

Pengaruh Implementasi Sapta Pesona Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Ke Pantai Padang

Vela Rimelta

Program studi Pariwisata, Institut Seni Indonesia Padang Panjang
Velarimelta59508@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya keluhan yang berasal dari wisatawan yang berkunjung secara langsung ke Pantai Padang terkait kebersihan dan ketertiban yang bertentangan dengan konsep sapta pesona. Penelitian ini terdiri dari tiga tujuan yaitu untuk mengetahui bagaimana implementasi sapta pesona di Pantai Padang, untuk menganalisis tingkat keputusan berkunjung kembali ke Pantai Padang, dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sapta pesona terhadap keputusan berkunjung kembali ke Pantai Padang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan melibatkan 97 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online melalui Google Form. Data dianalisis menggunakan uji validitas, realibilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana, Uji t, dan koefisien korelasi menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel sapta pesona dengan variabel keputusan berkunjung kembali. Berdasarkan uji t nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($15,380 > 1,985$) dan nilai sig yang lebih kecil dibandingkan dengan 0,05 yaitu ($0,000 < 0,05$). Selain itu hasil dari koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa sapta pesona memiliki pengaruh sebesar 73,1 % terhadap keputusan berkunjung kembali dan 26,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Sapta Pesona, Keputusan Berkunjung Kembali

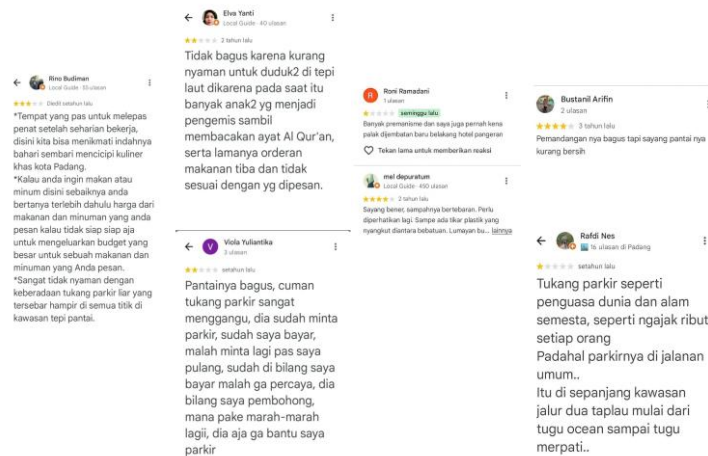
PENDAHULUAN

Keputusan berkunjung kembali menjadi indikator dalam keberlangsungan suatu destinasi wisata, dengan wisatawan memutuskan untuk berkunjung kembali membuktikan bahwa destinasi wisata sudah berhasil memberikan pengalaman yang positif kepada wisatawan baik dari segi fasilitas maupun pelayanan. Menurut Seetanah 2020 dalam (Intan et al, 2023) keputusan berkunjung kembali berpengaruh terhadap kelangsungan destinasi wisata karena wisatawan yang berkunjung kembali akan lebih mudah dibandingkan dengan menarik wisatawan baru. Keputusan berkunjung kembali didefinisikan sebagai keputusan yang diambil saat wisatawan memiliki keinginan untuk kembali ke destinasi yang pernah dikunjungi, dengan pengalaman yang menyenangkan, dan bersedia untuk memberikan rekomendasi tentang destinasi ke kerabat terdekat tanpa diminta (Chien, 2017).

