

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan bidang pariwisata pada era globalisasi ini sangatlah pesat. Pariwisata yakni salah satu sumber devisa negara yang sangat berpotensi memiliki dampak besar dalam perekonomian Indonesia. Seruan dalam Islam untuk melakukan perjalanan pariwisata mencakup lebih dari sekadar tujuan-tujuan yang umumnya dipersepsikan dalam industri pariwisata saat ini. Konsep seperti hijrah, haji, ziarah, perdagangan, dan pencarian ilmu pengetahuan merupakan dorongan dalam Islam untuk mendorong umatnya menjalani perjalanan. Kemajuan dalam teknologi, komunikasi, dan transportasi telah mempermudah akses dalam hal perjalanan wisata. Dengan demikian, kegiatan perjalanan wisata memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan suatu masyarakat atau bangsa.¹

Indonesia memiliki banyak potensi wisata alam dan budaya yang menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu penghasil devisa negara. Berbagai destinasi wisata di Indonesia telah dikenal tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di manca negara.² Salah satu pulau di Indonesia yang memiliki banyak keanekaragaman budaya dan potensi wisata yang sangat menarik adalah pulau Jawa. Tempat strategis untuk di kunjungi wisatawan yang terletak tepat di tengah pulau Jawa merupakan Jawa Tengah. Jawa Tengah memiliki beberapa kota yang kaya akan wisatanya, salah satunya adalah Kabupaten Jepara. Jepara sebagai salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang cukup kaya akan produk wisata dengan daya tariknya yang khusus yang bisa dikembangkan menjadi wisata yang mampu menjadi daya tarik wisatawan baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Jepara adalah salah satu daerah tujuan wisata, baik wisata alam maupun wisata sejarah, Jepara dengan daya tarik pantainya dan sejarahnya sebagai tanah kelahiran RA Kartini, pahlawan emansipasi wanita, menjadikan Jepara banyak dikunjungi wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Banyaknya pengunjung objek wisata di Kabupaten Jepara pada tahun 2021 tercatat sebanyak 289.459 pengunjung yang mayoritas adalah

¹ Johar Arifin, "Wawasan Al-Quran Dan Sunnah Tentang Pariwisata" 4, no. 2 (2015): 152.

² Andes Rahmat Fajrin, Gatot Wijayanto, and Sri Endang Kornita, "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar," *Jurnal Ekonomi KIAT* 32, no. 1 (July 26, 2021): 40, [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406).

wisatawan nusantara yaitu sebanyak 289.409 orang, sedangkan wisatawan mancanegara hanya sebanyak 50 orang.³ Pada tahun 2022 tercatat sebanyak 1.792.581 pengunjung yang mayoritas adalah wisatawan nusantara yaitu sebanyak 1.787.208 orang, sedangkan wisatawan mancanegara hanya sebanyak 5.310 orang.⁴

Salah satu objek wisata di Jepara yang selain sebagai tempat healing juga sebagai edukasi bagi peminat dan pengunjungnya. Wisata tersebut yakni Museum R.A.Kartini. Museum R.A.Kartini ini terletak di pusat kota atau tepatnya di sebelah utara alun-alun Kabupaten Jepara. Museum R.A.Kartini termasuk jenis museum yang umum dan sekaligus sebagai objek wisata sejarah dan edukasi yang dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara.

Menurut Data Obyek Daya Tarik Wisata dari Disparbud Jepara Daya tarik pada museum kartini ini dari pengelolannya dan sejarahnya yakni museum R.A Kartini termasuk jenis museum umum dan sekaligus sebagai objek wisata sejarah yang dikelola oleh Dinas Pariwisata dan kebudayaan kabupaten Jepara. Museum ini dibuka setiap harinya dan sering dikunjungi para wisatawan baik mancanegara (wisman) maupun nusantara (wisnus). Dengan tujuan didirikannya museum ini untuk mengabadikan jasa-jasa perjuangan RA Kartini dengan cara mendokumentasikan, memamerkan, dan memvisualkan benda-benda bersejarah peninggalan kakak kandungnya serta benda warisan budaya lainnya yang banyak ditemukan di daerah kabupaten jepara.⁵

³ BPS Jepara, “*Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara Tahun 2022*” (3320.2229, 2022), 13, Jepara, file:///C:/Users/user/Downloads/Statistik%20Daerah%20Kabupaten%20Jepara%202022.pdf.

⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara BPS Jepara and Percetakan Sinar Saluyu, “*Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara Tahun 2023*,” 33200.2330 Volume 12, 2023 (n.d.): 23.

⁵ Disparbud Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, “Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Jepara tahun 2020, <https://disparbud.jepara.go.id/wp-content/uploads/sites/72/2020/02/Data-Obyek-Wisata-dikonversi.pdf>,” 2020, n.d.

Gambar 1. 1
Objek Wisata Museum RA Kartini Jepara



Museum RA Kartini dibangun untuk mengenang jasa dan pengabdian tokoh emansipasi wanita Indonesia “R.A Kartini”, museum RA Kartini didirikan pada tanggal 30 Maret 1975 pada masa pemerintahan Bupati Soewarno Djojomardowo,SH, sedangkan peresmian Museum RA Kartini ini dilakukan pada tanggal 21 April 1977 oleh Bupati KDH Tingkat II Jepara, Soedikto, SH.

Museum RA Kartini dibangun diatas tanah seluas 5.210 m² dengan luas bangunan 890 m². Museum ini terdiri atas 3 gedung, dan jika dilihat dari atas, gedung-gedung tersebut berbentuk huruf K,T,N dimana merupakan singkatan dari “Kartini”. Kurang lebih tahun 2016-2018 Museum RA Kartini merenovasi bangunan dan menambah beberapa ornamen pada bangunan luar dan dalamnya agar menambah daya tarik dan kenyamanan bagi pengunjung museum. Renovasi Museum RA Kartini juga meliputi penyediaan ruang aula, mushola, toilet, warung, dan tempat parkir yang memadai. Dengan begitu, objek tersebut memiliki potensi untuk dikembangkan. Untuk menjadikan Museum RA Kartini sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Jepara sehingga terus berupaya untuk menarik lebih banyak wisatawan ke destinasi wisata ini sekaligus menarik pengunjung untuk mengunjungi kembali.

Niat mengunjungi kembali wisatawan di definisikan sebagai kemungkinan seorang wisatawan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi atau terlibat dalam suatu aktivitas lagi. Mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali dianggap sebagai cara efektif untuk memastikan pembangunan berkelanjutan di destinasi tersebut. Hal ini menekankan bahwa pentingnya mengukur minat kembali

untuk mengeksplorasi pilihan objek wisata atau aktivitas wisatawan⁶. Zeithlam et al juga menekankan bahwa mengukur minat kembali atau *future intention* pelanggan sangat penting untuk memahami apakah mereka akan tetap setia atau beralih dari suatu produk atau layanan.⁷ Minat kunjungan wisatawan ke suatu destinasi dapat dipengaruhi beberapa faktor yakni kemudahan dalam mendapatkan informasi, mengenai objek wisata tersebut, promosi, aksesibilitas, hingga harga dan juga fasilitas.⁸

Keputusan berkunjung kembali wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya dipengaruhi oleh daya tarik wisata. Menurut Undang-undang Kepariwisata nomor 10 tahun 2009 daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menawarkan keunikan, keindahan, dan nilai, termasuk keanekaragaman alam, budaya, dan warisan manusia, yang menjadi tujuan atau sasaran kunjungan wisatawan.⁹ Daya tarik suatu destinasi wisata dapat menjadi keunggulan kompetitif dengan destinasi wisata lainnya. Karena daya tariknya mampu mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata sekaligus menarik minat pengunjung untuk mengunjungi kembali.¹⁰

Selain daya tarik wisata, faktor promosi mempengaruhi berkunjung karena promosi destinasi wisata yang optimal akan memperluas pasar dalam mengenal suatu destinasi wisata dengan baik.¹¹ Menurut Kotler, promosi melibatkan semua aspek dan kombinasi dari aktivitas pemasaran, dengan fokus utamanya pada penyampaian komunikasi. Promosi didefinisikan sebagai cara komunikasi yang ditujukan kepada pasar sasaran mengenai produk yang ditawarkan.¹² Saat ini penting bagi museum untuk

⁶ Jie Ren et al., “Why Return? Birdwatching Tourists’ Revisit Intentions Based on Structural Equation Modelling,” *Sustainability* 14, no. 21 (November 7, 2022): 4, <https://doi.org/10.3390/su142114632>.

