



PENGARUH *ENVIRONMENTAL CHARACTERISTICS* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA WISATA KULINER (WISKUL) DI KAB. KOLAKA

Joshua Febri Satria^{a,*}, Andry Stepahnie Titing^b, Ismanto^c

^{a,b,c} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Jl. Pemuda, Kolaka, Indonesia

^{*}joshuafbrisatria2802@gmail.com

Diterima: Maret 2023. Disetujui: Mei 2023. Dipublikasikan: Mei 2023.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Environmental Characteristics and Service Quality on Revisit Intention on Culinary Tourism (WISKUL) in Kolaka Regency. This research is survey research using a questionnaire as an instrument. The population in this research were all customers who had visited Culinary Tourism (WISKUL) in Kolaka Regency and 110 respondents were taken using a purposive sampling technique. Data collection techniques are primary data and secondary data. The data obtained were analyzed using PLS analysis techniques through the Smart PLS software. Based on the results of this study, it shows that Environmental Characteristics and Service Quality have a positive and significant effect on Revisit Intention on Culinary Tourism (WISKUL) in Kolaka Regency. Greater influence by Environmental Characteristics which shows that the intention to return is influenced by several factors of Environmental Characteristics, namely employees who are friendly and responsive in providing services and having an attractive place, as well as comfortable interior (indoor) and exterior (outdoor) settings so that visitors feel comfortable to make revisit intention.

Keywords: *environmental characteristic; service quality; revisit intention.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Environmental Characteristics* dan *Service Quality* terhadap *Revisit Intention* pada Wisata Kuliner (WISKUL) di Kabupaten Kolaka. Penelitian ini merupakan penelitian *survey* dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung di Wisata Kuliner (WISKUL) di Kabupaten Kolaka dan diambil sebanyak 110 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan data yaitu data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS melalui software Smart PLS. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Environmental Characteristics* dan *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pada Wisata Kuliner (WISKUL) di Kabupaten Kolaka. Pengaruh lebih besar oleh *Environmental Characteristics* yang menunjukkan bahwa niat berkunjung kembali dipengaruhi oleh beberapa faktor *Environmental Characteristics* yaitu karyawan yang ramah dan responsif dalam memberikan pelayanan dan memiliki tempat yang menarik, serta pengaturan interior (dalam ruangan) dan eksterior (luar ruangan) yang nyaman sehingga pengunjung merasa nyaman untuk melakukan kunjungan kembali.

Kata Kunci: karakteristik lingkungan; kualitas layanan; minat kunjung ulang.

PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu dari 16 subsektor industri kreatif di Indonesia. Dimana subsektor ini dapat diartikan sebagai pembuatan kuliner khas daerah serta pemasaran produk tersebut di Indonesia (Pand, 2020). Masuknya industri kuliner ke dalam industri kreatif juga dapat diartikan adanya nilai tambah produk yang diberikan lewat kreativitas yang dimiliki oleh pelaku industri kuliner, seperti kreasi cara pengolahan, resep, dan cara penyajian. Industri kuliner ini merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia disebutkan bahwa dari total kontribusi perekonomian kreatif pada tahun 2016 terhadap PDB Indonesia industri kuliner berkontribusi sebesar 41,4 persen dari Rp922 triliun (Agmasari, 2018). Hal ini memperlihatkan bahwa industri kuliner merupakan salah satu subsektor utama dari industri kreatif (Wulan & Handayani, 2021). Hal ini dapat dibuktikan dimana Industri kuliner merupakan salah satu dari tiga subsector unggulan dari industri kreatif yang terus dikembangkan oleh Kementerian Perindustrian selain fashion dan kerajinan (Markeeters, 2015). Hingga saat ini, bisnis kuliner diyakini menjadi bentuk usaha yang memiliki prospek yang menjanjikan (Juniman, 2017). Tetapi tidak menutup kemungkinan juga bahwa terdapat beberapa pengusaha bisnis kuliner yang merugi karena tidak mampu mempertahankan jumlah pengunjungnya. Salah satu factor penting dalam kesuksesan suatu usaha bidang kuliner yaitu pemasaran guna menarik perhatian serta minat konsumen untuk berkunjung dan berlangganan (*Revisit intention*) (Rosmina et al., 2021).

