

PENGARUH CITRA PARIWISATA OLAHRAGA TERHADAP NIAT MELAKUKAN KUNJUNGAN ULANG YANG DIMEDIASI OLEH PENGALAMAN WISATAWAN

Ugi Nugraha¹, Roli Mardian², Ely Yuliawan³

Universitas Jambi, Pendidikan Olahraga dan Kesehatan, Indonesia¹

Universitas Jambi, Pendidikan Olahraga dan Kesehatan, Indonesia²

Universitas Jambi, Pendidikan Olahraga dan Kesehatan, Indonesia³

ugi.nugraha@unja.ac.id, rolimardian@unja.ac.id, elyyuliawan.fik@unja.ac.id

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of the sport tourism image on the revisit intention mediated by the tourists experience. The populations of this research were tourists who visited the Danau Sipin Tourism Area, Jambi City. The sample in this study was selected by accidental sampling method. This method was chosen because it is difficult to determine the visitor data for tourist attractions because it changes every day, so the samples were the tourists that the researcher met randomly in the Danau Sipin Tourism Area, Jambi City as many as 78 respondents. Data collection used questionnaires that was distributed to the tourists who were research respondents. Data analysis was performed using the Partial Least Square (PLS) approach with the help by the Smart-PLS 3.0 software. The results showed that the sports tourism image had a significant effect on the revisit intention. The results of this study also indicated that the sports tourism image indirectly affected revisit intention mediated by the tourists experience.

Keywords: *Revisit intention, sport tourism image, tourists experience*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra pariwisata olahraga terhadap niat wisatawan melakukan kunjungan ulang dengan dimediasi oleh pengalaman wisatawan. Populasi penelitian ini yaitu wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan metoda *accidental sampling*. Metoda ini dipilih karena sulitnya menentukan data pengunjung tempat wisata karena berubah setiap harinya, maka sampel adalah pengunjung yang ditemui peneliti secara acak di kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi sebanyak 78 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada wisatawan yang menjadi responden penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software Smart-PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra pariwisata olahraga berpengaruh signifikan terhadap niat wisatawan melakukan kunjungan ulang ke kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra pariwisata olahraga secara tidak langsung berpengaruh terhadap revisit intention dengan dimediasi oleh pengalaman wisatawan.

Kata Kunci: Niat melakukan kunjungan ulang, citra pariwisata olahraga, pengalaman wisatawan



PENDAHULUAN

Industri pariwisata saat ini merupakan industri terbesar dan menjadi penopang perekonomian suatu negara. Begitu juga halnya dengan industri pariwisata di Indonesia, menjadi industri paling potensial sebagai penghasil devisa. Bank Indonesia (BI) bahkan menyebutkan sektor pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia. Salah satu alasannya adalah sumber daya yang dibutuhkan untuk lebih mengembangkan pariwisata terdapat di dalam negeri. Sumber daya yang dimaksud selain sumber daya manusia dan luasnya wilayah serta keragaman yang ada di Tanah Air. Hal itu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara. Apalagi tersedia beragam destinasi yang eksotis dan memukau. Tidak hanya wisata alam yang kaya, wisata budaya serta sejarah dan ratusan suku yang tersebar dari Aceh (Sabang) hingga Papua (Merauke) pun turut andil (Kerjo DetikNews, 2019).

Pariwisata olahraga mampu menunjukkan potensinya sebagai sesuatu yang menarik, sehingga dapat menciptakan sebuah atraksi wisata yang dapat terdapat di suatu daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang semakin memiliki minat yang lebih besar untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Weed (2015) mengungkapkan bahwa pariwisata olahraga saat ini mendapat perhatian besar baik dari pihak pemerintah, swasta, industri pariwisata, industri olahraga, akademisi maupun masyarakat luas. Hal ini menjadi sangat penting karena pengembangan pariwisata olahraga memerlukan sumberdaya manusia yang unggul dan handal dalam mendisain berbagai macam kegiatan olahraga sehingga menjadi atraksi wisata yang layak jual karena memiliki nilai-nilai ekonomi (*economic values*) dan mendatangkan keuntungan suatu negara atau daerah (Weed, 2015).

