

Kepuasan Wisatawan dan Niat Berkunjung Kembali di Pulau Sara: Peran Moderasi Citra Destinasi

Thessalonica S.F. Supit¹, Rizal Ontorael², Suhendra Abd Kader³

^{1,2,3}, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi

¹supitthessalonica@unsrat.ac.id

²rizalo1992@unsrat.ac.id

Article Info	ABSTRAK
Article history: Received Agustus, 2026 Revised Agustus, 2026 Accepted September 2026 Kata Kunci: Kepuasan Wisatawan Niat Berkunjung Kembali Citra Destinasi Keywords: <i>Tourist Satisfaction Intention to Revisit Destination Image</i>	Pulau Sara yang terletak di Kabupaten Kepulauan Talaud merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang memiliki potensi alam yang sangat besar, seperti keindahan pantai berpasir putih, kejernihan air laut, serta panorama pulau kecil yang masih alami. Letaknya yang berada di kawasan perbatasan Indonesia menjadikan Pulau Sara tidak hanya memiliki nilai ekonomi melalui sektor pariwisata, tetapi juga memiliki nilai strategis dalam mendukung pembangunan wilayah perbatasan. Pengembangan pariwisata bahari di wilayah ini dapat menjadi salah satu instrumen penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal serta memperkuat eksistensi wilayah perbatasan sebagai bagian dari identitas dan kedaulatan negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali serta menguji peran moderasi citra destinasi dalam hubungan tersebut pada destinasi wisata Pulau Sara di wilayah perbatasan Kabupaten Kepulauan Talaud. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Pulau Sara dengan jumlah sampel sebanyak 153. Analisis data dilakukan menggunakan metode Warp-PLS untuk menguji hubungan antarvariabel dan efek moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan kembali. Selain itu, studi ini juga mendukung temuan bahwa citra destinasi memoderasi hubungan tersebut secara signifikan dan positif. ABSTRACT <i>Sara Island, located in the Talaud Islands Regency, is a marine tourism destination with immense natural potential, characterized by beautiful white-sand beaches, crystal-clear waters, and the pristine scenery of a small island. Its location in Indonesia's border region gives Sara Island not only economic value through tourism but also strategic importance in supporting border area development. Developing marine tourism in this region can serve as a key instrument for improving local community welfare and reinforcing the border area's status as an integral part of the nation's identity and sovereignty. This study aims to analyze the</i>



	<i>impact of tourist satisfaction on the intention to revisit and to examine the moderating role of destination image in this relationship at the Sara Island tourism destination in the Talaud Islands Regency border region. A quantitative approach using a survey method was employed. Data were collected via questionnaires distributed to 153 tourists who had previously visited Sara Island. Data analysis was conducted using the Warp-PLS method to examine the relationships between variables and the moderating effect. The results indicate that tourist satisfaction has a positive and significant influence on the intention to revisit. Furthermore, the study confirms that destination image significantly and positively moderates this relationship.</i>
Penulis Korespondensi: Thessalonica S.F. Supit Program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sam Ratulangi Jalan Kampus Bahu, Malalayang, Kota Manado, Sulawesi Utara, Kode Pos 95115 Email: supitthessalonica@unsrat.ac.id	

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri yang paling cepat berkembang dan mengalami pertumbuhan yang luar selama lebih dari lima dekade terakhir, sektor ini telah menjadi salah satu pilar utama dalam ekonomi global (Chan et al., 2022). Dengan cara yang sama, pariwisata juga diakui sebagai industri dengan tingkat pertumbuhan yang signifikan di berbagai negara dan berfungsi sebagai landasan yang krusial dalam menciptakan kekayaan, sumber penghidupan, serta meningkatkan pendapatan masyarakat (Abbasi et al., 2021). Dalam perspektif nasional, sektor pariwisata memiliki posisi yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Seperti yang dinyatakan oleh (Fahlevi, 2025) Pariwisata diakui sebagai sektor kritis dalam ekonomi Indonesia karena berpotensi besar untuk meningkatkan pendapatan daerah dan menciptakan peluang kerja bagi rakyat. Oleh sebab itu, pariwisata telah menjadi salah satu industri paling vital yang berpengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di banyak negara (Jimenez-García et al., 2025). Dalam konteks ini, (Nguyen Viet et al., 2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pariwisata telah berkembang menjadi sektor ekonomi yang signifikan di sejumlah negara berkembang dalam beberapa tahun terakhir melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal, dan mendukung kemajuan sektor industri lainnya. Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, industri pariwisata di Indonesia merupakan kontributor terbesar keempat terhadap produk domestik bruto negara, hal tersebut dikarenakan faktor utama yang menarik wisatawan internasional ke Indonesia adalah keragaman budaya dan kekayaan sumber daya alamnya (Wijaya et al., 2025).