Revisit Intention merupakan bentuk perilaku (*Behavioral Intention*) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberi *Word of Mouth* yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan,

berbelanja lebih banyak dari perkiraan (Zeithaml et al., 2009). Berbagai penelitian membuktikan bahwa keinginan konsumen untuk berkunjung kembali sangat dipengaruhi oleh *Physical Environmental* (Ali et al., 2015), *Environmental Quality* (Gao et al., 2014) dan *Service Quality* (Yisandy, 2020) semuanya itu berpengaruh positif dalam membentuk *Revisit Intention*.

Hal ini sejalan dengan Teori SOR, menurut Vera (2016) Teori SOR adalah singkatan dari Stimulus - Organisme - Respon, itu semua berasal dari teori ilmu Psikologi. Menurut Pardamean et al. (2021) Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsangan (Stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Psikolog lingkungan menunjukkan bahwa perasaan atau emosi seseorang menentukan apa yang akan dilakukan dan bagaimana melakukannya (Hakim, 2018). Menurut Mehrabian dan Russell (2008) rangsangan lingkungan mempengaruhi keadaan emosi individu, yang nantinya mempengaruhi tanggapan seseorang berupa pendekatan atau penghindaran. Kim & Moon (2009), menjelaskan bahwa berdasarkan pernyataan Mehrabian dan Russell mengenai rangsangan lingkungan, terdapat model pendekatan Mehrabian dan Russell (disebut juga model M – R), yang menjelaskan bahwa reaksi konsumen dalam menanggapi rangsangan fisik dibagi menjadi dua, yaitu rangsangan lingkungan, emosional, dan dua tanggapan yang berlawanan yakni perilaku *approach* (pendekatan) dan perilaku *avoidance* (penghindaran). Artinya, lingkungan dapat menciptakan perilaku konsumen dalam bertindak (Hakim, 2018).

Environment (lingkungan) merupakan sebuah situasi dimana perilaku terjadi (Rosmina et al., 2021). Menurut CHO et al., (2020) *Environment characteristics* adalah faktor fisik/non fisik yang mempengaruhi persepsi pengunjung, termasuk lingkungan dan non-lingkungan isyarat. Sumarwan (2011) Menjelaskan bahwa konsumen

adalah makhluk sosial yang dipengaruhi dan mempengaruhi baik lingkungan sosial maupun lingkungan fisiknya. Lingkungan fisik adalah sesuatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan (Hurriyati, 2015). Menurut Amalia (2017) Lingkungan fisik adalah sesuatu yang berada disekitar para pekerja yang meliputi cahaya, warna, udara, serta music. *Enviromental characteristics* menjadi salah satu factor yang mempengaruhi keinginan konsumen/pelanggan untuk datang kembali ke wisata tersebut. Bitner (1992) mengklasifikasikan dimensi lingkungan menjadi lingkungan sekitar (misalnya suhu, kualitas udara, bau, musik, kebisingan), ruang/fasilitas (misalnya tata letak, peralatan, perabot), dan tanda, simbol, dan artefak (misalnya papan nama, artefak, gaya dekorasi). Barker (1986) menyarankan lingkungan wisata terdiri dari faktor sosial (misalnya karyawan), faktor desain (misalnya tata letak, kebersihan, kebisingan, ruang), dan faktor lingkungan (misalnya bau, pencahayaan). Sementara itu, selain isyarat lingkungan, faktor non-lingkungan juga mempengaruhi perilaku konsumen seperti menu yang luas, kualitas makanan, harga. Clark & Wood (1998) Karena baik fisik maupun faktor lingkungan non fisik dapat mempengaruhi perilaku, studi saat ini mendefinisikan karakteristik lingkungan seperti menu, harga, kualitas makanan dan minuman, dan suasana.