Dalam konteks daya tarik wisata, Pantai Padang menjadi salah satu daya tarik wisata yang menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai keputusan berkunjung kembali. Terletak di pusat kota tepatnya di Jl. Samudra, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Menurut keputusan wali Kota Padang tahun 2014 secara geografis kawasan Pantai Padang meliputi Jalan Muaro sampai dengan Jalan Samudra. Letaknya yang strategis menjadikan Pantai Padang sebagai daya tarik wisata bahari yang cukup populer di kalangan wisatawan yang berkunjung ke Sumatera barat. Meskipun menjadi daya tarik wisata yang cukup populer Pantai Padang masih harus menghadapi permasalahan yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Padang. Menurut (Efison, 2024) pada tahun 2024 Pantai Padang mengalami penurunan jumlah wisatawan sebesar 50% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ini dilihat dari berkurangnya penghasilan pedagang kaki lima (PKL). Selain itu banyak wisatawan yang mengeluhkan tentang pungutan liar yang terjadi di Pantai Padang, pada tahun 2025 sudah ada setidaknya 6 kasus pungutan liar yang viral di media sosial serta berita harian selain itu wisatawan juga mengajak untuk melakukan boikot di Pantai Padang. Fenomena ini menunjukkan tidak adanya rasa puas saat melakukan kegiatan berwisata, yang dapat mempengaruhi keputusan untuk berkunjung kembali.

Salah satu konsep yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung kembali adalah sapta pesona. Menurut (Setiawati, 2020) sapta pesona adalah program yang memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dan terstruktur dalam melaksanakan aktivitas wisata. Sapta pesona menjadi pedoman layanan yang diimplementasikan di suatu destinasi, menciptakan kebiasaan yang positif dan dapat diterapkan dalam mengelola usaha pariwisata. Sapta pesona sangat erat kaitannya dengan pariwisata, karena dengan suatu destinasi menjalankan tujuh unsur sapta pesona dengan optimal maka akan memberikan pengalaman wisata yang positif bagi wisatawan saat berwisata dan wisatawan akan memutuskan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata. Hal ini terbukti dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Alfarez, 2021) bahwa 85% keputusan berkunjung kembali dipengaruhi oleh sapta pesona.

Namun penerapan sapta pesona di Pantai Padang masih belum optimal, hal ini dapat dilihat dari kondisi nyata di Pantai Padang dan beberapa ulasan wisatawan di *google review*, beberapa aspek seperti bersih, aman, dan tertib masih belum dilakukan secara optimal.



Gambar 1. 1 Ulasan Wisatawan di Google Riwiew
Sumber: Google Riwiew

Kondisi ini bertentangan dengan hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh sapta pesona terhadap minat berkunjung kembali, sapta pesona yang dijalankan secara optimal maka akan menimbulkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi.

Dengan adanya permasalahan yang belum terselesaikan dengan baik, dikhawatirkan akan berakibat pada menurunnya tingkat kunjungan wisatawan dan rendahnya keputusan untuk berkunjung kembali ke Pantai Padang. Oleh karena itu penting untuk menerapkan sapta pesona dengan optimal agar wisatawan merasa puas dan memutuskan untuk tetap menjadikan destinasi sebagai prioritas dalam menentukan destinasi wisata.

METODE

Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil dengan data yang dipelajari merupakan data yang diambil dari sampel yang didapat dari populasi untuk menemukan relatif dan hubungan antar variabel sosiologi dan psikologi (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian tentang Pengaruh Implementasi Sapta pesona Terhadap Keputusan berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Padang terdapat dua variabel X dan Y dimana sapta pesona berperan sebagai variabel X dan keputusan berkunjung kembali berperan sebagai variabel Y.

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi merupakan area generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki karakteristik dan kuantitas sendiri yang ditentukan penulis untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang mengunjungi Pantai Padang lebih dari satu kali. Dikarenakan jumlah populasi kunjungan wisatawan ke Pantai Padang tidak diketahui maka pada penelitian ini, peneliti menggunakan menggunakan rumus cochrane untuk menentukan jumlah sampel, sehingga diperoleh jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

