinasi yang paling banyak di kunjungi wisatawan. Menurut Kusumawardani, n.d.) salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih citra destinasi wisata adalah kombinasi kompleks dari beragam produk dan atribut yang terasosiasi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap niat kunjungan ulang pada wisata Bukit Khayangan.
2. Bagaimana citra destinasi memiliki pengaruh terhadap niat kunjungan ulang pada wisata Bukit Khayangan.
3. Bagaimana daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap kepuasan pada wisata Bukit Khayangan.
4. Bagaimana citra destinasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pada wisata Bukit Khayangan.
5. Bagaimana kepuasan memiliki pengaruh terhadap niat kunjungan ulang pada wisata Bukit Khayangan.
6. Bagaimana daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap niat kunjungan ulang pada objek wisata Bukit Khayanga.
7. Bagaimana pengaruh kepuasan berperan sebagai variabel intervening antara daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap niat kunjungan ulang pada wisata bukit khanyangan.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap niat kunjungan ulang pada wisata Bukit Khayangan.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap niat kunjungan ulang pada wisata Bukit kHayangan.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pada wisata Bukit Khayangan.

4. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pada wisata Bukit Khayangan.
5. Untuk mengetahui kepuasan terhadap niat kunjungan ulang pada wisata Bukit Khayangan.
6. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap niat kunjungan ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada wisata Bukit Khayangan.
7. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap niat kunjungan ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada wisata Bukit Khayangan

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun mnfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang dalam konteks permasalahan yang berkaitan dengan daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap niat kunjungan ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada objek wisata Bukit Khayangan.
2) Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam mengembangkan wawasan berfikir dan menambah pembendaharaan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran mengenai konsep dan teori daya tarik wisata wisata, citra destinasi dan niat kunjungan ulang.

2. Manfaat Praktis

1) Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran mengenai daya tarik wisata dan citra destinasi pengunjung yang berguna sebagai *referens*i yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian untuk masa yang akan datang.
2) Bagi pembaca, Penelitian ini diharapkan dapat memberi bekal pengetahuan sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas dalam wisata, dimana masih banyak masyarakat yang belum sadar akan pengaruh dari kawasan wisata terhadap kehidupan sosial budaya dan ekonomi.

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
STIE
SAKTI ALAM KERINCI
SUNGAI PENUH