Selain karakteristik lingkungan yang dapat mempengaruhi revisit intention, kualitas pelayanan (Service Quality) juga dapat mempengaruhi revisit intention. Menurut Arlanda et al. (2018) bagi perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, kualitas pelayanan menjadi hal yang penting. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kemampuan (ability) perusahaan dalam menyediakan segala sesuatu yang menjadi harapan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Pelanggan

yang puas akan melakukan pembelian berulang (Arlanda et al., 2018), sedangkan, menurut Wicaksono (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan ialah keseluruhan sifat dan idiosinkrasi atas barang dan jasa yang tergantung pada kapasitas memberikan rasa puas pada konsumen yang diekspresikan secara langsung. Selain itu menurut Oktariani & Syafruddin (2019) Keberhasilan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pengunjung sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan setiap penyedia wisata harus bisa memberikan kesan yang baik dan menarik kepada pengunjung, sehingga wisatawan yang sudah pernah berkunjung akan tertarik untuk kembali ke tempat tersebut.

Dari berbagai pengertian menurut penelitian terdahulu yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu konsep yang menggambarkan suatu kondisi konsumen dalam bentuk harapan kinerja suatu pelayanan melalui perbandingan ekspektasi pelayanan yang mereka terima untuk memuaskan kebutuhan konsumen, sehingga ketika kebutuhan konsumen terpenuhi maka dapat memicu minat berkunjung kembali (*Revisit Intention*).

Hal ini diperkuat dengan fenomena yang terjadi pada Wisata Kuliner (WISKUL) di Kab. Kolaka. Wisata Kuliner (WISKUL) ini dikelola oleh PEMDA Kab. Kolaka tapi dalam pengelolannya masih terkesan diabaikan terutama dari segi marketing. Salah satu penyebabnya dikarenakan kurang adanya quality control terhadap kualitas makanan, minuman dan pelayanan dan tidak adanya kampanye yang jelas tentang tempat tersebut. Hal yang menantang bagi pengelola wisata kuliner yaitu bagaimana cara mendorong pengunjung untuk berkunjung kembali, jika dilihat dari segi Karakteristik Lingkungannya wisata kuliner memiliki suasana lingkungan yang menyenangkan yaitu lokasi yang dekat pantai, sehingga dapat menarik pengunjung untuk

berkunjung kembali. Dari berbagai gerai yang ada di wisata kuliner, terdapat juga gerai yang memiliki tempat karaoke sehingga tamu yang berkunjung dapat menikmati fasilitas tersebut tetapi ada juga yang enggan untuk berkunjung ke gerai tersebut karna dinilai terlalu mengganggu kenyamanan tamu. Dari segi pencahayaannya di wisata kuliner masih kurang, terutama pencahayaan pada malam hari di pinggir pantai, terdapat juga kebisingan di pinggir pantai yang membuat pengunjung sedikit risih. Dari segi tata letaknya masih kurang inovasi, terutama desain interior dan eksteriornya.

Di sisi lain kualitas pelayanannya di wisata kuliner juga di nilai kurang baik, dari hasil observasi awal terdapat beberapa konsumen yang mengeluh karena pengantaran pesanan yang lambat, sehingga konsumen menunggu terlalu lama dan terdapat juga kesalahan pengantaran pesanan konsumen, karena keteledoran pelayan saat mencatat dan menerima pesanan, mulai dari gaya pakaian waitersnya terkesan biasa saja / sangat standard dan tidak ada ciri khas yang membedakan pengunjung dengan pelayannya., maka perlu untuk dilakukan penelitian supaya dapat mengetahui motivasi pengunjung untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil fenomena di atas terdapat juga perbedaan penelitian terdahulu, menurut Pambudi (2021) dari hasil penelitiannya menyatakan, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention*, sedangkan menurut Anugraini & Ihsannudin (2021) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap *revisit intention*. Tidak hanya variable kualitas pelayanan saja yang terdapat kesenjangan namun variable dari karakteristik lingkungan terdapat hasil perbedaan penelitian terdahulu, menurut Siswara (2021) dari hasil penelitiannya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Quality Of The Physical Environment* terhadap *Revisit Intention*,

sedangkan menurut Jayanti (2019) mengatakan bahwa pengujian secara simultan *Environmental Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.