⁷ Bellinda Sofia Nuraeni, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungi Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang” 23, no. 1 (2014): 4.

⁸ Bety Noftaruli Edi Winata, “Pengaruh Harga Tiket Masuk Dan Publisitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Tjong A Fie Mansion” (Vol. 3, No. 2, pp. 90-98, Mei 2021, e-ISSN 2685-631X, Mei 2021), 90, <http://journals.synthesispublishation.org/index.php/>.

⁹ “Republik Indonesia, Undang-Undang-Nomor-10-Tahun-2009-Tentang-Kepariwisata.Pdf, Salinan, Hlm 3,” n.d.

¹⁰ Hary Hermawan, Santosa, and Nikasius Jonet Sinangjoyo, “The Significance of Tourism Attraction and Social Media Promotion on The Interest of Return Visit,” preprint (Open Science Framework, April 1, 2022), 63, <https://doi.org/10.31219/osf.io/q5npu>.

¹¹ Hermawan, Santosa, and Sinangjoyo, 64.

¹² Alit Miastita, Tamriatin Hidayah, and Hayatul Maspufah, “Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat

meningkatkan minat kunjungan masyarakat melalui unggahan informasi dan aktivitas promosi di media sosialnya.¹³ Dengan promosi mampu menarik minat pengunjung untuk tertarik mengunjungi destinasi tersebut.

Selain daya tarik dan promosinya, pengaruh minat berkunjung kembali yakni fasilitas. Fasilitas dalam konteks pariwisata adalah layanan yang disediakan oleh objek wisata untuk mendukung aktivitas wisatawan yang datang. Jika sebuah objek wisata memiliki fasilitas yang memadai dan memenuhi standar pelayanan, serta mampu memuaskan pengunjung, maka hal tersebut dapat meningkatkan daya tariknya dan mendorong kunjungan ulang dari pengunjung sebelumnya serta menarik minat lebih banyak wisatawan lagi.¹⁴

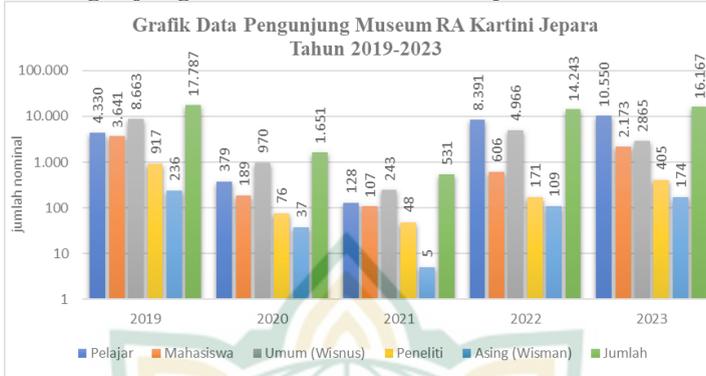
Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan minat kunjungan pada objek wisata yakni faktor atraksi, faktor keamanan, faktor harga, faktor politik, faktor teknologi, faktor fasilitas, faktor promosi, dan faktor efisiensi waktu. Membangun minat kunjungan memang menjadi tantangan karena preferensi berkunjung merupakan hal yang sangat individual bagi setiap konsumen, yang dapat tercermin dari variasi jumlah pengunjung di objek wisata Museum RA Kartini Jepara yang mengalami fluktuasi peningkatan dan penurunan pada setiap tahunnya yang dapat dilihat pada grafik berikut:

Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo,” . . Juni 4, no. 1 (2023): 52.

¹³ Pertamina University, Indonesia et al., “*Tourism in Digital Era: The Influence of Digital Marketing on the Intention to Visit Museum*,” *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 37, no. 3 (September 30, 2021): 275, <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3703-16>.

¹⁴ Rahmat Fajrin, Wijayanto, and Kornita, “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar,” 42.