Kabupaten Kepulauan Talaud merupakan wilayah kepulauan yang terletak di bagian utara Indonesia yang berbatasan langsung dengan negara Filipina dan memiliki berbagai potensi destinasi wisata bahari serta wisata alam yang menarik dan salah satunya adalah Pulau Sara yang menawarkan segudang pesona dan hamparan pasir putih di kawasan pantai yang indah ini telah menjadikan Pulau Sara sebagai Ikon Pariwisata Kabupaten Kepulauan Talaud. Pulau ini dikenal dengan pasir putihnya yang lembut seperti tepung atau juga dikenal sebagai "pasir bubuk" (Maria et al., 2025). Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (2020) menjelaskan bahwa potensi pariwisata bahari di Indonesia cukup menjanjikan karena memiliki 20,87 juta hektar kawasan laut, pesisir, dan pulau-pulau kecil yang dilindungi, garis pantai sepanjang 99.093 km, dan luas wilayah laut 3,257 juta km (Fahlevi, 2025). Jenis pariwisata bahari yang tersedia di Indonesia meliputi pariwisata edukatif, pariwisata bawah laut, pariwisata konservasi, dan penyelaman. Sebagian besar pariwisata Indonesia, sekitar 35%, berbasis bahari, dengan penyelaman SCUBA sebagai

daya tarik utama. Hal ini mencakup 55% dari pariwisata bahari yang tercatat secara resmi, dan terumbu karang Indonesia sering masuk dalam daftar sepuluh destinasi penyelaman terbaik dunia (Tranter et al., 2022).

Salah satu tanda keberhasilan dalam pengelolaan lokasi wisata adalah seberapa puas wisatawan dan niat mereka untuk kembali. Kepuasan pengunjung dipengaruhi tidak hanya oleh mutu pelayanan dan pengalaman saat berwisata, tetapi juga oleh cara pandang wisatawan mengenai citra dari tujuan wisata yang mereka pilih (Brahmah et al., 2024). Citra positif dari suatu destinasi dapat memperkuat hubungan antara kepuasan dan niat wisatawan untuk berkunjung lagi (Chaoyi et al., 2025). Kepuasan pengunjung dan keinginan untuk kembali dianggap sebagai unsur krusial untuk menjamin keberhasilan suatu destinasi (Wang, 2025). Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa kepuasan wisatawan memberi dampak signifikan terhadap niat untuk berkunjung di masa depan (Suban, 2025); (Suryani et al., 2025); (Kanwel et al., 2019). Selain dari kepuasan, citra destinasi juga memegang peranan penting dalam membentuk pandangan wisatawan tentang suatu tempat. Citra destinasi merupakan representasi atau cara pandang yang terbentuk dalam pikiran wisatawan mengenai suatu lokasi, yang dapat dipengaruhi oleh informasi, pengalaman pribadi, serta promosi pariwisata. Citra positif dari destinasi dapat meningkatkan minat pengunjung untuk datang, memperkuat perasaan puas mereka ketika berada di tempat tersebut, serta mendorong keinginan untuk kembali lagi di masa depan (Viet et al., 2020).

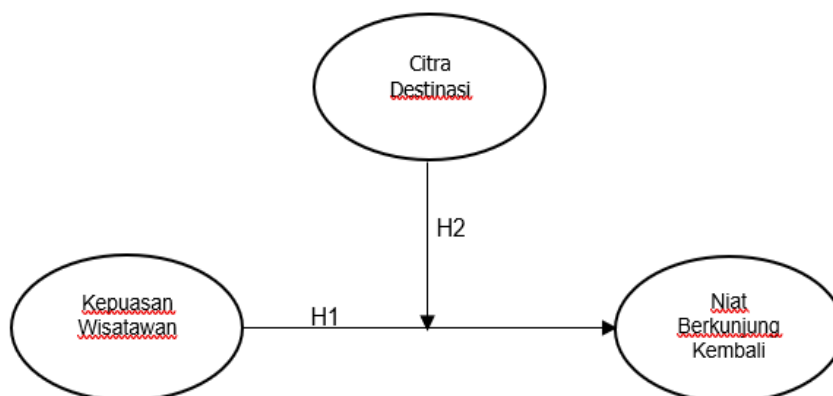
Dalam proses pengembangan wisata di Pulau Sara, citra yang ditampilkan oleh destinasi menjadi elemen yang sangat krusial sebab lokasi ini masih dalam tahap pengembangan. Pandangan pengunjung mengenai keindahan, kenyamanan, keselamatan, dan keunikan Pulau Sara bisa berdampak pada tingkat kepuasan mereka saat berkunjung. Selain itu, citra destinasi juga memiliki potensi untuk memperkuat hubungan antara kepuasan pengunjung dan keinginan untuk kembali berkunjung. Dengan kata lain, gambar destinasi tidak hanya berfungsi sebagai elemen yang secara langsung mempengaruhi, tetapi juga dapat bertindak sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau melemahkan hubungan antara kepuasan pengunjung dan keinginan untuk berkunjung kembali. Jika pengunjung memiliki pandangan positif terhadap Pulau Sara, maka kepuasan yang mereka alami kemungkinan besar akan lebih kuat dalam mendorong niat untuk kembali. Di samping itu, kepuasan pengunjung mencerminkan penilaian terhadap pengalaman yang didapat selama mengunjungi, sedangkan gambar destinasi mencerminkan pandangan keseluruhan pengunjung mengenai karakteristik dan daya tarik sebuah destinasi. Citra destinasi yang positif diperkirakan bisa memperkuat kecenderungan pengunjung untuk mengubah pengalaman yang memuaskan menjadi niat untuk melakukan kunjungan kembali. Sebaliknya, citra destinasi yang kurang positif dapat melemahkan hubungan tersebut. Oleh karena itu, penempatan citra destinasi sebagai variabel moderator relevan untuk menjelaskan kondisi yang menyebabkan pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali menjadi lebih kuat atau lebih lemah.