Atas dasar inilah penelitian tentang pengaruh *Environmental Characteristics* dan *Service Quality* terhadap *Revisit Intention* penting untuk dikaji lebih dalam melalui penelitian tentang “*Pengaruh Environmental Characteristics dan Service Quality terhadap Revisit Intention Pada Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka*”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dilakukan pada wisata kuliner Kabupaten Kolaka. Penelitian dilakukan pada bulan Juni. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu *Environmental characteristics* (X_1) dan *Service Quality* (X_2), adapun variable terikat dalam penelitian ini adalah *Revisit Intention* (Y). Skala yang digunakan untuk mengukur pengaruh *Environmental characteristics* dan *Service Quality* terhadap *Revisit Intention* pada pelanggan Wisata Kuliner (WISKUL) di Kabupaten Kolaka menggunakan Skala *Likert*.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung di Wisata Kuliner (WISKUL) di Kabupaten Kolaka, penarikan sampel menggunakan rumus *hair* maka dari itu sampel pada penelitian ini sebanyak 110 pelanggan yang pernah berkunjung kembali (*Revisit Intention*). Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini diolah dengan pendekatan menggunakan aplikasi *SmartPLS 3*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wisata kuliner (Wiskul) merupakan salah satu UMKM yang di buat oleh Pemerintah Kabupaten (PemKab) Kolaka sejak tahun 2016, yang terletak di Kelurahan Laloeha, Kecamatan Kolaka. Wisata kuliner ini memiliki tempat yang

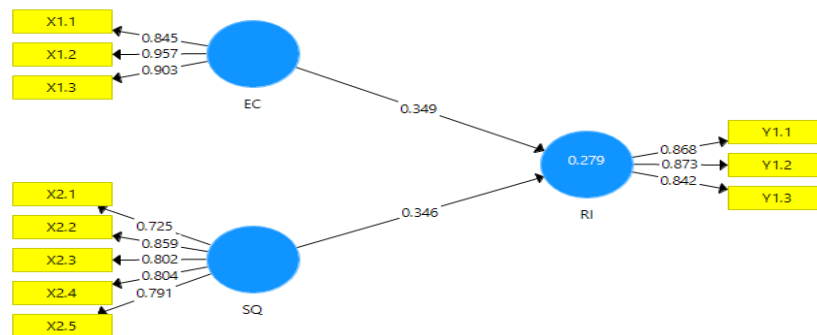
cukup strategis di pinggir pantai dengan pemandangan indah yang di lengkapi dengan sunset di sore hari yang dapat memanjakan mata pengunjung.

Hasil penelitian ini menunjukkan responden dengan karakteristik jenis kelamin, proporsi responden paling banyak adalah perempuan 56 orang (51%) dan laki-laki sebanyak 54 orang (49%). Berdasarkan usia pelaku UMKM dengan usia 15-29 tahun 67 orang (60,9%), usia 30-44 tahun 38 orang (34,5%), dan usia 45-59 tahun 5 orang (4,5%).

Gambaran hasil pengolahan data untuk masing-masing variabel secara deskriptif didapatkan bahwa *Enviromental*

characteristics dan *Service Quality* terhadap *Revisit Intention* pada pelanggan Wisata Kuliner (WISKUL) di Kabupaten Kolaka secara keseluruhan jawaban responden berada pada kategori tinggi, artinya adalah *Enviromental characteristics, Service Quality* dan *Revisit Intention* pada pelanggan Wisata Kuliner (WISKUL) di Kabupaten Kolaka sudah berjalan relatif baik, valid, dan reliabel.

Hasil pengujian data menggunakan aplikasi SmartPLS 3 diperoleh data hasil penelitian yang terdiri dari data pengujian Outer model dan inner model sebagai berikut:



Gambar 1. Output PLS Algorithm

Gambar 1 menunjukkan outer model didapatkan data pengujian yang terdapat dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Nilai *Outer Loading*

Item	<i>Environmental Characteristics</i>	<i>Service Quality</i>	<i>Revisit Intention</i>
X1.1	0.845		
X1.2	0.957		
X1.3	0.903		
X2.1		0.725	
X2.2		0.859	
X2.3		0.802	
X2.4		0.804	
X2.5		0.791	
Y1			0.868
Y2			0.873
Y3			0.842

Sumber: Data Diolah menggunakan PLS 3, 2022.

