



## **Pengaruh *Place Attachment* Terhadap *Revisit intention* di Daya Tarik Wisata Gunung Padang, Sumatera barat**

### Abstrak

**\*Suci Herliza**

 <https://orcid.org> Universitas Negeri Padang Departemen Pariwisata dan Perhotelan  
[sucisherlizza20@gmail.com](mailto:sucisherlizza20@gmail.com)

**\*Feri Ferdian**

 <https://orcid.org> Universitas Negeri Padang  
[feri\\_ferdian@fpp.unp.ac.id](mailto:feri_ferdian@fpp.unp.ac.id)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Place Attachment terhadap revisit intention di Gunung Padang, Sumatera Barat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana place attachment mempengaruhi revisit intention ke Gunung Padang, salah satu lokasi wisata populer di Sumatera Barat.. Penelitian ini termasuk kepada analisis deskriptif kuantitatif yang bersifat asosiatif kausal dengan uji kuesioner atau angket. Jenis yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Orang yang pernah mengunjungi Gunung Padang adalah populasinya. Purposive sampling dengan metode sampel non-probabilitas, digunakan dalam sampel. Besar sampel yang digunakan adalah 100 responden. Menggunakan kuesioner skala Likert yang diuji validitas dan reliabilitasnya. SPSS 23.00 digunakan untuk mengolah data penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel place attachment masuk dalam kategori cukup baik, dengan total sebesar 57,28% nilai tingkat capaian responden, dan variabel revisit intention masuk dalam kategori sama, dengan total sebesar 61,34 nilai tingkat capaian responden. Hasil uji regresi linier sederhana diperoleh nilai F sebesar 110,331 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . dan nilai t yang diperoleh sebesar 10,504 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya variabel X menjelaskan variabel Y secara signifikan. Jadi variabel place attachment berhubungan dengan revisit intention, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai F sebesar 110,331 yang berarti setiap kenaikan 1 tempat attachment (X) maka akan terjadi peningkatan niat berkunjung kembali (Y) sebesar 1,043 satuan.

## **PENDAHULUAN**

Kota Padang merupakan kota dengan pantai terbesar di pesisir barat Sumatera. Terdapat pantai di Kota Padang yang luasnya 68.126 km, dan hamparan Bukit Barisan yang luasnya 486.209 km<sup>2</sup> (termasuk sungai). Oleh karena itu, Kota Padang memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dimanfaatkan untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata. Saat ini Gunung Padang, Wisata Sejarah (Jembatan Siti Nurbaya), Wisata Alam (Pantai Padang dan Pantai Air Manis), dan Wisata Bahari (Pantai Padang) sedang dikembangkan sebagai destinasi wisata.

Salah satu tempat wisata alam kota Padang yang sedang dikembangkan adalah Gunung Padang. Terletak di sisi selatan Muara Batang Arau, Gunung Padang merupakan sebuah bukit kecil yang menjulang setinggi 80 meter di atas permukaan laut. Merupakan bagian dari Komunitas Kecamatan Padang Selatan di Kota Padang. Bukit tersebut diberi nama Gunung Padang karena dianggap sebagai titik tertinggi di Indonesia yang berada di sekitar Pusat Kota Padang. Salah satu tujuan daya tarik wisata adalah Gunung Padang yang menggabungkan antara panorama indah, legenda Siti Nurbaya, dan sepenggal sejarah pada masa penjajahan Jepang.

Taman Siti Nurbaya merupakan taman seluas 180 m<sup>2</sup> dengan pemandangan sekitar yang menakjubkan. Namanya kemudian diambil dari kawasan objek wisata puncak Gunung Padang. Siti Nurbaya dikabarkan bercinta dengan Samsul Bahri di taman ini, yang merupakan sejarah Taman Siti Nurbaya tersebut. Taman dengan alam sekitar yang indah dan taman yang dipenuhi pepohonan rindang ini merupakan tempat yang ideal untuk melepas penat. Dari puncak Gunung Padang kita bisa melihat sebagian besar kota Padang.