Esmaeli et.al. (2016) mengungkapkan bahwa industri pariwisata merupakan industri terbesar dan paling beragam di dunia. Pembangunan kepariwisataan memerlukan keterlibatan peran serta masyarakat, dan diarahkan untuk memacu peningkatan daya saing global, pemasukan devisa, peningkatan citra pariwisata Indonesia disertai pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat. Salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat yaitu *sport tourism*. *Sport tourism* adalah kegiatan individu dan/atau grup orang-orang yang berpartisipasi aktif maupun pasif dalam kompetisi atau rekreasi olahraga. Berdasarkan hal tersebut, melihat potensi kekayaan alam Indonesia yang begitu besar, bukan tidak mungkin wisata olahraga ini dapat memiliki potensi bagi perekonomian daerah dan nasional dengan melibatkan masyarakat yang ada di sekitar kawasan wisata.

Kawasan wisata Danau Sipin merupakan suatu kawasan yang belum lama ini dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan di Kota Jambi. Minimnya destinasi wisata alami, membuat kawasan Danau Sipin memiliki potensi yang besar bagi pengembangan pariwisata di wilayah Kota Jambi. Faktor keunikan Danau Sipin didukung dengan letak danau tersebut yang berada di tengah-tengah Kota Jambi sehingga memudahkan akses masyarakat ke kawasan tersebut. Aspek pemasaran destinasi wisata menjadi lebih mudah dilakukan dengan adanya keunggulan letak geografis kawasan yang berada tepat di tengah-tengah perkotaan sehingga dukungan transportasi dan akomodasi sudah tersedia dan sangat mudah dijangkau di sekitar kawasan destinasi wisata. Keunggulan tersebut juga didukung oleh keseriusan



pemerintah dalam hal ini Pemerintah Provinsi Jambi dan Kota Jambi untuk mengembangkan kawasan tersebut sebagai tujuan wisata air di Kota Jambi. Selain itu, kurangnya destinasi wisata yang bersifat alami serta antusiasme masyarakat di Provinsi Jambi menjadi salah satu peluang yang akan mendorong pengembangan pariwisata olahraga di kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi.

Pengembangan pariwisata olahraga di kawasan wisata Danau Sipin menjadikan citra pariwisata olahraga menjadi citra destinasi yang dibentuk di kawasan tersebut. Hasil penelitian Nugraha (2021) mengungkapkan bahwa kawasan wisata Danau Sipin dikembangkan menjadi destinasi wisata olahraga. Hal ini terlihat dari berbagai penyelenggaraan even olahraga yang diselenggarakan di kawasan Danau Sipin seperti kejuaraan nasional Junior dan U-15 olahraga dayung, lomba perahu tradisional, lomba perahu naga dan pesta rakyat Danau Sipin. Beberapa fasilitas olahraga juga dibangun di sekitar kawasan tersebut seperti jogging track, venue panjat tebing dan venue skateboarding (Nugraha, 2021).

Hallmann et.al. (2011) mengungkapkan bahwa penyelenggaraan pariwisata olahraga sebagai atraksi wisata dapat dikaitkan dengan struktur citra destinasi. Sementara itu, menurut Hemmonsby dan Tichaawa (2019) mengungkapkan bahwa penyelenggaraan even olahraga umumnya menghadirkan peluang bagi destinasi tuan rumah untuk terlibat dalam praktik pencitraan merek yang kemudian memungkinkan destinasi meningkatkan kesadaran merek destinasi tersebut serta mengomunikasikan pesan positif tentang destinasi tersebut ke seluruh dunia. Dengan demikian, pariwisata olahraga menjadi citra destinasi bagi kawasan wisata yang menempatkan aktivitas olahraga baik even maupun aktif sebagai atraksi wisatanya.

Penyelenggaraan pariwisata olahraga merupakan citra destinasi yang dibentuk di kawasan wisata Danau Sipin sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini terungkap dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugraha et.al. (2020) yang mengungkapkan bahwa penyelenggaraan pariwisata olahraga terutama penyelenggaraan even olahraga seperti kejuaraan dayung, lomba perahu tradisional, lomba perahu naga, dan lain-lain memberikan dampak terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Jumlah wisatawan yang datang pada saat diadakannya even olahraga jauh lebih banyak dibandingkan dengan jumlah wisatawan pada hari-hari biasa di kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi (Nugraha et al., 2020). Sementara itu, menurut Cheung et.al. (2017), intensi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi tergantung kepada citra yang membentuk persepsi dan pengetahuan mereka tentang destinasi tersebut.

