

## Analisis Atribut Destinasi, Kepuasan dan Kunjungan Kembali Wisatawan Sport Tourism ke Provinsi Bali

Auzan Tawadlu Akbar

Politeknik Negeri Balikpapan, Indonesia

Email: [auzan.tawadlu@poltekba.ac.id](mailto:auzan.tawadlu@poltekba.ac.id)

### Abstrak

Wisata olahraga di Bali berkembang pesat, namun pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat kunjungan ulang wisatawan tetap penting untuk pengembangan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atribut destinasi (aktivitas, keselamatan, dan suasana) terhadap kepuasan dan niat kunjungan ulang, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dari 75 wisatawan olahraga di Bali dan dianalisis dengan Smart PLS 3.0. Hasil menunjukkan bahwa semua atribut destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, sementara hanya kepuasan yang secara langsung memengaruhi niat kunjungan ulang. Atribut destinasi berdampak tidak langsung pada niat kunjungan ulang melalui kepuasan, menekankan pentingnya peningkatan keselamatan dan diversifikasi aktivitas. Temuan ini memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas wisatawan. Penelitian selanjutnya perlu memperluas variabel dengan memasukkan kualitas layanan dan nilai yang dirasakan untuk pemahaman lebih komprehensif.

**Kata kunci:** atribut destinasi, kepuasan, niat berkunjung kembali, dan *sport tourism*, Bali

### Abstract

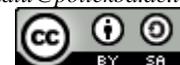
*Sport tourism in Bali has grown significantly, yet understanding the factors driving tourist satisfaction and revisit intentions remains critical for sustainable development. This study aims to analyze the influence of destination attributes (activities, safety, and atmosphere) on tourist satisfaction and revisit intentions, with satisfaction as a mediating variable. Using a quantitative approach, data were collected via questionnaires from 75 sport tourists in Bali and analyzed using Smart PLS 3.0. Results indicate that all destination attributes significantly affect satisfaction, while only satisfaction directly influences revisit intentions. Notably, destination attributes indirectly impact revisit intentions through satisfaction, highlighting the importance of enhancing safety measures and diversifying activities. The findings provide actionable insights for destination managers to improve service quality and foster tourist loyalty. Future research should expand variables to include service quality and perceived value for a more comprehensive understanding.*

**Keywords:** destination attributes, satisfaction, intention to revisit, and *sport tourism*, Bali

### Article Info:

**Submitted:** 08-02-25    **Final Revised:** 17-04-25    **Accepted:** 25-04-25    **Published:** 26-04-25

\*Correspondence Author: Auzan Tawadlu Akbar  
Email: [auzan.tawadlu@poltekba.ac.id](mailto:auzan.tawadlu@poltekba.ac.id)



## PENDAHULUAN

Perkembangan jumlah wisatawan yang semakin banyak akan menimbulkan mass tourism dan muncul tren perjalanan baru yang disebut dengan pariwisata minat khusus. Salah satu bentuk pariwisata minat khusus yang diminati oleh wisatawan adalah *sport tourism*. *Sport tourism* diminati karena dapat memberikan pengalaman baru bagi wisatawan yang menikmatinya. Pengalaman *sport tourism* didapatkan dari kedua jenis *sport tourism*. Pertama adalah *sport tourism* untuk menyaksikan acara olahraga dalam skala besar seperti Piala Dunia. Kedua adalah *sport tourism* aktif yang mengajak wisatawan untuk ikut menikmati aktivitas olahraga (Almadani, 2024; Wildan & Yuwono, 2023).

Kondisi geografis dan budaya Indonesia mendukung untuk mengembangkan produk *sport tourism* yang layak jual melalui acara *sport tourism* (Najah et al., 2023;

Rusdiyana & Permatasari, 2021). Salah satu destinasi di Indonesia yang sudah populer dengan *sport tourism* adalah Provinsi Bali (Ariastini et al., 2018; Irawan et al., 2024). Sejarah *sport tourism* di Bali dimulai pada tahun 1981, dengan diselenggarakannya perlombaan *Bali Race and Rally* (Astuti, 2015). Hingga tahun 2019 telah diselenggarakan acara *sport tourism* baru seperti *Stand Up Paddle Race and Party*, *Bali Marathon*, dan *World Surfing League* (WSL). *World Surfing League* telah digelar 3 kali sebelumnya di Provinsi Bali yaitu pada tahun 2008, 2013, dan 2018. Tahun 2019 adalah keempat kalinya WSL diselenggarakan di Provinsi Bali. Pada tahun sebelumnya, ajang WSL diselenggarakan di Pantai Uluwatu.

Olahraga *surfing* ini memiliki beberapa jenis yaitu *board surfing*, *kite surfing*, *foil surfing*, *wind surfing*, *stand up paddle surfing*, *longboard surfing* dan *bodyboard surfing* dan yang paling populer di Bali adalah *board surfing*. Ajang *sport tourism* yang rutin diselenggarakan di Provinsi Bali adalah perlombaan lari marathon bertajuk Maybank Bali Marathon (Eddyono & Ferdian, 2024). Pada tahun 2019 ribuan peserta mengikuti ajang Bali Marathon yang dimulai dan berakhir di Bali Safari & Marine, terbagi dalam beberapa kelas yaitu 10K, 21K Half Marathon dan 42K atau Full Marathon.

Dilihat dari banyaknya wisatawan dan wisatawan yang berkualitas, *sport tourism* di Provinsi Bali potensial untuk dikembangkan (Nasriandi et al., 2023; Paramitha, 2022). Dinas Pariwisata Provinsi Bali telah memasukkan acara *sport tourism* ke dalam program tahunan (Finahari et al., 2019; Seputra, 2024). Di sisi lain, potensi *sport tourism* di Provinsi Bali dan dukungan pemerintah tidak berbanding lurus dengan kesiapan fasilitas, sarana dan prasarana penunjang (Balipost, 2019). Selain Provinsi Bali, saat ini ada beberapa destinasi lain sedang mengembangkan *sport tourism*. Destinasi di Indonesia yang menjadi pesaing Bali dalam *sport tourism* adalah Yogyakarta, Singkarak, dan Banyuwangi (Travelkompas, 2019).

