

**HUBUNGAN KEPUASAN PENGUNJUNG DENGAN MINAT
BERKUNJUNG ULANG DI OBJEK WISATA ALAM KALI TALANG,
KABUPATEN KLATEN, JAWA TENGAH**

Adelia Shafa Salsabilla¹, Kaharuddin²

INTISARI

Objek Wisata Alam (OWA) Kali Talang menghadapi tantangan persaingan dengan dua destinasi sejenis dan fluktuasi pengunjung yang signifikan, dari 51.515 orang (2022) menurun menjadi 15.894 orang (2023), kemudian meningkat menjadi 33.555 orang (2024). Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata alam dan mempengaruhi minat berkunjung ulang pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kepuasan pengunjung, mengidentifikasi minat berkunjung ulang, dan menganalisis hubungan antara kedua variabel tersebut di OWA Kali Talang.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model SERVQUAL yang mengukur lima dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*). Data dikumpulkan dari 100 responden yang dipilih menggunakan rumus Krejcie-Morgan dengan teknik perandoman lokasi dan waktu. Analisis data meliputi *Customer Satisfaction Index (CSI)*, analisis kesenjangan (*gap*), *Importance-Performance Analysis (IPA)* untuk strategi peningkatan kualitas pelayanan, analisis deskriptif minat berkunjung ulang, dan uji Chi Square untuk mengetahui hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan pengunjung sebesar 80,18% (kategori "Puas") dan 81% pengunjung memiliki minat berkunjung ulang yang tinggi. Uji Chi Square membuktikan adanya hubungan antara kepuasan pengunjung dengan minat berkunjung ulang ($p\text{-value} = 0,003$) dengan kekuatan hubungan cukup kuat (*Contingency Coefficient* = 0,310). Dimensi *tangible* memiliki kesenjangan terbesar yang memerlukan prioritas perbaikan, terutama pada fasilitas umum dan penataan area wisata.

Kata Kunci: Kepuasan Pengunjung, Minat Berkunjung Ulang, SERVQUAL, Chi Square, OWA Kali Talang

¹ Mahasiswa Fakultas Kehutanan UGM

² Staff Pengajar Fakultas Kehutanan UGM

**THE RELATIONSHIP BETWEEN VISITOR SATISFACTION AND
REVISIT INTENTION AT THE KALI TALANG NATURE TOURISM
SITE, KLATEN REGENCY, CENTRAL JAVA**

Adelia Shafa Salsabilla¹, Kaharuddin²

ABSTRACT

Kali Talang Nature Tourism Site faces challenges from competition with two similar destinations and significant visitor fluctuations, declining from 51,515 visitors (2022) to 15,894 visitors (2023), then increasing to 33,555 visitors (2024). Service quality becomes a key factor in enhancing the competitiveness of nature tourism destinations and influencing visitors' revisit intention. This research aims to identify visitor satisfaction with service quality, identify revisit intention, and analyze the relationship between these two variables at Kali Talang Nature Tourism Site.

The study employed a quantitative approach using the SERVQUAL model that measures five dimensions of service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy). Data were collected from 100 respondents selected using the Krejcie-Morgan formula with randomization techniques for location and time. Data analysis included Customer Satisfaction Index (CSI), gap analysis, Importance-Performance Analysis (IPA) for service quality improvement strategies, descriptive analysis of revisit intention, and Chi Square test to examine the relationship between variables.

The results showed visitor satisfaction level of 80.18% ("Satisfied" category) and 81% of visitors demonstrated high revisit intention. Chi Square test confirmed a significant relationship between visitor satisfaction and revisit intention (p -value = 0.003) with moderate relationship strength (Contingency Coefficient = 0.310). The tangible dimension had the largest gap requiring priority improvement, particularly in public facilities and tourism area arrangement.

Keywords: Visitor Satisfaction, Revisit Intention, SERVQUAL, Chi-Square, OWA Kali Talang

¹ Student of Faculty of Forestry UGM

² Lecturer of Faculty of Forestry UGM