

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Jeep Lava Tour Merapi

Doni Pratama^{a,1}, Tri Suyud Nusanto^{b,2}, Danang Prasetyo^{c,3}

^{a, b, c} Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Yogyakarta, Indonesia

^{1*} tamaynwa@gmail.com; ² trisuyudnusanto@stipram.ac.id; ³ danangprasetyo@stipram.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 27 Januari 2024

Direvisi: 13 Maret 2024

Disetujui: 16 Mei 2024

Tersedia Daring: 1 Juni 2024

Kata Kunci:

Kualitas layanan

Motivasi

Minat Kunjungan Wisatawan

Jeep Lava Tour Merapi

ABSTRAK

Penelitian ini menggambarkan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi yang memengaruhi minat kunjung wisatawan pada Jeep Lava Tour Merapi, dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung yang mengunjungi Lava Tour Merapi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Simpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan motivasi berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan. Saran yang diberikan melibatkan mempertahankan kualitas pelayanan, inovasi terhadap atraksi wisata untuk lebih menarik banyak wisatawan yang ingin berkunjung.

ABSTRACT

Keywords:

Service Quality

Motivation

Tourist's Interest

Merapi Jeep Lava Tour

This research describes and analyzes the influence of service quality and motivation on tourists' interest in visiting the Merapi Jeep Lava Tour, using a quantitative method. This study collected data through the distribution of questionnaires to visitors who visited the Merapi Lava Tour. The results of this research explain that service quality and motivation have a significant influence on tourists' interest in visiting. The conclusion of this research confirms that service quality and motivation have a positive influence on tourists' interest in visiting. Suggestions given involve maintaining service quality, innovating attractions to attract more tourists who want to visit.

©2024, Doni Pratama, Tri Suyud Nusanto, Danang Prasetyo
This is an open access article under CC BY-SA license



1. Pendahuluan

Pariwisata di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, pariwisata mencakup berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh beragam fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah (Kementrian Pariwisata, 2009). Tujuan kepariwisataan salah satunya yaitu meningkatkan ekonomi, menghapus kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan rakyat (Kementrian Pariwisata, 2009). Wisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang semakin berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat tren meningkatnya minat masyarakat untuk mencari pengalaman wisata yang berbeda dan menantang. Wisata adventure, yang menawarkan pengalaman petualangan dan eksplorasi alam, telah menjadi salah satu pilihan utama bagi para wisatawan yang ingin melampaui batasan dari liburan konvensional. Salah satu bentuk wisata adventure yang semakin populer adalah wisata jeep adventure, yang menghadirkan pengalaman mengemudi jeep di medan yang menantang, mengelilingi alam yang indah, serta menawarkan sensasi dan kegembiraan yang

tak terlupakan. Objek wisata yang dikelola baik oleh pihak swasta, pemerintah maupun masyarakat berlomba-lomba menyajikan tempat wisata yang menarik bagi wisatawan, namun tak juga lupa, dalam setiap pengembangan atraksi wisata perlu diperhatikan Standar Operasional Prosedur guna memastikan keselamatan para wisatawan yang sedang berwisata diobjek tersebut. Standar Operasional Prosedur yang dimaksud dalam hal ini merupakan suatu fasilitas keselamatan dalam suatu objek wisata, maupun regulasi mengenai standarisasi keselamatan yang ada baik dalam hal perlengkapan maupun kondisi kendaraan yang di pergunakan. Dan memperhatikan mengenai pelaksana yang ada dilapangan. Pengembangan wisata harus di imbangi dengan adanya sinergitas antar stakeholder agar tercipta wisata yang aman dan menarik untuk para wisatawan. Promosi yang gencar tidak cukup apa bila masih mengesampingkan faktor keamanan di setiap atraksi wisata yang ada. Berdasarkan permasalahan yang sudah di jelaskan di atas, lalu sebagai mana objek wisata ini dalam memperhatikan faktor keselamatan para wisatawan, bagaimana pemerintah dan pihak penyelenggara bersinergi untuk menangani keselamatan wisatawan sangat diutamakan agar tidak terjadi insiden atau kecelakaan pada pelaksanaanya. Semua keselamatan sudah di atur dalam (Kementrian Pariwisata, 2009).

Pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan pelanggan (Ratminto, 2012). Dengan kata lain, Pelayanan merupakan salah satu upaya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal kecepatan menangani komplain dan keramahan terhadap pelanggan. Seperti yang dijelaskan dalam teori motivasi wisatawan, motif-motif pribadi seperti eksplorasi, relaksasi, petualangan, dan pencarian pengalaman budaya dapat mempengaruhi minat berkunjung. Wisatawan yang memiliki motivasi eksplorasi mungkin lebih tertarik untuk mengunjungi destinasi alam, sementara yang memiliki motivasi pencarian pengalaman budaya akan lebih tertarik ke destinasi dengan warisan budaya yang kaya (Prasetyo, 2019). Minat berkunjung kembali merupakan perilaku wisatawan dimana wisatawan akan, berkeinginan, kemungkinan dan memastikan bahwa mengunjungi kembali destinasi yang pernah dikunjungi sebelumnya. Dengan hal itu, bahwa minat berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang dapat dijabarkan berdasarkan teori motivasi wisatawan (Viet, 2020). Variabel Kepuasan Pengunjung dan Minat Berkunjung memiliki hubungan yang kuat dalam konteks destinasi wisata. Kepuasan pengunjung, seperti dijelaskan dalam uraian sebelumnya, merupakan refleksi dari sejauh mana wisatawan merasa puas dengan pengalaman mereka di destinasi tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung, seperti kualitas pelayanan, fasilitas, informasi, harga, lingkungan, dan produk, akan berdampak pada perasaan wisatawan terhadap destinasi dan minat berkunjung, di sisi lain, berkaitan dengan keinginan dan niat wisatawan untuk kembali ke destinasi yang sama. Jika wisatawan merasa sangat puas dengan pengalaman sebelumnya, wisatawan cenderung memiliki minat yang tinggi untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, hubungan antara Kepuasan Pengunjung (dalam hal ini, tingkat kepuasan yang tinggi) dengan Minat Berkunjung kembali sangat mungkin positif (Viet, 2020). Faktor-faktor yang bisa berpengaruh terhadap minat untuk berkunjung lagi ke suatu destinasi adalah kepuasan saat melakukan kunjungan, ada motivasi tertentu, kecintaan pada destinasi, dan proses informasi terhadap destinasi tersebut. Jika wisatawan merasa puas, mereka akan berkunjung kembali di lain waktu dan akan menginformasikan kepada orang lain terhadap pengalaman yang dirasakan selama melakukan kunjungan (Nuraeni, 2014).

