

**Pengaruh Fasilitas Wisata Sejarah terhadap Minat Kunjungan Ulang  
di Desa Wisata Kuningan, Kabupaten Blitar**

***The Effect of Historical Tourism Facilities on Revisit Intention  
at Kuningan Tourism Village, Blitar Regency***

**Fandu Dyangga Pradeta<sup>1</sup>, Desi Fitria<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Balitar, Indonesia  
E-mail: [pradetafandu@gmail.com](mailto:pradetafandu@gmail.com)<sup>1</sup>

---

**Artikel Info**

Diterima:  
21 Agustus 2026  
Disetujui:  
25 September 2026  
Diterbitkan:  
27 September 2026

**Hal. 67-73**

---

**Kata Kunci:**

Fasilitas Wisata;  
Minat Kunjungan  
Ulang; Wisata  
Sejarah;  
Wisatawan.

---

**Keywords:**

Historical  
Tourism; Revisit  
Intention; Tourism  
Facilities; Tourists.

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji apakah fasilitas wisata sejarah berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk kembali ke Desa Wisata Kuningan, Kabupaten Blitar. Penelitian memakai survei kuantitatif dengan 100 responden. Berdasarkan rata-rata kunjungan sekitar 3.000 orang per bulan, rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10% menghasilkan kebutuhan minimum 96,77 responden; jumlah sampel penelitian kemudian ditetapkan 100 orang. Data diperoleh melalui kuesioner online dari wisatawan yang berkunjung dalam satu bulan terakhir. Analisis mencakup validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, dan uji t. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan fasilitas wisata sejarah terhadap minat kunjungan ulang ( $t = 5,841$ ;  $p < 0,001$ ). Temuan ini menempatkan fasilitas sebagai salah satu aspek yang perlu diperhatikan untuk mendukung keinginan wisatawan mengunjungi kembali Desa Wisata Kuningan.

---

**ABSTRACT**

*This research examines whether historical tourism facilities influence tourists' intention to revisit Kuningan Tourism Village in Blitar Regency. A quantitative survey involved 100 respondents. With an average of about 3,000 visits per month, Slovin's formula at a 10% error tolerance produced a minimum sample estimate of 96.77; the study set its sample at 100 respondents. Data came from an online questionnaire completed by visitors who had visited within the preceding month. The analysis covered validity, reliability, residual normality, heteroscedasticity, and a t-test. Results indicate a positive and statistically significant effect of historical tourism facilities on revisit intention ( $t = 5.841$ ;  $p < 0.001$ ). The findings suggest that facility management deserves attention as part of efforts to encourage visitors to return to Kuningan Tourism Village.*

---

**PENDAHULUAN**

Pariwisata memberi kesempatan kepada pengunjung untuk menikmati rekreasi sekaligus mempelajari warisan budaya, sejarah, dan kehidupan masyarakat setempat. Di kawasan yang mengangkat nilai sejarah dan religi, kualitas pengalaman tidak hanya ditentukan oleh objek utama yang dikunjungi, tetapi juga oleh sarana yang tersedia untuk menunjang kegiatan wisata. Ketersediaan fasilitas yang sesuai kebutuhan dapat membuat aktivitas pengunjung berlangsung lebih praktis dan nyaman.

Karena itu, pengelolaan fasilitas patut menjadi perhatian ketika destinasi berupaya membangun pengalaman positif dan mendorong wisatawan untuk datang kembali. Desa Wisata Kuningan berada di Desa Kuningan, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar, dan menawarkan

perpaduan daya tarik religi dengan warisan sejarah. Penjajakan awal tim peneliti mengidentifikasi tempat yang berkaitan dengan Syaikh Abu Hasan dan Syaikh Abu Manshur, serta peninggalan berupa masjid, pondok pesantren, rumah joglo, tombak Dwisula, mimbar berusia ratusan tahun, dan rumah peninggalan kedua tokoh tersebut. Untuk menunjang kunjungan, tersedia sejumlah sarana seperti lahan parkir, toilet umum, musala, *guest house*, tempat makan, kios souvenir, area berfoto, dan akses Wi-Fi.