Penelitian yang dilakukan untuk menguji hubungan antara citra destinasi, kepuasan wisatawan, dan niat berkunjung kembali telah banyak dikaji dalam literatur pariwisata seperti; (Fahlevi, 2025), (Nadya Tiara Santi Widodo & Anik Lestari Andjarwati, 2025), (Brahmah et al., 2024), (Chan et al., 2022), (Nguyen Viet et al., 2020), (Chaoyi et al., 2025), (Luong, 2025), (Jimenez-García et al., 2025); (Wang, 2025) dan masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu mendapatkan perhatian. Sebagian besar penelitian mengenai peran moderasi citra destinasi dilakukan pada konteks destinasi wisata yang relatif matang, memiliki infrastruktur yang berkembang, atau berada di kawasan perkotaan. Kondisi tersebut belum sepenuhnya merepresentasikan karakteristik destinasi pada wilayah tertinggal, terdepan, dan terluar (3T), khususnya kawasan perbatasan negara yang memiliki keterbatasan aksesibilitas, infrastruktur, serta karakteristik geografis yang berbeda. Hingga saat ini, kajian empiris yang secara khusus menganalisis peran citra destinasi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali

pada konteks destinasi 3T dan kawasan perbatasan masih terbatas. Oleh karena itu, Pulau Sara di Kabupaten Kepulauan Talaud menjadi konteks yang relevan untuk mengisi kesenjangan tersebut sekaligus memperluas pemahaman mengenai mekanisme pembentukan niat kunjungan kembali pada destinasi wisata di kawasan perbatasan negara.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Creswell, 2016). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas kepuasan wisatawan (X1) sebagai variabel independen, niat berkunjung kembali (Y1) sebagai variabel dependen, serta citra destinasi (Z1) sebagai variabel moderator. Data yang dipakai dalam studi ini mencakup data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Mengacu pada sumbernya, data dalam penelitian dibagi menjadi dua kategori, yakni data primer dan sekunder. Data primer diambil secara langsung dari partisipan menggunakan alat penelitian, sementara data sekunder berasal dari artikel ilmiah, laporan, dan berbagai publikasi resmi yang berhubungan dengan studi. Data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kepulauan Talaud menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Pulau Sara pada tahun 2024 berjumlah 4.376 pengunjung, sehingga data tersebut di jadikan sebagai populasi dalam penelitian ini. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan sebesar 8%, sehingga diperoleh total sampel sebesar 153 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling melalui teknik *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, diantaranya: (1) wisatawan yang pernah mengunjungi pulau sara sebelumnya, dan (2) individu berusia 17 tahun ke atas, dengan asumsi bahwa mereka memiliki kematangan yang cukup untuk mengambil keputusan secara sadar. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan Warp-PLS. Analisis meliputi pengujian validitas dan reliabilitas konstruk, pengujian pengaruh langsung. Metode Warp-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan struktural yang kompleks dan sesuai untuk penelitian dengan variabel laten.



