

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN CITRA WISATA  
TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN  
DI PANTAI NGOBARAN GUNUNGKIDUL  
ARTIKEL ILMIAH**

Disiapkan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh :

Nama : Danis Oktavian Narendra  
NIM : 184012  
Jurusan : Pariwisata  
Program Studi : Pariwisata  
Jenjang : Strata-satu / S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**2025**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN CITRA WISATA  
TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG DI PANTAI  
NGOBARAN GUNUNGKIDUL**

Danis Oktavian Narendra

( 184012 )

***ABSTRACT***

*This study analyzed the influence of tourist attractions and destination image on tourists' revisit intentions at Ngobaran Beach, Gunungkidul. This study was motivated by the fact that tourism serves as a source of foreign exchange for the country. Tourism has become a growing necessity for the community, so its management must be carried out appropriately and involve various parties. The study used a quantitative approach, collecting questionnaire data from 96 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression to examine the relationship between the independent variables (tourist attractions and destination image) and the dependent variable (revisit intentions). The results showed that tourist attractions and destination image both partially and simultaneously significantly influenced tourists' revisit intentions. Attraction factors such as unique natural surroundings, facilities, and accessibility significantly contributed to attracting tourists. A positive destination image, such as cleanliness, safety, and service, was also a key factor in driving tourist loyalty. In conclusion, increasing tourist attractions and managing destination image effectively can increase revisit intentions. This study recommends that tourism*

*managers improve facilities, maintain cleanliness, and increase social media-based promotions to strengthen the positive image of Ngobaran Beach. Further research is recommended to explore the influence of other variables, such as promotion and price, on attracting returning tourists.*

**Keywords:** *Tourist Attraction, Tourism Image, Revisit Intention, Ngobaran Beach*

## ABSTRAK

Menganalisis pengaruh daya Tarik wisata dan citra wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Pantai Ngobaran Gunungkidul. Penelitian ini dilatarbelakangi pariwisata sebagai penambah devisa negara. Pariwisata berkembang menjadi kebutuhan bagi masyarakat, sehingga dalam kegiatan pengelolaannya harus dilakukan dengan tepat dan melibatkan berbagai pihak. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data kuisioner kepada 96 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (daya tarik wisata dan citra destinasi) dengan variabel dependen (minat berkunjung ulang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan citra destinasi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan. Faktor daya tarik seperti keunikan alam, fasilitas, dan aksesibilitas memberikan kontribusi besar dalam menarik wisatawan. Citra destinasi yang positif, seperti kebersihan, keamanan, dan pelayanan, juga menjadi faktor utama dalam mendorong loyalitas wisatawan. Kesimpulannya, peningkatan daya tarik wisata dan pengelolaan citra destinasi yang baik dapat meningkatkan minat kunjung ulang. Penelitian ini merekomendasikan pengelola wisata untuk meningkatkan fasilitas, menjaga kebersihan, serta meningkatkan promosi berbasis media sosial guna memperkuat citra positif Pantai Ngobaran. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh variabel lain, seperti promosi dan harga, dalam menarik wisatawan kembali.

**Kata Kunci :** Daya Tarik Wisata, Citra Wisata , Minat Kunjung Ulang, Pantai Ngobaran

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pariwisata telah menjadi keperluan masyarakat, maka pengelolaannya perlu secara tepat dari beberapa sisi. Di lain itu menjadi penyumbang asset finansial Negara. Pengeloan yang tepat nantinya akan memaksimalkan potensi pariwisata yang ada. Oleh karena itu, fokus diberikan pada pengelolaan pariwisata tersebut.

Di setiap provinsi Indonesia terdapat destinasi menarik yang memiliki potensi unik masing-masing. Salah satunya di Gunungkidul Yogyakarta. Setiap daerah tentu memiliki keunikan tradisi yang beragam..

Gunungkidul adalah sebuah kabupaten yang berjarak sekitar 39 km di selatan timur Yogyakarta, dengan kondisi geografis berupa daerah tinggi berupa bukit (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gunungkidul, 2007). Gunungkidul menawarkan jenis tujuan wisata alam berbeda contohnya adalah pantai.

Pantai Ngobaran berada di Kanigoro, Saptosari, Gunungkidul. Pantai ini didominasi oleh *cliff* dan terdapat bangunan pure serta patung-patung. Keberadaan aktivitas pariwisata di Ngobaran berkontribusi terhadap sumber pendapatan asli daerah (PAD). Untuk menjaga hal itu, perlu upaya meningkatkan daya tarik wisatawan..