Faktor pengalaman wisata menurut Chang dan Tsai (2016) merupakan faktor kunci yang meningkatkan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi wisata. Pengalaman wisatawan diartikan sebagai tanggapan internal dan subjektif dari wisatawan sebagai konsumen yang membutuhkan kontak dengan kawasan wisata, baik kontak langsung maupun tidak langsung (Purnama & Wardi, 2019). Faktor pengalaman wisata seperti kesenangan dan petualangan yang didapat melalui kegiatan wisata olahraga aktif dan even memberikan pengaruh terhadap penilaian wisatawan terhadap destinasi wisata. Pengalaman wisata yang menyenangkan akan memberikan kepuasan bagi wisatawan sehingga timbul niat untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi wisata.



Penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh citra pariwisata olahraga pada suatu destinasi terhadap minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi wisata. Penelitian Chang dan Tsai (2016) mengungkapkan bahwa atraksi wisata olahraga tidak secara langsung mempengaruhi niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi wisata. Atraksi wisata olahraga berpengaruh terhadap niat wisatawan melakukan kunjungan ulang jika dari kegiatan berolahraga mampu memberikan kepuasan psikologis bagi wisatawan. Oleh karena itu, peneliti menempatkan faktor pengalaman wisatawan sebagai variabel yang memediasi pengaruh citra pariwisata olahraga terhadap niat kunjungan ulang.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena menganalisis data sampel dengan statistik induktif dan statistik deskriptif yang digeneralisasi untuk kesimpulan populasi (Indriantoro & Supomo, 2013). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif bersifat hubungan *causal explanatory* yang bertujuan mengetahui pola hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen. Pemilihan jenis penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui apakah citra pariwisata olahraga berpengaruh terhadap pengalaman wisatawan dan minat kunjungan berulang wisatawan di kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan metoda *accidental sampling*. Metoda ini dipilih karena sulitnya menentukan data pengunjung tempat wisata karena berubah setiap harinya, maka sampel adalah pengunjung yang ditemui peneliti secara acak di kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi. Menurut Hair *et. al.* (2019), jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Jumlah total indikator dari variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu sebanyak 15, sehingga jumlah sampel minimal yang ditetapkan sebanyak $5 \times 15 = 75$ sampel. Dalam penelitian ini, sampel penelitian sebanyak 78 wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Danau Sipin.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada wisatawan yang menjadi responden penelitian. Kuesioner penelitian menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima kemungkinan jawaban yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software Smart-PLS 3.0. PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghozali (2011), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis *kovarian* menjadi berbasis *varian*. Keuntungan dengan menggunakan PLS adalah PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* oleh karena tidak mengasumsikan data harus dengan skala tertentu dan jumlah sampel kecil (Ghozali, 2011).

Langkah-langkah analisis menggunakan *Structural Equation Modelling* yaitu sebagai berikut:



Pengujian *Outer Model/Measurement Model*

Pengujian *outer model* atau pengukuran model (*measurement model*) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen penelitian. *Outer Model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) (Latan & Ghozali, 2012).

1. *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*

Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* harus lebih dari 0,6 dan nilai *composite reliability* harus lebih dari 0,7 (Latan & Ghozali, 2012).

2. Validitas Konvergen

Pengujian validitas konvergen dilakukan menggunakan nilai *loading faktor*. Suatu indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel latennya jika nilai *loading factor*-nya lebih besar dari 0,708. Aturan praktis yang ditetapkan adalah bahwa variabel laten harus menjelaskan bagian substansial dari setiap varian indikator, biasanya setidaknya 50%. Ini juga menyiratkan bahwa varians bersama antara konstruk dan indikatornya lebih besar dari varians kesalahan pengukuran. Ini berarti bahwa nilai *loading factor* indikator harus di atas 0,708 karena nilai kuadrat dari 0,708 sama dengan 0,50. Perhatikan bahwa dalam kebanyakan kasus, 0,70 dianggap cukup dekat dengan 0,708 sehingga dapat diterima (Hair et al., 2016).