Pengembangan destinasi *sport tourism* dinilai dengan berkala agar searah dengan tujuan. Atribut *sport tourism* adalah elemen yang dapat dinilai oleh wisatawan (Abdullah, 2017; Badi'ah & Kp, 2022). Penelitian ini menggunakan atribut destinasi menurut Echtner dan Ritchie dalam Hinch dan Higham (2004) bahwa destinasi *sport tourism* memiliki atribut aktivitas, keselamatan dan suasana. Atribut destinasi merupakan komponen penting bagi wisatawan agar memiliki pengalaman yang berkesan. Pengalaman wisatawan yang positif dapat menimbulkan niat berkunjung kembali (Sultan, 2012)

Provinsi Bali harus bersaing dengan destinasi lain agar menjadi pilihan utama untuk menggelar event *sport tourism* serta mendatangkan wisatawan untuk berwisata olahraga. Atribut destinasi *sport tourism* di Provinsi Bali perlu dinilai oleh wisatawan itu sendiri sebagai langkah untuk mengembangkan *sport tourism* di Provinsi Bali agar wisatawan puas dan memiliki niat untuk berkunjung kembali.

Tujuan Penelitiannya adalah Menganalisis pengaruh atribut destinasi terhadap kepuasan wisatawan *sport tourism* di Provinsi Bali. Menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali. Menganalisis pengaruh atribut destinasi terhadap niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali. Penelitian ini memperluas pemahaman tentang wisata olahraga di Bali dengan menguji peran mediasi kepuasan wisatawan dalam hubungan antara atribut destinasi (aktivitas, keselamatan, dan suasana) dan niat kunjungan ulang, menggunakan Smart PLS 3.0 untuk pemodelan persamaan struktural. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada efek langsung misalnya, (Ibrahim & Gill, 2005); Tendeau

& Widodo, 2015), studi ini mengungkapkan bahwa meskipun atribut destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dampaknya pada niat kunjungan ulang sepenuhnya dimediasi oleh kepuasan temuan yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur sebelumnya. Selain itu, penelitian ini menekankan peran keselamatan dan suasana sebagai pendorong tidak langsung niat kunjungan ulang, berbeda dengan studi seperti Marpaung (2019) yang tidak menemukan hubungan langsung antara keselamatan dan kunjungan ulang. Studi ini juga secara unik berfokus pada konteks wisata olahraga Bali, mengintegrasikan wawasan spesifik acara lokal (misalnya, Bali Marathon dan selancar) untuk memberikan rekomendasi praktis bagi pemangku kepentingan, seperti peningkatan keselamatan dan diversifikasi aktivitas, yang kurang ditekankan dalam literatur pariwisata umum (Hinch & Higham, 2004; Kotler & Keller, 2008).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di Provinsi Bali dengan situs penelitian adalah Desa Pecatu dan Bali Safri Marine Park. Desa Pecatu dipilih karena terdapat beberapa pantai yang dijadikan lokasi untuk *surfing*. *Bali Safari Marine Park* merupakan *official race venue Bali Marathon* sejak tahun 2012. Pengambilan data di lokasi dimulai dari Bulan Februari 2020, namun saat Bulan Maret 2020 terjadi pandemi covid-19, lokasi penelitian ditutup dan ajang *Bali Marathon 2020* ditiadakan. Sehingga pengambilan data dilakukan secara online karena data yang terkumpul baru mencapai 53%.

Penentuan sampel berdasarkan Hair dkk (2010) karena pada penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi wisatawan *sport tourism*. Oleh karena itu direkomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 sampai 10 kali dari jumlah indikator penelitian. Indikator dalam penelitian ini berjumlah 15, sehingga didapatkan total sampel sebanyak 75 sampel untuk keseluruhan 2 situs lokasi penelitian. Responden sebanyak 75 sampel sudah dianggap cukup karena jumlah minimal untuk mengolah data dengan aplikasi SmartPLS 3.0 Student adalah 30 responden.

Aktivitas pada analisis data ialah menggolongkan data, kemudian mentabulasi data, lalu menyuguhkan data pada setiap variabel, melakukan perhitungan guna menjawab rumusan masalah dan untuk melakukan pengujian hipotesis yang sudah disusun. Analisis data dilakukan dengan uji Evaluasi Model Pengukuran (*Measurement/Outer Model*) dan Evaluasi Model Struktural (*Structural/Inner Model*) melalui aplikasi Smart PLS 3.0 Student.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Mayoritas responden berasal dari mancanegara dengan persentase 26,7% atau 20 orang. Sebagian besar berjenis kelamin pria dengan persentase 76% atau 57 orang dan usia 18-29 tahun paling dominan sebesar 50,7% atau 38 orang. Pekerja di perusahaan swasta mendominasi dalam karakteristik responden dengan persentase 42,7% atau 32 orang. Akomodasi yang paling banyak dipilih adalah hotel berbintang dengan persentase 48% atau 36 orang. Urutan pertama karakteristik responden berdasarkan periode kunjungan adalah lebih dari 3 kali dengan persentase 45,3% atau 34 orang dan berdasarkan lama kunjungan

adalah lebih dari lima hari yaitu 54,7% atau 41 orang. Mayoritas responden tidak datang sendiri, karena 58,7% atau 44 orang datang bersama teman.

**Uji Instrumen**

Uji Validitas dapat dikatakan baik dengan melihat nilai *convergent validity* dan *discriminant validity*. Uji *convergent validity* dijalankan dengan mengamati nilai *loading factor* pada indikator dengan nilai *loading factor* harus > 0,7. Hasil pengujiannya bisa diamati pada Tabel 2.

**Tabel 1. Hasil Uji Covergent Validity dan Discriminant Validity**

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	√AVE
Aktivitas	A1.1	0,875	0,729	0,854
	A1.2	0,801		
	A1.3	0,884		
Keselamatan	A2.1	0,915	0,809	0,900
	A2.2	0,916		
	A2.3	0,867		
Suasana	A3.1	0,817	0,699	0,810
	A3.2	0,824		
	A3.3	0,866		
Kepuasan	KE1	0,833	0,656	0,791
	KE2	0,795		
	KE3	0,802		
Niat Berkunjung Kembali	NB1	0,730	0,626	0,836
	NB2	0,835		
	NB3	0,804		

Berdasarkan Tabel 2, nilai outer loading seluruh variabel di atas 0,7 dan nilai AVE > 0,5 dan nilai √AVE pada masing-masing variabel lebih tinggi dari hubungan pada variabel yang beda. Hal ini berarti bahwa pengujian validitas dalam penelitian ini dikatakan baik atau valid.