Kombinasi peninggalan sejarah, aktivitas religi, dan sarana pendukung ini menjadikan lokasi tersebut relevan untuk diteliti dari sisi minat kunjungan ulang. Kajian sebelumnya memberi petunjuk bahwa fasilitas dapat berkaitan dengan keinginan wisatawan untuk kembali. Studi Winanto dan Djunaid (2024), misalnya, melaporkan hubungan positif dan signifikan antara fasilitas wisata dan niat berkunjung kembali di Kebun Raya Bogor. Febriani dan Suyuthie (2024) juga menemukan bahwa atraksi bersama fasilitas wisata memengaruhi niat kunjungan ulang ke Pantai Air Bangis di Kabupaten Pasaman Barat.

Meski demikian, kedua penelitian itu mengambil tempat dengan karakter yang tidak sama dengan desa wisata yang menggabungkan unsur sejarah dan religi. Bukti empiris tentang peran fasilitas tidak sepenuhnya seragam. Pada Pantai Carocok Painan, Murdani dan Martha (2023) tidak menemukan pengaruh fasilitas yang signifikan terhadap keinginan berkunjung kembali.

Temuan yang berbeda ini menjadi alasan untuk menguji hubungan tersebut pada latar destinasi lain, alih-alih menganggap pola yang sama berlaku untuk semua lokasi wisata. Sementara itu, Maulina *et al.* (2023) menelaah niat kunjungan ulang di kawasan Batavia Jakarta *Heritage* melalui sejumlah aspek, termasuk pengalaman wisata, persepsi autentisitas, pengetahuan terdahulu, dan pengaruh sosial. Kajian itu menunjukkan bahwa niat kembali ke destinasi warisan budaya dapat dipahami dari beragam pengalaman dan persepsi, walaupun fasilitas bukan variabel utamanya.

Dari hasil kajian terdahulu, masih diperlukan pengujian yang secara khusus menelaah fasilitas dan niat berkunjung kembali pada desa wisata dengan perpaduan karakter sejarah serta religi. Riset terdahulu membahas fasilitas pada kebun raya dan kawasan pantai, sedangkan Maulina *et al.* (2023) berfokus pada pengalaman serta persepsi pengunjung di kawasan *heritage* perkotaan. Oleh sebab itu, hasil penelitian dari konteks tersebut belum tentu dapat menjelaskan kondisi desa wisata sejarah-religi seperti Desa Wisata Kuningan.

Kontribusi khusus penelitian ini adalah menguji secara langsung keterkaitan fasilitas wisata sejarah dengan minat kunjungan ulang di Desa Wisata Kuningan, Kabupaten Blitar. Berbeda dari pengukuran fasilitas yang hanya menekankan sarana umum dan kenyamanan, kajian ini turut memasukkan ketersediaan informasi sejarah sebagai bagian yang sesuai dengan identitas destinasi. Analisis difokuskan pada fasilitas wisata sejarah sebagai variabel bebas dan minat kunjungan ulang sebagai variabel terikat. Fokus tersebut diharapkan memberi gambaran empiris yang lebih terarah tentang hubungan kedua variabel pada desa wisata yang diteliti.

Atas dasar uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menguji pengaruh fasilitas wisata sejarah terhadap minat kunjungan ulang di Desa Wisata Kuningan, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar. Temuannya diharapkan menambah pembahasan tentang pengembangan pariwisata sejarah berbasis masyarakat dan dapat dipakai sebagai masukan bagi pengelola saat menilai kondisi fasilitas, terutama sarana yang menunjang kenyamanan serta membantu pengunjung memahami informasi sejarah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan rancangan asosiatif untuk menguji pengaruh fasilitas wisata sejarah (X) terhadap minat kunjungan ulang (Y) di Desa Wisata Kuningan, Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar. Populasinya adalah wisatawan yang datang ke destinasi tersebut. Berdasarkan wawancara dengan Ketua Pengelola Desa Wisata Kuningan, Muhammad Haikal Asfari, rata-rata jumlah kunjungan mencapai sekitar 3.000 orang setiap bulan. Perhitungan Slovin dengan batas kesalahan 10% menghasilkan kebutuhan minimum 96,77 responden; untuk penelitian ini, jumlah sampel ditetapkan menjadi 100 orang.