Ukuran lain untuk menetapkan validitas konvergen pada level konstruk adalah *average variance extracted (AVE)*. Kriteria ini didefinisikan sebagai nilai tengah rata-rata dari nilai *loading* kuadrat dari indikator yang terkait dengan konstruk (yaitu, jumlah *loading* kuadrat dibagi dengan jumlah indikator). Oleh karena itu, AVE setara dengan komunalitas konstruk. Menggunakan logika yang sama seperti yang digunakan dengan indikator individual, nilai AVE 0,50 atau lebih tinggi menunjukkan bahwa, rata-rata, konstruk menjelaskan lebih dari setengah varian indikatornya. Sebaliknya, AVE kurang dari 0,50 menunjukkan bahwa, rata-rata, lebih banyak varian tetap dalam kesalahan item daripada dalam varian yang dijelaskan oleh konstruk. (Hair et al., 2016).

3. Validitas Diskriminan

Validitas *discriminant* merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain (Hussein, 2015). Validitas *discriminant* juga diuji dengan metode *Fornell-Larcker*. Metode *Fornell-Larcker* dapat dilakukan dengan membandingkan *square roots* atas AVE dengan korelasi partikel laten. Variabel *discriminant* dikatakan apabila *square roots* atas AVE sepanjang garis diagonal lebih besar dari korelasi antara satu konstruk dengan yang lainnya. Selain itu metode *cross-loading* menyatakan



bahwa *loading* dari masing-masing item terhadap konstruk-nya lebih besar dari pada nilai *cross loading*-nya (Hair et al., 2016).

Inner Model

Pengujian inner model dilakukan untuk melihat hubungan struktural antar variabel laten yang diteliti. Variabel laten terbagi menjadi dua yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen yaitu variabel independen, sedangkan variabel endogen merupakan variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel endogen yaitu kecenderungan fraud yang menjadi variabel endogen untuk variabel kesesuaian kompensasi, efektivitas pengendalian internal, budaya etis organisasi, kompetensi, dan moralitas individu.

Langkah-langkah pengujian inner model antara lain:

1. Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis atas pengaruh dilakukan dengan melakukan perbandingan antara hasil *path coefficient* dengan t_{tabel} . Hipotesis dapat dikatakan sangat signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai p-value lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel terikat. Nilai koefisien yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Menurut Chin dalam Setiawan (2020), hasil $R^2 = 0,67$ menunjukkan kekuatan model kuat; $R^2 = 0,33$ menunjukkan kekuatan moderat dan $R^2 = 0,19$ menunjukkan kekuatan lemah atau kurang.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Partial Least Square* pada model *Structure Equation Modeling* (SEM). Analisis data dilakukan dengan bantuan *software SmartPLS 3.0*. Analisis data menggunakan *Partial Least Square* dilakukan dengan dua langkah yaitu pengujian *outer model* dan *inner model*.

Pengujian *Measurement (Outer) Model*

Analisis data outer model dilakukan untuk menguji kemampuan indikator untuk mengukur variabel laten-nya. Analisis ini dilakukan dengan melihat validitas dan reliabilitas dari indikator yang digunakan dalam mengukur variabel laten yang terdiri dari citra pariwisata olahraga, pengalaman wisatawan, dan niat kunjungan ulang. Uji validitas dilakukan untuk mengukur kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Menurut Hussein (2015), pengujian validitas menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dapat dilihat dari pengujian validitas *convergent* dan *discriminant*. Sementara itu, pengukuran reliabilitas dilihat dari hasil uji *composite reliability* dan *cronbach alpha*.

a. Validitas Konvergen

Pengujian validitas konvergen dilakukan menggunakan nilai loading faktor. Suatu indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai indikator untuk

mengukur variabel latennya jika nilai *loading factor*-nya lebih besar dari 0,5. Hasil *outer loading* dapat dilihat pada tabel 1. berikut ini:

Tabel 1. Nilai *Loading Factor* pada Indikator untuk Masing-masing Variabel Laten

	Citra Pariwisata Olahraga	Pengalaman Wisatawan	Niat Kunjungan Ulang
CPO1	0,743		
CPO2	0,721		
CPO3	0,733		
CPO4	0,729		
CPO5	0,741		
CPO6	0,780		
TE1		0,790	
TE2		0,739	
TE3		0,800	
TE4		0,756	
RI1			0,755
RI2			0,836
RI3			0,746
RI4			0,756
RI5			0,751

Nilai *loading factor* untuk setiap indikator pada semua variabel laten yang diteliti menunjukkan nilai lebih besar dari 0,7. Hal ini berarti bahwa semua indikator dinyatakan valid dan dapat dipergunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel latennya masing-masing.