Gambar 1.
Model Hipotesis Penelitian

3. HASIL DAN DISKUSI

3.1. Gambaran Umum Kawasan Wisata Pulau Sara

Pulau Sara merupakan salah satu kawasan wisata yang menjadi bagian dari wilayah Kabupaten Kepulauan Talaud, Provinsi Sulawesi Utara. Kawasan ini memiliki karakteristik wisata bahari dengan daya tarik utama berupa keindahan alam, panorama pesisir, serta suasana pulau yang relatif tenang. Keadaan ini menawarkan pengalaman berlibur yang unik untuk para pengunjung, khususnya bagi mereka yang tertarik pada alam dan ekosistem

pesisir. Berdasarkan konteks penelitian, Pulau Sara dipersepsikan sebagai destinasi yang memiliki potensi daya tarik alam yang kuat. Keindahan pantai, pemandangan laut, kondisi lingkungan, serta suasana alami menjadi bagian penting dari pengalaman wisatawan selama melakukan kunjungan. Karakteristik tersebut menjadi salah satu aspek yang membentuk kepuasan wisatawan dan selanjutnya berkaitan dengan kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan kembali.

Sebagai destinasi yang berada di Kabupaten Kepulauan Talaud, Pulau Sara memiliki karakteristik wilayah kepulauan dan sekaligus berada dalam konteks kawasan perbatasan negara. Kondisi geografis tersebut memberikan keunikan tersendiri, namun juga menjadi bagian dari tantangan dalam pengembangan destinasi, terutama terkait aksesibilitas dan ketersediaan fasilitas pendukung pariwisata. Oleh karena itu, Pulau Sara tidak hanya memiliki nilai sebagai destinasi wisata berbasis alam, tetapi juga memiliki posisi strategis dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Kepulauan Talaud. Pengelolaan potensi alam dan peningkatan kualitas pengalaman wisatawan menjadi aspek penting dalam mendukung keberlanjutan destinasi.

3.2. Karakteristik Responden

Berdasarkan informasi yang didapat, ciri-ciri dari para responden di area wisata Pulau Sara menunjukkan bahwa ada dominasi dalam aspek jenis kelamin, kelompok usia, asal daerah, pekerjaan, serta frekuensi kunjungan. Secara keseluruhan, lebih banyak wisatawan perempuan dengan presentase mencapai 56,86%, sementara sisanya, yaitu 43,14%, terdiri dari wisatawan laki-laki. Ini menandakan bahwa Pulau Sara lebih banyak dikunjungi oleh perempuan, baik untuk tujuan rekreasi maupun untuk pengambilan dokumentasi.

Dari segi usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 17–25 tahun, yaitu sebesar 46,41%. Kelompok usia ini mencerminkan generasi muda yang aktif dan cenderung mencari destinasi wisata alam dengan pemandangan eksotis seperti Pulau Sara. Dominasi usia muda ini juga sejalan dengan latar belakang pekerjaan responden, di mana sebagian besar merupakan pelajar atau mahasiswa dengan persentase mencapai 54,25%. Hal ini menunjukkan bahwa Pulau Sara menjadi destinasi favorit bagi kalangan pendidikan, baik untuk wisata edukasi, liburan akhir pekan, maupun kegiatan organisasi. Dilihat dari asal daerah, wisatawan lokal mendominasi kunjungan ke Pulau Sara dengan angka yang sangat tinggi, yaitu 87,58%, sedangkan wisatawan dari luar daerah hanya mencapai 12,42%. Ini menandakan bahwa Pulau Sara masih menjadi primadona wisata domestik di Kabupaten Kepulauan Talaud, dengan akses yang lebih mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar dan wilayah Sulawesi Utara.

Terakhir, dalam hal frekuensi kunjungan, 54,90% dari semua responden mengaku telah mengunjungi Pulau Sara sebanyak 2 hingga 3 kali. Data ini menandakan bahwa Pulau Sara bukanlah sekadar tujuan yang dikunjungi satu kali, tetapi memiliki daya tarik yang cukup kuat untuk menarik wisatawan kembali menikmati keindahan pantai, keindahan bawah laut, dan suasana damai yang ditawarkan. Untuk informasi lebih lanjut mengenai karakteristik responden, dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	66	43.14%
	Perempuan	87	56.86%
	Total	153	100%
2	Usia		
	17-25 Tahun	71	46.41%
	26 – 34 Tahun	52	33.99%

35 – 50 Tahun	18	11.76%
> 51 Tahun	12	7.84%
Total	153	100%
3 Asal Daerah/Domisili		
Kabupaten Talaud	134	87.58%
Luar Kabupaten Talaud	19	12.42%
Total	153	100%
4 Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	83	54.25%
PNS/TNI/POLRI	45	29.41%
Pegawai Swasta	19	12.42%
Wiraswasta	6	3.92%
Total	153	100%
5 Intensitas Kunjungan Ke Pulau Sara		
1 Kali	49	32.03%
2-3 Kali	84	54.90%
> 3 Kali	20	13.07%
Total	153	100%