Data primer dalam penelitian ini didapat menggunakan teknik survei dengan menyebarkan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari variabel yang sesuai dengan teori sapta pesona dan keputusan berkunjung kembali. Setiap pertanyaan akan diukur menggunakan skala likert lima point dengan kategori sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, uji korelasi sederhana, uji regresi linear sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi. Semua data yang didapat dalam penelitian ini akan diolah menggunakan bantuan software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji validitas

a. Uji validitas variabel sapta pesona 30 responden

Tabel 1. 1 Uji Validitas Sapta Pesona 30 Responden

Pernyataan	N	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X1	30	0,626	0,361	Valid
X2	30	0,672	0,361	Valid
X3	30	0,291	0,361	Tidak valid
X4	30	0,559	0,361	Valid
X5	30	0,509	0,361	Valid
X6	30	0,292	0,361	Tidak valid
X7	30	0,476	0,361	Valid
X8	30	0,636	0,361	Valid
X9	30	0,704	0,361	Valid
X10	30	0,724	0,361	Valid
X11	30	0,656	0,361	Valid
X12	30	0,726	0,361	Valid
X13	30	0,836	0,361	Valid
X14	30	0,788	0,361	Valid
X15	30	0,818	0,361	Valid
X16	30	0,437	0,361	Valid
X17	30	0,649	0,361	Valid
X18	30	0,835	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil kuesioner untuk variabel sapta pesona yang telah disebarkan kepada 30 responden untuk dilakukan uji validitas, dari 18 pernyataan terdapat dua pernyataan yang dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini syarat suatu item dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dua item yang dinyatakan tidak valid dihapus. Sehingga hanya 16 pernyataan yang digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap implementasi sapta pesona di Pantai Padang.

b. Uji validitas Variabel keputusan berkunjung kembali 30 responden

Tabel 1. 2 Uji validitas keputusan berkunjung kembali 30 responden

Pernyataan	N	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Y1	30	0,784	0,361	Valid
Y2	30	0,796	0,361	Valid
Y3	30	0,834	0,361	Valid
Y4	30	0,821	0,361	Valid
Y5	30	0,844	0,361	Valid
Y6	30	0,842	0,361	Valid
Y7	30	0,776	0,361	Valid
Y8	30	0,831	0,361	Valid
Y9	30	0,698	0,349	Valid
Y10	30	0,872	0,349	Valid
Y11	30	0,805	0,349	Valid
Y12	30	0,778	0,349	Valid
Y13	30	0,703	0,349	Valid
Y14	30	0,652	0,349	Valid
Y15	30	0,793	0,349	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil kuesioner untuk variabel keputusan berkunjung kembali yang telah disebar kepada 30 responden untuk dilakukan uji validitas, dari 15 pernyataan seluruhnya dinyatakan valid. Dalam penelitian ini syarat suatu item dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian total pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan berkunjung kembali ke pantai padang sebanyak 15 pernyataan.

2. Uji realibilitas

Tabel 1. 3 Uji Realibilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	Items	N
0,963	31	97

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,963. Uji realibilitas ini dilakukan setelah dua item yang dinyatakan tidak valid dikeluarkan, dengan demikian jumlah total item yang dilakukan uji realibilitas sebanyak 31 item. Menurut (Ghozali, 2021) dalam uji realibilitas syarat suatu kuesioner dinyatakan realibel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan item pernyataan dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang tinggi sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

1. Uji normalitas

a. Uji normalitas kolmogorov - smirnov

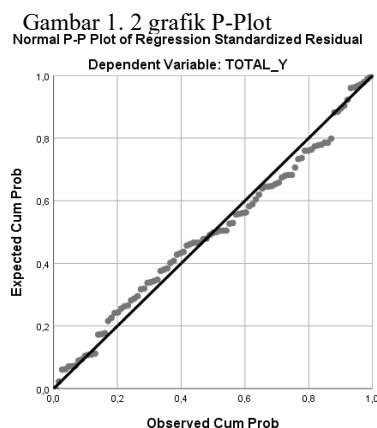
Tabel 1. 4 uji normalitas kolmogorov – smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,52176128
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,079
	Negative	-,055
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,147

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov - smirnov hasil dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk variabel sapta pesona dan keputusan berkunjung kembali diperoleh sebesar 0,147, yang berarti nilai signifikansi yang diperoleh dari dua variabel penelitian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05, hasil uji normalitas ini sudah sesuai dengan syarat suatu data dapat dikategorikan normal menurut (Ghozali, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa semua data variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Normal probability plot



Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil grafik P-Plot dapat dilihat bahwa titik – titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, dengan begitu hasil yang didapat sudah sejalan dengan syarat data dapat dikategorikan normal menurut (Ghozali, 2021). Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji linearitas

Tabel 1. 5 Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan berkunjung kembali* Sapta pesona	Between Groups	(Combined)	11521,569	33	349,138	8,060	0,000
		Linearity	10167,353	1	10167,353	234,718	0,000
		Deviation from Linearity	1354,215	32	42,319	0,977	0,517
	Within Groups		2728,988	63	43,317		
	Total		14250,557	96			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji linearitas, pada bagian *Deviation From Linearity* diperoleh hasil sebesar 0,517 yang mana hasil tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa variabel sapta pesona memiliki hubungan yang linear dengan variabel keputusan berkunjung kembali.

3. Uji Heteroskedastisitas

a. Uji Glajser

Tabel 1. 6 Uji Glajser

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,482	2,595		3,653	,000
Sapta Pesona	-,083	,045	-,186	-1,842	,069

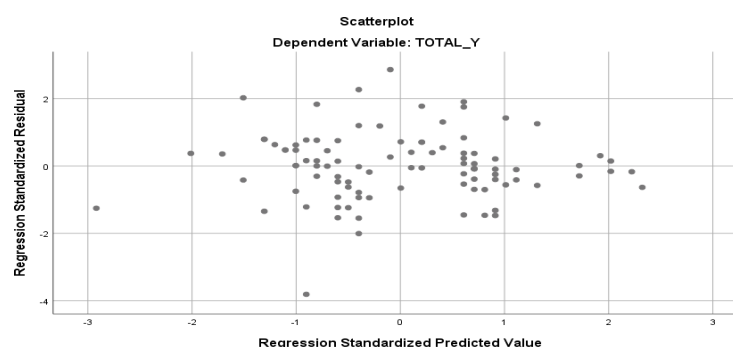
a. Dependent Variable: ABS RES

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji glajser, nilai sig yang didapat oleh variabel sapta pesona sebesar 0,69 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Menurut (Ghozali, 2021) suatu data dapat dikatakan tidak mengandung heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Grafik Scatterplot

Gambar 1. 3 Grafik Scatterplot



Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil grafik scatterplot diatas, terlihat titik – titik menyebar secara acak di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu seperti pola kipas maupun gelombang, hasil ini sudah sesuai dengan dasar analisis grafik scatterplot menurut (Ghozali, 2021). Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pada model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji korelasi sederhana

Tabel 1. 7 Uji korelasi sederhana

Correlations

		Keputusan berkunjung kembali	Sapta pesona
Keputusan berkunjung kembali	Pearson Correlation	1	,845**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	97	97
Sapta pesona	Pearson Correlation	,845**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji korelasi sederhana, dapat diketahui bahwa nilai pearson corelation dalam penelitian ini sebesar 0,845, yang mana nilai tersebut masuk kedalam kategori interval sangat kuat menurut (Sugiyono, 2007). Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel sapta pesona dengan variabel keputusan berkunjung kembali.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 1. 8 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,824	3,899		-1,494	,139
	Sapta Pesona	1,037	,067	,845	15,380	,000
a. Dependent Variable: Keputusan berkunjung kembali						

a. Dependent Variable: Keputusan berkunjung kembali

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan data yang didapat dari hasil regresi linear sederhana, jika dikaitkan dengan rumus regresi linear sederhana $Y = a + bx$, maka didapatkan persamaan sebagai berikut.

$$Y = -5,824 + 1,037x$$

a. Konstanta ($a = -5,824$)

Dengan hasil nilai konstanta sebesar $-5,824$ menjelaskan bahwa variabel keputusan berkunjung kembali (Y) mendapatkan nilai negatif ketika variabel sapta pesona (X) tidak digunakan ($X = 0$), artinya variabel sapta pesona memiliki pengaruh yang penting untuk meningkatkan keputusan berkunjung kembali. Walaupun dalam situasi sebenarnya variabel sapta pesona tidak mungkin bernilai nol.

b. Koefisien sapta pesona ($b = 1,037$)

Dengan hasil koefisien sapta pesona yang mendapatkan nilai positif menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara keputusan berkunjung kembali (Y) dan sapta pesona (X). Dengan begitu dapat disimpulkan setiap terdapat peningkatan nilai koefisien variabel sapta pesona (X) maka terdapat peningkatan sebesar 1,037 terhadap keputusan berkunjung kembali (Y).