Pengukuran validitas konvergen selain menggunakan nilai *loading factor* juga diukue menggunakan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE digunakan untuk mengukur total varians konstruk yang dapat dijelaskan oleh pengukuran yang dilakukan. Nilai yang disarankan adalah lebih besar dari 0,5. Hasil pengukuran dapat dilihat pada tabel 2. berikut ini:

Tabel 2. Hasil Pengukuran *Average Variance Extracted*

Variabel Laten	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Citra Pariwisata Olahraga	0,550
Pengalaman Wisatawan	0,595
Niat Kunjungan Ulang	0,592

Nilai AVE pada variabel laten citra pariwisata olahraga sebesar 0,550, AVE variabel laten Pengalaman Wisatawan sebesar 0,595, dan AVE variabel laten Niat Kunjungan Ulang sebesar 0,592. Nilai AVE masing-masing variabel laten lebih besar dari 0,5, yang berarti bahwa semua indikator pada masing-masing variabel laten mampu mengukur dengan baik variabel latennya.

b. Validitas *Discriminant*

Pengukuran validitas *discriminant* dilakukan menggunakan metode *Fornell-Larcker*. Metode *Fornell-Larcker* dapat dilakukan dengan membandingkan *square roots* atas AVE dengan korelasi partikel laten. Variabel dikatakan memenuhi



asumsi validitas *discriminant* apabila akar kuadrat nilai AVE sepanjang garis diagonal lebih besar dari korelasi antara satu konstruk dengan yang lainnya. Hasil pengujian validitas *discriminant* menggunakan metode *Fornell-Larcker* yaitu dapat dilihat pada tabel 3. sebagai berikut:

Tabel 3. Fornell Larckel Criterion

	Citra Pariwisata Olahraga	Pengalaman Wisatawan	Niat Kunjungan Ulang
Citra Pariwisata Olahraga	0,741		
Pengalaman Wisatawan	0,701	0,772	
Niat Kunjungan Ulang	0,574	0,552	0,769

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai akar kuadrat dari AVE (0,741, 0,772, dan 0,769) sepanjang garis diagonal lebih besar dari korelasi antara satu konstruk dengan yang konstruk yang lain. Hal ini berarti bahwa pengukuran variabel laten memenuhi validitas diskriminan menggunakan metode *Fornell Larckel Criterion*.

Pengukuran validitas *discriminant* juga dilihat dari nilai *cross loading* yaitu dengan membandingkan nilai *loading factor* indikator dengan variabel latennya dibandingkan dengan nilai *loading factor* pada variabel lainnya. Jika nilai *loading factor* setiap indikator dengan variabel laten masing-masing lebih besar dari nilai *loading factor* dengan variabel yang lain, maka indikator tersebut dapat dinyatakan valid dan benar-benar mampu mengukur variabel latennya masing-masing. Hasil pengujian *cross loading* dapat dilihat pada tabel 4. berikut:

Tabel 4. Cross Loading Setiap Indikator dengan Variabel Latennya

	Citra Pariwisata Olahraga	Pengalaman Wisatawan	Niat Kunjungan Ulang
CPO1	0,743	0,540	0,499
CPO2	0,721	0,530	0,282
CPO3	0,733	0,419	0,393
CPO4	0,729	0,496	0,430
CPO5	0,741	0,516	0,441
CPO6	0,780	0,595	0,477
TE1	0,579	0,790	0,437
TE2	0,478	0,739	0,410
TE3	0,593	0,800	0,411
TE4	0,505	0,756	0,449
RI1	0,513	0,483	0,755
RI2	0,420	0,421	0,836
RI3	0,553	0,482	0,746
RI4	0,365	0,337	0,756
RI5	0,228	0,326	0,751

Berdasarkan tabel 4. di atas dapat dilihat bahwa nilai *loading factor* setiap indikator dengan variabel latennya masing-masing lebih besar daripada nilai



loading factor dengan variabel laten yang lain. Tidak ada nilai *loading factor* dari setiap indikator terhadap variabel latennya masing-masing dengan nilai yang lebih rendah dari *loading factor* setiap indikator dengan variabel laten yang lain.

c. Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk melihat keandalan semua indikator untuk mengukur suatu konstruk. Konstruk dikatakan reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* yang tinggi. Nilai yang disarankan untuk nilai *composite reliability* jika lebih besar dari 0,7 dan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5. Nilai Composite Reliability

Variabel Laten	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Citra Pariwisata Olahraga	0,836	0,880
Pengalaman Wisatawan	0,773	0,855
Niat Kunjungan Ulang	0,832	0,879

Berdasarkan tabel 5. di atas dapat dilihat bahwa nilai *composite reliability* pada semua variabel lebih besar dari 0,7. Hal ini berarti bahwa hasil pengukuran pada setiap konstruk reliabel dan mampu menjelaskan dengan baik masing-masing variabel dimaksud. Nilai *cronbach alpha* pada semua variabel lebih besar dari 0,6 yang berarti bahwa semua konstruk reliabel dan data hasil pengukuran semua indikator untuk mengukur variabel laten dapat diandalkan.