Selain itu, Gunung Padang juga menjadi rumah bagi sejumlah benteng, bunker pertahanan, dan meriam yang berasal dari zaman penjajahan Jepang. Bunker pertama berada di samping rumah warga, dan bunker kedua tepat di seberang toko warga dan digunakan sebagai gudang bangunan. Ciri-ciri ini menjadi saksi bisu masa pendudukan Jepang. Mengenai benteng pilboks yang asli, sudah ada dibangun antara tahun 1942 hingga 1945, ruangan ini cukup luas, dilengkapi meriam besi berukuran besar, dan berbentuk seperti empat poligon setengah lingkaran. Itu diklasifikasikan

sebagai benteng. Benteng Yang kedua berbentuk seperti rumah dengan tulisan Bow di atasnya dan dua ruangan terbuka tanpa atap.

Untuk sampai di tempat wisata populer ini. Jalan menuju gerbang kawasan wisata Gunung Padang harus dilintasi pengunjung melalui jembatan Siti Nurbaya (jalur ini juga digunakan untuk menuju Pantai Air Manis). Setelah mendapatkan tiket di loket gerbang, pendatang baru diperbolehkan naik dengan berjalan kaki, setelah sampai di gerbang, pemandu akan membantu jika diperlukan. Kehadiran pemandu akan memudahkan memberikan info pengetahuan dan sejarah mengenai Gunung Padang. Setelah keluar dari gerbang loker, dilanjutkan jalan menanjak untuk mencapai puncak, perjalanan memakan waktu sekitar 15 hingga 30 menit.

Selain reruntuhan zaman pendudukan Jepang, terdapat celah batu di dekat puncak yang mengarah ke tangga yang menurun, konon makam Siti Nurbaya terletak di sini. Menurut Pemerintah Kota Padang, Pantai Padang, Pantai Air Manis, Pelabuhan Muaro, dan kawasan Kota Tua semuanya termasuk dalam kelompok wisata terpadu yang mencakup Gunung Padang. Rendahnya minat wisatawan untuk kembali atau *revisit intention* menjadi salah satu variabel yang berkontribusi terhadap turunnya jumlah kunjungan (Quintal et al 2020).

Lestari & Yusuf (2020) menyatakan bahwa “niat berkunjung kembali, disebut juga minat untuk kembali, adalah kemungkinan seorang wisatawan untuk mengunjungi kembali dan mengulangi kegiatan pada suatu atraksi wisata.” Namun *revisit intention* atau minat mengunjungi kembali didefinisikan oleh Khansa & Farida (2016) sebagai keinginan untuk kembali ke tempat yang sama setelah jangka waktu yang telah ditentukan. Junaedi (2021) mengidentifikasi 4 indikator *revisit intention*: *Willingness to visit again*, *willingness to invite*, *willingness to positive tale*, *willingness to place the visiting destination in priority*.

Ditinjau dari indikator *revisit intention* mengenai *Willingness To Visit Again* adalah ketika pengunjung mendapatkan pengalaman yang buruk ketika *revisit intention* ke Gunung Padang Sumatera Barat dan mengharapkan pemerintah daerah untuk segera memperbaiki sarana dan prasarannya dikarnakan dari tahun ke tahun yang tidak ada perkembangannya sama sekali sehingga nantinya pengunjung tidak lagi menjadikan opsi utk berwisata ke Gunung Padang Sumatera Barat.

Berdasarkan permasalahan mengenai *revisit intention* sebelumnya, salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah *place attachment*. Menurut Theodora P (2020) Adanya emosi pada diri wisatawan (*place attachment*), dimana wisatawan menemukan kesesuaian antara pengunjung dengan daya tarik wisata serta pengalamannya ketika berkunjung ke suatu daya tarik wisata, itulah suatu

faktor yang berpengaruh terhadap penilaian wisatawan untuk berkunjung dan kembali ke daya tarik wisata yang sama. Place attachment menurut Christy & Sahrani (2016) merupakan ikatan emosional yang terbentuk antara seseorang dengan suatu lokasi. Sementara itu, place attachment dibagi menjadi 3 indikator, menurut Taufan dkk. (2010): *place dependence, place identity and sense of belonging* (rasa memiliki).

