

Pengaruh Citra Destinasi Dan Responsivitas Kebijakan Pemerintah Daerah Terhadap Kepercayaan, Niat Berkunjung, Dan Rekomendasi Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisata Budaya Di Kabupaten Sumenep)

Nur Sari Azzahra ^{*1}, Fathor A.S ²

^{*1,2} Universitas Trunojoyo Madura

ARTICLE INFO



ISSN: 2620-6196

Vol. 9 Issues 1 (2026)

Article history:

Received – 28 November 2025

Revised - 27 Desember 2025

Accepted - 10 Desember 2025

Email Correspondence:

hi.zahra2704@gmail.com

fathor.as@trunojoyo.ac.id

Keywords:

*Citra Destinasi, Responsivitas
Kebijakan Pemerintah, Kepercayaan
Wisatawan, Niat Berkunjung,
Rekomendasi Wisatawan*

ABSTRACT

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi dan responsivitas kebijakan pemerintah daerah terhadap kepercayaan, niat berkunjung, dan rekomendasi wisatawan. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis SEM, hasil menunjukkan bahwa citra destinasi dan kebijakan pemerintah berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan wisatawan. Nilai R^2 Kepercayaan Destinasi sebesar 0,724, menunjukkan kategori kuat. Pada variabel Niat Berkunjung R^2 sebesar 0,557 dan R^2 Keinginan Merekomendasikan sebesar 0,487 menunjukkan pengaruh konstruk yang moderat. Penelitian ini menegaskan pentingnya citra destinasi dan kebijakan responsivitas dalam meningkatkan perilaku wisatawan.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian nasional maupun global. Selain meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB), sektor ini berperan dalam menciptakan lapangan kerja, memperkuat nilai pertukaran, serta mendorong pembangunan berkelanjutan melalui pemanfaatan potensi lokal (Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, 2022). Di tingkat global, industri pariwisata menunjukkan trend pertumbuhan yang progresif. Pada tahun 2022, kontribusi sektor perjalanan dan pariwisata terhadap PDB global mencapai 7,6% dan mampu menghasilkan 22 juta lapangan kerja baru (Rizaty Ayu, 2023). Pada tahun 2024 kontribusi tersebut diproyeksikan meningkat menjadi 10% atau sekitar US\$11,1 miliar, dan pada 2025 diperkirakan mencapai US\$11,7 miliar atau 10,3% dari PDB global (Global et al., 2025).

Sebagai negara dengan kekayaan destinasi wisata yang besar, Indonesia terus memperkuat sektor pariwisatanya. Kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional memperlihatkan tren pemulihan yang signifikan pasca pandemi. Tahun 2022, sektor pariwisata diperkirakan berkontribusi sebesar 3,72% meningkat dari 2,3% pada tahun sebelumnya. Kondisi ini mendorong optimisme bahwa kinerja pariwisata nasional pada tahun 2024 mampu melampaui capaian tahun 2023 dan berkontribusi terhadap agenda pembangunan nasional khususnya misi Asta Cita pemerintah dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, pemerataan pembangunan, serta pelestarian alam dan budaya (News.com, 2024).

Jawa Timur menjadi salah satu provinsi yang memiliki potensi wisata besar. Jumlah wisatawan domestik mencapai 613.783.799 atau meningkat 25,93% dibandingkan tahun sebelumnya meskipun pada 2025 mengalami penurunan sebesar 5,95% (Biro Data dan Sistem Informasi, 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan dalam mempertahankan daya tarik wisata, terutama pada sektor budaya di Kabupaten Sumenep. Sumenep, yang terletak di Pulau Madura, dikenal sebagai wilayah dengan kekayaan budaya yang kuat dan memiliki berbagai destinasi ikonik. Salah satu yang menjadi identitas budaya mencerminkan kejayaan masa kesultanan Sumenep.

Museum Keraton yang kini difungsikan sebagai pusat pelestarian benda-benda bersejarah terdiri dari lima bagian utama, yakni Labang Mesem, Pendopo Agung, Taman Sare, dan area Museum Keraton. Koleksinya mencakup Al-Qur'an besar karya sultan Abdurrahman, ukiran lambang kerajaan, hingga Kereta Kencana (Poerwati et al., 2023). Meskipun memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi, destinasi wisata budaya ini masih menghadapi berbagai hambatan dalam menarik wisatawan. Pengembangan pariwisata di Kabupaten Sumenep belum memberikan efek signifikan terhadap peningkatan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat. Banyak destinasi sudah tersedia, tetapi belum mampu menjadi magnet utama bagi wisatawan (Hidayatullah, 2021).