Responden dipilih secara *purposive*, yakni wisatawan yang pernah berkunjung dalam kurun satu bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner Google Form yang

dibagikan kepada orang yang memenuhi kriteria tersebut. Fasilitas wisata sejarah (X) merujuk pada sarana dan prasarana yang membantu wisatawan menjalani kunjungan secara mudah, nyaman, dan bermakna. Pengukurannya mencakup lima aspek: ketersediaan atau kelengkapan sarana pendukung; kebersihan sarana yang dipakai; kemudahan pengunjung ketika menggunakan fasilitas; kenyamanan yang diberikan selama berada di destinasi; dan keberadaan sarana penyedia informasi mengenai sejarah serta peninggalan setempat.

Pemilihan aspek ini mengacu pada kajian tentang fasilitas, pengalaman pengunjung, dan nilai destinasi dalam membentuk pengalaman wisata (Masykur *et al.*, 2022; Rani *et al.*, 2024; Damanik & Yusuf, 2022). Minat kunjungan ulang (Y) menggambarkan kecenderungan seseorang untuk kembali ke destinasi setelah mempertimbangkan pengalaman kunjungan sebelumnya. Variabel ini dinilai melalui lima aspek: adanya keinginan untuk datang lagi; rencana melakukan kunjungan berikutnya; preferensi menjadikan destinasi sebagai pilihan utama; kemauan menyarankan destinasi kepada orang lain; serta tekad untuk kembali pada masa mendatang.

Penyusunan indikator tersebut merujuk pada penelitian mengenai *revisit intention* di destinasi wisata dan *heritage* (Masykur *et al.*, 2022; Rani *et al.*, 2024; Saryatun *et al.*, 2024). Kuesioner memuat sepuluh butir, masing-masing satu butir untuk setiap indikator. Jawaban responden direkam dengan skala Likert lima tingkat: 1 menunjukkan sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, dan 5 sangat setuju. Setiap butir dirancang agar mewakili indikator yang bersangkutan. Sebelum pengujian hipotesis, instrumen terlebih dahulu diperiksa melalui pengujian validitas dan reliabilitas.

Data diolah menggunakan IBM SPSS. Pengaruh X terhadap Y dianalisis dengan regresi linear sederhana, setelah kualitas instrumen dan asumsi model diperiksa. Validitas dan reliabilitas digunakan untuk menilai butir kuesioner, sedangkan normalitas diperiksa melalui rasio *skewness* serta *kurtosis* terhadap *standard error* pada residual regresi. Rasio dalam kisaran -2 sampai +2 dipakai sebagai kriteria normalitas. Pemeriksaan heteroskedastisitas memakai prosedur Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap fasilitas wisata sejarah; nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan tidak terdeteksinya gejala tersebut. Pengaruh variabel X selanjutnya diuji dengan uji t pada taraf 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Hipotesis yang diuji dinyatakan sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Fasilitas wisata sejarah tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang di Desa Wisata Kuningan.

H<sub>1</sub>: Fasilitas wisata sejarah berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang di Desa Wisata Kuningan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Kelayakan setiap butir kuesioner dinilai melalui korelasi Pearson Product Moment. Nilai korelasi hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf 5%. Untuk 100 responden, derajat bebasnya adalah 98 (N-2), sehingga nilai r tabel yang digunakan sebesar 0,197. Butir memenuhi kriteria validitas apabila r hitung melampaui nilai tersebut. Cara evaluasi ini sejalan dengan prosedur yang digunakan Lestari *et al.* (2022) ketika menilai instrumen terkait fasilitas wisata dan minat berkunjung ulang.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Instrumen