Setelah uji validitas, selanjutnya melakukan uji reliabilitas dengan syarat *composite reliability* maupun *cronbach alpa* melewati 0,70. Hasil uji pada penelitian ini, nilai *composite reliability* dan *cronbach alpa* lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dikatakan seluruh variabel telah memenuhi reliabilitas variabel yang baik. Hasil pengujiannya dapat diamati pada Tabel 2 di bawah.

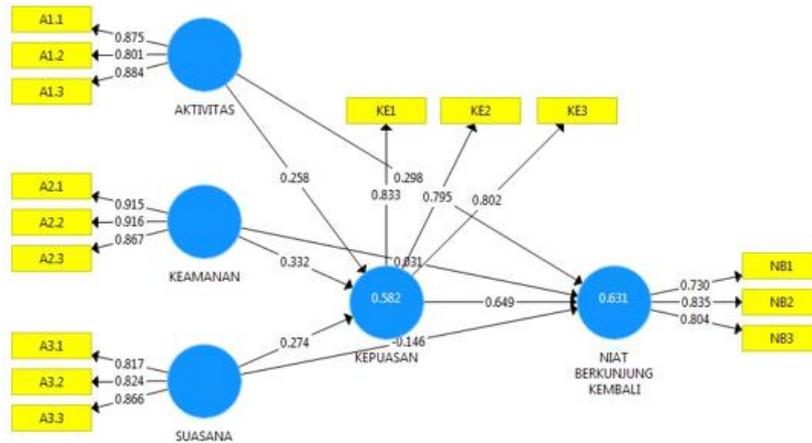
**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

Variabel	Reliabilitas	
	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Aktivitas	0,814	0,890
Keselamatan	0,882	0,927
Suasana	0,791	0,874
Kepuasan	0,738	0,851
Niat Berkunjung Kembali	0,701	0,833

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

**SEM (Structural Equation Modelling)**

Analisis hubungan antara variabel dilakukan melalui *Structural Equation Model* (SEM) dilakukan dengan menggunakan Smart PLS 3.0 student dengan hasil Gambar 3 di bawah ini.



**Gambar 1. Structural Equation Model (SEM)**

**Kelayakan Model Persamaan Struktural**

Model struktural harus dilihat kelayakannya sebelum menjelaskan hasil analisis model persamaan struktural. Dari alasan tersebut maka dianjurkan untuk melakukan uji kelayakan terhadap model persamaan struktural dengan melihat hubungan antara variabel. Nilai signifikansi melalui nilai R2, nilai F2 dan nilai GoF dapat diamati pada Tabel 3, Tabel 4, dan Tabel 5.

**Tabel 3. Nilai R dan R2 Untuk Menilai Kelayakan Variabel**

Variabel	R	R <sup>2</sup>
Aktivitas	-	-
Keselamatan	-	-
Suasana	-	-
Kepuasan	0,582	0,565
Niat Berkunjung Kembali	0,631	0,610
<b>Rata-rata</b>	<b>0,606</b>	<b>0,587</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan perhitungan di atas nilai rata-rata R dan R2 dari kedua variabel endogen berada di antara 0,33-0,66 dan dapat dikategorikan moderat (*moderately*). Nilai R2 variabel kepuasan dalam penelitian ini dikategorikan moderat (*moderately*) dengan nilai sebesar 0,565.

**Tabel 4. Nilai F2 Pada Masing-masing Variabel**

	A1	A2	A3	A4	KE	NB
Aktivitas	-	-	-	-	0,059	0,085
Keselamatan	-	-	-	-	0,147	0,001

	A1	A2	A3	A4	KE	NB
Suasana	-	-	-	-	0,067	0,020
Kepuasan	-	-	-	-	-	0,478
NBK	-	-	-	-	-	-

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Dari perhitungan di atas, disebutkan bahwa nilai F2 yang paling tinggi sebesar 0,478 berada pada pertemuan antara variabel kepuasan dan niat berkunjung kembali. Nilai 0,478 mengindikasikan terdapat pengaruh yang cukup tinggi antara variabel kepuasan dengan variabel niat berkunjung kembali.

**Tabel 5. Hasil Uji Gof (Goodness of Fit) Model**

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,087	0,087
d ULS	0,915	0,915
d_G	0,552	0,552
Chi-Square	224,299	224,299
NFI	0,698	0,698

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Tabel 6, uji GoF pada model persamaan struktural dikatakan sudah sesuai dengan kriteria atau fit jika nilai SRMR kurang dari 0,10 dan dikatakan kriteria sempurna jika nilai SRMR kurang dari 0,086. Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa GoF penelitian ini adalah 0,087 dan dari rentang nilai lebih dari 0,36 dikategorikan GoF kuat. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan model ini fit sehingga dapat dilanjutkan ke tahap hipotesis.

**Hasil Uji Model Pengukuran Atribut Destinasi**

Pada model pengukuran ini terdapat 3 variabel eksogen laten yaitu variabel aktivitas dengan kode A1, variabel keselamatan dengan kode A2, dan variabel suasana dengan kode A3. Hasil pengujian model pengukuran atribut destinasi melalui proses bootstrapping bisa diamati pada Tabel 7 di bawah ini.

**Tabel 6. Uji Model Pengukuran Struktural Variabel Atribut Destinasi**

Kode Indikator	<i>Outer Loading</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P Value</i>
A1.1	0,875	0,031	28,564	0,000
A1.2	0,801	0,065	12,259	0,000
A1.3	0,884	0,035	25,069	0,000
A2.1	0,915	0,030	30,053	0,000
A2.2	0,916	0,023	39,341	0,000
A2.3	0,867	0,032	26,883	0,000
A3.1	0,817	0,100	8,183	0,000
A3.2	0,825	0,083	9,937	0,000
A3.3	0,866	0,032	26,948	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Dari perhitungan di atas dapat dilihat bahwa indikator petugas keselamatan/ medis yang sigap dan tanggap (A2.2) dengan nilai *outer loading* tertinggi yaitu 0,916. Nilai *outer loading* indikator paling kecil adalah keberagaman aktivitas sport tourism tersedia di daya tarik wisata (A1.2) dengan nilai 0,801. Berdasarkan hasil uji pengukuran, seluruh indikator pada variabel aktivitas, keselamatan, dan suasana dinyatakan valid dengan nilai uji model di atas 0,7. Hal tersebut berarti bahwa seluruh indikatornya dapat merefleksikan variabel aktivitas, keselamatan, dan suasana secara signifikan.