Hal ini tercermin dari menurunnya jumlah pengunjung Museum Keraton Sumenep sebesar 15% pada tahun 2024, dimana jumlah wisatawan tercatat hanya 10.581 orang termasuk 310 wisatawan mancanegara. Minimnya kunjungan tersebut disebabkan dengan kurang optimalnya sinergi antara citra destinasi dengan responsivitas kebijakan pemerintah daerah. Pengelolaan Museum di berbagai daerah masih bersifat konvensional dan belum berbasis pengalaman wisatawan.

Pemerintah Kabupaten Sumenep sudah melakukan berbagai upaya, seperti peluncuran program Visit Sumenep pada tahun 2018, namun citra destinasi masih perlu diperkuat agar lebih dikenal di mata wisatawan (Romadhan, 2021). Penelitian sebelumnya oleh (Han et al., 2024) menunjukkan bahwa fokus pengembangan pariwisata cenderung terpusat pada destinasi besar, sementara museum museum lokal kurang mendapatkan perhatian. Padahal museum merupakan elemen penting dalam pariwisata budaya, memiliki fungsi strategis dalam pelestarian dan edukasi budaya lokal.

Penelitian ini dilakukan untuk menggali persepsi wisatawan melalui dimensi kognitif, afektif, dan konotif dalam rangka memperkuat citra destinasi Museum Keraton Sumenep. Selain itu, dimensi emosional ditambahkan untuk memahami pengalaman wisatawan secara mendalam. Responsivitas Kebijakan Pemerintah Daerah juga dikaji sebagai mediator yang menghubungkan antara citra destinasi dan perilaku wisatawan (Zhou et al., 2022). Respons pemerintah terhadap kebutuhan wisatawan, khususnya terkait keamanan, dan layanan, diyakini berperan dalam meningkatkan kepercayaan, niat berkunjung, serta rekomendasi wisatawan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan komprehensif tentang pengaruh citra destinasi dan kebijakan pemerintah terhadap perilaku wisatawan pada Museum Keraton Sumenep.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh citra destinasi dan responsivitas kebijakan pemerintah terhadap perilaku wisatawan pada Museum Keraton Sumenep. Populasi penelitian ini merupakan wisatawan yang pernah berkunjung Teknik dalam menentukan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia 17-50 tahun dan minimal pernah berkunjung satu kali ke Museum Keraton Sumenep. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Chocran dalam buku (Sugiyono, 2016) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$= \frac{3,8416 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$= \frac{0,9604}{0,01} = 96$$

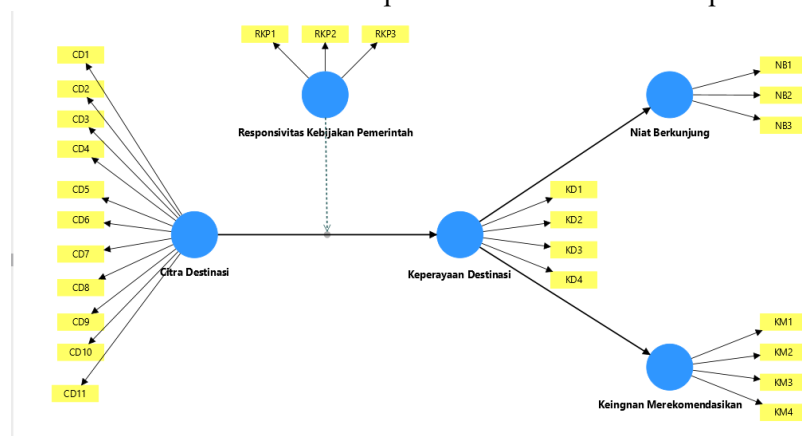
Hasil perhitungan menghasilkan 96 responden sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner dengan skala likert 5 poin, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, observasi, dan dokumentasi. Variabel penelitian meliputi Citra Destinasi (X), Responsivitas Kebijakan Pemerintah (Z), dan perilaku wisatawan yang mencakup Kepercayaan Destinasi (Y1), Niat Berkunjung (Y2), serta Keinginan Merekomendasikan (Y3).

Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM melalui SmartPLS 4, meliputi pengujian outer model, inner model, serta uji hipotesis menggunakan teknik bootstrapping dengan kriteria signifikansi $t\text{-statistic} > 1,96$ dan $p\text{-value}, 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Analisis menggunakan SmartPLS 4.1.1.6 dengan metode PLS-SEM dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa model memiliki hubungan signifikan antara konstruk yang diteliti, sehingga temuan dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi wisatawan. Gambar berikut merupakan model variabel laten penelitian.