Sumber: data diolah 2026

Tabel 2. Convergent Validity (Loading Faktor) & Composite Reliability (CR)

Variabel	Indikator	Loading Faktor	Composite Reliability (CR)	AVE	Keterangan
Kepuasan Wisatawan (X1)	X1.1	0.636	0.810	0.526	CR $\geq$ 0.7 $\checkmark$; AVE $\geq$ 0.5 $\checkmark$
	X1.2	0.886			
	X1.3	0.797			
	X1.4	0.528			
Citra Destinasi (Z1)	Z1.1	0.750	0.838	0.570	CR $\geq$ 0.7 $\checkmark$; AVE $\geq$ 0.5 $\checkmark$
	Z1.2	0.794			
	Z1.3	0.878			
	Z1.4	0.563			
Niat Kunjungan Kembali (Y1)	Y1.1	0.508	0.712	0.387	CR $\geq$ 0.7 $\checkmark$; AVE $<$ 0.5
	Y1.2	0.747			
	Y1.3	0.566			
	Y1.4	0.643			

Sumber: data diolah 2026

Tabel 3. Discriminant Validity

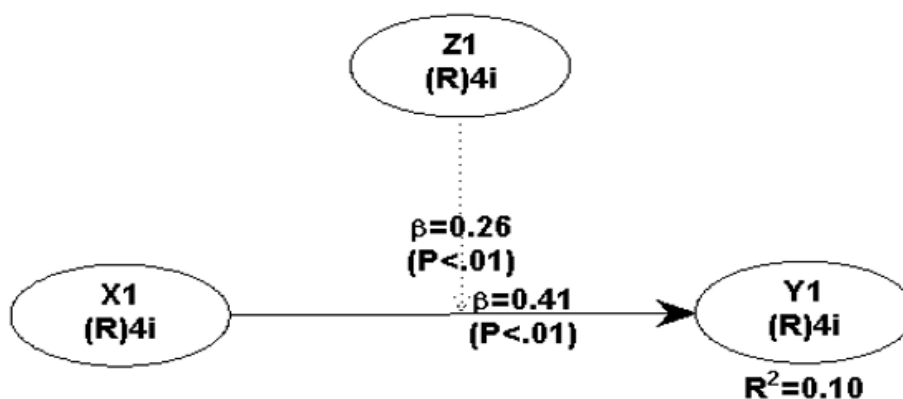
Variabel	X1	Z1	Y1
Kepuasan Wisatawan (X1)	0.725		
Citra Destinasi (Z1)	0.549	0.755	
Niat Kunjungan Kembali (Y1)	0.513	0.592	0.622

Sumber: data diolah 2026

Tabel 4. Uji Hipotesis pada Pengaruh Langsung Menggunakan Analisis WarpPLS.

Hipotesis	Pengaruh Antar Variabel	Koefisien Jalur	P-Value	Keterangan
Pengaruh Langsung				
1	Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap → Niat Berkunjung Kembali	0.415	<0.001	Signifikan
Pengaruh Moderasi (Variabel Interaksi)				
2	Pengaruh Moderasi Citra Destinasi terhadap Hubungan antara Kepuasan Wisatawan → Niat Berkunjung Kembali	0.263	<0.001	Signifikan sebagai (Pemoderasi)

Sumber: data diolah 2026



Gambar 2. Diagram Jalur dengan Hasil Pengujian Hipotesis

3.3. Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat dijelaskan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali ke Pulau Sara. Nilai koefisien jalur sebesar 0,415 menunjukkan bahwa arah hubungan antara kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali adalah positif. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan selama berkunjung ke Pulau Sara, maka semakin tinggi pula kecenderungan wisatawan untuk memiliki niat berkunjung kembali.

Sementara itu, nilai p-value < 0,001 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan, yaitu 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali dapat diterima.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang mampu memberikan kepuasan kepada wisatawan menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi Pulau Sara. Semakin wisatawan merasa puas terhadap pengalaman, pelayanan, maupun kondisi destinasi yang mereka rasakan, semakin besar kemungkinan mereka untuk mempertimbangkan Pulau Sara sebagai tujuan wisata pada kunjungan berikutnya. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Abbasi et al., 2021) dan (Nadya Tiara Santi Widodo & Anik Lestari Andjarwati, 2025); (Suban, 2025) serta (Chan et al., 2022) yang menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh langsung terhadap niat untuk berkunjung kembali. Hal ini mengimplikasikan

bahwa jika wisatawan merasa puas dengan kunjungan pertama mereka ke suatu destinasi, mereka cenderung akan mempertimbangkan untuk berkunjung kembali.