6. Koefisien Determinasi

Tabel 1. 9 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,845	,713	,710	6,55600

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Nilai R Square pada tabel diatas menunjukkan angka 0,731. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel sapta pesona memiliki pengaruh sebesar 73,1% dan 26,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

7. Uji t

Tabel 1. 10 Uji t

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,824	3,899		-1,494	,139
	Sapta Pesona	1,037	,067	,845	15,380	,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25, 2026

Menurut (Ghozali, 2018) kriteria yang digunakan untuk melakukan uji t yaitu apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , dalam penelitian ini uji t berfungsi untuk menguji hipotesis penelitian terkait pengaruh dari masing – masing variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel diatas, nilai t_{hitung} didapat sebesar 15,380 sedangkan untuk t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 1,984. Selain itu juga pada tabel uji t terdapat nilai sig sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Berdasarkan data yang didapat diketahui bahwa nilai t hitung 15,380 > nilai t tabel 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang berarti sapta pesona memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali dan H_o di tolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator sapta pesona yang terdiri dari aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan memiliki pengaruh yang dapat menimbulkan keputusan untuk berkunjung kembali ke daya tarik wisata. Hal ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Alfarez, 2021) yang menyebut terdapat pengaruh antar sapta pesona dengan minat berkunjung kembali.

PEMBAHASAN

1. Implementasi Sapta Pesona di Pantai Padang

Implementasi sapta pesona di Pantai Padang secara keseluruhan memiliki skor rata – rata sebesar 3,55 dengan kategori tinggi dan total capaian responden sebesar 71,19% dengan kategori baik dengan indikator yang mendapatkan skor rata – rata tertinggi terdapat pada dua aspek yaitu sejuk dan indah sedangkan aspek yang mendapatkan skor rata – rata terkecil terdapat pada aspek bersih. Hal ini menunjukkan bahwa sapta pesona di pantai padang sudah berjalan tetapi belum cukup optimal, masih terdapat aspek sapta pesona yang perlu ditingkatkan agar wisatawan merasa puas dan mendapatkan pengalaman yang memuaskan selama berada di Pantai Padang. Selain itu dengan meningkatkan sapta pesona di Pantai Padang dapat meningkatkan wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik Pantai Padang, hal ini sejalan dengan pernyataan Riawan dan Endaryanti (2017) dalam (Agustira, 2022) yang menyebutkan sapta pesona merupakan konsep yang perlu diterapkan di daya tarik wisata dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata, oleh karena itu sapta pesona di Pantai Padang harus berjalan optimal agar wisatawan merasa puas dan selalu memutuskan untuk berkunjung kembali ke pantai padang.