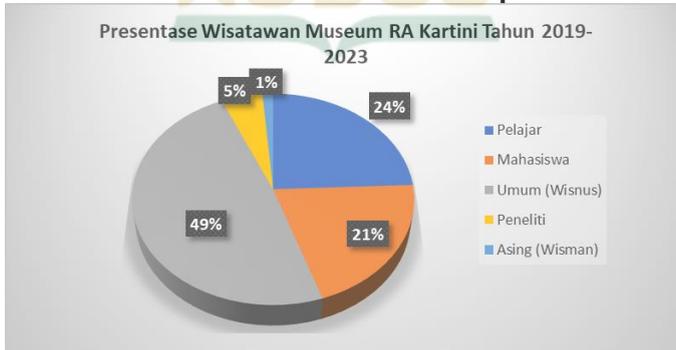
Gambar 1. 2
Grafik Pengunjung Museum RA Kartini Jepara Tahun 2019-2023



Sumber: Pengelola objek wisata Museum Ra Kartini Jepara

Jumlah pengunjung yang datang pada objek wisata museum kartini ini mengalami fluktuasi peningkatan dan penurunan seperti dapat dilihat pada grafik diatas. tercatat pada tabel data pengunjung Museum Kartini pada tabel diatas mengalami jumlah pengunjung tidak sesuai dengan harapan dan sepi pengunjung pada tahun 2019 hingga tahun 2021 yang menurun sangat pesat. Menurut Ibu Heni selaku pemandu museum RA Kartini, penurunan mulai pada tahun 2019 hingga 2021 terjadi karena masa pandemi. Setelah pandemi yang seharusnya meningkat, namun pada tahun 2022 dan 2023 mengalami perbedaan penurunan dari tahun sebelumnya yakni tahun 2019. Selain itu, pihak pengelola museum masih kurang proaktif dalam menarik minat pengunjung melalui media sosialnya.¹⁵

Gambar 1. 3
Presentase Wisatawan Museum RA Kartini Jepara Tahun 2019-2023



¹⁵ Heny, wawancara oleh penulis, Desember 2023.

Sumber: Pengelola objek wisata Museum RA Kartini Jepara

Dalam grafik diatas mewakili presentase pengunjung Museum RA Kartini dari tahun 2019 hingga 2023. tercatat bahwa mayoritas pengunjung sebanyak 49% dari kalangan umum(wisnus). Hal ini menunjukkan daya tarik museum ini di kalangan masyarakat luas. Kemudian dari kalangan mahasiswa dengan presentase 21% dari total pengunjung. Dari kalangan pelajar dengan presentase 24% menunjukkan partisipasi yang cukup kuat dari kalangan pendidikan. Kemudian tercatat dari kalangan wisatawan asing atau wisman menunjukkan bahwa Museum RA Kartini memiliki daya tarik internasional yang cukup terbatas. Dan kemudian dari kalangan peneliti dengan presentasi 5% menunjukkan ketertarikan dari kalangan akademisi atau peneliti terhadap informasi yang tersedia di Museum RA Kartini. Dengan demikian, grafik tersebut memberikan gambaran yang kaya dan beragam tentang asal-usul pengunjung Museum RA Kartini selama lima tahun terakhir dari tahun 2019 hingga 2023 yang dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi pemasaran dan meningkan fasilitas sesuai dengan tren kunjungan yang terindetifikasi.

Selain itu jumlah pengunjung yang datang ke Museum RA Kartini pada tahun 2023 mengalami fluktuasi peningkatan serta penurunan yang tidak stabil. Fenomena tersebut dapat dilihat pada grafik dibawah ini:

Gambar 1. 4
Grafik Pengunjung Museum RA Kartini Tahun 2023



Sumber: Pengelola Objek Wisata Museum RA Kartini Jepara

Menurut Bapak Subriyanto selaku pemandu Museum RA Kartini, jumlah pengunjung mengalami penurunan pada bulan April 2023 disebabkan menjelang bulan Ramadhan, dan pada bulan Juli 2023 disebabkan karena pergantian ajaran baru pada pendidikan. Namun penurunan tersebut terjadi pada bulan Januari, April, dan November. Peningkatan pesat terjadi pada bulan Mei, Juni, serta Desember. Museum R.A.Kartini juga mempromosikan objek wisata tersebut melalui event-event tertentu dan sejak tahun 2019 mulai promosi melalui media sosial seperti instagram, tiktok, facebook, twitter, dan youtube . Akan tetapi pengelola objek Museum RA Kartini kurang konsisten dalam mempromosikan lewat unggahnya. Terlihat di postingan facebook yang terakhir diunggah pada tahun 2022. Maka dari itu setiap bulannya mengalami peningkatan jumlah minat pengunjung serta penurunan pada bulan-bulan tertentu.¹⁶