Nilai outer loading menunjukkan adanya indikator yang memiliki *convergent validity* yang lebih besar dari 0,7 dan di

nyatakan valid. Berdasarkan hasil pengukuran di ketahui bahwa nilai outer loading > 0,7 memiliki tingkat validitas yang tinggi dan sudah di nyatakan baik. Sedangkan nilai outer loading < 0,7 memiliki nilai validitas yang rendah.

Tabel 2. Nilai *Cross Loading*

Item	<i>Environmental Characteristics</i>	<i>Service Quality</i>	<i>Revisit Intention</i>
X1.1	0.845	0.117	0.348
X1.2	0.957	0.147	0.402
X1.3	0.903	0.159	0.338
X2.1	0.260	0.725	0.398
X2.2	0.125	0.859	0.293
X2.3	0.064	0.802	0.171
X2.4	-0.038	0.804	0.243
X2.5	0.108	0.791	0.362
Y1	0.354	0.374	0.868
Y2	0.344	0.326	0.873
Y3	0.344	0.331	0.842

Sumber: Data Diolah menggunakan PLS 3, 2022.

Nilai *cross loading* menunjukkan adanya *discriminant validity* yang baik di karenakan nilai korelasional indikator terhadap variabel Konstruk lebih tinggi di bandingkan dengan nilai korelasional variabel Konstruk lain. Sebagai gambaran nilai *cross loading* indikator Y3 (0,842) yang lebih besar dari pada nilai *cross loading* Konstruk lain yang ada di sampingnya dalam hal ini *Environmental Characteristics* (0,344) dan *Service Quality* (0,331).

Selain nilai *Cross Loading*, nilai AVE (*Average Variance Extracted*) juga di gunakan untuk membuktikan nilai *discriminant validity* dalam kategori baik. Dalam skala pengukuran menggunakan indikator reflektif nilai *loading factor* sebesar 0.7, nilai AVE sebesar 0.5 sementara nilai *Communality* > 0.5. adapun

nilai AVE dan *Communality* sebagai berikut:

Tabel 3. Nilai AVE

Variabel	AVE
Environmental Characteristics	0.815
Service Quality	0.635
Revisit Intention	0.741

Sumber: Data Diolah menggunakan PLS 3, 2022.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil dari loading faktor, maka dapat di simpulkan bahwa setiap variabel memiliki nilai Konstruk yang baik dalam artian telah memenuhi ketetapan yang telah di tentukan. Kemudian yaitu membandingkan nilai akar kuadran AVE dengan korelasi antar variabel laten. Apabila nilai akar kuadran AVE > korelasi antar dua variabel laten maka di nyatakan baik.

Tabel 4. Hasil Akar Kuadran AVE dan Korelasi Variabel Laten

Konstruk	<i>Environmental Characteristics</i>	<i>Revisit Intention</i>	<i>Service Quality</i>
<i>Environmental Characteristic</i>	0.903		
<i>Revisit Intention</i>	0.403	0.861	
<i>Service Quality</i>	0.156	0.400	0.797

Sumber: Data Diolah Menggunakan PLS 3, 2022.

Berdasarkan data maka dapat di simpulkan nilai akar AVE untuk tiap variabel laten > di banding nilai

korelasinya. Sehingga, dapat di nyatakan bahwa korelasi antar Konstruk di nyatakan baik.

Tabel 5. *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*

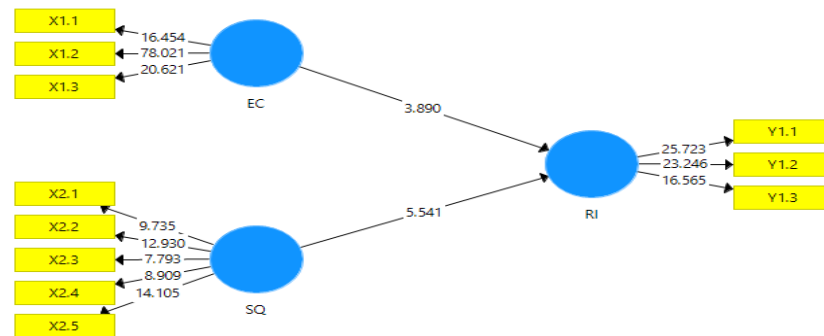
Konstruk	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Environmental Characteristics</i>	0.930	0.885
<i>Service Quality</i>	0.897	0.862
<i>Revisit Intention</i>	0.896	0.826

Sumber: Data Diolah Menggunakan PLS 3, 2022.