Ditinjau dari indikator revisit intention mengenai place identity yaitu, alangkah baiknya jika Gunung Padang menyediakan papan informasi atau apapun yang bisa menjelaskan tentang sejarah peninggalan zaman penjajahan jepang/ siti nurbaya agar menampakkan identitas Gunung Padang dan diketahui oleh banyak orang. Selain menjadi pembelajaran bisa juga untuk menjadi kenangan yang tidak terlupakan bagi wisatawan yang datang.

Dalam meningkatkan revisit intention / minat berkunjung kembali wisatawan, diperlukannya kecocokan dan kesesuaian dengan tempat tersebut, agar dapat menciptakan suatu ketertarikan emosional yang bisa membawanya kembali pada tempat yang telah dikunjunginya. Meneliti tentang hubungan emosional atau ketertarikan terhadap suatu tempat sangatlah penting, terutama mengingat kemungkinan dampaknya terhadap potensi daya tarik wisata dan potensi kegunaannya bagi pengunjung yang melakukan aktivitas atau mengunjungi kembali lokasi tersebut. Mengetahui bagaimana *place attachment* berpengaruh terhadap *revisit intention* di Daya Tarik Wisata Gunung Padang Sumatera Barat merupakan maksud dan tujuan dari penelitian ini

## **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan permasalahan sebelumnya, penelitian ini termasuk kepada deskriptif kuantitatif yang bersifat kausal dengan uji kuesioner atau angket. Pendekatan penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018:13) adalah metodologi penelitian yang mengandalkan data yang dapat diukur dalam bentuk angka-angka dan diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan mengenai permasalahan yang diteliti guna menarik kesimpulan.

Jumlah kunjungan Gunung Padang dari tahun 2017 hingga tahun 2023. Jumlah sampel adalah 100 sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menciptakan instrumen yang *reliable* dan valid . Dengan menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel dan SPSS 23.00 serta distribusi data frekuensi dapat digambarkan dengan menggunakan analisis deskriptif, salah satu jenis analisis data penelitian ini. Pemeriksaan persyaratan pengujian, meliputi uji linieritas, homogenitas, dan normalitas. Uji regresi linier dasar berfungsi sebagai landasan pengujian hipotesis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

## HASIL

### 1. Analisis Deskripsi Variabel

#### 1) Deskripsi Variabel *revisit intention*

12 pernyataan digunakan untuk mengumpulkan data tentang variabel *revisit intention*, dan diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah itu, 100 responden diberikan pernyataan tersebut untuk ditanggapi. Rangkuman keseluruhan informasi mendasar temuan penelitian ini dapat diperoleh berdasarkan hasil perhitungannya sebagai berikut:

**Tabel 17. Data hasil perhitungan statistik *Revisit Intention* di Gunung Padang Sumatera Barat**

Statistics		
TOTALY		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		41,33
Std. Error of Mean		1,061
Median		44,00
Mode		46
Std. Deviation		10,613
Variance		112,627
Range		48
Minimum		12
Maximum		60
Sum		4133

Sumber: hasil olah data SPSS 23 (2024)

Informasi mengenai *revisit intention* Gunung Padang di Sumatera Barat disajikan pada tabel di atas. Kuesioner terdiri dari 12 pernyataan dan diisi oleh 100 responden. Nilai rata-rata (mean) sebesar 41,33, nilai tengah (median) sebesar 44,00, nilai yang sering muncul (mode) sebesar 46, simpangan baku (std deviasi) sebesar 10,613, varians sebesar 112,627, rentang sebesar 48, nilai terendah (minimum) adalah 12, nilai tertinggi (maksimum) adalah 60, dan nilai total (sum) adalah 4133.

Diketahui bahwa penilaian responden terhadap *revisit intention* di Gunung Padang Sumatera Barat cukup baik dengan nilai tingkat pencapaian responden sebesar 61,34%.

