

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Wisata Kuliner Los Lambuang

Rivaldo¹, Fernando Fasandra²

¹ Program Studi Pariwisata, Institut Seni Indonesia Padang Panjang

² Program Studi Pariwisata, Institut Seni Indonesia Padang Panjang

¹kotaksuratvaldo@gmail.com, ²fernandofasandra@isi-padangpanjang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening di Wisata Kuliner Los Lambuang, Kota Bukittinggi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 160 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis jalur (path analysis), uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan Uji Sobel untuk menguji efek mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ($t = 7,087$; $p < 0,001$), serta harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ($t = 8,761$; $p < 0,001$). Kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ($t = 3,080$; $p = 0,002$). Selain itu, kualitas pelayanan dan harga terbukti berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hasil Uji Sobel menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan memediasi secara parsial pengaruh kualitas pelayanan ($Z = 2,831$; $p = 0,0046$) dan harga ($Z = 2,913$; $p = 0,0036$) terhadap minat berkunjung kembali. Secara simultan, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali ($F = 78,393$; $p < 0,001$). Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan maupun minat berkunjung kembali di Wisata Kuliner Los Lambuang.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan wisatawan, minat berkunjung kembali, wisata kuliner.

PENDAHULUAN

Wisata kuliner merupakan salah satu sektor pariwisata yang berkembang pesat karena mampu memberikan pengalaman yang tidak hanya berkaitan dengan konsumsi makanan, tetapi juga budaya dan identitas suatu daerah. Pengalaman mencicipi makanan khas di daerah asalnya menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan sehingga wisata kuliner berkontribusi terhadap peningkatan daya saing destinasi. Menurut Kumar (2019), makanan lokal merupakan salah satu daya tarik wisata yang mampu menciptakan pengalaman autentik bagi wisatawan. Hall dan Mitchell (2001) juga menjelaskan bahwa wisata kuliner merupakan aktivitas mengunjungi suatu destinasi untuk memperoleh pengalaman melalui makanan dan minuman khas yang ditawarkan.

Salah satu daerah yang memiliki potensi wisata kuliner yang kuat adalah Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Selain dikenal sebagai destinasi wisata alam, sejarah, dan budaya, Bukittinggi juga memiliki kekayaan kuliner khas Minangkabau yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2025), jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Kota Bukittinggi menunjukkan tren yang berfluktuasi dalam periode 2019–2024. Setelah mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19, jumlah kunjungan kembali meningkat pada tahun 2021–2023, meskipun mengalami penurunan pada tahun 2024. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan daya saing destinasi, termasuk wisata kuliner, perlu terus dilakukan agar mampu mempertahankan minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Salah satu destinasi wisata kuliner unggulan di Kota Bukittinggi adalah Los Lambuang yang dikenal sebagai sentra kuliner Nasi Kapau. Kawasan ini tidak hanya menawarkan makanan khas Minangkabau, tetapi juga menghadirkan pengalaman budaya melalui suasana pasar tradisional yang autentik. Keunikan tersebut menjadikan Los Lambuang sebagai salah satu tujuan utama wisatawan yang ingin menikmati kuliner khas Bukittinggi. Namun demikian, keberhasilan destinasi wisata kuliner tidak hanya ditentukan oleh keunikan produk yang ditawarkan, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan persepsi wisatawan terhadap harga yang dibayarkan. Kedua faktor tersebut berperan penting dalam membentuk kepuasan wisatawan yang pada akhirnya memengaruhi minat untuk melakukan kunjungan kembali.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai keluhan wisatawan terhadap pelayanan dan harga di Los Lambuang. Berdasarkan ulasan Google Review, beberapa wisatawan menilai pelayanan masih lambat, terdapat perbedaan perlakuan terhadap pengunjung, harga makanan dinilai kurang sebanding dengan porsi maupun kualitas yang diterima, serta penataan kawasan dinilai belum optimal. Hasil pra-survei yang dilakukan kepada wisatawan pada Mei 2025 juga menunjukkan adanya perbedaan persepsi mengenai kesesuaian harga, kualitas pelayanan, cita rasa makanan, serta kenyamanan kawasan.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman wisatawan di Los Lambuang belum sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung sehingga berpotensi memengaruhi kepuasan dan minat berkunjung kembali.

Dalam perspektif perilaku konsumen, kualitas pelayanan dan harga merupakan determinan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa akan menentukan kecenderungan wisatawan untuk kembali berkunjung maupun merekomendasikan destinasi kepada orang lain (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, kepuasan wisatawan tidak hanya berperan sebagai hasil dari pengalaman berwisata, tetapi juga sebagai mekanisme yang menjembatani pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali.

Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas maupun minat berkunjung kembali pada berbagai destinasi wisata. Namun, penelitian yang secara khusus menguji peran kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada destinasi wisata kuliner tradisional, khususnya Los Lambuang Kota Bukittinggi, masih relatif terbatas. Selain itu, karakteristik Los Lambuang yang memadukan pengalaman kuliner dan budaya memberikan konteks penelitian yang berbeda dibandingkan destinasi wisata kuliner lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada wisata kuliner Los Lambuang Kota Bukittinggi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pariwisata, khususnya perilaku wisatawan, sekaligus menjadi masukan bagi pengelola destinasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan, penetapan harga, dan kepuasan wisatawan sehingga mampu mendorong kunjungan ulang.

METODE

Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada Wisata Kuliner Los Lambuang, Kota Bukittinggi. Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung dan melakukan aktivitas kuliner di Los Lambuang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden pernah berkunjung dan melakukan aktivitas kuliner minimal satu kali dalam enam bulan terakhir, berusia minimal 15 tahun, serta bersedia mengisi seluruh kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 160 responden ditentukan berdasarkan rekomendasi Hair et al. (1995), yaitu 5–10 kali jumlah indikator penelitian.

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* yang diakses melalui *QR Code* di kawasan Los Lambuang, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan dokumen pendukung. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert empat poin, terdiri atas 31 indikator yang mengukur variabel kualitas pelayanan, harga, kepuasan wisatawan, dan minat berkunjung kembali. Sebelum digunakan pada penelitian utama, instrumen diuji kepada 30 responden untuk memastikan validitas dan reliabilitas.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS versi 32 melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda, analisis jalur (*path analysis*), serta uji Sobel untuk menguji peran mediasi kepuasan wisatawan. Pengujian hipotesis dilakukan pada taraf signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada Wisata Kuliner Los Lambuang Kota Bukittinggi. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh indikator variabel perilaku wisatawan maupun keputusan berkunjung memiliki nilai korelasi lebih besar daripada nilai r tabel sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data (Ghozali, 2018). Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh hipotesis penelitian diterima.

Analisis regresi linear berganda dan analisis jalur dilakukan menggunakan pendekatan regresi dua tahap (*two-stage regression*) dengan bantuan program SPSS. Perlu ditegaskan bahwa persamaan regresi menggunakan *Unstandardized Coefficients* (B) untuk nilai prediksi, sedangkan diagram jalur dan perbandingan kekuatan relatif antarvariabel menggunakan *Standardized Coefficients* (Beta, β).

Pada model pertama, Analisis regresi menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 0,410 X_1 + 0,506 X_2 + 0,559 e_1 \text{ (Persamaan regresi: } Z = 1,525 + 0,277X_1 + 0,387X_2 + e)$$

Koefisien kualitas pelayanan (X_1): $B = 0,277$ ($\beta = 0,410$), $t = 7,087$, Sig. $< 0,001$. Koefisien harga (X_2): $B = 0,387$ ($\beta = 0,506$), $t = 8,761$, Sig. $< 0,001$. Nilai βX_2 (0,506) lebih besar dari X_1 (0,410) menunjukkan harga memiliki pengaruh relatif lebih kuat terhadap kepuasan wisatawan. Nilai error $e_1 = \sqrt{(1 - 0,687)} = 0,559$ menunjukkan 55,9% variasi Z dipengaruhi faktor di luar model.

Kualitas pelayanan dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan memiliki koefisien beta sebesar 0,410 ($t = 7,087$; $p < 0,001$), sedangkan harga memiliki koefisien beta sebesar 0,506 ($t = 8,761$; $p < 0,001$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,687 menunjukkan bahwa 68,7% variasi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan 31,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil ini

menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan wisatawan di Wisata Kuliner Los Lambuang.

Pada model kedua, Analisis regresi menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,230 X_1 + 0,352 X_2 + 0,279 Z + 0,632 e_2 \text{ (Persamaan regresi: } Y = -2,179 + 0,257X_1 + 0,444X_2 + 0,460Z + e)$$

Koefisien X_1 : $B = 0,257$ ($\beta = 0,230$), $t = 3,056$, Sig. = 0,003. Koefisien X_2 : $B = 0,444$ ($\beta = 0,352$), $t = 4,404$, Sig. <0,001. Koefisien Z : $B = 0,460$ ($\beta = 0,279$), $t = 3,080$, Sig. = 0,002. Di antara ketiga variabel, harga (X_2) memiliki β terbesar (0,352), mengindikasikan harga sebagai prediktor paling dominan. Nilai error $e_2 = \sqrt{1-0,601} = 0,632$ menunjukkan 63,2% variasi Y dipengaruhi faktor di luar model.

Kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan wisatawan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali dengan nilai F sebesar 78,393 ($p < 0,001$) dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,601. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali ($\beta = 0,230$; $p = 0,003$), harga berpengaruh positif dengan koefisien terbesar ($\beta = 0,352$; $p < 0,001$), sedangkan kepuasan wisatawan juga memberikan pengaruh positif yang signifikan ($\beta = 0,279$; $p = 0,002$). Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan yang diperoleh selama menikmati wisata kuliner.

Hasil analisis jalur memperlihatkan bahwa kepuasan wisatawan berperan sebagai variabel mediasi parsial. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan wisatawan sebesar 0,128 dengan proporsi mediasi sebesar 33,3%, sedangkan pengaruh tidak langsung harga sebesar 0,178 dengan proporsi mediasi sebesar 28,6%. Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa kedua jalur mediasi signifikan dengan nilai Z sebesar 2,831 ($p = 0,0046$) untuk jalur kualitas pelayanan dan 2,913 ($p = 0,0036$) untuk jalur harga. Dengan demikian, kepuasan wisatawan terbukti mampu menjembatani pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan pedagang, semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan. Dalam konteks Wisata Kuliner Los Lambuang, kualitas pelayanan tercermin melalui ketepatan penyajian pesanan, keramahan pedagang, daya tanggap dalam melayani wisatawan, serta kebersihan area makan. Meskipun secara umum kualitas pelayanan dinilai baik, beberapa indikator seperti kebersihan lingkungan dan kecepatan membersihkan meja masih memperoleh penilaian yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, terutama pada aspek kebersihan dan responsivitas, masih diperlukan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL serta penelitian Ritonga (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, bahkan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan Los Lambuang sangat mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan kualitas makanan, porsi, serta pengalaman yang diperoleh. Beberapa wisatawan masih menilai daya saing harga dan kesesuaian porsi belum sepenuhnya memenuhi harapan, sebagaimana tercermin dalam hasil kuesioner maupun ulasan *Google Review* yang menjadi dasar penelitian. Namun demikian, sebagian besar wisatawan tetap menilai bahwa cita rasa autentik Nasi Kapau menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan persepsi terhadap harga. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tuti (2022) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Joe's Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila harga yang dibayarkan dianggap sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Semakin positif persepsi pelanggan terhadap harga, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan.

Selanjutnya, kepuasan wisatawan terbukti berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Wisatawan yang memperoleh pengalaman berkunjung sesuai atau melebihi harapan cenderung memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi Los Lambuang. Kepuasan tersebut terbentuk melalui kombinasi kualitas pelayanan, cita rasa makanan, harga yang sesuai, serta pengalaman menikmati suasana kuliner khas Minangkabau. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Novitasari, Octavanny, dan Darmawan (2025) yang menemukan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Dunia Fantasi (Dufan), Ancol. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa wisatawan yang memperoleh pengalaman positif selama berkunjung akan memiliki kecenderungan untuk melakukan kunjungan ulang. Hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor penting dalam membangun loyalitas wisatawan dan mendorong keputusan untuk melakukan kunjungan ulang.

Selain melalui kepuasan, kualitas pelayanan dan harga juga terbukti memberikan pengaruh langsung terhadap minat berkunjung kembali. Di antara kedua variabel tersebut, harga merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa wisatawan tidak hanya mengevaluasi pelayanan yang diterima, tetapi juga mempertimbangkan apakah harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas makanan, porsi, pelayanan, dan pengalaman yang diperoleh. Oleh karena itu, strategi peningkatan daya saing Los Lambuang tidak hanya difokuskan pada peningkatan kualitas pelayanan, tetapi juga pada penetapan harga yang dianggap wajar oleh wisatawan.