Indikator keindahan alam dan suasana Pulau Sara merupakan indikator dengan nilai koefisien tertinggi pada variabel kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa keindahan alam serta suasana yang ditawarkan Pulau Sara menjadi aspek yang paling dominan dalam membentuk kepuasan wisatawan. Wisatawan cenderung merasa lebih puas ketika destinasi mampu memberikan pengalaman yang didukung oleh pemandangan alam yang menarik, kondisi lingkungan yang nyaman, serta suasana pulau yang memberikan kesan menyenangkan selama berwisata. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa daya tarik alam dan suasana Pulau Sara merupakan kekuatan utama yang perlu dipertahankan dan dikembangkan. Keindahan pantai, panorama alam, ketenangan, serta suasana khas pulau dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan. Dengan demikian, semakin baik wisatawan menilai keindahan alam dan suasana Pulau Sara, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan selama melakukan kunjungan. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian (Bramah et al., 2024); (Chaoyi et al., 2025); serta (Jimenez-García et al., 2025). Temuan tersebut menekankan dan menguraikan bagaimana pandangan mengenai mutu layanan dan kemudahan dalam layanan dapat berdampak pada kepuasan pengunjung; lebih khusus, mutu yang tinggi menghasilkan nilai yang juga tinggi serta tingkat kepuasan yang tinggi.

Hasil penelitian memberikan implikasi praktis bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Talaud dalam meningkatkan kualitas pengelolaan pariwisata Pulau Sara. Dampak positif yang kuat dari kepuasan pengunjung terhadap keinginan untuk kembali menunjukkan bahwa peningkatan mutu pengalaman wisata harus menjadi salah satu fokus utama dalam strategi pengembangan lokasi wisata. Sebagai wilayah perbatasan negara, pengembangan Pulau Sara juga perlu diarahkan untuk memperkuat citra Kabupaten Kepulauan Talaud sebagai destinasi yang aman, nyaman, dan memiliki daya saing.

Indikator keindahan alam dan suasana Pulau Sara yang memiliki nilai koefisien tertinggi menunjukkan perlunya pemerintah daerah mempertahankan dan meningkatkan kualitas daya tarik alam melalui pelestarian lingkungan, pengelolaan kebersihan, penataan kawasan pantai, serta pengendalian aktivitas yang berpotensi merusak ekosistem. Selain itu, peningkatan aksesibilitas, khususnya transportasi menuju Pulau Sara, fasilitas keselamatan, sanitasi, dan informasi wisata perlu menjadi perhatian untuk mendukung kenyamanan wisatawan.

Pemerintah daerah juga perlu meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam pelayanan, pemanduan, pengelolaan homestay, dan pengembangan ekonomi kreatif. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan, mendorong kunjungan kembali, sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat dan memperkuat fungsi strategis Talaud sebagai kawasan perbatasan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

3.4. Citra Destinasi sebagai Moderasi pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali

Berdasarkan analisis yang dilakukan, terbukti bahwa citra suatu destinasi memainkan peran moderasi terhadap dampak kepuasan pengunjung terhadap keinginan untuk kembali. Hal ini terlihat dari nilai koefisien jalur yang mencapai 0,263 dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$, yang menunjukkan bahwa pengaruh moderasi tersebut signifikan secara statistik karena nilai p lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H2 yang menyatakan bahwa citra destinasi memoderasi dampak kepuasan wisatawan terhadap keinginan untuk berkunjung kembali dapat dianggap valid. Nilai koefisien jalur yang positif mengindikasikan bahwa citra destinasi berfungsi sebagai moderator yang memperkuat hubungan antara kepuasan pengunjung dan keinginan untuk berkunjung kembali. Artinya, semakin positif citra Pulau Sara yang dipersepsikan oleh wisatawan, semakin kuat pula pengaruh kepuasan yang dirasakan dalam mendorong keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. Wisatawan yang merasakan kepuasan dari pengalaman yang didapat dan juga memiliki

pandangan positif tentang Pulau Sara, termasuk dalam hal keindahan alam, kebersihan, fasilitas, dan layanan, cenderung memiliki keinginan yang lebih besar untuk kembali berkunjung. Di sisi lain, jika citra destinasi dilihat dengan buruk, dampak kepuasan terhadap niat untuk kembali dapat berkurang karena wisatawan memikirkan pandangan umum mereka tentang destinasi tersebut.