2. Metode

Dalam penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjung wisatawan pada jeep lava tour merapi penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengkonversi fenomena yang kompleks menjadi angka-angka, sehingga memudahkan proses analisis (Apriliawati, 2020). Lava tour merapi terletak di Jl. Tlogo Putri, Kaliurang, Hargobinangun, Kec. Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55582. Waktu penelitian dimulai dari Desember 2023 sampai dengan Januari 2024. Penelitian dilakukan kurang lebih selama 3 bulan dimulai dari November 2023 akhir. Dalam kurun waktu tersebut melalui banyak tahap persiapan yang dilakukan di bulan Desember 2023 1 minggu awal untuk kelokasinya. Tahap pelaksanaan di minggu kedua bulan Desember hingga bulan Januari awal minggu pertama. Tahap ketiga memulai penyusunan laporan yang dilakukan di minggu ke 4 bulan Januari hingga Februari awal. Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019) Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung ke destinasi wisata Lava Tour Merapi. Berdasarkan data kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik pada periode 2016-2023 dengan jumlah kunjungan selama lima tahun sebanyak 2.350.642 wisatawan, namun populasi yang diambil hanya jumlah kunjungan wisatawan tahun 2023 sebanyak 327.211 wisatawan yang berkunjung dengan sampel 100 responden yang diperoleh dari metode Slovin. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas serta analisis regresi.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan di Destinasi Wisata Lava tour merapi terletak di Jl. Tlogo Putri, Kaliurang, Hargobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lava Tour Merapi merupakan atraksi wisata yang diperkenalkan oleh masyarakat yang mengalami dampak dari erupsi Merapi tahun 2010. Atraksi wisata ini menawarkan pengalaman alam yang memungkinkan para pengunjung untuk menjelajahi konsekuensi dari erupsi Merapi tahun 2010. Para peserta diajak untuk melihat secara langsung kerusakan akibat bencana tersebut. Wisatawan memiliki kesempatan untuk menyaksikan secara dekat material yang tersisa dari letusan gunung Merapi serta mengunjungi bunker tempat dua relawan kehilangan nyawa sebagai tempat perlindungan. (Izzatun, 2021). Rata-rata usia responden dalam penelitian ini berada pada umur 21-40 tahun, dengan usia 17-20 tahun sebanyak 8%, usia 20-41 tahun sebanyak 88% dan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 4%. Dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan usia didominasi oleh usia 21-40 tahun dengan perolehan jumlah sebanyak 88%.

Berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini dimulai dengan pekerjaan karyawan swasta, perolehan setiap pekerjaan yaitu karyawan swasta sebanyak 21%, Pegawai PNS/TNI/Polri sebanyak 6%, Pelajar/ Mahasiswa sebanyak 30%, Wirausahawan sebanyak 13%, Petani/Pedagang/ Nelayan sebanyak 2%, Seniman sebanyak 4% dan pekerjaan lain sebanyak 24%. Dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini didominasi oleh pelajar/mahasiswa dengan perolehan sebanyak 30%. Berdasarkan hasil olah data uji validitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), Motivasi (X2) dan minat kunjung (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,361). Dapat disimpulkan bahwa item dalam pernyataan ini valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

3.1 Uji Reliabilitas

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	.706	5
X2	.732	5
Y	.737	5

Hasil Uji Reliabelitas variabel X1 (kualitas pelayanan) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,706 yang lebih besar dari 0,60. Hasil Uji Reliabelitas variabel X2 (motivasi) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,732 yang lebih besar dari 0,60. Hasil Uji Reliabelitas variabel Y (minat kunjung) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,737 yang lebih besar dari 0,60. Dapat disimpulkan semua pernyataan yang digunakan untuk semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Dengan demikian instrumen tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.2 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel X dan variabel Y memiliki distribusi yang normal atau tidak. Normalitas distribusi dapat dievaluasi dengan melihat nilai signifikansi yang diperoleh dari uji Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai signifikansi dari uji tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data tersebut tidak memiliki distribusi normal.

Tabel 2. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			Unstandardized Residual
N			100
Normal	Mean		.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation		2.27854801
Most	Absolute		.054
Extreme	Positive		.054
Differences	Negative		-.049
Test Statistic			.054
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo	Sig.		.684
Sig. (2-tailed) ^e	99% Confidence Interval	Lower Bound	.672
		Upper Bound	.696

Hasil uji normalitas ditunjukkan pada kolom Asymp. Sig. (2-tailed) didapatkan hasil sebesar 0,200 yang berarti bahwa lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

3.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menilai apakah ada korelasi antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Dalam model regresi yang baik, tidak seharusnya terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk menentukan apakah multikolinieritas terjadi, dapat digunakan nilai tolerance (α) dan nilai faktor inflasi varians (VIF). Tolerance merupakan ukuran dari seberapa banyak varians dalam variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya, sedangkan VIF mengindikasikan seberapa banyak varians dalam koefisien regresi yang disebabkan oleh multikolinieritas. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,100 dan VIF kurang dari 10,00, maka tidak terdapat indikasi multikolinieritas dalam model.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