#### 2) Deskripsi Variabel *revisit intention*

Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden dengan 12 butir pernyataan pada variabel *place attachment* (Y) dapat dilihat deskripsi data sebagai berikut :

**Tabel 19 Data hasil perhitungan statistic *place attachment* di Gunung Padang Sumatera Barat**

Statistics		
TOTALX		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		43,36
Std. Error of Mean		,741
Median		44,00
Mode		46
Std. Deviation		7,408
Variance		54,879
Range		48
Minimum		12

Maximum	60
Sum	4336

Sumber: hasil olah data SPSS 23 (2024)

Terlihat pada tabel di atas, informasi mengenai *place attachment* di Gunung Padang Sumatera Barat dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 12 pernyataan yang dibagikan kepada 100 responden. Nilai rata-rata kuesioner (mean) adalah 43,36, sedangkan nilai mediannya adalah 44,00, nilai yang sering muncul. (range) 48, nilai terendah (minimum) 12, nilai tertinggi (maksimum) 60, standar deviasi (std deviasi) 7,408, variance 54,879, dan nilai total (sum) 4336.

## 2. Uji Persyaratan Analisis

### 1) Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal atau tidak, dilakukan uji normalitas dengan menggunakan SPSS 23.00. Pengujian normalitas *place attachment* dan *revisit intention* dengan menggunakan pendekatan Monte Carlo dan uji Kolmogorov Smirnov. Taraf batas signifikansi dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 0,05 yang menjadi landasan untuk menerima atau menolak kesimpulan normalitas suatu distribusi. Tabel berikut menampilkan temuan uji normalitas.:

**Tabel 21. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		,0000000
	Std. Deviation		7,27877891
Most Extreme Differences	Absolute		,164
	Positive		,095
	Negative		-,164
Test Statistic			,164
Asymp. Sig. (2-tailed)			,000 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,008 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,005
		Upper Bound	,010
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: hasil olah data SPSS 23 (2024)

Nilai signifikansi Monte Carlo untuk variabel *place attachment* dan *revisit intention* adalah sebesar 0,08 seperti terlihat pada tabel di atas. Mengingat taraf signifikansinya > 0,05, maka kedua variabel tersebut dianggap terdistribusi secara normal.

### 2) Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah sampel mewakili suatu populasi dengan variasi ciri yang serupa atau tidak. *Homogeneity of variance* dan uji lainnya digabungkan. Taraf signifikansi menjadi landasan pengambilan keputusan dalam

penelitian ini yaitu 0,05 menentukan apakah varians dalam distribusinya sama atau tidak. Hasil nya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 21. Hasil Uji Homogenitas**

Test of Homogeneity of Variances			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,538	20	69	,096

Sumber: Hasil olah data SPSS 23(2024)

Berdasarkan hasil analisis uji homogenitas pada tabel diatas diperoleh nilai Signifikansinya adalah 0,096. Artinya nilai signifikansi data lebih besar dari levelnya signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berasal dari populasi yang mempunyai varian yang sama atau datanya homogen.

### 3) Uji Linearitas

Tujuan dari uji linieritas adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan untuk menentukan prasyarat untuk regresi linier atau analisis korelasi. Jika dua variabel ada pengaruh linier nya, apabila nilai signya  $> 0,05$ . Berikut adalah data yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menguji linearitas pada tabel berikut :

**Tabel 23. Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
revisitintention * placeattachment	Between Groups	(Combined)	7543,310	29	260,114	5,048	,000
		Linearity	5905,028	1	5905,028	114,604	,000
		Deviation from Linearity	1638,282	28	58,510	1,136	,327
	Within Groups		3606,800	70	51,526		
	Total		11150,110	99			

Sumber : Hasil olah data SPSS 23 (2024)

Dari hasil tabel di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier yang cukup besar antara *Place Attachment* (X) dengan *revisit intention* (Y), dengan nilai signifikansi sebesar 0,372 atau  $>0,05$ .