2. **Keputusan berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Padang** Berdasarkan hasil pengolahan data yang didapat dari 97 responden keputusan berkunjung kembali ke pantai padang mendapatkan skor rata rata 3,55 dengan kategori tinggi total capaian responden sebesar 71,01% dengan kategori baik, dengan indikator yang mendapatkan skor rata rata tertinggi terdapat pada indikator *Willingness To Visit Again* dan yang mendapatkan skor rata – rata terendah terdapat pada indikator *Resistance To Change*. Namun jika dilihat pada nilai frekuensi yang mayoritas memilih kategori netral menunjukkan menunjukkan bahwa responden belum memiliki alasan yang kuat untuk menjadikan Pantai Padang sebagai daya tarik wisata utama ketika berkunjung ke Kota Padang. Hal ini disebabkan oleh pengalaman wisata yang belum memenuhi rasa puas dalam diri responden, oleh karena itu diperlukan upaya untuk dapat memberikan pengalaman yang positif bagi wisatawan, salah satu nya dengan peningkatan konsep sapta pesona di Pantai Padang sebagai salah satu upaya yang dilakukan pelaku wisata untuk memberikan perasaan puas bagi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Padang. Dalam industri pariwisata keputusan berkunjung kembali merupakan salah satu indikator keberlanjutan destinasi wisata. Oleh karena itu penting suatu daya tarik wisata dapat membuat wisatawan kembali mengunjungi destinasi wisata dikemudian hari. karena dengan wisatawan berkunjung kembali sudah menunjukkan sikap loyalitas dengan cara menghabiskan lebih banyak hari selama berwisata, bersedia menceritakan dan memberikan rekomendasi kepada orang lain, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sitaniapessy, 2017) keputusan berkunjung kembali merupakan indikator dari loyalitas yang memberikan manfaat ekonomi bagi destinasi wisata dan memiliki kontribusi terhadap keberlanjutan jangka panjang destinasi.

3. Pengaruh sapta pesona terhadap keputusan berkunjung kembali ke Pantai Padang

Dalam industri pariwisata keputusan berkunjung kembali menjadi suatu keberhasilan suatu daya tarik dalam menimbulkan rasa puas akan pengalaman yang didapat selama berwisata. Dengan wisatawan merasa puas, maka akan timbul keputusan untuk berkunjung kembali. Dalam industri pariwisata terdapat suatu konsep yang dapat memicu rasa puas akan kunjungan yang dilakukan, konsep tersebut bernama sapta pesona. sapta pesona merupakan suatu konsep yang diciptakan untuk memberikan perasaan aman dan nyaman bagi wisatawan selama melakukan kegiatan wisata, sapta pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, kenangan.

Dengan suatu daya tarik wisata menerapkan sapta pesona dengan optimal maka akan menimbulkan keputusan untuk berkunjung kembali ke daya tarik wisata, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfarez, 2021) penerapan sapta pesona dengan baik akan menimbulkan minat berkunjung kembali.

Berdasarkan uji korelasi koefisien variabel sapta pesona dan variabel keputusan berkunjung kembali di Pantai Padang diperoleh nilai korelasi sebesar 0,845 nilai korelasi tersebut masuk kedalam interval 0,80 – 1,000 dengan kategori

sangat kuat. Selain digunakan untuk melihat seberapa kuat hubungan antara variabel sapta pesona dengan variabel keputusan berkunjung kembali, hasil uji korelasi koefisien juga dapat menentukan arah hubungan antar variabel semakin positif hasil yang didapat maka hubungan antar variabel juga searah. Dengan hasil uji korelasi koefisien antara variabel sapta pesona dan variabel keputusan berkunjung kembali menunjukkan angka yang positif, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sapta pesona berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali ke Pantai Padang.

Selain itu hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 73,1% hal ini menunjukkan bahwa sapta pesona memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali ke Pantai Padang, semakin optimal sapta pesona dijalankan maka akan semakin tinggi keputusan untuk berkunjung kembali ke daya tarik wisata. Hal ini sejalan dengan pernyataan pada penelitian yang dilakukan oleh (Nasution et al, 2020 bahwa sapta pesona yang di jalankan secara optimal akan meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi dan dapat mempengaruhi masa tinggal di destinasi wisata, oleh karena itu sapta pesona di daya tarik wisata perlu dijalankan secara optimal untuk keberlangsungan destinasi wisata.