<i>Coefficients^a</i>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.551	1.815
X2	.551	1.815

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji multikolinieritas diperoleh hasil bahwa untuk semua variabel nilai tolerance lebih besar dari 0,100 yaitu sebesar 0,551 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10,00 yaitu 1,815. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terjadi ketidaksamaan atau penyimpangan dari asumsi-asumsi klasik dalam model regresi. Metode yang sering digunakan untuk uji ini adalah uji Glejser. Keputusan dalam uji heteroskedastisitas didasarkan pada nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi dari uji tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas dalam model.

Tabel 4. Heteroskedastisitas

<i>Coefficients^a</i>					
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.263	.734		3.084	.003
X1	-.059	.087	-.092	-.672	.503
X2	.007	.086	.012	.086	.932

Hasil uji heteroskedastisitas diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi dari semua variabel independen lebih dari 0,05 yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan (X1) 0,503 dan daya tarik wisata (X2) 0,932 yang lebih besar dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Uji Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>					
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.385	1.176		2.028	.045
X1	.396	.140	.321	2.827	.006
X2	.353	.139	.289	2.546	.012

Berdasarkan tabel 5, dari persamaan regresi berganda diperoleh nilai konstanta (2,385) menunjukkan nilai minat kunjung (Y) ketika kedua variabel independen (kualitas pelayanan dan motivasi) memiliki nilai nol. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (0,396) yang positif menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan sebesar 1% dalam variabel kualitas pelayanan (X1), maka minat kunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,396 atau 39,6%. Koefisien regresi untuk variabel motivasi (0,353) yang positif menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan sebesar 1% dalam variabel motivasi (X2), maka minat kunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,353 atau 35,3%.

3.6 Uji Parsial (Uji T)

Tabel 6. Uji Parsial (Uji T)

<i>Coefficients^a</i>					
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.385	1.176		2.028	.045
X1	.396	.140	.321	2.827	.006
X2	.353	.139	.289	2.546	.012

Uji t atau uji parsial digunakan untuk menguji variabel independen memiliki pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependen. Untuk pengambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat signifikansi dan membandingkan dengan taraf kesalahan (signifikansi) yang dipakai yakni jika nilai probabilitas < nilai alpha ($\alpha = 0,05$), maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel 4, diperoleh hasil uji t dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan (X1) terhadap minat kunjung (Y) sebesar 0,006 atau artinya nilai probabilitas $0,006 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung (Y) pada jeep Lava Tour Merapi. Dimana nilai signifikansi motivasi (X2) terhadap minat kunjung (Y) sebesar 0,012 atau artinya nilai probabilitas $0,012 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya bahwa variabel motivasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung (Y) pada jeep Lava Tour Merapi.

3.7 Uji Simultan (Uji F)

Uji F, juga dikenal sebagai uji serentak, uji model, atau uji ANOVA, adalah uji statistik yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh bersama-sama dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi (nilai p) dengan tingkat kepercayaan yang biasanya ditetapkan pada 0,05. Jika nilai signifikansi (p-value) dari uji F kurang dari atau sama dengan 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 5. Uji F

<i>ANOVA^a</i>					
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	F
1 Regression		231.974	2	115.987	21.889
Residual		513.986	97	5.299	
Total		745.960	99		

Dari tabel hasil 5 uji F diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar <0,001 artinya nilai probabilitas $<0,001 < 0,05$. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan motivasi (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung (Y) pada jeep Lava Tour Merapi.