### 4) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan variabel x dan variabel y.

Ha : *Place Attachment* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* Di Daya Tarik Wisata Gunung Padang Sumatera Barat

Ho : *Place Attachment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* Di Daya Tarik Wisata Gunung Padang Sumatera Barat

#### a. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana yang menunjukkan besarnya perubahan antara variabel X dan Y. Hasil uji regresi linier sederhana ditampilkan pada tabel berikut.:

**Tabel 24. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5905,028	1	5905,028	110,331	,000 <sup>b</sup>
	Residual	5245,082	98	53,521		
	Total	11150,110	99			
a. Dependent Variable: revisitintention						
b. Predictors: (Constant), placeattachment						

Sumber : Hasil olah data SPSS 23(2024)

Terlihat dari tabel di atas  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak berdasarkan temuan uji regresi linier yang menunjukkan nilai F sebesar 110,331 pada taraf signifikansi 0,000 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keterikatan lokasi berpengaruh terhadap keinginan untuk kembali.

**Tabel 25. Koefisien Regresi Variabel X Terhadap Variabel Y**

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,874	4,365		-,887	,377
	placeattachment	1,043	,099	,728	10,504	,000
a. Dependent Variable: revisitintention						

Sumber : Hasil olah data SPSS 23(2024)

Tabel ini menghasilkan nilai t sebesar 10,504 pada taraf signifikansi 0,000 > 0,05 yang menunjukkan adanya penjelasan yang signifikan antara variabel Y terhadap variabel X. Selain itu, persamaan berikut dapat digunakan untuk menentukan besarnya koefisien regresi antara variabel X dan variabel Y:

$$Y = a + b.x$$

$$Y = -3,874 + (1,043X)$$

Dengan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 maka diperoleh koefisien regresi sebesar 1,043 dari persamaan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa niat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 1,043 unit untuk setiap peningkatan satu unit pada titik lampiran.

b. Koefisien Determinasi

Mencari pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi. Nilai analisis R Square pada regresi linier sederhana menunjukkan temuan hasil uji determinasi sebagai berikut:



**Tabel 26. Koefisien Determinasi R Square**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728 <sup>a</sup>	,530	,525	7,31582
a. Predictors: (Constant), placeattachment				

Sumber : Hasil olah data SPSS 23(2024)

Berdasarkan tabel diatas dihasilkan nilai R sebesar 0,782 (a), artinya terdapat korelasi yang tinggi (>0,05) antara partisipasi dengan kedua variabel independen.

Sedangkan koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,530 (diperoleh dari  $0,782 \times 0,782$ ). Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan dalam dua variabel independen—keterikatan terhadap tempat dan niat mengunjungi kembali—dapat memberikan kontribusi sebesar 0,530, atau 53%, terhadap variasi partisipasi. Sementara itu, hal tambahan yang tidak termasuk dalam analisis ini berdampak pada 47% sisanya ( $100-53=47$ ).

## PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan penelitian, maka perlu dibatasi pembahasan yang dapat disajikan mengenai keterikatan tempat, niat pengunjung untuk kembali ke Gunung Padang Sumatera Barat, dan hubungan kedua variabel tersebut dalam penelitian ini, khususnya bagi mereka yang pernah berkunjung. gunung. Berdasarkan analisis peneliti, variabel dependen (niat berkunjung kembali) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen (keterikatan tempat). Berikut penjelasannya: Temuan analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Gunung Padang adalah perempuan, dengan 61% responden berusia antara 20 dan 25 tahun (42%). Pelajar mempunyai persentase pekerjaan tertinggi di antara 100 responden, yaitu sebesar 39%. dan 100 responden yang menjawab survei tentang kunjungan mereka ke Gunung Padang di Sumatera Barat.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa informasi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya, dan uji validitas menunjukkan bahwa 24 item kuesioner dianggap valid dengan penggunaan program SPSS 23 dan pengujian data. Langkah selanjutnya dalam proses pengujian data adalah uji normalitas yang menunjukkan bahwa regresi berdistribusi normal berdasarkan hasil. Setelah itu dilakukan uji homogenitas menunjukkan bahwa penelitian tersebut homogen, dan uji linieritas menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel keterikatan tempat dengan niat mengunjungi kembali.