Gambar 1 Model Laten Variabel Penelitian

Sumber: Data diolah SmartPls 2025

Pengujian model dilakukan melalui dua tahap, yaitu *Outer Model* dan *Inner Model*. *Outer Model* digunakan untuk menilai validitas dan realibilitas indikator melalui uji convergent validity, discriminant validity, dan construct reliability. Hasil menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria nilai AVE. 0,5 sehingga instrumen dinyatakan valid (Rahadi, 2023). Selanjutnya, *Inner Model* menilai kekuatan hubungan antar variabel melalui R^2 , koefisien jalur, dan signifikansi yang keseluruhannya menunjukkan hubungan dalam model berada pada kategori layak dan signifikan.

1. Convergent Validity

a) Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel 1 Hasil AVE Uji *Convergent Validity*

Variabel	Average variance extracted (AVE)	Keterangan
Citra Destinasi	0.630	Valid
Responsivitas Kebijakan Pemerintah	0.726	Valid
Kepercayaan Destinasi	0.603	Valid
Niat Berkunjung	0.679	Valid
Keinginan Merekomendasikan	0.630	Valid

Sumber: Data diolah SmartPls 2025

Uji convergent validity menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model memiliki nilai AVE > 0,50 sehingga dinyatakan valid. Variabel dengan AVE tertinggi adalah Keinginan Merekomendasikan 0,630, diikuti Responsivitas Kebijakan Pemerintah 0,726, dan Citra Destinasi 0,630. Sementara Kepercayaan Destinasi 0,603 dan Niat Berkunjung 0,679 juga memenuhi kriteria. Dengan demikian, semua konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator dan memenuhi validitas konvergen.

b) Outer Loading

Tabel 2 Hasil *Outer Loading* Uji *Convergent Validity*

Item	Citra Destinasi	Responsivitas Kebijakan Pemerintah	Kepercayaan Destinasi	Niat Berkunjung	Keinginan Merekomendasikan	Keterangan
CD2	0.796					Valid
CD3	0.753					Valid
CD6	0.771					Valid
CD7	0.802					Valid
CD8	0.778					Valid
CD11	0.721					Valid
RKP1		0.899				Valid
RKP2		0.822				Valid
RKP3		0.833				Valid
KD1			0.754			Valid
KD2			0.746			Valid
KD3			0.782			Valid
KD4			0.821			Valid
NB1				0.824		Valid
NB2				0.808		Valid
NB3				0.840		Valid
KM1					0.899	Valid
KM2					0.822	Valid
KM3					0.833	Valid

Sumber: Data diolah SmartPls 2025

Seluruh item pertanyaan pada model memenuhi kriteria *Convergent Validity* dengan nilai *Outer Loading* > 0,70 sehingga dinyatakan valid. Item pada variabel Citra Destinasi, Responsivitas Kebijakan Pemerintah, Kepercayaan Destinasi, Niat Berkunjung, dan Keinginan Merekomendasikan semuanya berada di atas ambang batas. Dengan demikian, seluruh indikator layak digunakan sebagai pengukur konstruk dalam penelitian.

2. *Discriminant Validity*

a) *Cross Loading*

Tabel 3 *Cross Loading* Uji Discriminant Validity

Indikator	Citra Destinasi	Responsivitas Kebijakan Pemerintah	Kepercayaan Destinasi	Niat Berkunjung	Keinginan Merekomendasikan	Keterangan
CD2	0.819	0.566	0.745	0.532	0.631	Valid
CD3	0.768	0.517	0.785	0.636	0.598	Valid
CD6	0.833	0.526	0.612	0.609	0.589	Valid
CD7	0.827	0.483	0.657	0.504	0.523	Valid
CD8	0.773	0.603	0.672	0.458	0.474	Valid
CD11	0.738	0.461	0.752	0.574	0.505	Valid
RKP1	0.656	0.899	0.689	0.479	0.564	Valid
RKP2	0.531	0.823	0.539	0.385	0.508	Valid
RKP3	0.505	0.833	0.658	0.492	0.548	Valid
KD1	0.553	0.546	0.626	0.520	0.604	Valid
KD2	0.539	0.562	0.640	0.629	0.478	Valid
KD3	0.686	0.614	0.660	0.588	0.540	Valid
KD4	0.733	0.586	0.820	0.584	0.619	Valid
NB1	0.533	0.441	0.603	0.824	0.586	Valid
NB2	0.597	0.396	0.577	0.809	0.686	Valid
NB3	0.592	0.481	0.661	0.840	0.564	Valid
KM1	0.657	0.538	0.676	0.745	0.884	Valid
KM2	0.610	0.585	0.615	0.672	0.822	Valid
KM3	0.383	0.357	0.430	0.424	0.729	Valid