**Hasil Uji Model Pengukuran Kepuasan**

Hasil uji model pengukuran variabel kepuasan menunjukkan bahwa semua indikator merefleksikan variabel kepuasan secara signifikan. Output model pengukuran struktural pada variabel kepuasan melalui proses bootstrapping bisa diamati pada Tabel 8 di bawah ini.

**Tabel 7. Uji Model Pengukuran Struktural Variabel Kepuasan**

<b>Kode Indikator</b>	<b>Outer Loading</b>	<b>Standard Deviation</b>	<b>T Statistic</b>	<b>P Value</b>
KE1	0,833	0,053	15,692	0,000
KE2	0,795	0,053	15,122	0,000
KE3	0,802	0,049	16,386	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Dari model pengukuran struktural pada Tabel 8, diketahui bahwa indikator pengalaman yang didapat sesuai dengan yang diharapkan oleh wisatawan (KE1) memiliki nilai *outer loading* tertinggi dengan nilai *outer loading* 0,833. Nilai paling rendah pada indikator atribut destinasi yang tersedia sesuai yang diharapkan oleh wisatawan (KE2) dengan nilai *outer loading* 0,795.

**Hasil Uji Model Pengukuran Niat Berkunjung Kembali**

Hasil uji model pengukuran menunjukkan semua indikator merefleksikan variabel niat berkunjung kembali secara signifikan. *Output model* pengukuran struktural variabel niat berkunjung kembali melalui proses bootstrapping dapat diamati pada Tabel 9 di bawah ini.

**Tabel 8. Uji Model Pengukuran Struktural Variabel Niat Berkunjung Kembali**

<b>Kode Indikator</b>	<b>Outer Loading</b>	<b>Standard Deviation</b>	<b>T Statistic</b>	<b>P Value</b>
NB1	0,730	0,082	8,864	0,000
NB2	0,835	0,034	24,335	0,000
NB3	0,804	0,056	14,452	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Indikator wisatawan akan menjadikan Provinsi Bali sebagai prioritas utama untuk *sport tourism* (NB2) dengan nilai *outer loading* tertinggi sebesar 0,835. Nilai *outer loading* paling rendah pada indikator wisatawan ingin kembali berwisata olahraga di Provinsi Bali (NB1) dengan nilai *outer loading* 0,730.

**Pengaruh Langsung (Direct Effect)**

Pengujian hipotesis untuk hasil pengaruh langsung antar variabel dengan ketentuan jika nilai T statistik lebih dari 1,96 dan ambang signifikansi 5% (0.05), maka  $H_0$  ditolak jika nilai p-value  $< 0.05$  atau hipotesis dapat diterima. Hasil pengaruh langsung (*direct effect*) bisa diamati pada Tabel 10 di bawah ini.

**Tabel 9. Pengaruh Langsung Antar Variabel pada Inner Model**

Hipotesis	Hubungan Variabel	Original Sample	T Statistic	P-Value	Signifikansi
H1	A1→KE	0,258	2,003	0,046	Signifikan
H2	A2→KE	0,332	3,061	0,002	Signifikan
H3	A3→KE	0,274	2,149	0,032	Signifikan
H4	KE→NB	0,649	5,440	0,000	Signifikan
H5	A1→NB	0,298	2,180	0,030	Signifikan
H6	A2→NB	0,031	0,299	0,765	Tidak Signifikan
H7	A3→NB	-0,146	0,964	0,335	Tidak Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

1. H1. Berdasarkan hasil penelitian,  $H_1$  yaitu aktivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dapat diterima dengan kriteria nilai original sample 0,258 (positif), nilai T statistic 2,003  $> 1,96$  dan nilai p-value 0,046  $< 0,05$ . Sedangkan  $H_0$  ditolak, maka konstruk variabelnya adalah aktivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
2. H2. Berdasarkan hasil penelitian,  $H_2$  yaitu keselamatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dapat diterima dengan kriteria nilai original sample 0,332 (positif), nilai T statistic 3,061  $> 1,96$  dan nilai p-value 0,002  $< 0,05$ . Sedangkan  $H_0$  ditolak, maka konstruk variabelnya adalah keselamatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
3. H3. Berdasarkan hasil penelitian,  $H_3$  yaitu suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dapat diterima dengan kriteria nilai original sample 0,274 (positif), nilai T statistic 2,149  $> 1,96$  dan nilai p-value 0,032  $< 0,05$ . Sedangkan  $H_0$  ditolak, maka konstruk variabelnya adalah suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
4. H4. Berdasarkan hasil penelitian,  $H_4$  yaitu kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali dapat diterima dengan kriteria nilai original sample 0,649 (positif), nilai T statistic 5,440  $> 1,96$  dan nilai p-value 0,000  $< 0,05$ . Sedangkan  $H_0$  ditolak, maka konstruk variabelnya adalah kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali.
5. H5. Dari hasil penelitian,  $H_5$  yaitu aktivitas berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali dapat diterima dengan nilai original sample 0,298 (positif), nilai T statistic 2,180  $> 1,96$  dan nilai p-value 0,030  $< 0,05$ . Sedangkan  $H_0$  ditolak, maka konstruk variabelnya adalah aktivitas berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali.
6. H6. Dari hasil penelitian,  $H_0$  yaitu keselamatan tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali diterima karena nilai original sample 0,031 (positif), nilai T statistic 0,299  $< 1,96$  dan nilai p-value 0,765  $> 0,05$ . Sedangkan  $H_1$  ditolak, maka

konstruk variabelnya adalah keselamatan tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali.

