

ABSTRAK

Pariwisata Indonesia merupakan sektor yang terus menunjukkan geliat positif, tidak hanya melalui keindahan alam yang memikat, tetapi juga lewat perkembangan wisata buatan yang menawarkan pengalaman edukatif, hiburan, dan interaksi sosial dalam satu paket kunjungan. Di tengah persaingan antar destinasi, kebun binatang menjadi salah satu alternatif rekreasi keluarga yang semakin diminati, yang memiliki fungsi rekreatif, edukatif, dan konservatif. Namun demikian, Semarang Zoo, sebagai salah satu destinasi wisata buatan di Kota Semarang, menghadapi tantangan nyata berupa penurunan jumlah kunjungan dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi ini mendorong pentingnya evaluasi terhadap persepsi pengunjung dan strategi pengelolaan pengalaman wisata yang mampu mendorong loyalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, pengalaman wisata yang berkesan, keterlibatan wisatawan, dan identitas destinasi terhadap niat berkunjung kembali ke Semarang Zoo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei terhadap 236 responden yang memenuhi kriteria: berusia minimal 18 tahun, pernah mengunjungi Semarang Zoo, dan berdomisili di Indonesia. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan AMOS 25. Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan antar variabel dalam model berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Namun demikian, pengaruh pengalaman wisata yang berkesan terhadap identitas destinasi ditemukan tidak signifikan, meskipun arah pengaruhnya positif.

Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan citra merek dan keterlibatan wisatawan untuk membangun loyalitas dan meningkatkan niat kunjungan ulang. Selain itu, pengalaman wisata yang berkesan perlu dikemas ulang agar dapat lebih mencerminkan identitas khas destinasi. Dengan strategi tersebut, Semarang Zoo dapat mendorong peningkatan kunjungan kembali dari para pengunjung.

Kata Kunci: citra merek, pengalaman wisata yang berkesan, keterlibatan wisatawan, identitas destinasi, niat berkunjung kembali, SEM AMOS