Pengujian Inner Model

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh citra pariwisata olahraga terhadap revisit intention melalui pengalaman wisatawan. Analisis data dilakukan dengan melihat pengaruh dari variabel citra pariwisata olahraga secara langsung terhadap revisit intention dan secara tidak langsung dengan dimediasi oleh pengalaman wisatawan.

a. Pengujian Hipotesis

Kriteria pengujian hipotesis yang digunakan yaitu dengan membandingkan nilai *p-value* hasil pengujian hipotesis dengan taraf signifikansi 0,05. Jika *p-value* ≤ 0,05, maka hipotesis statistik diterima dengan demikian variabel eksogen berarti memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel endogennya.

Tabel 6. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

	T Statistics	P Values
Citra Pariwisata Olahraga -> Pengalaman Wisatawan	3,159	0,002
Citra Pariwisata Olahraga -> Niat Kunjungan Ulang	12,418	0,000
Pengalaman Wisatawan -> Niat Kunjungan Ulang	2,417	0,016

Berdasarkan tabel 6. di atas dapat dirumuskan hal-hal sebagai berikut:

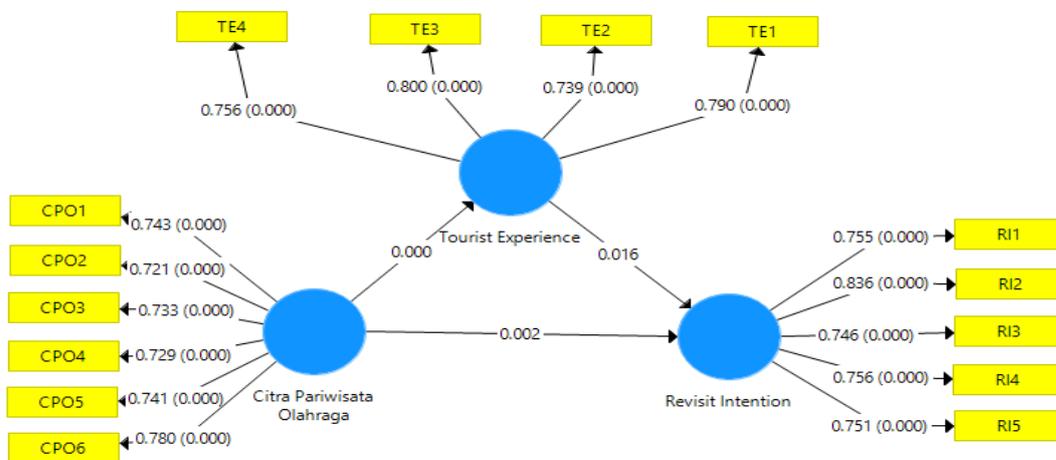
- 1) Pengaruh citra pariwisata olahraga terhadap pengalaman wisatawan dengan nilai *p-value* sebesar 0,002 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti



H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian citra pariwisata olahraga memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap pengalaman wisatawan.

- 2) Pengaruh citra pariwisata olahraga terhadap niat kunjungan ulang dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian citra pariwisata olahraga memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang.
- 3) Pengaruh pengalaman wisatawan terhadap niat kunjungan ulang dengan nilai *p-value* sebesar 0,016 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian pengalaman wisatawan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang.