7. H7. Dari hasil penelitian, Ho yaitu suasana tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali diterima karena kriteria nilai original sample -0,146 (negatif), nilai T statistic  $0,964 < 1,96$  dan nilai p-value  $0,335 > 0,05$ . Sedangkan Hi ditolak, maka konstruk variabelnya adalah suasana tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

**Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)**

Terdapat beberapa jalur mengartikan sebuah variabel eksogen memiliki variabel tidak langsung terhadap variabel endogen yang bersesuaian melalui varibel intervening yang lain. Pengaruh tidak langsung antar variabel dalam penelitain ini bisa diamati pada Tabel 10.

**Tabel 10. Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel pada Inner Model**

Hubungan Variabel	Original Sample	T Statistic	p-Value	Signifikansi
A1→KE	-	-	-	-
A1→NB	0,167	1,967	0,049	Signifikan
A2→KE	-	-	-	-
A2→NB	0,216	2,422	0,016	Signifikan
A3→KE	-	-	-	-
A3→NB	0,178	1,995	0,047	Signifikan
KE→NB	-	-	-	-

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan hasil penelitian bahwa indirect effect aktivitas (A1) terhadap niat berkunjung kembali (NB) melalui mediasi variabel kepuasan (KE) adalah berpengaruh signifikan dengan kriteria nilai original sample 0,167 (positif), nilai T statistic  $1,967 > 1,96$  dan nilai p-value  $0,049 < 0,05$ . Indirect effect keselamatan (A2) terhadap niat berkunjung kembali (NB) melalui mediasi variabel kepuasan (KE) adalah berpengaruh signifikan dengan kriteria nilai original sample 0,216 (positif), nilai T statistic  $2,422 > 1,96$  dan nilai p-value  $0,016 < 0,05$ . Indirect effect suasana (A3) terhadap niat berkunjung kembali (NB) melalui mediasi variabel kepuasan (KE) adalah berpengaruh signifikan dengan nilai original sample 0,178 (positif), nilai T statistic  $1,995 > 1,96$  dan nilai p-value  $0,047 < 0,05$ .

**Pengaruh Total**

Kombinasi antara *direct effect* dan *indirect effect* dapat membentuk pengaruh total (*total effect*) sebuah variabel eksogenus terhadap variabel endogenus. Pengaruh total antar variabel dalam penelitain ini bisa diamati pada Tabel 12.

**Tabel 11. Pengaruh Total Antar Variabel pada Inner Model**

Hubungan Variabel	Original Sample	Standard Deviation	T Statistic	p-Value
A1→KE	0,258	0,133	1,942	0,053
A1→NB	0,446	0,132	3,522	0,000
A2→KE	0,332	0,108	3,076	0,002
A2→NB	0,246	0,129	1,905	0,057
A3→KE	0,274	0,125	2,200	0,028

Hubungan Variabel	Original Sample	Standard Deviation	T Statistic	p-Value
A3→NB	0,032	0,139	0,232	0,816
KE→NB	0,649	0,121	5,385	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Tabel 12 pengaruh variabel kepuasan memiliki pengaruh total paling tinggi dengan nilai original sample 0,649 terhadap niat berkunjung kembali. Hal tersebut berarti niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali dipengaruhi kuat akibat kepuasan setelah berkunjung.

### Hasil Uji Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi pada penelitian ini yaitu menggunakan perhitungan nilai *Variance Accounted For* (VAF). Penilaian efek mediasi memiliki beberapa kriteria yaitu jika nilai VAF > 80% jadi variabel mediasi adalah sebagai mediasi penuh. Ketika nilai berada di antara  $20\% \leq VAF \leq 80\%$  jadi variabel mediasi adalah sebagai mediasi sebagian. Jika nilai VAF < 20% jadi variabel mediasi bukan sebagai mediator. Nilai VAF dihitung dengan formula di bawah ini dan hasil hitung bisa diamati pada Tabel 12.  $VAF = \text{Pengaruh Tidak Langsung} \times 100\% \text{ Pengaruh Total}$

Tabel 12. Hasil Pengujian Efek Mediasi

Hubungan Variabel	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total	Nilai VAF	Keterangan
A1→NB	0,167	0,446	37,44	<i>Partial mediation</i>
A2→NB	0,216	0,246	87,80	<i>Full mediation</i>
A3→NB	0,178	0,032	556,3	<i>Full mediaton</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

### Pengaruh Atribut Destinasi terhadap Kepuasan

#### a. Aktivitas

Aktivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan *sport tourism* di Provinsi Bali dengan kriteria nilai *original sample* 0,258 (positif), nilai T statistic 2,003 > 1,96 dan nilai p-value 0,046 < 0,05. Semakin tinggi nilai aktivitas yang menarik dan dapat memberikan manfaat bagi wisatawan, maka akan semakin tinggi pula nilai kepuasan wisatawan dengan hubungan linier yang positif.

Hasil penelitian selaras dengan hasil penelitian dari Xu dkk (2017) yang menyatakan bahwa wisatawan *chinese* yang berkunjung ke Britania Raya merasa puas dengan *entertainment activities*. Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2008) bahwa ketika konsumen mendapatkan manfaat dari aktivitas yang sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan mendapatkan kepuasan

Aktivitas *sport tourism* adalah aktivitas manarik. Hal tersebut dikarenakan ajang Bali Marathon dikemas dengan baik, memadukannya dengan keramahan masyarakat, alam dan budaya Bali (pendapat dari Sam, wisatawan asal Kota Bandung). Kegiatan *sport tourism* di Provinsi Bali seperti berselancar dan lari marathon dapat memberikan manfaat pada kesehatan jasmani. Pikiran juga menjadi rileks setelah berpergian ke Bali untuk berolahraga dan melepas penat dari rutinitas sehari-hari. Manfaat lainnya, wisatawan akan

mendapat teman baru dengan hobi yang sama (pendapat dari Yanuar, wisatawan asal Malang).

b. Keselamatan

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua melalui pengaruh langsung, didapatkan hasil bahwa keselamatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan *sport tourism* di Provinsi Bali dengan kriteria nilai original sample 0,332 (positif), nilai T statistic 3,061 > 1,96 dan nilai p-value 0,002 < 0,05. Semakin tinggi nilai keselamatan, maka akan semakin tinggi pula nilai kepuasan wisatawan dengan hubungan linier yang positif.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu oleh Ibrahim dan Gill (2005) menemukan ada 3 variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan yaitu keselamatan dan kenyamanan daya tarik wisata, budaya masyarakat dan wisatawan, serta atmosfer dan layanan selama kunjungan. Berdasarkan nilai rata-rata tanggapan, indikator ada rambu peringatan keselamatan dengan nilai rata-rata paling rendah yaitu 3,53.