3.8 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.558 ^a	.311	.297	2.30192

Berdasarkan tabel, diperoleh nilai Adjusted R Square adalah 0.297, hal ini berarti 29,7% variasi variabel terikat yaitu minat kunjung dapat dijelaskan oleh 2 variasi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan motivasi. Sedangkan sisanya ($100\% - 29,7\% = 70,3\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan regresi berganda. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Tidak terdapat indikasi multikolinieritas dalam model, dan model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, menegaskan bahwa asumsi klasik telah terpenuhi. Pada hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan (X1) dan motivasi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung wisatawan (Y). Hal ini diperkuat oleh hasil uji T, yang menunjukkan penolakan terhadap hipotesis nol untuk kedua variabel tersebut, menegaskan bahwa kualitas layanan dan motivasi secara individu berkontribusi secara signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama, kualitas pelayanan dan motivasi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat kunjung wisatawan pada Jeep Lavar Tour Merapi. Dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,297, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 29,7% variasi minat kunjung wisatawan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan motivasi, sedangkan sisanya mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Penelitian ini linier dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Didi Riadi, Lalu Adi Permadi, dan Weni Retnowati pada tahun 2023, yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante yang di Mediasi Oleh Kepuasan Wisatawan". Penelitian tersebut menyoroti hubungan antara kualitas pelayanan dan minat kunjung kembali wisatawan, dengan mempertimbangkan variabel mediasi yaitu kepuasan wisatawan. Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara positif dan signifikan memengaruhi minat kunjung kembali wisatawan. Implikasi dari temuan tersebut adalah pentingnya fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dalam rangka memperpanjang kunjungan wisatawan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan mereka. Dalam konteks penelitian ini, fokus ditujukan pada Jeep Lavar Tour Merapi sebagai destinasi wisata tertentu. Meskipun berbeda dengan Desa Wisata Hijau Bilebante, namun temuan yang mengindikasikan pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat kunjung wisatawan tetap relevan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan, seperti keramahan staf, kenyamanan fasilitas, keamanan perjalanan, dan kejelasan informasi, tetap menjadi faktor kunci dalam menarik minat kunjung wisatawan di berbagai jenis destinasi wisata. Oleh karena itu, Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas layanan dan motivasi memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan minat kunjung wisatawan pada Jeep Lavar Tour Merapi. Dua faktor ini secara signifikan memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa wisata seperti Jeep Lavar Tour Merapi memiliki dampak yang signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika wisatawan merasa puas dengan kualitas layanan yang mereka terima, mereka cenderung lebih tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut lagi di masa depan. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kualitas layanan, seperti kemudahan proses reservasi, keramahan staf, kenyamanan fasilitas, dan keamanan perjalanan, semuanya memainkan peran dalam membentuk persepsi positif wisatawan terhadap destinasi wisata.

Selain itu, motivasi juga terbukti menjadi faktor yang signifikan dalam menentukan minat kunjung wisatawan. Motivasi adalah dorongan internal atau eksternal yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu, dalam konteks ini, berkunjung ke Jeep Lavar Tour Merapi. Motivasi wisatawan dapat bervariasi, mulai dari motivasi intrinsik seperti keinginan untuk mencari pengalaman baru atau mengeksplorasi alam, hingga motivasi ekstrinsik seperti tekanan dari teman atau keluarga untuk melakukan perjalanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi wisatawan,

semakin tinggi pula minat mereka untuk mengunjungi destinasi wisata tertentu. Faktor-faktor yang dapat meningkatkan motivasi wisatawan, seperti promosi yang efektif, testimoni positif dari wisatawan sebelumnya, dan adanya daya tarik unik dari tempat wisata itu sendiri, semuanya dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih Jeep Lavar Tour Merapi sebagai destinasi perjalanan mereka.