Sumber: Data diolah SmartPLS 2025

Nilai cross loading menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki korelasi lebih tinggi dengan konstraknya dibandingkan dengan konstruk lain. sehingga memenuhi discriminant validity. Penelitian ini konsisten dengan uji validitas sebelumnya, menegaskan bahwa seluruh indikator dalam model valid dan mampu membedakan setiap variabel secara efektif.

b) *Fornell Larcker*

Tabel 4 *Fornell Larcker*

Variabel	Citra Destinasi	Keinginan Merekomendasikan	Kepercayaan Destinasi	Niat Berkunjung	Responsivitas Kebijakan Pemerintah
Citra Destinasi	0.794				
Keinginan Merekomendasikan	0.672	0.843			

Kepercayaan Destinasi	0.814	0.698	0.776		
Niat Berkunjung	0.696	0.732	0.764	0.824	
Responsivitas Kebijakan Pemerintah	0.665	0.599	0.744	0.535	0.852

Sumber: Data diolah SmartPls 2025

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan Fornell Larcker, seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat validitas diskriminan. Hal ini terlihat dari $\sqrt{\text{AVE}}$ pada setiap konstruk yang lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Pada variabel Citra Destinasi, $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0.794 lebih tinggi daripada korelasinya dengan variabel lain. Sehingga menunjukkan konstruk ini mampu membedakan dari konstruk lainnya, variabel Keinginan Merekomendasikan juga memenuhi kriteria validitas diskriminan dengan $\sqrt{\text{AVE}}$ 0.843 yang lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk. Kepercayaan Destinasi memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0.776 yang juga lebih tinggi dari korelasi antar variabel, kemudian variabel Niat Berkunjung $\sqrt{\text{AVE}}$ 0.824 menunjukkan kemampuan diskriminatif yang kuat karena nilainya lebih besar dari seluruh korelasi dengan konstruk lain. Terakhir variabel moderator Responsivitas Kebijakan Pemerintah memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ 0.852 yang melampaui korelasi dengan variabel lainnya, sehingga dinyatakan valid secara diskriminan. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini terbukti memenuhi kriteria *Fornell Larcker* dan layak digunakan dalam analisis model struktural.

3. Uji Relibilitas

a) Cronbach's Alpha

Tabel 5 Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Citra Destinasi	0.882	Reliabel
Responsivitas Kebijakan Pemerintah	0.811	Reliabel
Kepercayaan Destinasi	0.780	Reliabel
Niat Berkunjung	0.764	Reliabel
Keinginan Merekomendasikan	0.803	Reliabel

Sumber: Data diolah SmartPls 2025

Seluruh variabel dalam model menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel. Citra Destinasi memiliki nilai reliabilitas tertinggi 0,882, diikuti oleh Keinginan Merekomendasikan 0,803, Kebijakan Pemerintah 0,811, Kepercayaan Destinasi 0,780, dan Niat Berkunjung 0,764. Penelitian ini menegaskan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian telah memenuhi kriteria realibilitas yang baik dan layak digunakan untuk analisis berikutnya.

b) Composite Reliability

Tabel 6 Nilai Composite Reliability

	Composite reliability (rho_C)	Keterangan
Citra Destinasi	0.911	Reliabel
Responsivitas Kebijakan Pemerintah	0.888	Reliabel

Kepercayaan Destinasi	0.864	Reliabel
Niat Berkunjung	0.864	Reliabel
Keinginan Merekomendasikan	0.871	Reliabel

Sumber: Data diolah SmartPls 2025

Seluruh variabel memiliki nilai Composite Reliability di atas 0,70 sehingga seluruh konstruk dinyatakan reliabel. Citra Destinasi menunjukkan nilai tertinggi 0,911, diikuti oleh Keinginan Merekomendasikan 0,871, Responsivitas Kebijakan Pemerintah 0,888, Niat Berkunjung 0,864, dan Kepercayaan Destinasi 0,871. Hasil ini menegaskan bahwa seluruh konstruk memiliki konsistensi pengukuran yang sangat baik dan layak digunakan dalam analisis lanjutan.