Di pantai terdapat rambu keselamatan berupa bendera untuk peringatan pasang surut air laut, rambu jalan licin, pagar pembatas tebing, dan jalur evakuasi jika terjadi bencana. Di pantai tidak terlihat petugas keselamatan atau medis yang berjaga untuk memberikan pertolongan pertama pada kecelakaan. Petugas medis datang dari klinik di luar kawasan pantai jika ada panggilan darurat. Penjaga pantai ditempatkan hanya pada beberapa lokasi dan terlihat berpatroli pada jam-jam tertentu.

Keselamatan yang ada di pantai berbeda dengan di venue dan lintasan lari Bali Marathon. Pada ajang Bali Marathon terdapat rambu keselamatan yang lengkap dengan kondisi baik. Pembatas jalur lintasan berupa *cone* warna oranye ditempatkan agar pelari tidak terperosok ke badan jalan. Di sepanjang lintasan yang dianggap tidak aman juga dipasang garis pembatas. Di setiap kilo meter juga terdapat rambu peringatan pemberhentian medis agar pelari dapat mengontrol tenaganya.

Petugas keamanan terdiri dari TNI, POLRI, dan Jagabaya. Petugas medis juga sigap dan tanggap dalam bekerja. Mereka ditempatkan di beberapa titik lengkap dengan alat medis dan ambulance untuk menangani peserta Bali Marathon yang mengalami kecelakaan atau kelelahan. Hal tersebut dilakukan untuk menjamin kondisi mereka terjaga selama lomba berlangsung.

Berdasarkan *outer loading* pada indikator variabel keselamatan cukup tinggi yaitu A21 sebesar 0,915 sedangkan nilai A2.2 dengan nilai 0,916 dan A2.3 dengan nilai 0,87. Dilihat pada nilai kualitas keselamatan yang baik dari ajang Bali Marathon dan lokasi untuk surfing, 64% responden menilai bahwa mereka merasa aman berwisata olahraga di Bali, oleh karena itu variabel keselamatan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan.

c. Suasana

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga melalui pengaruh langsung, didapatkan hasil bahwa suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan *sport tourism* di Provinsi Bali dengan kriteria nilai original sample 0,274 (positif), nilai T statistic 2,149 > dari 1,96 dan nilai p-value 0,032 < 0,05. Semakin besar nilai suasana yang berkualitas, semakin besar pula nilai kepuasan wisatawan dengan hubungan linier yang positif.

Hasil uji hipotesis ketiga ini sejalan bersama hasil penelitian dari Tendean dan Widodo (2015) terdapat pengaruh signifikan diantara suasana dan kepuasan di Maja House Sugar & Cream Bandung. Begitu juga selaras dari hasil penelitian dari Tulipa dkk (2014) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan diantara suasana dengan kepuasan konsumen toko grosir di Surabaya.

Nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel suasana yang tinggi pada indikator A3.1 (udara, suhu dan cuaca cocok untuk sport tourism) dengan nilai 4,37. Angin yang tidak kencang membuat papan surfing lebih mudah dikendalikan sehingga dapat membuat wisatawan yang datang merasa nyaman selama melakukan surfing. Dekorasi warung, *surf lesson*, dan penginapan yang bertema suasana pantai dan *surfing* juga membuat wisatawan merasa nyaman. Ajang Bali Marathon dimulai sejak jam 4 pagi. Suasana pagi hari yang masih segar, dingin namun tetap hangat karena sinar matahari yang baru terbit dan pemandangan alam menambah nyaman suasana untuk berolahraga.

Suasana juga meriah dengan hadirnya pementasan kesenian budaya Bali berupa tarian dan sorak sorai penyemangat dari penduduk lokal di beberapa titik lintasan lari. Di garis finish, para atlet disambut dengan pengalungan medali. Kondisi tersebut selaras dengan tinjauan oleh Stewart (2001) dalam Hinch dan Higham (Hinch & Higham, 2004) yang menyatakan bahwa salah satu bentuk penilaian dari wisatawan sport tourism adalah suasana event sport tourism. Suasana yang membuat nyaman dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan.

### **Pengaruh Kepuasan terhadap Niat Berkunjung Kembali**

Berdasarkan pengujian hipotesis keempat melalui pengaruh langsung, didapatkan hasil bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali dengan kriteria nilai original sample 0,649 (positif), nilai T statistic  $5,440 > 1,96$  dan nilai p- value  $0,000 < 0,05$ . Pengaruh langsung kepuasan terhadap niat berkunjung kembali merupakan pengaruh total terbesar dalam penelitian ini dengan nilai original sample paling tinggi yaitu 0,649.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Priansa (2017), karakter konsumen adalah tahapan langkah untuk memenuhi kebutuhan yang proses akhirnya melakukan evaluasi pasca pembelian. Keputusan niat berkunjung kembali merupakan hasil dari evaluasi pasca pembelian. Hasil uji hipotesis selaras temuan penelitian oleh Putrawan dkk (2019) bahwa ada pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang ke Bali Zoo. Peneliti lain oleh Purnami dan Suryawardani (2018) juga memiliki hasil yang sama, hasilnya adalah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali ke Bali Pulina.

Berdasarkan karakteristik responden dalam penelitian ini, 88% atau 66 responden sport tourism melakukan kunjungan kembali ke Provinsi Bali dan itu berarti bahwa niat berkunjung kembali wisatawan sport tourism tinggi. Dari temuan di lokasi penelitian, salah satu wisatawan yang datang untuk berolahraga *surfing* bernama Tedy asal Sumbawa, mengatakan bahwa atribut destinasi *sport tourism* secara keseluruhan di Provinsi Bali sudah cukup baik walaupun ada yang perlu dilakukan perbaikan dan peningkatan.