### 1. *Place Attachment* (X)

Berdasarkan temuan penelitian, variabel keterikatan tempat menunjukkan kategori terhormat dengan total skor sebesar 57,28% tingkat pencapaian responden, dan indikator ketergantungan tempat menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan lokasi lain, saya mendapatkan fasilitas yang saya inginkan ketika mengunjungi Gunung Tempat Wisata Padang di Sumatera Barat. Indikator identifikasi tempat menyatakan “Saya sering berpikir untuk mengunjungi Objek Wisata Gunung Padang Sumatera Barat” dengan nilai total sebesar 47,2% dengan kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat prestasi responden secara keseluruhan sebesar 54% tergolong cukup baik dan indikator rasa memiliki yang mengukur seberapa besar perasaan responden menjadi bagian dari kelompok

wisatawan yang berkunjung ke Gunung Padang Sumatera Barat, dengan total skor tingkat pencapaian responden sebesar 53,8%.

Berdasarkan hasil kuisioner, terlihat dari penilaian penyajian dalam penelitian ini bahwa penilaian wisatawan terhadap Gunung Padang Sumatera Barat secara umum cukup positif. Berdasarkan gambaran penanda ketergantungan tempat dan identifikasi tempat di Gunung Padang Sumatera Barat, pengunjung objek wisata merasakan keterikatan tempat, atau keterikatan emosional terhadap tempat tersebut.

Teori yang dikemukakan Utami (2017) juga ada benarnya. Manusia mengembangkan hubungan dengan sebuah tempat yang dikenal sebagai *place attachment*. Ikatan positif tercipta di sana, dan ikatan tersebut terus menguat seiring dengan semakin banyaknya orang yang melakukan perjalanan melalui wilayah tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Gunung Padang, Sumatera Barat, dapat memberikan wisatawannya keterikatan tempat yang sangat layak.

## 2. *Revisit Intention* (Y)

Berdasarkan temuan penelitian, skor tingkat capaian responden secara keseluruhan sebesar 61,34% masuk dalam kategori “cukup baik” untuk variabel “*revisit intention*”. maka indikator kemauan berkunjung kembali adalah saya berencana berkunjung lagi ke objek wisata Gunung Padang Sumatera Barat dengan total nilai tingkat pencapaian. Sebanyak 51,4% responden berada pada kategori cukup baik. Indikator kesediaan mengajak adalah saya akan mempromosikan objek wisata Gunung Padang Sumatera Barat sebagai objek wisata yang layak dikunjungi orang lain sebanyak 53,2% dengan kategori cukup baik.

Saya ingin mengajak orang lain untuk mengunjungi Gunung Padang, destinasi wisata populer di Sumatera Barat, dan memiliki pengalaman serupa dengan saya, karena 50,8% ceritanya masuk dalam kategori cukup baik. Berdasarkan indikator kesediaan cerita positif, saya akan memprioritaskan tujuan kunjungan. Dalam daftar lokasi yang wajib saya kunjungi di masa depan, Gunung Padang, Sumatera Barat, mendapat rating 57,6% sebagai destinasi wisata yang lumayan layak. Terlihat dari gambaran indikator *revisit intention*, hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Objek Wisata Gunung Padang Sumatera Barat mempunyai *revisit intention* (keinginan dan kemungkinan wisatawan untuk berkunjung kembali) yang dapat dilihat dari gambaran indikator *revisit intention* di Gunung Padang Sumatera Barat.

Demikian pula *revisit intention* atau minat berkunjung kembali merupakan keinginan kuat pengunjung untuk kembali berkunjung di kemudian hari sebagai respon langsung setelah kunjungan sebelumnya, sesuai dengan gagasan Sappewali (2020). Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Gunung Padang di Sumatera Barat mempunyai kemungkinan besar untuk datang kembali.

## 3. *Pengaruh Place Attachment terhadap Revisit Intention*

Berdasarkan temuan uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23 untuk mengetahui pengaruh *place attachment* terhadap *revisit intention* daya tarik wisata Gunung Padang. Persamaan koefisien regresi pada penelitian ini memberikan hasil sebesar 1,043 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa niat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 1,043 unit untuk setiap peningkatan satu unit pada titik lampiran.