4. Uji Struktural Inner Model

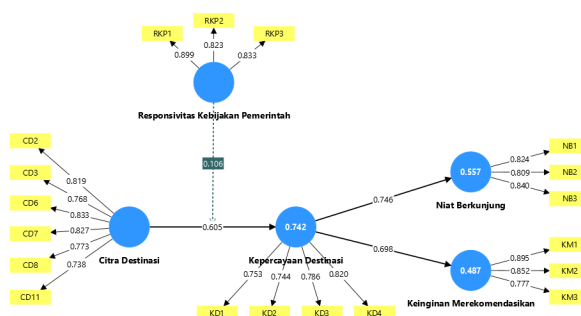
a) Uji R-Square

Tabel 7 Hasil Uji R-Square

Variabel Dependen	R-Square	R-Square adjusted
Kepercayaan Destinasi	0.742	0.734
Niat Berkunjung	0.557	0.553
Keinginan Merekomendasikan	0.552	0.517

Sumber: Data diolah SmartPls 2025

Hasil uji R-Square menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan variabilitas pada variabel dependen. Variabel Kepercayaan Destinasi memiliki R^2 sebesar 0,724, yang berarti 72,4% variansinya dapat dijelaskan oleh konstruk independent dalam model, sehingga termasuk kategori kuat. Sementara itu, variabel Niat Berkunjung memiliki nilai R^2 sebesar 0,557 yang menunjukkan bahwa 55,7% variansinya dipengaruhi oleh konstruk dalam model dan berada pada kategori sedang. Adapun variabel Keinginan Merekomendasikan memiliki nilai R^2 sebesar 0,552 sehingga 55,2% variansinya dapat dijelaskan oleh model dan juga termasuk kategori moderat.



Gambar 2 Output Model PLS SEM Algorithm

Sumber: Data diolah SmartPls 2025

b) Uji Hipotesis

Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis

Koefisien Jalur	Original sample (o)	T statistic (O/STDEV)	P values	Ket.
------------------------	----------------------------	--------------------------------	-----------------	-------------

(H1) Citra Destinasi -> Kepercayaan Destinasi	0.605	8.346	0.000	Terbukti
(H2) Citra Destinasi -> Niat Berkunjung Citra Destinasi -> Keinginan Merekomendasikan	0.452	7.583	0.000	Terbukti
(H3) Citra Destinasi -> Keinginan Merekomendasikan	0.437	6.968	0.000	Terbukti
(H4) Citra Destinasi x Responsivitas Kebijakan Pemerintah -> Kepercayaan Destinasi	0.107	1.686	0.092	Tidak terbukti
(H5) Citra Destinasi x Responsivitas Kebijakan Pemerintah -> Niat Berkunjung	0.077	1.682	0.093	Tidak terbukti
(H6) Citra Destinasi x Responsivitas Kebijakan Pemerintah -> Keinginan Merekomendasikan	0.080	1.683	0.092	Tidak terbukti

Sumber: Data diolah SmartPLS 2025

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan hal sebagai berikut:

- 1) H1: Citra Destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan Destinasi nilai koefisiensi 0,605; t-statistic 8,346; p-values 0.000. Semakin baik Citra Destinasi, semakin tinggi Kepercayaan Destinasi.
- 2) H2: Citra Destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Berkunjung nilai koefisiensi 0,452; t-statistic 7,583; p-values 0.000. Semakin baik Citra Destinasi yang kuat mendorong meningkatnya Niat Berkunjung Wisatawan.
- 3) H3: Citra Destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keinginan Merekomendasikan nilai koefisiensi 0,437; t-statistic 6,968; p-values 0.000. Dengan demikian, Citra Destinasi yang baik meningkatkan Keinginan Merekomendasikan untuk memberikan rekomendasi.
- 4) H4: Moderasi Responsivitas Kebijakan Pemerintah pada hubungan Citra Destinasi terhadap Kepercayaan Destinasi menunjukkan nilai koefisiensi 0,107; t-statistic 1,686; p-values 0.092. Namun arah hubungan negatif, karena bertentangan dengan hipotesis
- 5) H5: Moderasi Responsivitas Kebijakan Pemerintah pada hubungan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung menunjukkan nilai koefisiensi 0,077; t-statistic 1,682; p-values 0.093. Namun arah hubungan negatif, karena bertentangan dengan hipotesis
- 6) H6: Moderasi Responsivitas Kebijakan Pemerintah pada hubungan Citra Destinasi terhadap Keinginan Merekomendasikan menunjukkan nilai koefisiensi 0,080; t-statistic 1,683; p-values 0.092. Namun arah hubungan negatif, karena bertentangan dengan hipotesis