Dari nilai *output* pada tabel 5 di atas menunjukkan bahwa konstruk memiliki nilai reliabel yang baik. Di mana suatu

konstruk di nyatakan baik apabila memiliki nilai *composite reabilitas* di atas 0.7 dan nilai *cronbach's alpha* di atas 0.6.

Inner model



Gambar 2. Output PLS Bootstrapping

Berdasarkan gambar dapat diperoleh data nilai inner model sebagai berikut.

Tabel 6. Nilai R-Square

Konstruk	R-Square
Revisit Intention	0.279

Sumber: Data Diolah Menggunakan PLS 3, 2022.

Nilai *R-Square* menjelaskan bahwa konstruk *Revisit Intention* sebesar 0.279 atau 27,9%. Oleh variabel *Environmental Characteristics* sebesar 0,349 dan *Service*

Quality sebesar 0,346, sedangkan untuk sisanya sebesar 72,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Dapat diartikan bahwa meskipun pengunjung Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka merasakan *Environmental Characteristics* dan *Service Quality* yang baik, kedua variabel ini belum mampu menjadi *Predicator Dominant* terhadap minat berkunjung kembali (*Revisit Intention*) pada Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka.

Tabel 7. Nilai Path Coefficient

Hipotesis	Original Sample Estimate (O)	Mean of Sub Sample (M)	Standard Error (STERR)	T-Statistic
EC->RI	0.349	0.349	0.090	3.890
SQ->RI	0.346	0.359	0.062	5.541

Sumber: Data Diolah Menggunakan PLS 3, 2022.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan analisis jalur tentang pengaruh *Environmental Characteristics* terhadap *Revisit Intention* bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Environmental Characteristics* terhadap *Revisit Intention*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Original Sample Estimate* sebesar 0.349 dan nilai *T-Statistic* sebesar $3.890 > 1.96$. Sehubungan dengan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *Environmental Characteristics* memiliki pengaruh positif terhadap *Revisit Intention*, hal ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yang menjelaskan dari berbagai penelitian bahwa keinginan konsumen untuk berkunjung kembali sangat dipengaruhi oleh *Physical*

Environmental Ali et al. (2015), *Environmental Quality* Chen et al. (2013) semuanya itu berpengaruh positif dalam membentuk *Revisit Intention*. Dan pada penelitian Jayanti (2019) mengatakan bahwa pengujian secara simultan *Environmental Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.

Hal ini menunjukkan bahwa *Environmental Characteristics* di Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka dapat dikatakan baik dikarenakan mampu membuat pelanggan puas dan ingin berkunjung kembali, sesuai dengan tanggapan responden variabel *Environmental Characteristics* dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel *Environmental*

Characteristics beranggapan bahwa di Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka memiliki karyawan yang ramah dan responsif dalam memberikan pelayanan dan memiliki tempat yang menarik, serta pengaturan interior (dalam ruangan) dan eksterior (luar ruangan) yang nyaman sehingga pengunjung merasa nyaman.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Environmental Characteristics* yang diberikan maka semakin meningkat pula *Revisit Intention*. Sebaliknya, semakin rendah *Environmental Characteristics* yang diberikan maka semakin menurun *Revisit Intention*. hal inilah yang membuat *Environmental Characteristics* memiliki Pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan analisis jalur tentang pengaruh *Service Quality* terhadap *Revisit Intention* bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Service Quality* terhadap *Revisit Intention*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Original Sample Estimate* sebesar 0.346 dan nilai *T-Statistic* sebesar 5.541 > 1.96. Sehubungan dengan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Revisit Intention*, hal ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yang menjelaskan menurut Pambudi (2021) dari hasil penelitiannya menyatakan, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edwin Baharta (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.