| Variabel                     | Indikator                           | r hitung | r tabel | Sig.   | Keterangan |
|------------------------------|-------------------------------------|----------|---------|--------|------------|
| Fasilitas Wisata Sejarah (X) | X1 – Kelengkapan fasilitas          | 0,626    | 0,197   | <0,001 | Valid      |
|                              | X2 – Kebersihan fasilitas           | 0,606    | 0,197   | <0,001 | Valid      |
|                              | X3 – Kemudahan penggunaan fasilitas | 0,650    | 0,197   | <0,001 | Valid      |
|                              | X4 – Kenyamanan fasilitas           | 0,680    | 0,197   | <0,001 | Valid      |
|                              | X5 – Fasilitas informasi sejarah    | 0,639    | 0,197   | <0,001 | Valid      |
| Minat Kunjungan Ulang (Y)    | Y1 – Keinginan berkunjung kembali   | 0,764    | 0,197   | <0,001 | Valid      |

| Variabel | Indikator                                       | r hitung | r tabel | Sig.   | Keterangan |
|----------|-------------------------------------------------|----------|---------|--------|------------|
|          | Y2 – Rencana melakukan kunjungan ulang          | 0,717    | 0,197   | <0,001 | Valid      |
|          | Y3 – Menjadikan destinasi sebagai pilihan utama | 0,781    | 0,197   | <0,001 | Valid      |
|          | Y4 – Kesiediaan merekomendasikan                | 0,750    | 0,197   | <0,001 | Valid      |
|          | Y5 – Komitmen untuk berkunjung kembali          | 0,734    | 0,197   | <0,001 | Valid      |

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Hasil pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa semua sepuluh butir memenuhi kriteria validitas: setiap r hitung melampaui 0,197 dan tingkat signifikansinya berada di bawah 0,05. Untuk variabel fasilitas wisata sejarah, koefisien korelasi berada pada rentang 0,606–0,680; sedangkan nilai untuk minat kunjungan ulang berkisar 0,717–0,781. Oleh karena itu, seluruh butir dapat dipertahankan untuk tahap analisis berikutnya. Hasil ini searah dengan Lestari et al. (2022), yang juga melaporkan terpenuhinya kriteria validitas pada butir fasilitas wisata dan minat berkunjung ulang.

### Uji Reliabilitas

Konsistensi antarbutir pada masing-masing variabel diperiksa dengan koefisien Cronbach's Alpha. Dalam penelitian ini, nilai di atas 0,60 dipakai sebagai batas untuk menyatakan instrumen reliabel. Kriteria tersebut membantu menilai apakah butir-butir dalam satu variabel memberikan pengukuran yang cukup konsisten. Penggunaan uji reliabilitas pada penelitian fasilitas wisata dan niat kunjungan kembali juga ditemukan dalam studi Elake et al. (2024).

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                     | Cronbach's Alpha | Batas Reliabilitas | Keterangan |
|------------------------------|------------------|--------------------|------------|
| Fasilitas Wisata Sejarah (X) | 0,642            | 0,60               | Reliabel   |
| Minat Kunjungan Ulang (Y)    | 0,799            | 0,60               | Reliabel   |

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Nilai Cronbach's Alpha untuk fasilitas wisata sejarah (X) tercatat sebesar 0,642, sementara minat kunjungan ulang (Y) mencapai 0,799 (Tabel 2). Karena kedua koefisien melewati ambang 0,60, instrumen pada kedua variabel memenuhi kriteria reliabilitas yang digunakan. Hasil tersebut menunjukkan konsistensi internal yang memadai untuk melanjutkan analisis. Pengujian reliabilitas dengan tujuan menilai kelayakan instrumen juga diterapkan oleh Elake et al. (2024) pada kajian fasilitas wisata dan minat berkunjung kembali.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Normalitas residual regresi dievaluasi dengan melihat rasio statistik skewness dan kurtosis terhadap standard error masing-masing. Apabila kedua rasio berada di antara –2 dan +2, residual diperlakukan memenuhi kriteria normalitas dalam pendekatan ini. Pendekatan tersebut juga digunakan Iqbal dan Sujana (2021) dalam penelitian mengenai fasilitas dan minat kunjungan ulang wisatawan.