Secara keseluruhan, pengaruh langsung Citra Destinasi terbukti signifikan pada seluruh variabel dependen, namun peran moderasi Responsivitas Kebijakan Pemerintah tidak mendukung hipotesis.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepercayaan Destinasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Destinasi nilai koefisiensi 0,605; t-statistic 8,346; p-values 0.000. Penelitian ini menegaskan bahwa semakin baik persepsi wisatawan terhadap citra suatu destinasi baik dari aspek daya tarik visual, kelengkapan sarana dan prasarana, keamanan, maupun mutu pelayanan maka semakin tinggi pula Tingkat kepercayaan yang terbentuk terhadap destinasi tersebut. Kepercayaan ini tercermin dari keyakinan

wisatawan bahwa destinasi memiliki integritas, konsistensi pelayanan, serta kemampuan memenuhi harapan pengunjung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Susanti et al., 2023) yang menekankan bahwa persepsi positif wisatawan terhadap destinasi menjadi fondasi utama pembentukan kepercayaan wisatawan. Persepsi yang baik tidak hanya memperkuat rasa aman dan nyaman, tetapi juga menumbuhkan keyakinan bahwa destinasi mampu memberikan pengalaman wisata yang berharga dan sesuai ekspektasi. Dengan demikian, peningkatan kualitas Citra Destinasi dapat dipandang sebagai strategi penting bagi pengelola pariwisata dalam memperkuat kepercayaan, yang berdampak pada perilaku positif wisatawan, seperti minat berkunjung kembali dan rekomendasi kepada orang lain.

Pengaruh Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung nilai koefisiensi 0,452; t-statistic 7,583; p-values <0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi baik dari segi reputasi, daya tarik visual, kelengkapan fasilitas, maupun kualitas layanan maka semakin kuat pola dorongan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Citra Destinasi yang positif mampu membangun impresi yang menyenangkan, memberikan rasa percaya diri kepada wisatawan bahwa destinasi tersebut layak untuk dikunjungi, serta menciptakan ekspektasi pengalaman yang menyenangkan.

Hasil ini sejalan dengan temuan (Trius et al., 2023) yang menegaskan bahwa Citra Destinasi merupakan instrument strategis dalam proses pengambilan Keputusan wisatawan. Sebuah destinasi yang mampu menampilkan citra yang kuat, menarik, dan kredibel akan lebih mudah mempengaruhi persepsi calon wisatawan, sehingga mendorong terciptanya niat untuk melakukan kunjungan. Dengan demikian, penguatan Citra Destinasi menjadi aspek penting bagi pengelola pariwisata dalam meningkatkan minat kunjungan dan memperluas potensi daya tarik destinasi.

Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keinginan Merekomendasikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keinginan Merekomendasikan nilai koefisiensi 0,437; t-statistic 6,968; p-values <0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa wisatawan memiliki persepsi yang baik terhadap suatu destinasi baik terkait daya tarik, fasilitas, keamanan, maupun kualitas pelayanan, mereka akan cenderung menyampaikan pengalaman positif tersebut kepada orang lain. Citra Destinasi yang kuat mampu menumbuhkan rasa puas dan kepercayaan wisatawan untuk memberikan rekomendasi, sehingga mendorong penyebaran informasi positif yang berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan.

Citra Destinasi memainkan peran penting dalam membangun loyalitas wisatawan (Alatawy et al., 2022). Destinasi dengan citra yang positif tidak hanya mendorong niat berkunjung Kembali, tetapi juga memperkuat keterlibatan wisatawan dalam mempromosikan destinasi melalui word of mouth, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dengan demikian penguatan Citra Destinasi menjadi strategi penting bagi pengelola pariwisata dalam meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan promosi, dan mendorong pertumbuhan kunjungan secara berkelanjutan.