Hal ini menunjukkan bahwa *Service Quality* di Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka dapat dikatakan cukup baik karena mampu mempertahankan pengunjungnya untuk berkunjung kembali di waktu yang mendatang, sesuai dengan tanggapan responden pada Tabel 4.7 deskripsi variabel *Service Quality* dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden

terhadap variabel *Service Quality* beranggapan bahwa di Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka pengunjung merasa bahwa pelayan yang bekerja di Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka mampu berkomunikasi dengan baik dan sangat memperhatikan kebutuhan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Service Quality* yang diberikan maka semakin meningkat pula *Revisit Intention*. Sebaliknya, semakin rendah *Service Quality* yang diberikan maka semakin menurun *Revisit Intention*. hal inilah yang membuat *Service Quality* memiliki Pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama di ketahui adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel konstruk *Environmental Characteristics* terhadap *Revisit Intention*. Maka dalam Hal ini terlihat pada deskriptif variabel tanggapan responden yang tinggi terhadap variabel *Environmental Characteristics* dengan menggunakan tiga indikator yaitu *Ambient Dimension*, *Sosial Dimension*, *Design Dimension*. Hal ini dapat dikatakan baik dikarenakan mampu membuat pelanggan puas dan ingin berkunjung kembali pada Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Environmental Characteristics* yang diberikan maka semakin meningkat pula *Revisit Intention*. Sebaliknya, semakin rendah *Environmental Characteristics* yang diberikan maka semakin menurun *Revisit Intention*. hal inilah yang membuat *Environmental Characteristics* memiliki Pengaruh yang positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ke dua di ketahui adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel konstruk *Service Quality* terhadap *Revisit Intention*. Hal ini terlihat pada deskriptif variabel tanggapan responden yang sedang terhadap

variabel *Environmental Characteristics* dengan menggunakan lima indikator yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*. Hal ini dapat dikatakan cukup baik karena mampu memberikan pelayanan dengan baik dan sangat memperhatikan kebutuhan pelanggan hingga dapat mempertahankan pengunjungnya untuk berkunjung kembali di waktu yang mendatang pada Wisata Kuliner (WISKUL) Kabupaten Kolaka. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *Service Quality* yang diberikan maka semakin meningkat pula *Revisit Intention*. Sebaliknya, semakin rendah *Service Quality* yang diberikan maka semakin menurun *Revisit Intention*. Hal inilah yang membuat *Service Quality* memiliki Pengaruh yang positif dan signifikan.

Merujuk pada hasil penelitian ini maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi variabel lain sebagai variabel bebas untuk untuk membangun model yang lebih kuat.

Keterbatasan pada penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh *environmental characteristics* dan *service quality* terhadap *revisit intention* sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti pengaruh faktor lain yang belum dikaji terhadap *revisit intention*. berdasarkan peroleh analisis data diharapkan menggunakan metode penelitian berbeda, sampel yang lebih luas, dan penggunaan instrument penelitian yang berbeda dan lengkap.

REFERENSI

- Agmasari, S. (2018). *Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia*. KOMPAS.com. <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>
- Ali, A. S., Chua, S. J. L., & Lim, M. E.-L. (2015). *The effect of physical environment comfort on employees' performance in office buildings: A case study of three public universities in Malaysia*.
- Amalia, T. (2017). Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Museum Daerah Sang Nila Utama Kota Pekanbaru. *Physic Education*, 23(4), 1–10. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/discerns-special-education-teachersaboutaccess/docview/2477168620/se-2?accountid=17260>
- Anugraini, F., & Ihsannudin. (2021). Determinasi Revisit Intention Wisatawan Wanawisata. *Journal.trunojoyo.ac.id*, 2(3), 198–218.
- Arlanda, R., Suroso, A., & Berliansyah. (2018). The Influence of Food & Beverage Quality, Service Quality, Place, and Perceived Price to Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *Journal of Research in Management*, 1(1). <https://doi.org/10.32424/jorim.v1i1.18>
- Barker, J. (1986). *The role of the environment in marketing services: The consumer perspective. The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage*.
- Bitner, M. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees Cite this paper Related papers. *Journal of Marketing*, 56, 57–71. <http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>
- Chen, R., Wang, X., Meng, X., Hua, J., Zhou, Z., Chen, B., & Kan, H. (2013). Communicating air pollution-related health risks to the public: An application of the Air Quality Health Index in Shanghai, China. *Environment International*, 51, 168–173. <https://doi.org/10.1016/j.envint.2012.11.008>