Hal tersebut akan menimbulkan kepuasan karena ada nilai lebih antara kesesuaian harapan dan realita yang dicapai. Kepuasan akan mempengaruhi wisatawan berkunjung kembali serta merekomendasikan, mengajak orang lain, dan menceritakan pengalaman baik mereka tentang *sport tourism* di Provinsi Bali. Dari hasil penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan pendapat oleh Tjiptono (2005) bahwa jika wisatawan puas akan menjadi loyal, yang dicerminkan dengan perilaku setelah kunjungan.

## **Pengaruh Atribut Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali**

### **a. Aktivitas**

Berdasarkan hasil uji hipotesis kelima melalui pengaruh langsung, didapatkan hasil bahwa aktivitas berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali dengan nilai original sample 0,298 (positif), nilai T statistic 2,180 > 1,96 dan nilai p-value 0,049 < 0,05. Semakin besar nilai aktivitas maka akan semakin besar juga nilai niat berkunjung kembali dengan hubungan linier positif.

Hasil pengujian hipotesis kelima selaras dengan penelitian dari Nurlestari (2016) menyatakan bahwa daya tarik wisata yang di dalamnya terdapat aktivitas wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Aktivitas *sport tourism* yang dikemas dengan baik, akan mempengaruhi wisatawan *sport tourism* untuk berkunjung kembali ke Provinsi Bali. Selain menarik, aktivitas *sport tourism* dapat memberikan manfaat bagi wisatawan karena nilai rata-rata tanggapan responden paling tinggi pada indikator A1.3 (mendapat manfaat dari sport tourism) sebesar 4,48.

Sedangkan pada pengaruh tidak langsung, diketahui bahwa hubungan antara aktivitas dengan niat berkunjung kembali melalui mediasi variabel kepuasan adalah juga berpengaruh signifikan dengan kriteria nilai original sample 0,167 (positif), nilai T statistic 1,967 > 1,96 dan nilai p-value 0,050 < 0,05. Semakin tinggi nilai aktivitas maka akan meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali melalui mediasi variabel kepuasan karena hubungan linier yang positif.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa aktivitas *sport tourism* yang menarik membuat wisatawan memiliki keyakinan tinggi untuk berkunjung kembali setelah sebelumnya memperoleh kepuasan. Dari penjelasan di atas, aktivitas sebagai variabel eksogen laten yang paling kuat berpengaruh signifikan langsung terhadap kepuasan wisatawan, berpengaruh signifikan langsung terhadap niat berkunjung kembali dan berpengaruh signifikan tidak langsung terhadap niat berkunjung kembali melalui mediasi variabel kepuasan.

### **b. Keselamatan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis keenam melalui pengaruh langsung, didapatkan hasil bahwa keselamatan tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali karena nilai original sample 0,031 (positif), nilai T statistic 0,299 < 1,96 dan nilai p-value 0,765 > 0,05. Meskipun tidak berpengaruh, jika nilai kualitas keselamatan ditingkatkan maka akan meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali dengan hubungan linier yang positif.

Faktor keselamatan merupakan salah satu yang memotivasi wisatawan *sport tourism* untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi Hinch dan Higham (2004). Hasil pengujian hipotesis keenam selaras dengan penelitian dari Marpaung (2019) bahwa tidak ada pengaruh langsung antara keselamatan wisatawan dan kunjungan ulang wisatawan ke Taman Nasioanl Gunung Gede Pangrango Kabupaten Bogor.

Walaupun keselamatan tidak berpengaruh langsung terhadap niat berkunjung kembali namun berpengaruh signifikan tidak langsung melalui mediasi variabel kepuasan dengan nilai original sample 0,216 (positif), nilai T statistic 2,422 > 1,96 dan nilai p-value 0,016 < 0,05. Semakin besar nilai keselamatan, maka akan semakin besar pula nilai niat berkunjung kembali wisatawan melalui mediasi kepuasan dengan hubungan linier yang positif. Berdasarkan hasil uji mediasi melalui perhitungan nilai *Variance Accounted For* (VAF) suasana yaitu 87,8 % > 80%.

Keselamatan merupakan atribut *sport tourism* yang penting, pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian oleh Modjanggo dkk (2015), bahwa keselamatan merupakan faktor paling penting untuk wisatawan berkunjung kembali karena nilai tingkat koefisiennya paling besar. Hasil pengolahan data selaras dengan pendapat dari Nuraeni (2014), niat berkunjung kembali muncul dari hasil evaluasi setelah berkunjung. Evaluasi tersebut berdasarkan dari kepuasan yang didapatkan dari pengalaman selama berwisata olahraga di Provinsi Bali yang berpengaruh kepada kepuasan serta menimbulkan niat untuk berkunjung kembali.

c. Suasana

Suasana tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali wisatawan *sport tourism* ke Provinsi Bali karena kriteria nilai original sample - 0,146 (negatif), nilai T statistic  $0,964 < 1,96$  dan nilai p-value  $0,335 > 0,05$ . Meskipun dilakukan peningkatan nilai kualitas suasana, tidak akan meningkatkan niat untuk berkunjung kembali dengan hubungan linier yang negatif. Dilihat dari nilai rata-rata tanggapan responden dalam kategori baik yaitu 4,8 namun belum bisa mempengaruhi wisatawan *sport tourism* untuk berkunjung kembali. Hal tersebut disebabkan menurut pernyataan dari Andi wisatawan asal Makassar mengatakan bahwa keseluruhan suasana ketika pertama kali mengikuti Bali Marathon luar biasa semarak. Namun ketika mengikuti ajang Bali Marathon pada tahun-tahun berikutnya terasa biasa saja karena telah mengetahui suasana pada tahun sebelumnya.

Pendapat dari wisatawan di atas selaras dengan Carmichael dan Murphy (1996) dalam Hinch dan Higham (2004) yang menyatakan bahwa persepsi atau penilaian wisatawan terhadap sebuah *event sport tourism* akan berbeda sesuai dengan asal, lama tinggal, pola pengeluaran, pendamping, pengalaman sebelumnya dan berapa kali melakukan perjalanan serupa. Terdapat kemiripan hasil pengujian hipotesis ketujuh dengan penelitian dari Saputra dan Sukardi (2018) bahwa terdapat dimensi suasana yang tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang di Kopi Merapi Yogyakarta.