Pengaruh Moderasi Responsivitas Kebijakan Pemerintah terhadap Kepercayaan Destinasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Responsivitas Kebijakan Pemerintah sebagai moderator yang menunjukkan hasil positif namun tidak signifikan dengan nilai koefisiensi 0,107; t-statistic 1,686; p-values <0,10. Sehingga H4 ditolak. Dengan demikian, Responsivitas Kebijakan Pemerintah tidak mampu memperkuat hubungan positif antara Citra Destinasi dan Kepercayaan Destinasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kebijakan pemerintah memiliki arah pengaruh positif, implementasinya belum cukup efektif untuk memberikan dampak moderative yang kuat. Kebijakan yang tidak responsive dapat

mengurangi persepsi wisatawan terhadap keandalan dan komitmen pemerintah dalam mendukung pengelolaan destinasi. Kondisi ini pada akhirnya dapat melemahkan hubungan antara Citra Destinasi yang positif dengan Tingkat Kepercayaan Destinasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Han et al., 2024; Jebbouri et al., 2022), yang menegaskan bahwa efektivitas kebijakan pemerintah merupakan factor penting dalam menciptakan lingkungan destinasi yang kredibel. Ketika kebijakan tidak berjalan sesuai harapan, maka pengaruh positif Citra Destinasi terhadap Kepercayaan Destinasi dapat berkurang. Dengan demikian, diperlukan peningkatan dalam Responsivitas dan implementasi kebijakan agar peran pemerintah dalam memperkuat kepercayaan terhadap destinasi dapat berfungsi secara optimal.

Pengaruh Moderasi Responsivitas Kebijakan Pemerintah terhadap Niat Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Responsivitas Kebijakan Pemerintah sebagai moderator yang menunjukkan hasil positif namun tidak signifikan dengan nilai koefisiensi 0,077; t-statistic 1,682; p-values <0,10. Sehingga H5 ditolak. Dengan demikian, kebijakan pemerintah yang ada belum mampu memperkuat pengaruh positif Citra Destinasi terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemerintah belum sepenuhnya responsive dalam menerapkan kebijakan yang mendukung pengelolaan destinasi wisata. Kebijakan yang kurang tanggap, tidak konsisten, atau tidak diterapkan secara efektif dapat menurunkan persepsi wisatawan mengenai kesiapan pemerintah dalam mendukung pengembangan destinasi. Akibatnya, meskipun citra destinasi terbentuk secara positif, hal tersebut tidak cukup kuat untuk mendorong peningkatan niat berkunjung apabila tidak diimbangi dengan dukungan kebijakan yang memadai.

Efektivitas kebijakan pemerintah berperan penting dalam membangun lingkungan destinasi yang mendukung keputusan wisatawan (Han et al., 2024; Jebbouri et al., 2022; Nam et al., 2022). Kebijakan Pemerintah tidak berjalan secara optimal, motivasi wisatawan untuk berkunjung dapat menurun, meskipun destinasi tersebut memiliki citra yang baik. Oleh karena itu, peningkatan Responsivitas dan konsistensi kebijakan menjadi faktor dalam memperkuat hubungan antara Citra Destinasi dan Niat Berkunjung.

Pengaruh Moderasi Responsivitas Kebijakan Pemerintah terhadap Keinginan Merekomendasikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Responsivitas Kebijakan Pemerintah sebagai moderator yang menunjukkan hasil positif namun tidak signifikan dengan nilai koefisiensi 0,080; t-statistic 1,683; p-values <0,10. Sehingga H6 ditolak. Artinya, keberadaan kebijakan pemerintah yang ada belum cukup mampu memperkuat pengaruh positif citra destinasi terhadap dorongan wisatawan untuk merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Penelitian ini menegaskan bahwa peran pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan destinasi wisata masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal responsivitas, konsistensi, dan implementasi kebijakan yang selaras dengan upaya pembentukan citra destinasi. Apabila kebijakan tidak dilaksanakan secara optimal, dampak citra destinasi terhadap kepercayaan dan loyalitas wisatawan, termasuk keinginan untuk merekomendasikan menjadi kurang maksimal.

Hal ini menunjukkan bahwa dukungan kelembagaan dan kebijakan pemerintah merupakan faktor pelengkap yang sangat penting dalam memperkuat persepsi positif wisatawan yang sejalan dengan pendapat (Han et al., 2024; Poerwati et al., 2023) yang menekankan bahwa pemerintah daerah perlu bersikap proaktif dalam menciptakan kebijakan yang mendukung penguatan citra destinasi. Kebijakan yang responsive dan efektif mampu membangun kepercayaan lebih kuat serta meningkatkan kecenderungan wisatawan untuk menyebarkan rekomendasi positif. Dengan demikian, optimalisasi peran pemerintah menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam memaksimalkan pengaruh citra destinasi terhadap pasca kunjungan wisatawan.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan destinasi, niat berkunjung, dan keinginan merekomendasikan. Semakin baik citra yang terbentuk, semakin tinggi perilaku positif wisatawan terhadap Museum Keraton Sumenep. Namun, responsivitas kebijakan pemerintah daerah sebagai variabel moderator justru melemahkan hubungan tersebut, meskipun tetap signifikan secara statistik. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan citra destinasi perlu diimbangi dengan kebijakan pemerintah yang lebih responsif dan sesuai kebutuhan wisatawan agar dampaknya terhadap perilaku wisatawan dapat optimal.