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas Skewness-Kurtosis

| Model                   | N   | Skewness | Std. Error | Rasio Skewness | Kurtosis | Std. Error | Rasio Kurtosis |
|-------------------------|-----|----------|------------|----------------|----------|------------|----------------|
| Unstandardized Residual | 100 | 0,025    | 0,241      | 0,104          | 0,357    | 0,478      | 0,747          |

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Perhitungan pada Tabel 3 menghasilkan rasio skewness 0,104 (0,025 dibagi 0,241) dan rasio kurtosis 0,747 (0,357 dibagi 0,478). Keduanya berada dalam batas  $-2$  hingga  $+2$ . Dengan demikian, berdasarkan kriteria yang dipakai, residual model memenuhi asumsi normalitas dan analisis berikutnya dapat dilakukan. Kriteria serupa digunakan oleh Iqbal dan Sujana (2021) dalam kajian fasilitas dan minat kunjungan ulang.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pemeriksaan ini ditujukan untuk melihat apakah varians residual cenderung berbeda pada tingkat prediksi yang berlainan. Uji Glejser merupakan salah satu pemeriksaan asumsi sebelum regresi linear sederhana; metode tersebut juga digunakan dalam penelitian Noegroho (2025) mengenai kualitas pelayanan dan niat kunjungan kembali. Pada pengujian ini, nilai signifikansi yang lebih besar daripada 0,05 ditafsirkan sebagai tidak ditemukannya indikasi heteroskedastisitas (Noegroho, 2025).

**Tabel 4.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel                     | B     | Std. Error | Beta  | t     | Sig.  | Keterangan                        |
|------------------------------|-------|------------|-------|-------|-------|-----------------------------------|
| (Constant)                   | 1,814 | 1,414      | —     | 1,283 | 0,202 | —                                 |
| Fasilitas Wisata Sejarah (X) | 0,003 | 0,069      | 0,005 | 0,048 | 0,961 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Tabel 4 menunjukkan signifikansi sebesar 0,961 pada variabel fasilitas wisata sejarah. Angka tersebut melebihi batas 0,05, sehingga hasil uji tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Dengan kata lain, berdasarkan pengujian Glejser, tidak ditemukan bukti bahwa varians residual berubah secara sistematis terhadap variabel yang diuji; model kemudian dapat digunakan untuk analisis regresi linear sederhana. Penempatan uji ini sebagai bagian dari pemeriksaan model juga sejalan dengan Noegroho (2025).

**Uji Hipotesis (Uji t)**

Pengaruh fasilitas wisata sejarah terhadap minat kunjungan ulang diuji melalui statistik t pada tingkat signifikansi 5%. Keputusan pengujian didasarkan pada nilai p: apabila p lebih kecil dari 0,05, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif didukung. Prinsip pengambilan keputusan tersebut juga diterapkan oleh Fajrin et al. (2021) dalam penelitian fasilitas dan minat berkunjung kembali di Candi Muara Takus.

**Tabel 5.** Hasil Uji t

| Variabel                     | B     | Std. Error | Beta  | t     | Sig.   | Keputusan               |
|------------------------------|-------|------------|-------|-------|--------|-------------------------|
| (Constant)                   | 5,135 | 2,718      | —     | 1,889 | 0,064  | —                       |
| Fasilitas Wisata Sejarah (X) | 0,772 | 0,132      | 0,626 | 5,841 | <0,001 | H <sub>1</sub> diterima |

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Pada Tabel 5, koefisien fasilitas wisata sejarah menghasilkan  $t = 5,841$  dengan nilai signifikansi di bawah 0,001. Karena hasilnya lebih kecil dari 0,05,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  didukung. Arah koefisien B sebesar 0,772 menunjukkan bahwa kenaikan satu unit skor fasilitas berkaitan dengan peningkatan 0,772 unit skor minat kunjungan ulang dalam model ini. Beta terstandarisasi sebesar 0,626 berarti kenaikan satu standar deviasi pada fasilitas berkaitan dengan kenaikan 0,626 standar deviasi pada minat kunjungan ulang. Hasil tersebut sejalan dengan Fajrin et al. (2021), yang melaporkan adanya pengaruh fasilitas terhadap niat kembali wisatawan di Candi Muara Takus.