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai konstanta sebesar -5,834. Hal ini mengindikasikan jika variabel sapta pesona (X) bernilai 0 (nol) atau tidak diterapkan sama sekali oleh para pelaku wisata di pantai padang, maka tingkat keputusan berkunjung kembali (Y) diproyeksikan bernilai negatif (-5,834). Secara praktis, nilai tersebut bermakna jika sapta pesona tidak diterapkan maka akan menimbulkan dampak yang buruk, dimana wisatawan diasumsikan tidak memiliki minat untuk berkunjung kembali ke pantai padang. Oleh karena itu penting untuk menerapkan sapta pesona di daya tarik, agar sejalan dengan pernyataan (Pariwisata & Kreatif, 2012) yang mana dengan sapta pesona diterapkan di daya tarik wisata akan meningkatkan keputusan berkunjung kembali wisatawan ke daya tarik wisata.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan skor rata – rata untuk variabel sapta pesona mendapatkan skor rata – rata sebesar 3,55 dengan total capaian responden sebesar 71,19%. Indikator yang mendapatkan skor rata – rata tertinggi didapat oleh aspek sejuk dan indah, sedangkan aspek bersih masih menjadi kelemahan yang perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, sapta pesona di daya tarik perlu berjalan secara optimal, agar wisatawan mendapatkan pengalaman berwisata yang positif dan memiliki keputusan untuk berkunjung kembali.
2. Berdasarkan skor rata – rata untuk variabel keputusan berkunjung kembali ke Pantai Padang mendapatkan nilai rata rata sebesar 3,55 dengan total capaian responden sebesar 71,2% dengan kategori baik, Dengan indikator yang mendapatkan skor rata - rata yaitu *willingness to visit again*, sedangkan indikator yang mendapatkan skor terendah dan perlu peningkatan adalah aspek *resistance to change*. Meskipun demikian, banyaknya pilihan netral menunjukkan bahwa wisatawan belum memiliki alasan yang kuat untuk menjadikan Pantai Padang sebagai daya tarik utama saat berkunjung ke Kota Padang. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas pengalaman berwisata, salah satunya melalui penerapan sapta pesona secara optimal agar wisatawan yang berkunjung merasa puas dan memiliki keputusan untuk berkunjung kembali.
3. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sapta pesona memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali. Hubungan antar dua variabel tersebut tergolong kuat, dengan koefisien korelasi sebesar 0,845 dan kontribusi variabel sapta pesona terhadap variabel keputusan berkunjung kembali sebesar 73,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin optimal penerapan aspek sapta pesona seperti aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan, maka akan semakin optimal pula keputusan berkunjung kembali ke Pantai Padang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam proses penelitian ini, terimakasih atas dukungan, bimbingan dan bantuannya. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada para wisatawan Pantai Padang yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Agustira, R. (2022). *Analisis Kepuasan Pengunjung Tentang Sapta Pesona di Objek Wisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman*. 6, 15076–15082.
- CHIEN, M. C. (2017). *An empirical study on the effect of attractiveness of ecotourism destination on experiential value and revisit intention*. 15(2), 43–53.
- Efison, H. (2024). *Lebaran 2024, Pengunjung Pantai Padang Turun Drastis, Omset PKL Pasar Kuliner Anjlok*. No Title. <https://padek.jawapos.com/padang/2364541216/lebaran-2024-pengunjung-pantai-padang-turun-drastis-omset-pkl-pasar-kuliner-anjlok>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lukman Nasution, Siti Anom, A. K. (2020). *Pengaruh Program Sapta Pesona Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Objek Wisata T-Gardendi Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang*
- Mega Intan Puspita Dewi, Ni Made Tirtawati, H. K. L. (2023). *Pengaruh memorable tourism experience terhadap kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali di desa wisata penglipuran*. 22(2), 132–148.
- Rahmi Setiawati, P. S. T. A. (2020). *Implementasi sapta pesona sebagai upaya dalam memberikan pelayanan prima pada*

- wisatawan di desa wisata pentingsari. 2(2). <https://doi.org/10.7454/jabt.v2i2.98>
- Sitaniapessy, A. (2017). *Tourist Revisit Intention : The Role of Destination Image , Satisfaction and Quality*. 23(1), 201–211.
- Tiara Ramadona Alfarez, M. M. (2021). *Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Wisata Pulau Tunda Serang, Banten*. 9(3), 316–327.
- Pariwisata, D. J. P. D., & Kreatif, K. P. dan E. (2012). *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D)*. Penerbit Alfabeta.