Referensi

- Alatawy, K. S., Arabia, S., & Arabia, S. (2022). Destination Image and Tourist Intention to Recommend Visiting NEOM City in Saudi Arabia. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 63(2016), 31–42. <https://doi.org/10.7176/jths/33-03>
- Biro Data dan Sistem Informasi. (2025). *Statistik Perjalanan Wisatawan Nusantara Bulan Juni Tahun 2025*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. <https://kemenpar.go.id/direktori-statistik/statistik-perjalanan-wisatawan-nusantara-bulan-juni-tahun-2025>
- Global, P. P., Indonesia, R. P., Pariwisata, P. K., Global, D. G., & Strategis, R. (2025). *Table of Content: 1(1)*, 1–7.
- Han, H., Nguyen, H. N., Lee, S., & Quan, W. (2024). Impact of the destination image and government policy responsiveness of China on Korean travelers' destination trust and behaviors in the post-pandemic era. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03642-w>
- Hidayaturrehman, M. (2021). Pengembangan Pembangunan Pariwisata di Kabupaten Sumenep Perspektif Hexa Helix. *Karaton: Jurnal Pembangunan ...*, 1(1), 131–146. <http://bappeda.sumenepkab.go.id/jurnal/index.php/karaton/article/view/14%0Ahttp://bappeda.sumenepkab.go.id/jurnal/index.php/karaton/article/download/14/13>
- Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J., & Bouchiba, N. (2022). Impact of Destination Image Formation on Tourist Trust: Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 13(April), 1–17. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.845538>
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2022). *Hingga Oktober 2022, Jumlah Wisman ke Indonesia Capai 3,92 Juta Orang*. https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/hingga-oktober-2022-jumlah-wisman-ke-indonesia-capai-3-92-juta-orang?utm_source=chatgpt.com
- Nam, S., Oh, Y., Hong, S., Lee, S., & Kim, W. (2022). *The Moderating Roles of Destination Regeneration and Place Attachment in How Destination Image Affects Revisit Intention : A Case Study of Incheon Metropolitan City*.
- News.com, T. (2024). *Menpar Optimistis Capaian Kinerja Pariwisata 2024 Lampau Realisasi Tahun Sebelumnya Menpar Optimistis Capaian Kinerja Pariwisata 2024 Lampau Realisasi Tahun Sebelumnya*. Tribun News.Com.
- Poerwati, T., Desderius, K., Lidya Subnafeu, E., Parmanes, E., Ranga Saputra, D., & Aprilianus Dapa, Y. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Budaya Keraton Sumenep di Kelurahan Pajagalan, Kecamatan Kota Sumenep, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. *COMPACT: Spatial Development Journal*, 2(3), 71–79. <https://doi.org/10.35718/compact.v2i3.1039>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar partial least squares structural equation model(pls- sem) 2023. August*.
- Rizaty Ayu, M. (2023). *Data Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Ekonomi Dunia 2022*. Data Indonesia.Id. https://dataindonesia.id/pariwisata/detail/data-kontribusi-sektor-pariwisata-terhadap-ekonomi-dunia-2022?utm_source=chatgpt.com
- Romadhan, M. I. (2021). Manajemen Kesan Disparbudpora Sumenep Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Melalui Program Visit Sumenep. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 22(1), 103. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v22i1.2875>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.
- Susanti, C. E., Hermanto, Y. B., & Suwito, B. (2023). The Effect of Tourist Destination Image (TDI) on Intention to Visit through Tourism Risk Perception (TRP) of COVID-19 in the Tourism Industry in the New Normal Era in Indonesia: Case Study in East Java. *Journal of Risk and Financial*

- Management*, 16(2). <https://doi.org/10.3390/jrfm16020076>
- Trius, N. V., Agustina, N. K. W., & Yudhistira, P. G. A. (2023). The Effect of Travel Experience, Destination Image, and Destination Trust on Revisit Intention at Ubud Monkey Forest. *International Journal of Social Science and Business*, 7(3), 680–689. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i3.50231>
- Zhou, B., Xiong, Q., Li, P., Wang, L. E., Yu, H., & Jin, J. (2022). Factors influencing tourists' shared bicycle loyalty in Hangzhou, China. *Frontiers in Psychology*, 13(October), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1023308>