Hasil analisis dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Pengujian Model

Pengujian pengaruh tidak langsung citra pariwisata olahraga terhadap niat kunjungan ulang melalui pengalaman wisatawan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
Citra Pariwisata Olahraga -> Pengalaman Wisatawan -> Niat Kunjungan Ulang	2,297	0.023

Pada Tabe 7. terlihat pengaruh tidak langsung citra pariwisata olahraga terhadap niat kunjungan ulang melalui pengalaman wisatawan dengan nilai *p-value* sebesar 0,023 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian citra pariwisata olahraga memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang melalui pengalaman wisatawan.

b. R Square

Nilai *R-squared* (R²) dipergunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Nilai *R-squared* untuk masing-masing variabel endogen dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 8. *R-Square*

Variabel Endogen	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>	Kriteria
Pengalaman Wisatawan	0,491	0,484	Moderat
Niat Kunjungan Ulang	0,374	0,357	Moderat

Sumber: Hasil pengolahan data, 2020

Berdasarkan tabel 8. di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Nilai *R Square* pada model dengan pengalaman wisatawan sebagai variabel endogen yaitu pengaruh citra pariwisata olahraga terhadap pengalaman wisatawan sebesar 0,491 dan tergolong dalam kategori moderat. Nilai R^2 juga menunjukkan bahwa citra pariwisata olahraga mampu menjelaskan pengalaman wisatawan sebesar $0,491 \times 100\% = 49,1\%$, dimana sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk variabel penelitian seperti profitabilitas dan struktur tata kelola perusahaan.
- b. Nilai *R Square* dengan niat kunjungan ulang sebagai variabel endogen yaitu pengaruh citra pariwisata olahraga dan pengalaman wisatawan terhadap niat kunjungan ulang sebesar 0,374 dan tergolong dalam kategori moderat. Nilai R^2 juga menunjukkan bahwa citra pariwisata olahraga dan pengalaman wisatawan secara bersama-sama mampu menjelaskan niat kunjungan ulang sebesar $0,374 \times 100\% = 37,4\%$, dimana sisanya sebesar 62,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk variabel penelitian.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra pariwisata olahraga berpengaruh signifikan terhadap niat wisatawan melakukan kunjungan ulang ke kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi. Citra pariwisata olahraga yang ditunjukkan menggunakan indikator penyelenggaraan even olahraga, kondisi fasilitas olahraga, fasilitas olahraga aktif, atraksi olahraga yang menarik, menyenangkan dan lingkungan yang nyaman untuk berolahraga dan relaksasi memberikan citra positif dalam pandangan wisatawan mengenai destinasi wisata. Citra positif yang terbentuk membuat wisatawan cenderung memilih untuk mengunjungi kembali destinasi wisata pada masa yang akan datang jika kembali melakukan perjalanan wisata.

Hasil penelitian ini mendukung apa yang diungkap oleh Cheung et.al. (2017) yang menyebutkan bahwa minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi tergantung kepada citra yang membentuk persepsi dan pengetahuan mereka tentang destinasi tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Purnama dan Wardi (2019) yang mengungkapkan bahwa citra destinasi wisata berpengaruh positif terhadap minat wisatawan melakukan kunjungan ulang.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan selama berkunjung ke suatu destinasi wisata berpengaruh terhadap niat wisatawan melakukan kunjungan ulang. Hasil tersebut mendukung penelitian Chang dan Tsai (2016) yang mengungkapkan bahwa pengalaman wisatawan secara langsung berpengaruh terhadap niat wisatawan melakukan kunjungan ulang. Aktivitas wisata secara aktif diikuti oleh wisatawan akan membentuk pengalaman sebagai suatu dorongan instrinsik

bagi wisatawan yang memotivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi wisata (Chang & Tsai, 2016).

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra pariwisata olahraga secara tidak langsung berpengaruh terhadap revisit intention dengan dimediasi oleh pengalaman wisatawan. Citra pariwisata olahraga yang menjadi citra destinasi wisata kawasan Danau Sipin memberikan pengalaman yang menarik bagi wisatawan. Pengalaman menarik dan menyenangkan yang dialami oleh wisatawan selama melakukan kunjungan wisata ke kawasan Danau Sipin mempengaruhi keputusan wisatawan saat memutuskan untuk melakukan kunjungan ulang.

Penelitian ini mendukung penelitian Chang dan Tsai (2016) yang mengungkapkan bahwa setelah mengikuti kegiatan berbasis wisata olahraga, wisatawan memiliki niat berkunjung kembali yang lebih tinggi jika memperoleh kepuasan psikologis dalam permainan, berinteraksi dengan teman atau orang yang memiliki minat yang sama, dan merasa aman terhadap kegiatan instruktur dan perlengkapannya. Dengan demikian, selain faktor atraksi olahraga, faktor pengalaman wisata yang menarik dan memuaskan juga menjadi faktor yang mempengaruhi niat wisatawan melakukan kunjungan ulang.