Selain itu, diperoleh nilai R square sebesar 0,530 yang menunjukkan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 53%. Sementara itu, sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor luar yang

tidak ada diteliti dalam penelitian ini. Hasilnya, penelitian menerima hipotesis Ha dan menolak hipotesis Ho. Terlihat dari uraian temuan penelitian sebelumnya bahwa *place attachment* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* ke Gunung Padang Sumatera Barat.

## KESIMPULAN

Berikut ini dapat diambil kesimpulan mengenai temuan penelitian mengenai dampak *place attachment* terhadap niat kembali ke destinasi wisata Gunung Padang di Sumatera Barat berdasarkan hasil perdebatan dan penelitian sebelumnya:

1. Variabel *Place Attachment* menunjukkan kategori cukup baik, dengan total nilai sebesar 57,28% untuk tingkat capaian responden.
2. Variabel *Revisit Intention* mempunyai kategori cukup baik dengan skor keseluruhan sebesar 61,34% untuk tingkat capaian responden.
3. Pengaruh sebesar 53% dari variabel *Place Attachment* terhadap *Revisit Intention*. Sementara itu, sebesar 47% dipengaruhi oleh variabel tambahan yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Christy, C., & Sahrani, R. (2016). *Hubungan Place Attachment Dengan Perilaku Prososial Relawan Sosial*. *Provita: Jurnal Psikologi Pendidikan*, 8(2).
- Japarianto, E. (2019). *Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Minat Berkunjung Ulang Mall Di Surabaya Melalui Perceived Quality Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 17-26.
- Junaedi, A. (2021). *Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Kafe Bwt Cafftea House)* (Doctoral Dissertation, Universitas Yudharta).
- Khansa, V. R., & Farida, N. (2016). *Pengaruh Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi Pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 104-114.
- Khasanah, A. T. U., Oktafiani, H., Putri, S. A., Anggraini, W., & Suhud, U. (2020). *Pengaruh Customer Experience, Place Attachment, Customer Satisfaction, Dan Word-Of-Mouth Terhadap Revisit Intention Konsumen Restoran Ayam Cepat Saji Asal Amerika*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-Jbmk*, 1(2), 263-280.
- Lestari, P., & Yusuf, A. (2020). *Analisis Faktor Penentu Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Taman Limo Jatiwangi Bekasi*. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan* 11(2), 180-195.
- Mahardian, L. A. (2015). *Pengaruh Place Attachment Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Masyarakat Permukiman Kumuh Tepi Sungai Di Dki Jakarta (Studi Sikap Terhadap Sampah)* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Sappewali, A. E. (2022). *Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan* (Doctoral Dissertation, Universitas Bosowa).
- Setyaningsih, N. W., Suardana, I.W., & Dewi, L.G.L.K. (2020). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Paket Wisata Sepeda Di Desa Penglipuran*. *Jurnal Ipta P-Issn*, 8(1),
- Shofi, N. L. (2018). *Tingkat Sense of Belonging Pada Orang Tua Yang Memiliki Anak Berkebutuhan Khusus (Studi Kasus Di SLB Bina Harapan Desa Paji Kecamatan Pucuk Kabupaten Lamongan Propinsi Jawa Timur)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Taufan, A. A., Wijaya, I. N. S., & Sasongko, W. (2021). *Keterkaitan Place Attachment Dengan Kepuasan Pengunjung Lapangan Jetayu Sebagai Ruang Terbuka Publik*. *Planning For Urban Region And Environment Journal (Pure)*, 10(3), 71-80.
- Theodora, P., & Felicia, F. (2020). *Pengaruh Perceived Authenticity Terhadap Place Attachment Dan*

*Revisit Intention Wisatawan Di House Of Sampoerna. Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa, 8(2).*  
Utami, I. G. A. C. (2017). *Place Attachment Pada Kawasan Komersial Di Jalan Danau Tamblingan, Sanur. Space, 4(2).*