Selain berupa promosi, saat ini fasilitas pada Museum RA Kartini sudah banyak berubah semenjak direnovasi sehingga sangat nyaman untuk tamu datang mengunjunginya. Fasilitas dapat mempengaruhi wisatawan berkunjung kembali. Karena seiring berkembangnya zaman, Museum R.A.Kartini ini juga mengembangkan fasilitasnya yang dimana agar menambah daya tarik dan kenyamanan pada minat pengunjung. Fasilitas pada museum RA Kartini saat ini mulai berkembang. Salah satu fasilitas baru pada museum kartini yakni Paseban yang dapat dimanfaatkan pengunjung sebagai tempat istirahat, tempat transit, perlombaan, dll.¹⁷ Dengan kondisi tersebut, objek ini memiliki potensi untuk dikembangkan dan menjadi destinasi wisata unggul di Jepara yang selain berwisata juga menambah wawasan. Museum ini lebih berupaya untuk menarik untuk lebih banyak wisatawan ke destinasi wisata sekaligus menarik pengunjung kembali. Akan tetapi gap fenomena pada Museum RA Kartini ini mengalami jumlah kunjungan yang fluktuatif peningkatan dan penurunan pada tahun 2019 hingga 2023 serta fluktuatif peningkatan dan penurunan pada bulan-bulan tertentu di tahun 2023 Museum R.A.Kartini pada tahun 2023.

Untuk mendukung penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan hasil yang berbeda-beda. Terdapat tabel research gap dibawah ini:

¹⁶ Subriyanto, wawancara oleh penulis, Desember 2023.

¹⁷ Rahmat Fajrin, Wijayanto, and Kornita, "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar," 42.

Tabel 1. 1
Reseach Gap

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Dahmiri, sylvia Kartika, Wulan Bhayangkari, Firmansyah p-ISSN: 2252-8636 e-ISSN: 2685-9424(2022) ¹⁸	Pengaruh Promosi, Daya Tarik, Promosi Visual, Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali	Hasil penelitian ini bahwa 1.Promosi visual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung 2.Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung 3.Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung
Andes Rahmat Fajrin, Gatot Wijayanto, Sri Endang Kornita p-ISSN 1410-3834 e-ISSN 2597-7393 (2021)	Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan Xiii Koto Kampar Kabupaten Kampar	Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali
Hary Hermawann, Santosa, Anita Wijayanti, Chansa Novia Nurfitriana, Arif Dwi Saputra, Nikasius Jonet Sinangjoyo	<i>The Significance Of Torism Attraction And Social Media Promotion On The Interest Of Return Visit</i>	Daya tarik wisata dan promosi media sosial secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

¹⁸ Dahmiri Dahmiri and Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari, “Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Candi Muaro Jambi,” *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 11, no. 04 (December 10, 2022): 1069–79, <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21858>.

p-ISSN: 2183-0800 (2022) ¹⁹		Namun hasil pengujian secara parsial bahwa promosi media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali
Putri Izzatul Islam, Fania Mutiara Safitri p-ISSN 2776-7434 (2023) ²⁰	Pengaruh <i>Attraction, Accesibility, Amenity, Ancillary</i> Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara	Daya tarik berpengaruh terhadap minat kunjung ulang peziarah di makam syekh Abu Bakar Jepara, Ame tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang peziarah di makam syekh Abu Bakar Jepara
Gloria Angelica dan Imam Ardiansyah E-ISSN 2655-965X, ISSN: 2655-965X (2023) ²¹	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap <i>Revisit Intention</i> di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta	1. Daya tarik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung kembali 2. Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung kembali
Tengku Putri Lindung Bulan, M. Lutfi Azmi	Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat	Hasil penelitian ini yakni Variabel promosi

¹⁹ Hermawan, Santosa, and Sinangjoyo, “*The Significance of Tourism Attraction and Social Media Promotion on The Interest of Return Visit*,” 60–83.