Ketertarikan pengunjung terhadap tempat wisata berdampak baik dari dalam seperti motivasi pribadi, atau dari luar seperti citra dan daya tarik destinasi (Kusumasondjaja & Tjiptono, 2019). Daya tarik pariwisata adalah

faktor krusial yang memotivasi individu untuk datang ke lokasi tertentu karena adanya nilai khusus dan pengalaman yang disediakan. (Sutapa, 2020). Daya tarik dapat meningkatkan kenikmatan pengunjung yang berdampak pada minat kunjung ulang (Nurjanah & Ramadhani, 2021). Hal ini searah penelitian Pradana et al. (2022) yang menyebutkan bahwa daya pikat mempunyai dampak yang pada ketertarikan untuk kembali berkunjung lokasi wisata.

Citra suatu tempat merupakan elemen yang sangat penting yang membentuk persepsi dan pengalaman wisatawan (Pitana & Diarta, 2020). Citra positif yang terbentuk selama kunjungan dapat meningkatkan loyalitas dan mendorong minat untuk kembali (Rosyidi et al., 2023). Dengan memahami kedua aspek tersebut, Pengelola destinasi mampu menyusun strategi yang sesuai untuk memperkuat kompetisi dan mendorong kunjungan berulang. Pengukuran minat kunjung ulang juga penting dilakukan untuk menilai sejauh mana kepuasan dan persepsi wisatawan berdampak pada loyalitas mereka terhadap destinasi (Widyaningrum & Surya, 2021). Dengan kondisi tersebut, maka diadakan studi ini.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Maka Rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik objek wisata memengaruhi pengunjung kembali ke Pantai Ngobaran ?
2. Apakah citra wisata memengaruhi mengenai kunjung ulang pengunjung ke Pantai Ngobaran?
3. Apakah daya tarik dan citra wisata memengaruhi wisatawan untuk kembali ke Pantai Ngobaran?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui dampak daya tarik wisata kepada pengunjung untuk kembali ke Pantai Ngobaran.
2. Mengetahui dampak citra wisata kepada pengunjung untuk kembali ke Pantai Ngobaran.
3. Mengetahui dampak daya tarik wisata dan citra wisata kepada keputusan pengunjung untuk kembali ke Pantai Ngobaran.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### a. Manfaat Teoritis

Tujuan studi agar menyajikan dan pemahaman tentang pariwisata, khususnya elemen-elemen yang menarik wisatawan dan citra pariwisata yang berdampak pada putusan untuk berkunjung kembali ke pantai Ngobaran..

##### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini agar dapat menyajikan informasi kepada pengurus tempat wisata guna meningkatkan perawatan di Pantai Ngobaran.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Struktur penulisan berisi 5 bab. Bab I merupakan bagian pendahuluan, yaitu terdapat elemen-elemen penelitian, seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Selanjutnya pada bab II memuat kajian literatur, kajian teori dan hipotesis.

Dalam bagian ini, terdapat teori-teori yang menjadi dasar pembahasan secara rinci mengenai definisi pariwisata, pengunjung, atraksi wisata, citra pariwisata, dan ketertarikan untuk mengunjungi kembali.

Bab III mengenai tipe penelitian yang dipakai, tempat dan waktu, populasi dan sampel, instrumen, cara pengambilan data, uji validitas dan reabilitas serta analisis dipakai. Bab IV menguraikan tentang obyek penelitian, karakteristik data penelitian, hasil uji instrumen, hasil analisis deskriptif, hasil uji kelayakan variabel, hasil penelitian dan pembahasan.

Terakhir pada bab V berisi penutup, terdapat konsep-konsep yang menjadi landasan untuk membahas dengan rinci mengenai pengertian pariwisata, wisatawan, daya tarik wisata, citra pariwisata, serta minat untuk kembali berkunjung.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. SIMPULAN**

Variabel daya tarik dan citra memengaruhi pada rasa mengunjungi kembali ke Pantai Ngobaran. Mencerminkan bahwa peningkatan dalam kualitas daya tarik dan persepsi positif terhadap citra destinasi akan berdampak langsung pada stimulasi meningkatnya hasrat pengunjung untuk kembali.

Daya tarik yang dimaksud mencakup keunikan alam, keindahan lanskap, keaslian budaya lokal, serta kenyamanan fasilitas dan aksesibilitas yang tersedia. Semakin kuat elemen-elemen ini ditampilkan, maka semakin tinggi ketertarikan wisatawan untuk kembali. Begitu pula citra wisata yang terbentuk, yang mencerminkan persepsi atau gambaran umum wisatawan mengenai destinasi—apakah dianggap menarik, aman, bersih, ramah, dan berkesan. Citra yang baik akan memberikan kesan yang kuat bagi pengunjung untuk kembali berkunjung.