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan mampu memediasi secara parsial pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, kualitas pelayanan dan harga tidak hanya memengaruhi minat berkunjung kembali secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kepuasan wisatawan. Meskipun demikian, karena mediasi yang terjadi bersifat parsial, keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung masih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti citra destinasi, suasana kawasan, aksesibilitas, maupun promosi. Temuan ini mengindikasikan bahwa upaya meningkatkan kunjungan ulang wisatawan perlu dilakukan secara komprehensif dengan memperbaiki kualitas

pelayanan, menjaga kesesuaian harga, serta menciptakan pengalaman wisata kuliner yang mampu memberikan kepuasan bagi wisatawan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada Wisata Kuliner Los Lambuang Kota Bukittinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterima wisatawan dan semakin sesuai persepsi mereka terhadap harga yang dibayarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan selama berkunjung ke Wisata Kuliner Los Lambuang.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, wisatawan yang memperoleh pengalaman yang memuaskan selama menikmati kuliner di Los Lambuang cenderung memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Selain melalui kepuasan, kualitas pelayanan dan harga juga terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap minat berkunjung kembali. Di antara kedua variabel tersebut, harga merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling dominan, sehingga persepsi wisatawan mengenai kesesuaian harga dengan kualitas makanan, porsi, pelayanan, dan pengalaman yang diperoleh menjadi salah satu pertimbangan utama dalam menentukan keputusan untuk kembali berkunjung.

Hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan mampu memediasi secara parsial pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak hanya meningkatkan minat berkunjung kembali secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kepuasan wisatawan. Dengan demikian, kepuasan wisatawan berperan sebagai mekanisme penting yang memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan harga dengan minat berkunjung kembali, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa keberhasilan Wisata Kuliner Los Lambuang tidak hanya ditentukan oleh keunikan kuliner yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan pedagang dalam memberikan pelayanan yang berkualitas serta menetapkan harga yang sesuai dengan harapan wisatawan. Peningkatan kedua aspek tersebut akan menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik, meningkatkan kepuasan wisatawan, serta mendorong terbentuknya minat berkunjung kembali yang berkelanjutan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pedagang UMKM dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan dan daya saing Wisata Kuliner Los Lambuang sebagai salah satu wisata kuliner unggulan di Kota Bukittinggi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang Wisata Kuliner Los Lambuang disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek kebersihan lingkungan, kecepatan pelayanan, keramahan dalam melayani wisatawan, serta kenyamanan area makan. Selain itu, transparansi informasi harga perlu diperhatikan agar wisatawan memperoleh persepsi yang lebih baik mengenai kesesuaian antara harga, porsi, kualitas makanan, dan manfaat yang diterima. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan sekaligus memperkuat minat mereka untuk melakukan kunjungan kembali.

Pemerintah daerah juga diharapkan dapat memberikan pembinaan kepada pelaku usaha kuliner melalui pelatihan pelayanan prima, penataan kawasan wisata kuliner yang lebih nyaman, serta promosi yang menonjolkan keunikan Nasi Kapau sebagai identitas kuliner khas Bukittinggi. Kolaborasi antara pemerintah dan pedagang diharapkan dapat meningkatkan daya saing Wisata Kuliner Los Lambuang sebagai destinasi wisata kuliner yang mampu memberikan pengalaman positif bagi wisatawan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat berkunjung kembali, seperti citra destinasi, kualitas pengalaman wisata (*tourist experience*), suasana destinasi (*destination atmosphere*), aksesibilitas, promosi digital, maupun nilai yang dirasakan (*perceived value*). Selain itu, penelitian pada destinasi wisata kuliner lain dengan karakteristik yang berbeda juga diperlukan agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah terlibat memberikan dukungan, bimbingan, bantuan selama proses pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Institut Seni Indonesia Padang Panjang, serta seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pendapat untuk dijadikan data pada penelitian ini sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi. (2025). *Data kunjungan wisatawan nusantara Kota Bukittinggi 2019–2024*. BPS Kota Bukittinggi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis* (4th ed.). Prentice Hall.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2001). Wine and food tourism. In N. Douglas & R. Derrett (Eds.), *Special interest tourism: Context and cases* (pp. 307–329). Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kumar, V. (2019). Understanding cultural differences in innovation: A conceptual framework and future research directions. *Journal of International Marketing*, 22(3), 1–29.
- Novitasari, N., Octavanny, V., & Darmawan, F. (2025). Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Dunia Fantasi (Dufan, Ancol). *Indonesian Journal of Tourism Business and Entrepreneurship*
- Ritonga, R. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Sidempuan Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 80–94.
- Tuti, M. (2022). Pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga pada Restoran Joe's Grill Hotel Mangga Besar. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(1), 21–33.