²⁰ Putri Izzatul Islam and Fania Mutiara Savitri, “*Pengaruh Attraction, Accesibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara*,” *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 3, no. 1 (May 29, 2023): 67–83, <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v3i1.7439>.

²¹ Gloria Angelica, “*Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta*,” n.d., 125–32.

<p>P-ISSN : 2252-844X E-ISSN : 2615-1316 (2019)²²</p>	<p>Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa</p>	<p>menunjukkan pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung kembali</p>
<p>Julita Netri Vurwanda, Eti Arini ISSN: : 2807- 2405 e-ISSN : 2807-212X (2023)²³</p>	<p><i>The Effect of Marketing Mix Strategy on Interest in Returning to Tourism Objects Sekunyt Beach, South Bengkulu Regency</i></p>	<p>Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung</p>

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari dan Firmansyah yang membahas mengenai pengaruh promosi bahwa daya tarik, promosi visual, dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali mempunyai pengaruh positif dan signifikan.²⁴ Namun ada penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Andes Rahmat Fajrin melakukan penelitian dengan 2 variabel dependen yang tidak fokus dengan satu variabel dependen yakni minat kunjungan kembali.²⁵

Berdasarkan penelitian terdahulu yang membahas pengaruh daya tarik terhadap minat kunjungan kembali yang dilakukan oleh Hary Hermawan, Santosa, Anita Wijayanti, Chasna Novia, Arif Dwi Saputra, Nikasius Jonet Signangjoyo yang menunjukkan hasil berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali.²⁶ Hasil tersebut diperkuat dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh

²² Tengku Putri Lindung Bulan and M. Lutfi Azmi, “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa,” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8, no. 3 (June 12, 2020): 313–25, <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.2326>.

²³ Julita Netri Vurwanda and Eti Arini, “*The Effect of Marketing Mix Strategy on Interest in Returning to Tourism Objects Sekunyt Beach, South Bengkulu Regency*,” n.d., 275–86.

²⁴ Dahmiri and Bhayangkari, “Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Candi Muaro Jambi,” 1076.

²⁵ Rahmat Fajrin, Wijayanto, and Kornita, “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar,” 45.

²⁶ Hermawan, Santosa, and Sinangjoyo, “*The Significance of Tourism Attraction and Social Media Promotion on The Interest of Return Visit*,” 80.

Putri Izzatul Islam dan Fania Mutiara Savitri mengenai pengaruh daya tarik terhadap minat kunjungan kembali juga menunjukkan hasil bahwa daya tarik berpengaruh positif terhadap minat kunjungan kembali wisatawan.²⁷ Namun hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian tentang pengaruh daya tarik terhadap minat kunjungan ulang yang dilakukan oleh Gloria Angelica dan Imam Ardiansyah menunjukkan hasil bahwa daya tarik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan kembali.²⁸

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai promosi terhadap minat kunjungan kembali yang dilakukan oleh Tengku Putri Lingdung Bulan dan M. Luthfi Azmi menunjukkan hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali.²⁹ Hasil tersebut diperkuat dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Julita Netri Vurwanda dan Eti Arini menunjukkan hasil bahwa promosi berpengaruh dan signifikan terhadap minat kunjungan kembali.³⁰ Namun hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian tentang pengaruh promosi terhadap minat kunjungan kembali yang dilakukan oleh Hary Hermawan, Santosa, Anita Wijayanti, Chasna Novia, Arif Dwi Saputra, dan Nikasius Jonet Sinangjoyo yang menunjukkan hasil bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali karena promosi tidak mampu meningkatkan minat kunjungan kembali.³¹

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh fasilitas terhadap minat kunjungan kembali yang telah dilakukan oleh silvy Kartika Wulan Bhayangkari dan Firmansyah menunjukkan hasil bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan kembali.³² Hasil penelitian tersebut diperkuat oleh penelitian lainnya yang dilakukan oleh Andes Rahmat Fajrin, Gatot Wijayanto, dan Sri Endng Kornita yang menunjukkan hasil bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap

²⁷ Islam and Savitri, "Pengaruh *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara," 80.

²⁸ Angelica, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap *Revisit Intention* di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta," 130.

²⁹ Bulan and M. Lutfi Azmi, "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa," 323.