Citra pariwisata olahraga memungkinkan wisatawan memperoleh pengalaman psikologis yang positif. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan agar dalam Pengembangan program wisata olahraga, otoritas terkait dapat menentukan tingkat jenis kegiatan olahraga yang menarik bagi wisatawan sehingga akan memberikan pengalaman yang menarik. Menyediakan banyak pilihan program wisata memungkinkan wisatawan memilih kegiatan yang disukai untuk diikuti, yang selanjutnya akan meningkatkan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Citra pariwisata olahraga berpengaruh terhadap pengalaman wisatawan yang berarti bahwa peningkatan citra pariwisata olahraga dapat meningkatkan pengalaman wisatawan saat melakukan kunjungan wisata ke kawasan Danau Sipin Kota Jambi.
2. Citra pariwisata olahraga berpengaruh terhadap niat kunjungan ulang yang berarti bahwa peningkatan citra pariwisata olahraga dapat meningkatkan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke kawasan Danau Sipin Kota Jambi.
3. Pengalaman wisatawan berpengaruh terhadap niat kunjungan ulang yang berarti bahwa peningkatan pengalaman wisatawan dapat meningkatkan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke kawasan Danau Sipin Kota Jambi.
4. Citra pariwisata olahraga berpengaruh terhadap niat kunjungan ulang yang dimediasi oleh pengalaman wisatawan yang berarti bahwa peningkatan citra pariwisata olahraga memberikan dampak yang signifikan terhadap pengalaman wisatawan yang kemudian berimbas pada niat wisatawan melakukan kunjungan ulang ke kawasan wisata Danau Sipin Kota Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- Chang, F.-H., & Tsai, C.-Y. (2016). Influence of The Sport Tourism Attractiveness, Motivation, and Experience on Revisit Intention. *Journal of Social Sciences & Humanities Research*, 2(1), 1–10.
- Cheung, S. Y., Lo, R. K., Max, J. Y., & Fan, J. (2017). *Destination Image and Sport Tourists' Consumption Patterns of Major Sports Events*. 9(3), 5–15.
- Esmaeili, N., Ganjuei, F. A., & Tehran, F. T. (2016). Prioritizing Integrated Marketing Communication Tools in Sport Tourism in Iran Based on ACCA Model. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, 26, 54–66. <https://doi.org/10.5199/ijsmart-1791-874X-26d>
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- Hallmann, K., Kaplanidou, K., & Breuer, C. (2011). Event image perceptions among active and passive sports tourists at marathon races. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 12(1), 37–52. <https://doi.org/10.1108/ijsms-12-01-2010-b005>
- Hemmonsby, J., & Tichaawa, T. M. (2019). Strategic Planning of Sport Tourism Events on Destination Brands: Examining The Role of Homegrown Sport. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 26(3), 794–807. <https://doi.org/10.30892/gtg.26310-398>
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE.
- Kerjo DetikNews. (2019). *Industri Pariwisata Penopang Ekonomi Bangsa*. <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-4479602/industri-pariwisata-penopang-ekonomi-bangsa>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nugraha, U. (2021). *Sport Tourism Development (Studi Kasus di Kawasan Danau Sipin Kota Jambi)*. Universitas Negeri Jakarta.
- Nugraha, U., Asmawi, M., Humaid, H., Dlis, F., Ali, M., & Iqroni, D. (2020). The Development of Sports Tourism in the Lake Sipin Region of Jambi City. *Journal of Critical Reviews*, 7(12), 608–612. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.12.109>
- Purnama, W., & Wardi, Y. (2019). The Influence of Destination Image, Tourists Satisfaction, and Tourists Experience toward Revisit Intention to The Most Beautiful Village in The World (Nagari Tuo Pariangan). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 18–25.
- Setiawan, S. (2020). *Tutorial Analisa Parsial Model Persamaan Struktural dengan Software Smart-PLS Versi 3 (Edisi Pert)*. https://www.academia.edu/41108281/TUTORIAL_ANALISIS_PARTIAL_LEAST_SQUARE_DENGAN_SMART_PLS
- Weed, M. (2015). After 20 years, what are the Big Questions for sports tourism research? *Journal of Sport & Tourism*, 19(1), 1–4. <https://doi.org/10.1080/14775085.2015.1032505>