**Pembahasan**

Analisis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan fasilitas wisata sejarah terhadap minat kunjungan ulang di Desa Wisata Kuningan ( $t = 5,841$ ;  $p < 0,001$ ). Artinya, penilaian yang lebih baik terhadap fasilitas berkaitan dengan kecenderungan pengunjung untuk

merencanakan kunjungan kembali. Di destinasi yang mengandung unsur sejarah dan religi, sarana pendukung membantu kebutuhan praktis wisatawan sekaligus mempermudah mereka menjalani kegiatan selama mengeksplorasi lokasi.

Desa Wisata Kuningan memadukan peninggalan masa lalu dan daya tarik religi dengan sejumlah fasilitas bagi pengunjung. Karena itu, pengalaman selama berada di lokasi perlu dipahami sebagai bagian dari pengalaman destinasi secara keseluruhan. Namun, analisis yang dilakukan menguji fasilitas sebagai satu konstruk, sehingga belum dapat menunjukkan aspek fasilitas mana yang paling kuat terkait dengan minat kunjungan ulang.

Temuan penelitian ini searah dengan Fajrin *et al.* (2021), yang melaporkan bahwa fasilitas berkaitan dengan minat berkunjung kembali di Candi Muara Takus. Kesamaan tersebut memberi dukungan bahwa fasilitas patut diperhitungkan pada destinasi yang menawarkan daya tarik sejarah. Sarana yang tersedia dapat membantu wisatawan mengakses dan menikmati lokasi, sementara minat kunjungan ulang mencerminkan keinginan untuk memperoleh pengalaman serupa pada kesempatan lain.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Winanto dan Djunaid (2024), yang menemukan pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap minat kembali ke Kebun Raya Bogor. Meski memiliki konteks berbeda, kedua studi tersebut bersama-sama memperlihatkan relevansi fasilitas dalam pembahasan niat kunjungan ulang. Penelitian ini menambahkan konteks desa wisata yang menggabungkan warisan sejarah dengan aktivitas religi.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Muzakki dan Listyawati (2025) di kawasan *heritage* Kota Lama Semarang, yang melaporkan hubungan positif dan signifikan antara fasilitas dan niat berkunjung kembali. Kedua destinasi memiliki unsur sejarah, meskipun skala dan karakter pengelolaannya tidak sama. Di Desa Wisata Kuningan, tempat parkir, toilet umum, musala, tempat makan, kios souvenir, area foto, dan Wi-Fi mendukung kebutuhan pengunjung selama berada di lokasi.

Sarana informasi sejarah juga penting karena destinasi ini menawarkan peninggalan yang perlu dipahami konteksnya. Meski demikian, hasil regresi pada tingkat variabel belum menguraikan kontribusi tiap fasilitas secara terpisah. Implikasi praktisnya, pengelola perlu menyesuaikan penyediaan dan perawatan sarana dengan kebutuhan pengunjung serta karakter sejarah tempat tersebut. Berbeda dari hasil penelitian ini, Murdani dan Martha (2023) melaporkan bahwa fasilitas di Pantai Carocok Painan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Kontras tersebut memperlihatkan bahwa peran fasilitas dapat berbeda antardestinasi.