- CHO, B.-K., KIM, S.-H., & LEE, D. (2020). Effects of Dessert Café Environmental Characteristics on Overall Quality, Brand Image and Loyalty. *The Korean Journal of Franchise Management*, 11(3), 43–57. <https://doi.org/10.21871/kjfm.2020.9.11.3.43>
- Clark, M., & Wood, R. C. (1998). Consumer loyalty in the restaurant industry-a preliminary exploration of the issues. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Edwin Baharta. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Wisatawan ke Pesona Alam Puncak. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gao, X., Zhou, F., & Chen, C. T. A. (2014). *Pollution status of the Bohai Sea: An overview of the environmental quality assessment related trace metals*.
- Hakim, L. (2018). Pengaruh Servicescape Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Pleasure Feeling Emotion (Studi Pada Wisata Pemandian Alam Selokambang Lumajang). In *Can. J. Chem* (Vol. 55).
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Jayanti, D. D. (2019). *Pengaruh Environmental Quality Terhadap Revisit Intention : Survei Terhadap Wisatawan First-Timer Kampung Cai Ranca Upas*. <http://repository.upi.edu/>
- Kim, W. G., & Moon, Y. J. (2009). Customers' cognitive, emotional, and actionable response to the servicescape: A test of the moderating effect of the restaurant type. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 144–156. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.06.010>
- Markeeters. (2015). *Tiga Sektor Industri Kreatif Ini Bisa Diandalkan Sumbang PDB*. KOMPAS.com. <http://marketeters.com/tiga-sektor-industri-kreatif-ini-bisa-diandalkansumbang-pdb/>
- Mehrabian, Russell, A., & A., J. (1974). *An approach to environmental psychology*. the MIT Press.
- Oktariani, E., & Syafruddin. (2019). Pengaruh Service Quality Dan Word of Mouth Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Destination Image Pada Wisata Pantan Terong Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(3), 391–408.
- Pambudi, N. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan pasien Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pasien Rawat Inap Di Rsu Permata Medika Kebumen). *Gastronomia Ecuatoriana Y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Pand, K. (2020). *Ekonomi Kreatif Sektor Kuliner di Balik Keanekaragaman Indonesia*. KOMPAS.com. https://www.kompasiana.com/kristianpand3435/5fe22c4bd541df35c10777e3/ekonomi-kreatif-sektor-kuliner-di-balik-keanekaragaman-indonesia?page=1&page_images=1
- Pardamean, R., Asri, I., & Mardani, P. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan Vivo V15 di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey pada Penyuka Vivo Indonesia di Group Line). *Seminar Nasional Riset Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(2), 27–38.

- Rosmina, Sarkum, S., & Syahputra, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Kualitas Layanan Dan Environment Dengan Persepsi Harga Terhadap Word Of Mouth Dan Revisit Intention. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1359–1374.
- Siswara, T. D. (2021). *Pengaruh Perceived Food Quality, Service Quality, Quality of The Physical Environment, Price Fairness terhadap Revisit Intention pada Pengunjung Cisangkuy di Kota Padang dengan Satisfaction sebagai Variabel Intervening*. <http://repository.unp.ac.id/id/eprint/33415>
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Grialia Indonesia.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. a. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wicaksono, T. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Upik Futsal Banjarmasin. *Jurnal ilmiah Manajemen*, 1(2), 40–55. e-mail: teguh_uniska@yahoo.co.id
- Wulan, M. H. K., & Handayani, T. H. W. (2021). Pelaksanaan Teaching Factory Di Smk Negeri 1 Kalasan Untuk Mendukung Perkembangan Industri Kreatif. *Journal.uny.ac.id*. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44586>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services marketing : integrating customer focus across the firm* (4Th ed.). New York : McGraw-Hill, 2006.