

ABSTRAK

Kawasan Malioboro merupakan salah satu destinasi wisata di Kota Yogyakarta yang memiliki beragam daya tarik dan terus mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Peningkatan kunjungan tersebut menunjukkan pentingnya memperhatikan kepuasan wisatawan selama berkunjung sebagai salah satu aspek yang menunjukkan kualitas suatu destinasi wisata. Kepuasan wisatawan dapat terbentuk melalui pengalaman yang dirasakan selama berada di kawasan, yang selanjutnya dapat mendorong keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung (revisit intention) ke Kawasan Malioboro. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas, pengalaman ruang, sense of place, dan memorable tourism experience terhadap niat kunjungan ulang (revisit intention) melalui kepuasan wisatawan di Kawasan Malioboro.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi lapangan, penyebaran kuesioner, dan studi literatur yang bersumber dari jurnal dan artikel ilmiah. Penentuan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling dengan jumlah 100 responden yang pernah berkunjung ke Kawasan Malioboro. Observasi lapangan dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi atraksi, aksesibilitas, dan amenitas di Kawasan Malioboro. Selanjutnya, untuk melihat pengaruh dan tidak pengaruh dari setiap variabel, data dianalisis menggunakan path analysis dengan variabel yang digunakan yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas, pengalaman ruang, sense of place, dan memorable tourism experience terhadap niat kunjungan ulang (revisit intention) melalui variabel kepuasan wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan wisatawan adalah sense of place dan memorable tourism experience, sedangkan atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan pengalaman ruang menunjukkan pengaruh lemah. Sementara itu, terhadap niat kunjungan ulang (revisit intention), memorable tourism experience menjadi faktor yang memberikan pengaruh kuat dibandingkan variabel lainnya. Adapun atraksi, aksesibilitas, amenitas, pengalaman ruang, dan sense of place menunjukkan pengaruh lemah terhadap niat kunjungan ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman berkesan wisatawan menjadi faktor penting dalam mendorong keinginan untuk kembali berkunjung ke Malioboro. Memorable tourism experience tersebut terbentuk melalui tujuh aspek, yaitu hedonism, novelty, local culture, refreshment, meaningfulness, involvement, dan knowledge. Dari ketujuh aspek tersebut, hedonism, novelty, dan local culture merupakan aspek yang paling menonjol, yang menunjukkan bahwa rasa senang selama berwisata, pengalaman yang berbeda dari keseharian, serta kuatnya karakter budaya lokal menjadi bagian utama yang membekas dalam pengalaman wisatawan di Malioboro.

Kata Kunci : *Kepuasan Wisatawan, Niat Kunjung Ulang, Kawasan Malioboro*