Hasil pengujian hipotesis menguatkan bahwa pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap minat kunjungan ulang tidak terjadi secara kebetulan, melainkan memiliki signifikansi secara statistik. Meskipun demikian, hasil penelitian ini terdapat faktor-faktor. Faktor-faktor tersebut dapat meliputi harga, promosi, pengalaman pribadi sebelumnya, rekomendasi dari orang lain, atau kondisi eksternal seperti cuaca dan kebijakan pemerintah. Dengan demikian, penting bagi pengelola destinasi Pantai Ngobaran untuk terus mengembangkan

daya tarik wisata baik dari sisi alam maupun budaya, serta membangun dan mempertahankan citra positif destinasi secara konsisten melalui pelayanan yang baik, promosi yang tepat sasaran, dan pengelolaan fasilitas yang berkelanjutan. Pendekatan tersebut diyakini mampu meningkatkan loyalitas wisatawan dan mendorong pertumbuhan kunjungan secara berkelanjutan.

## **B. Saran**

- 1) Daya tarik dan citra memengaruhi ketertarikan wisatawan untuk berkunjung kembali, oleh karena itu perlu menjaga citra dan atraksi wisata agar dapat meningkatkan minat kunjungan.
- 2) Elemen pariwisata lainnya amenities dan aksesibilitas, Perlu diberikan perhatian pada unsur-unsur pariwisata, sehingga harus dilakukan penilaian terhadap kelemahan fasilitas pendukung di Pantai Ngobaran.
- 3) Bagi para peneliti, diharapkan artikel ilmiah ini untuk referensi, namun dengan mengaplikasikan variabel yang berbeda agar dapat menyempurnakan jurnal terkait objek penelitian yaitu Pantai Ngobaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M. D., & Putra, A. R. (2023). Evaluasi asumsi klasik dalam analisis regresi linier: Studi kasus sektor pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Terapan*, 6(3), 145–153.
- Anjani, R., & Suryanto, T. (2022). Pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat menggunakan uji t dalam regresi linier. *Jurnal Ekonomi dan Statistika Terapan*, 10(1), 33–41.
- Fadillah, R. N., & Setyorini, H. (2022). The effect of tourist experience and satisfaction on revisit intention in Yogyakarta. *Journal of Tourism and Hospitality*, 10(1), 45–56.
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja (MIBJ)*, 17(2), 27-40.
- Fauziah, N., & Hidayat, R. (2023). Peran daya tarik wisata dalam membentuk pengalaman dan kepuasan wisatawan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 77–85.
- Hasanah, U., & Pratama, Y. (2021). Diagnosis multikolinearitas dalam regresi berganda: Studi pada data ekonomi mikro. *Jurnal Statistika dan Ekonomika*, 5(1), 33–41.
- Hidayat, R., & Putri, A. S. (2023). Konsep dan karakteristik wisatawan dalam pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 8(1), 45–53.
- Kusumasondjaja, S., & Tjiptono, F. (2019). *Marketing and Consumer Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, N. D., & Nugroho, A. S. (2022). Efektivitas penggunaan rumus Slovin dalam penentuan sampel populasi besar. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 4(2), 102–110.
- Maulana, R., & Rahayu, S. (2023). Penggunaan uji Kolmogorov-Smirnov dalam pengujian normalitas data penelitian sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Statistika*, 5(2), 77–85.

- Maulida, R. S., & Yulian, D. (2022). Analisis koefisien determinasi dalam model regresi linier berganda: Studi pada sektor pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Statistika Indonesia*, 6(2), 78–85
- Maulidina, N., & Haryanto, J. O. (2023). Purchase intention and destination loyalty: The mediating role of satisfaction. *Indonesian Journal of Marketing Science*, 8(2), 101–112.
- Muharto. (2020). *Pariwisata Berkelanjutan: Kombinasi Strategi dan Paradigma Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurjanah, R., & Ramadhani, M. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 120–130.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2020). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pradana, G. A. P., Suardana, I. K., & Yasa, I. N. P. (2022). The Influence of Destination Attractiveness and Tourist Satisfaction on Revisit Intention. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 10(1), 35–44.
- Prasetya, A., & Dewi, M. N. (2023). Interpretasi nilai R-square dalam penelitian sosial. *Jurnal Penelitian Kuantitatif*, 5(1), 41–50
- Prasetyo, R., & Lestari, D. (2021). Analisis perilaku wisatawan domestik di era digital. *Jurnal Kajian Kepariwisata Indonesia*, 6(2), 98–107.
- Pratminingsih, S. A., & Setyorini, H. (2021). The impact of destination image on tourist loyalty: Evidence from Bandung. *Journal of Tourism Destinations and Attractions*, 3(1), 12–25.
- Putra, I. M. A., Suardana, K., & Mahadewi, A. A. (2023). Influence of destination image on tourist satisfaction and revisit intention. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(2), 45–59
- Putri, A. N., & Yulianto, H. (2021). Analisis distribusi data dan implikasinya dalam model regresi. *Jurnal Riset Ekonomi dan Statistik*, 8(3), 112–119.