³⁰ Vurwanda and Arini, "*The Effect of Marketing Mix Strategy on Interest in Returning to Tourism Objects Sekunyit Beach, South Bengkulu Regency*," 284.

³¹ Hermawan, Santosa, and Sinangjoyo, "*The Significance of Tourism Attraction and Social Media Promotion on The Interest of Return Visit*," 80.

³² Dahmiri and Bhayangkari, "Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Candi Muaro Jambi," 1076.

minat kunjung kembali. Namun hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian lainnya tentang pengaruh fasilitas terhadap minat kunjungan kembali yang dilakukan oleh Putri Izzatul Islam dan Fania Mutiara Savitri yang menunjukkan hasil bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan karena tidak ada hubungannya fasilitas dengan minat kunjungan kembali.³³

Untuk membedakan dan memunculkan research gap penelitian maka dalam hal ini peneliti memodifikasi dengan menggunakan teori TPB (*Theory Planned Behaviour*) dan hanya fokus pada satu variabel saja yakni minat berkunjung kembali.

Berdasarkan fenomena yang ada di Museum RA Kartini Jepara, peneliti ingin melakukan penelitian terhadap objek wisata Museum R.A.Kartini dengan alasan untuk dapat mengetahui, memahami, dan mengukur pengaruh minat kunjungan kembali wisatawan dengan indikator daya tarik, promosi, dan fasilitas sebagai pengaruhnya terhadap minat kunjung kembali. Mencermati fenomena tersebut, maka peneliti tertarik dengan hal-hal tersebut dan melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan (Studi Pada Museum RA Kartini Jepara)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diperoleh permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah daya tarik berpengaruh terhadap minat kunjungan kembali wisatawan?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat kunjungan kembali wisatawan?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjungan kembali wisatawan?
4. Apakah daya tarik, promosi, dan fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjungan kembali wisatawan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik terhadap minat kunjungan kembali wisatawan

³³ Islam and Savitri, “Pengaruh *Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary* Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara,” 81.

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat kunjungan kembali wisatawan
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat kunjungan kembali wisatawan
4. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik, promosi, dan fasilitas terhadap minat kunjungan kembali wisatawan

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak yakni :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai bahan informasi ilmiah bagi akademisis dan perguruan tinggi, yang selanjutnya dapat dijadikan bahan kajian awal untuk mendorong adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam.
 - b. Sebagai referensi tentang komponen-komponen yang berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali obyek wisata Museum RA Kartini Jepara.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai pemenuhan salah satu syarat akademik bagi peneliti untuk menyelesaikan studi pada program studi manajemen bisnis syariah institusi agama islam negeri kudus.
 - b. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada dinas pariwisata dan pengelola Museum RA Kartini Jepara mengenai pengaruh daya tarik, promosi, dan fasilitas terhadap minat kunjungan kembali obyek wisata museum RA Kartini Jepara.
 - c. Sebagai bahan dan informasi bagi pengelola obyek wisata museum RA Kartini Jepara dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi diperlukan adanya sistematika penulisan yang baik dan benar. Sistematika dalam penulisan skripsi ini akan menjelaskan mengenai kerangka penulisan yang merupakan suatu konsep mendasar dalam pembahasan-pembahasan berikutnya. Sistematika dalam penelitian tugas akhir ini, disusun sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian awal ini berisi halaman sampul (cover), halaman nota persetujuan pembimbing, pernyataan keaslian skripsi, motto,

persembahan, kata pengantar, pedoman transliterasi arab-latin, abstrak, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian isi

Bagian isi ini terdiri dari beberapa bab, yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi deskripsi teori setiap variabel, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, waktu, dan tempat penelitian dan prosedur analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran obyek dan subyek penelitian dan juga analisis dari hasil pengelolaan data dan pembahasan mengenai model daya tarik, promosi, dan fasilitas terhadap minat kunjungan kembali wisatawan Museum R.A.Kartini Jepara.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dan saran dari hasil rumusan masalah.

3. Bagian akhir

Pada bagian akhir berisikan mengenai daftar pustaka yang digunakan penulisan sebagai bahan referensi dalam penelitian pada skripsi ini. Dan berisikan mengenai lampiran-lampiran yang mendukung dari penelitian.