Penelitian ini tidak membandingkan secara langsung karakteristik lokasi, kebutuhan pengunjung, atau faktor lain yang mungkin menjelaskan perbedaan hasil; karena itu, penyebabnya belum dapat disimpulkan dari data yang tersedia. Temuan yang berbeda lebih tepat menjadi alasan untuk terus menguji hubungan tersebut pada konteks yang beragam. Untuk Desa Wisata Kuningan, hasil analisis memberikan dukungan empiris atas pengaruh positif fasilitas wisata sejarah terhadap minat kunjungan ulang. Pengelola dapat menjadikan temuan ini sebagai bahan evaluasi untuk memelihara dan meningkatkan sarana pendukung tanpa mengabaikan pelestarian nilai sejarah dan religi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, fasilitas wisata sejarah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang di Desa Wisata Kuningan, Kabupaten Blitar. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan destinasi sejarah-religi perlu berjalan bersama upaya menjaga warisan sejarah dan memperhatikan sarana yang digunakan wisatawan. Dengan demikian, kualitas fasilitas menjadi salah satu hal yang patut dipertimbangkan dalam mendukung pengalaman pengunjung dan peluang kunjungan berikutnya.

Pengelola dapat melakukan peninjauan berkala terhadap kelengkapan, kebersihan, kemudahan pemakaian, dan kenyamanan fasilitas. Informasi tentang sejarah destinasi juga perlu disajikan secara jelas agar mudah dipahami pengunjung. Karena penelitian ini hanya mencakup satu desa wisata dan mengukur dua variabel, studi mendatang disarankan memperluas lokasi penelitian, menganalisis setiap indikator fasilitas secara lebih mendalam,

serta memasukkan faktor lain seperti mutu layanan, daya tarik destinasi, dan pengalaman wisata.

## REFERENSI

- Damanik, J., & Yusuf, M. (2022). Effects of perceived value, expectation, visitor management, and visitor satisfaction on revisit intention to Borobudur Temple, Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 17(2), 174–189. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1950164>
- Elake, A. A., Saleky, S. R. J., & Ufie, A. J. R. (2024). Fasilitas wisata dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Hunimua, Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 264–272. <https://doi.org/10.31959/jat.v3i1.2560>
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan dan minat berkunjung kembali wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Febriani, N., & Suyuthie, H. (2024). Pengaruh atraksi dan fasilitas wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 134–146. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v3i1.1410>
- Iqbal, M., & Sujana, S. (2021). Pengaruh experiential marketing dan fasilitas terhadap minat kunjungan ulang pada Jungleland Adventure Theme Park. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(2), 71–80. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i2.783>
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang (Studi kasus wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Maulina, A., Sukoco, I., Hermanto, B., & Kostini, N. (2023). Tourists' revisit intention and electronic word-of-mouth at adaptive reuse building in Batavia Jakarta Heritage. *Sustainability*, 15(19), 14227. <https://doi.org/10.3390/su151914227>
- Masykur, F., Widiartanto, W., & Saryadi, S. (2022). Pengaruh destination image dan fasilitas wisata terhadap revisit intention (Studi pada pengunjung Wisata Alam Seroja di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 170–179. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34251>
- Murdani, R., & Martha, L. (2023). Fasilitas, lokasi dan daya tarik wisata pada minat berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Carocok Painan. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 64–81. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v2i1.616>
- Muzakki, A. K., & Listyawati, I. (2025). Analisis pengaruh daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali di wisata heritage Kota Lama Semarang. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(6). <https://doi.org/10.31539/z3ajxp48>
- Noegroho, J. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Hagu Coffee and Space. *Translitera*, 14(1), 48–58. <https://doi.org/10.35457/translitera.v14i1.4340>
- Rani, W. W., Purbawati, D., & Farida, N. (2024). Pengaruh tourist facilities dan destination image terhadap revisit intention melalui electronic word of mouth (E-WOM) (Studi pada Wisata Air Umbul Ponggok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(4), 885–896. <https://doi.org/10.14710/jiab.2024.43717>
- Saryatun, S., Rptiono, S., Azizah, S. N., & Rhamdhani, I. M. (2024). Escalating the tourist revisit intention on the heritage destination with the memorable tourism experiences. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 501–514. [https://doi.org/10.22441/jurnal\\_mix.2024.v14i2.012](https://doi.org/10.22441/jurnal_mix.2024.v14i2.012)
- Winanto, E. F., & Djunaid, I. S. (2024). Pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Kebun Raya Bogor. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2603–2608. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.4042>