Penelitian ini mendukung hasil studi sebelumnya (Banki et al., 2014) yang mengindikasikan bahwa citra suatu destinasi, baik dari segi kognitif maupun emosional, berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung dan hasrat untuk kembali, serta dapat berfungsi sebagai penghubung dalam hubungan antara persepsi tentang kualitas, kepuasan, dan niat untuk kembali. Selain itu, (Banki et al., 2014) juga mengidentifikasi bahwa citra destinasi yang bersifat emosional memiliki efek positif sebagai moderator pada hubungan antara kepuasan pengunjung dan niat perilaku di konteks Obudu Mountain Resort yang terletak di Nigeria. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh (Ramseook-Munhurrin et al., 2015) menemukan adanya peran moderasi citra destinasi dalam hubungan yang berkaitan dengan loyalitas wisatawan melalui persepsi nilai dan kepuasan. Penemuan serupa juga diungkapkan oleh (Moon & Han, 2018) dalam kajian mengenai tujuan pulau di Korea Selatan, yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap tujuan dapat menguatkan keterkaitan antara pengakuan nilai dan kepuasan dari wisatawan. Oleh karena itu, hasil dari studi ini menegaskan kembali temuan-temuan dari penelitian sebelumnya bahwa citra tujuan adalah elemen krusial yang dapat meningkatkan hubungan antara kepuasan wisatawan dan minat untuk berkunjung lagi. Dalam konteks Pulau Sara, citra positif dari tujuan dapat meningkatkan kemungkinan bagi wisatawan untuk mengubah pengalaman yang memuaskan menjadi keinginan untuk kembali berkunjung.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan/pengunjung memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat untuk kembali mengunjungi Pulau Sara. Hasil ini menunjukkan bahwa jika evaluasi pengunjung terhadap pengalaman mereka selama berada di lokasi wisata semakin positif, maka kemungkinan besar mereka akan berpikir untuk kembali. Oleh karena itu, kepuasan wisatawan menjadi salah satu faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan serta ketertarikan untuk berkunjung ke Pulau Sara.

Secara substantif, kepuasan wisatawan tidak hanya terbentuk dari pemenuhan kebutuhan selama perjalanan, tetapi juga dari kualitas pengalaman yang diperoleh melalui daya tarik dan kondisi destinasi. Keindahan alam dan suasana Pulau Sara menjadi aspek yang menonjol dalam membentuk persepsi positif wisatawan, sehingga keberadaannya perlu dipertahankan sebagai keunggulan utama destinasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelolaan pariwisata perlu diarahkan pada upaya mempertahankan kualitas lingkungan alam sekaligus meningkatkan kenyamanan pengalaman wisatawan. Dalam konteks pengembangan pariwisata Kabupaten Kepulauan Talaud, temuan penelitian menegaskan pentingnya strategi yang berorientasi pada peningkatan kepuasan wisatawan melalui pelestarian daya tarik alam, peningkatan kualitas fasilitas dan aksesibilitas, serta penguatan kualitas pelayanan. Pendekatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan loyalitas wisatawan, mendorong kunjungan ulang, dan mendukung pengembangan Pulau Sara sebagai destinasi pariwisata yang berkelanjutan serta berdaya saing di kawasan perbatasan negara.

Selain itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi terbukti secara positif dan signifikan memoderasi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali ke Pulau Sara. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan tidak berdiri sendiri dalam membentuk niat berkunjung kembali, tetapi dipengaruhi pula oleh bagaimana wisatawan memersepsikan dan menilai citra destinasi secara keseluruhan. Citra destinasi yang positif mampu memperkuat pengaruh pengalaman yang memuaskan sehingga meningkatkan kecenderungan wisatawan untuk kembali berkunjung. Dengan demikian,

semakin baik citra Pulau Sara yang terbentuk dalam persepsi wisatawan, semakin kuat pula hubungan antara kepuasan dan niat berkunjung kembali. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan pariwisata tidak cukup hanya berorientasi pada peningkatan kepuasan melalui kualitas pengalaman, daya tarik, dan pelayanan, tetapi juga perlu diarahkan pada pembentukan citra destinasi yang positif dan konsisten. Dalam konteks Kabupaten Kepulauan Talaud sebagai wilayah perbatasan negara, penguatan citra Pulau Sara menjadi strategis untuk meningkatkan daya saing destinasi, memperkuat identitas pariwisata daerah, serta mendukung keberlanjutan pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sam Ratulangi (UNSRAT) atas dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan melalui hibah dana penelitian internal. Dukungan pendanaan tersebut sangat membantu dalam pelaksanaan penelitian ini, mulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, hingga penyelesaian dan penyusunan hasil penelitian. Penulis juga menyampaikan apresiasi atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan selama proses penelitian, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga dukungan LPPM UNSRAT terhadap kegiatan penelitian dapat terus berlanjut dan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta kemajuan penelitian di lingkungan Universitas Sam Ratulangi. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, informasi, serta berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga segala bentuk dukungan dan kerja sama yang telah diberikan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan penelitian di masa yang akan datang.