- Puspita, A. D., & Wijaya, Y. P. (2023). Exploring behavioral intention to revisit using recommendation, repurchase, and willingness to pay more. *Tourism Economics and Behavior Studies*, 5(2), 77–91.
- Puspitasari, D., & Nugroho, B. A. (2022). Analisis asumsi klasik pada regresi linier berganda dalam penelitian ekonomi. *Jurnal Ekonometrika dan Statistika*, 6(1), 34–42.
- Putra, A. R., & Sari, D. W. (2022). Desain penelitian asosiatif kausal dalam kajian pariwisata. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 101–110.
- Rachmawati, S., & Prasetyo, A. (2021). Evaluasi uji heteroskedastisitas dalam penelitian sosial menggunakan pendekatan statistik inferensial. *Jurnal Penelitian Sosial dan Humaniora*, 8(3), 112–120
- Ramadhan, A., & Fitriyani, S. (2022). Klasifikasi daya tarik wisata dalam pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Pariwisata dan Budaya*, 5(1), 22–30.
- Ramadhani, F., & Yusuf, M. I. (2022). Klasifikasi wisatawan berdasarkan tujuan dan perilaku kunjungan. *Jurnal Ilmu Pariwisata dan Perjalanan*, 4(3), 112–120.
- Ramdani, M. R., & Fitriani, A. (2021). Dasar-dasar metode penelitian untuk mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, 15(1), 45–53
- Ramdhan, A., & Lestari, D. (2022). Analisis multikolinearitas menggunakan korelasi dan VIF dalam penelitian sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(2), 91–100.
- Rosyidi, R., Zainuddin, M., & Lestari, R. (2023). The Role of Destination Image in Developing Tourist Loyalty: A Case Study in Urban Heritage Sites. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(1), 12–20.
- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Lembaran Negara RI Tahun 2009. Sekretariat Negara. Jakarta.

- Saputra, R. Y., & Dewi, N. P. (2022). The role of affective and cognitive images in forming destination loyalty. *Tourism and Hospitality Journal*, 6(3), 103–117.
- Sulistiyafani, A. & Sastrawan, I. G. A. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Pandawa, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1).
- Suryanto, T., Nurlaili, N., & Yuliani, D. (2021). The role of destination image and tourist satisfaction on revisit intention: A study on ecotourism destinations. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(1), 22–34.
- Sutapa, I. K. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 14(1), 45–52.
- Sutrisno, T., & Hidayati, A. (2022). Uji asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda. *Jurnal Statistika dan Analisis Data*, 4(1), 55–63.
- Syamsu, N. M. (2018) .Study Kelayakan Air Terjun Nggembur Sebagai Destinasi Wisata Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Jatimulyo Kecamatan Girimulyo Kabupaten Kulonprogo Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata*, 12(3), 71.
- Wahyuni, S., & Susanto, D. (2023). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian sosial: Studi kasus metode purposive sampling. *Jurnal Penelitian Sosial Humaniora*, 12(2), 88–97.
- Waruwu, R.D.S. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan (Studi Kasus Kawasan Pantai Sanur). *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis*, 1(9), 2395 -2405.
- Wibowo, M. A., & Hartati, N. D. (2023). Pendekatan kuantitatif dalam penelitian pariwisata: Teori dan aplikasi. *Jurnal Metodologi Penelitian Terapan*, 5(1), 55–63
- Widjiyanto, T. (2017) Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Widyaningrum, R., & Surya, I. B. (2021). Minat Kunjung Ulang Sebagai Indikator Loyalitas Wisatawan: Tinjauan dari Citra dan Kepuasan Destinasi. *Tourism and Hospitality Studies*, 3(2), 67–76.
- Wijaya, R., & Lestari, N. D. (2023). Penerapan uji Glejser dalam mendeteksi heteroskedastisitas pada model regresi pariwisata. *Jurnal Statistika Terapan*, 5(2), 89–97.
- Widodo, A., & Pratiwi, N. D. (2023). Analisis regresi linear berganda: Studi kasus pada sektor pariwisata. *Jurnal Statistika dan Penelitian Sosial*, 7(2), 88–96.
- Yuliani, E., & Mulyadi, R. (2021). Cognitive and affective image of tourism destinations: Impact on tourist behavior. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 88–99