4. Kesimpulan

Penelitian ini berfokus pada Jeep Lava Tour Merapi di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai atraksi wisata yang menarik. Dalam analisis gambaran umum lava tour, terlihat bahwa wisatawan dapat diajak untuk melihat secara langsung kerusakan akibat bencana tersebut. wisatawan memiliki kesempatan untuk menyaksikan secara dekat material yang tersisa dari letusan gunung merapi serta mengunjungi bunker tempat dua relawan kehilangan nyawa sebagai tempat perlindungan. Aktivitas atraksi wisata ini dapat membantu wisatawan untuk memahami betapa dahsyatnya letusan Gunung Merapi. Dalam karakteristik responden terlihat mayoritas pengunjung Jeep Lava Tour Merapi adalah laki-laki, mencapai 72%, umur 21-40 tahun, mencapai 88% dan pelajar/mahasiswa, sebanyak 30%. Profil ini memberi pemahaman awal bahwa atraksi wisata ini lebih diminati oleh pengunjung dengan jenis kelamin laki-laki, yang berusia 21-40 tahun dan paling banyak diminati oleh pelajar/mahasiswa.

Uji validitas dan reliabilitas menegaskan kualitas data yang baik, dan hasil regresi sederhana membuktikan adanya pengaruh signifikan antara kualitas layanan dan motivasi terhadap minat kunjung wisatawan, dengan koefisien determinasi sebesar 29,7%. hasil uji F juga menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan motivasi (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung (Y) pada jeep Lava Tour Merapi.

Dengan demikian, keseluruhan analisis dan uji yang dilakukan pada penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan dan motivasi menjadi faktor yang berperan penting dalam membentuk minat kunjung wisatawan di jeep Lava Tour Merapi.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan artikel ilmiah ini. Untuk itu penulis sampaikan rasa terimakasih kepada:

- a. Bapak Dr. Suhendroyono, SH., MM., M.Par., CHE., CGSP selaku Ketua dari Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta.
- b. Bapak Dr. Moch. Nur Syamsu, S.Pt., M.Par., CHE., CGSP selaku Kaprodi S1 Pariwisata.
- c. Pihak Pengelola Jeep Lava Tour Merapi yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian Artikel Ilmiah
- d. Kedua orang tua dan keluarga lainnya telah memberikan dukungan moral serta semangat dalam penulisan Artikel Ilmiah

Penulis menyadari bahwa artikel ilmiah yang dibuat masih belum mencapai tingkat kesempurnaan yang diharapkan. Karena itu, penulis berharap untuk mendapatkan masukan yang membantu dalam meningkatkan kualitas artikel tersebut.

6. Daftar Pustaka

- Apriliawati, D. (2020). Diary Study sebagai Metode Pengumpulan Data pada Riset Kuantitatif: Sebuah Literature Review. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 79–89.
- Badu, A., & Batinggi. (2011). *Manajemen Pelayanan Publik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Bellinda Sofia Nuraeni. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20.
- Chotimah, S., & Wahyudi, H. D. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention: Mediasi Customer Satisfaction Pada Pengunjung Jawa Timur Park 1 Batu. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 24(1), 1–11.
- Dinas Pariwisata Yogyakarta. (2021). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan domestik yang Berkunjung ke Ekowisata Lava Tour Merapi Tahun 2016-2020*. Dispar Yogyakarta. <https://pariwisata.jogjakota.go.id/>
- Google Maps. (2024, Maret 30). *Peta lokasi Lava Tour Merapi*. Google Maps.
- Izzatun, R., Dewi, W., & Ayu, G. (2021). Analisis Pariwisata Lereng Gunung Merapi di Kecamatan Cangkringan Sleman Yogyakarta. *Jurnal Geografi*, 3(1), 1–18.
- Kementrian Pariwisata. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009. Tentang Kepariwisata*.
- Masithoh, D., & Widiartanto, &. (2020). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Revisit Intention Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Destinasi Wisata Museum Kretek Kudus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 617–625.
- Pradyka, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pengalaman Terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Kampung Glitung Go Green di Kota Malang). *Jurnal Manajemen*, 6(2), 110–119.
- Prasetyo, A. Y. (2019). *Pengantar Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2012). *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante yang di Mediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49.
- Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 72(1), 157–167.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Viet, B. N., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Journal Cogent Business & Management*, 7(1), 179–195.
- Wiradipoetra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 129–137.