Walaupun suasana tidak berpengaruh langsung terhadap niat berkunjung kembali namun berpengaruh signifikan tidak langsung melalui mediasi variabel kepuasan dengan nilai original sample 0,178 (positif), nilai T statistic  $1,995 > 1,96$  dan nilai p-value  $0,047 < 0,05$ . Semakin tinggi nilai kualitas suasana maka akan meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan melalui kepuasan karena hubungan linier yang positif. Berdasarkan hasil uji mediasi melalui perhitungan nilai *Variance Accounted For* (VAF) suasana yaitu  $556,3 \% > 80\%$ . Besarnya nilai VAF pada variabel suasana menandakan bahwa suasana harus benar-benar berpengaruh pada kepuasan terlebih dahulu kemudian bisa berpengaruh pada niat berkunjung kembali.

Terdapat kemiripan hasil penelitian ini dengan hasil penelitian oleh Yuniawati dan Finardi (2016) yang menyatakan bahwa suasana di Tangkuban Perahu dinilai baik oleh wisatawan sehingga memberikan pengaruh pada *costumer experience*. Kemudian dari pengujian secara serentak (uji F) memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh antara pengalaman pelanggan dan minat kunjungan ulang. Hasil penelitian tersebut berarti bahwa wisatawan ingin berkunjung kembali dikarenakan *customer experience* yang dipengaruhi oleh suasana.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa atribut destinasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan *sport tourism* di Provinsi Bali, dan kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hubungan antara kepuasan dan niat berkunjung kembali merupakan yang paling kuat, sementara pengaruh atribut destinasi terhadap niat kunjungan ulang terjadi secara tidak langsung melalui mediasi kepuasan wisatawan. Hal ini menekankan pentingnya menciptakan pengalaman positif guna mendorong loyalitas wisatawan. Berdasarkan temuan tersebut, saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas variabel yang diteliti dengan memasukkan faktor-faktor lain seperti kualitas layanan, nilai yang dirasakan, atau citra destinasi, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat dilakukan dengan pendekatan longitudinal untuk mengamati perubahan perilaku wisatawan dari waktu ke waktu, serta memperluas lokasi penelitian ke destinasi *sport tourism* lainnya di Indonesia sebagai perbandingan dan generalisasi hasil.

## BIBLIOGRAFI

- Abdullah, T. (2017). Penilaian Wisatawan akan Atribut Pariwisata di Kota Batu. *Journal of Tourism in Emerging Economies*, 7(2), 91–96.
- Almadani, L. O. A. (2024). Analisis multiplier effect sport tourism terhadap perekonomian masyarakat di kawasan desa wisata waburi park kabupaten buton selatan= analysis of the multiplier effect of sport tourism on the economy of the community in the tourism village area of waburi park, south buton district. Universitas Hasanuddin.
- Ariastini, N. N., Widhiarini, N. M. A. N., Oktaviani, P. E., & Semara, I. M. T. (2018). MEPANTIGAN: Alternatif Baru Pengembangan Sport Tourism Berbasis Budaya. *Jayapangus Press Books*, i–79.
- Astuti, M. T. (2015). Potensi Wisata Olahraga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan, Sport Tourism To Increase Tourist Arrival in Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10(1).
- Badi'ah, A., & Kp, S. (2022). Konsep medical tourism dan health tourism. *Inovasi Medical Tourism*, 55.
- Balipost. (2019). 250 Ribu Wisman Ke Indonesia Ditarget Lakukan Sport Tourism. <http://www.balipost.com/news/2019/02/08/68274/250Wis>
- Eddyono, F., & Ferdian, M. E. (2024). *Manajemen Event Olahraga: Perspektif dalam Penyelenggaraan Acara Skala Besar*. Jakad Media Publishing.
- Finahari, N., Rubiono, G., & Qiram, I. (2019). Analisis Potensi Tari Gandrung Banyuwangi Sebagai Tarian Wisata Olahraga (Sport Tourism). *Seminar Nasional IPTEK Olahraga*, 6–10. <https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/semnassenalog/article/download/544/337>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition)*. Pearson Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=JIRaAAAAYAAJ>
- Hinch, C., & Higham, J. (2004). *Sport Tourism Development*. Channel View Publications.
- Ibrahim, E. E., & Gill, J. (2005). A Positioning Strategy for a Tourist Destination, Based on Analysis. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(2/3), 172–188.
- Irawan, A., Susanto, I., Sudijandoko, A., Noordia, A., & Mustar, Y. (2024). Sport Tourism di Pantai Lovina Singaraja Bali. *Jendela Olahraga*, 9(1), 89–98.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Erlangga.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan

- dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia*.
- Najah, N. A., Islam, E., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Walisongo, N. (2023). *Potensi Pengembangan Halal Tourism Di Pantai Glagah Wangi Istambul*.
- Nasriandi, N., Riswanto, A. H., Jusriati, J., Sari, P., Mail, M., Ahmad, A., Salahuddin, M., & Hakim, N. (2023). Pembinaan Karang Taruna Dalam Menyukkseskan Lifestyle Tourism Without Tobacco Di Kabupaten Enrekang Melalui English For Tourism Dan Sport Tourism. *MONSU'ANI TANO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 250–263.
- Paramitha, A. (2022). Analisis potensi wisata dan strategi pengembangan daya tarik wisata pantai blue lagoon bali: Analysis of tourism potential and development strategy of blue lagoon beach tourism attraction. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(1), 1–23.
- Rusdiyana, E., & Permatasari, P. (2021). Peningkatan Pemahaman Masyarakat Untuk Mendukung Pengembangan Desa Wisata Giripurno. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2681–2692.
- Seputra, M. D. (2024). *Strategi Manajemen Event dalam Sport Tourism: Studi Deskripsi Trail Adventure IOF Kebumen Dalam Penyelenggaraan Event KODE*. Universitas Islam Indonesia.
- Wildan, M., & Yuwono, C. (2023). Pariwisata Olahraga Paralayang sebagai Pendukung Minat Wisatawan di Bukit Kekep Kabupaten Wonosobo. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 4, 125–135.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).