5. REFERENSI

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Banki, M. B., Ismail, H. N., Dalil, M., Kawu, A., Bahru, J., & Bahru, J. (2014). *Moderating Role of Affective Destination Image on the Relationship between Tourists Satisfaction and Behavioural Intention: Evidence from Obudu Mountain Resort*. 4(4), 47–60.
- Braimah, S. M., Solomon, E. N. A., & Hinson, R. E. (2024). Tourists satisfaction in destination selection determinants and revisit intentions; perspectives from Ghana. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2318864>
- Chan, W. C., Wan Ibrahim, W. H., Lo, M. C., Mohamad, A. A., Ramayah, T., & Chin, C. H. (2022). Controllable drivers that influence tourists' satisfaction and revisit intention to Semenggoh Nature Reserve: the moderating impact of destination image. *Journal of Ecotourism*, 21(2), 147–165. <https://doi.org/10.1080/14724049.2021.1925288>
- Chaoyi, C., Huijuan, L., & Zhenbin, W. (2025). *Influencing factors of tourist loyalty in China Confirmation Theory: the mediating role of*. 2025, 1–14.
- Creswell, J. W. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Mix Method. *Edisi Keempat*.
- Fahlevi, M. (2025). Experiential quality and satisfaction in marine tourism: a gendered analysis of post-visit behavior and frequency of visits in Lampung, Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2460811>
- Jimenez-García, D., Espinoza Heredia, O., Cruz Lizana, E., Cruz-Tarrillo, J. J., & Millones-Liza, D. Y. (2025). Destination Image and Brand Value as Predictors of Tourist Behavior: Happiness as a Mediating Link. *Administrative Sciences*, 15(5), 1–15. <https://doi.org/10.3390/admsci15050176>

- Kanwel, S., Lingqiang, Z., Asif, M., & Hwang, J. (2019). Loyalty & Satisfaction. Pdf. *Sustainability*, 11(6401).
- Luong, T. B. (2025). Destination image and loyalty: examining satisfaction, place attachment, and perceived safety. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 17(3), 714–735. <https://doi.org/10.1080/19407963.2023.2273557>
- Maria, F., Lasut, O., & Ingkadijaya, R. (2025). *Analysis of the Potential Image Development on Sara 'a Island in Talaud District* (Issue Tgdc 2023). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-296-5>
- Moon, H., & Han, H. (2018). Tourist experience quality and loyalty to an island destination : the moderating impact of destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 00(00), 1–17. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1494083>
- Nadya Tiara Santi Widodo, & Anik Lestari Andjarwati. (2025). The Effect of Tourist Experience and Destination Image on Revisit Intention through Satisfaction. *International Journal of Asian Business and Management*, 4(2), 309–328. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v4i2.180>
- Nguyen Viet, B., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249>
- Ramseook-Munhurrin, P., Seebaluck, V. N., & Naidoo, P. (2015). Examining the Structural Relationships of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction and Loyalty: Case of Mauritius. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175(230), 252–259. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1198>
- Suban, S. A. (2025). Visitor's emotional experience in predicting destination image, satisfaction and intention to revisit: a spa tourism perspective. *International Hospitality Review*, 39(2), 355–376. <https://doi.org/10.1108/ihr-05-2023-0032>
- Suryani, W., Muafi, M., & Johan, A. (2025). From satisfaction to revisit: The nexus of tourist attitude with cultural image. *South African Journal of Business Management*, 56(1), 1–9. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v56i1.4862>
- Tranter, S. N., Estradivari, Ahmadi, G. N., Andradi-Brown, D. A., Muenzel, D., Agung, F., Amkieltiela, Ford, A. K., Habibi, A., Handayani, C. N., Iqbal, M., Krueck, N. C., Lazuardi, M. E., Muawanah, U., Papilaya, R. L., Razak, T. B., Sapari, A., Sjahrudin, F. F., Veverka, L., ... Beger, M. (2022). The inclusion of fisheries and tourism in marine protected areas to support conservation in Indonesia. *Marine Policy*, 146(September 2021), 105301. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2022.105301>
- Wang, X. (2025). Exploring the relationship between destination image, tourist satisfaction, and loyalty among overseas visitors to Taishan using structural equation modelling. *Acta Psychologica*, 260(April), 105533. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105533>
- Wijaya, C. O., Wijaya, S., & Jaolis, F. (2025). The influence of social media content on attitude, destination image and intention of female Muslim travelers to visit halal destinations: comparison between UGC and FGC. *Journal of Islamic Marketing*, 16(2), 402–427. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2023-0235>