

# **PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI KEAMANAN DAN MINAT KUNJUNG KEMBALI KE BENTENG KUTO BESAK PALEMBANG**

**Afifah Zhafira Salsabila\*, A. Jalaluddin Sayuti, Heri Setiawan**  
Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Indonesia  
E-mail: 062040612534@student.polsri.ac.id\*

## **ABSTRACT**

*Security problems often arise for visitors to Kuto Besak Fortress. This problem seems to reappear every year, damaging the region's reputation as a desirable tourist destination. Therefore, more comprehensive and detailed action is needed to overcome this problem. These steps include increasing security and surveillance at Kuto Besak Fortress as well as improving city infrastructure and services for visitors, both domestic and foreign. Based on the research above, the author is interested in analyzing the role of tourist trust in mediating security and interest in returning to Kuto Besak Fort. In this research, it is research using a quantitative approach. This study's method of gathering data included using Google Forms questionnaires and library research. A sample of 180 people used was taken with purposive sampling. The findings of this research show that security has no partially negative and significant influence on trusts, security does not have a partially and significant negative impact on returning visit interests, interest in returning visit is significantly and partially influenced by trust and through trust, security has nothing to do with return visit interest.*

**Keywords:** Security; Return Visit Interest; Trust; Benteng Kuto Besak Palembang

## **ABSTRAK**

Masalah keamanan kerap muncul pada pengunjung di Benteng Kuto Besak ini. Masalah ini nampaknya muncul kembali setiap tahun, sehingga merusak reputasi wilayah tersebut sebagai tujuan wisata yang diinginkan. Oleh karena itu, diperlukan tindakan yang lebih komprehensif dan rinci untuk mengatasi masalah ini. Langkah-langkah tersebut antara lain peningkatan keamanan dan pengawasan di Benteng Kuto Besak serta peningkatan infrastruktur kota dan layanan bagi pengunjung, baik domestik maupun mancanegara. Berdasarkan penelitian di atas, penulis tertarik untuk menganalisis peran kepercayaan wisatawan dalam memediasi keamanan dan minat kunjung kembali pada Benteng Kuto Besak. Penelitian ini dilakukan dengan metodologi kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan kuesioner melalui google form. Sampel yang digunakan berjumlah 180 orang, dengan cara purposive sampling. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan tidak mempunyai pengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap kepercayaan, keamanan tidak mempunyai pengaruh negatif secara parsial dan signifikan terhadap minat kunjung kembali, kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat kunjung kembali dan keamanan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat kunjung kembali melalui kepercayaan.

**Kata Kunci:** Keamanan; Minat Kunjung Kembali; Kepercayaan; Benteng Kuto Besak Palembang

## PENDAHULUAN

Masyarakat lokal yang berpartisipasi aktif dalam bisnis pariwisata dikenal dengan pariwisata domestik (Mato & Mosoma, 2022). Sektor pariwisata domestik yang berkembang dapat menarik wisatawan di luar jam sibuk dan secara signifikan meningkatkan profitabilitas, produktivitas, dan stabilitas ekonomi sektor tersebut secara umum (Mato & Mosoma, 2022). Selain itu, pariwisata domestik sangat penting bagi masyarakat karena digunakan oleh pemerintah sebagai alat untuk pertumbuhan ekonomi, untuk mengentaskan kemiskinan lokal, untuk menutup kesenjangan kekayaan, untuk meningkatkan infrastruktur, untuk mengelola musim regional, dan untuk mengurangi tekanan kepadatan melalui penetapan harga opsional (Mato & Mosoma, 2022). Alih-alih menghilangkan keragaman budaya masyarakat adat, pariwisata domestik justru memungkinkan masyarakat lokal untuk memahami dan melindungi mereka (Mato & Mosoma, 2022).

Salah satu pilar utama bisnis pariwisata adalah keamanan pariwisata (Ko & Song, 2021). Kekhawatiran serupa di seluruh dunia yang berdampak pada wisatawan dan destinasi adalah keamanan destinasi pariwisata (Dirgantara dkk, 2023). Namun demikian, tampaknya posisi pasar semakin bergantung pada keamanan wisatawan (Kaszas & Keller, 2022). Kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh

tujuan keamanan di tempat wisata (Hashemi et al., 2022). Wisatawan lebih cenderung untuk kembali lagi dan menyarankan suatu tujuan kepada orang lain jika mereka merasa aman dan nyaman di sana. Namun, jika kenyamanan dan keselamatan wisatawan tidak terjamin, hal tersebut dapat berdampak negatif pada sektor perjalanan dan pariwisata serta membahayakan keselamatan pengunjung (Dirgantara et al., 2023).

Kinerja suatu destinasi wisata sangat bergantung pada pengalaman pengunjung selama berada di sana (Kumbara dkk, 2020). Wisatawan tampaknya menganggap hal ini sebagai hal menarik yang tidak boleh mereka abaikan (Kumbara dkk, 2020). Pengalaman wisatawan dimulai bahkan sebelum mereka sampai di lokasi dan berakhir ketika mereka merenungkannya dan memutuskan untuk kembali (niat) (Kumbara dkk, 2020). Lokasi, fasilitas, dan layanan semuanya mempengaruhi daya tarik wisatawan dan kemungkinan mereka untuk kembali (Ginting dan Winata, 2023).

Bagi wisatawan, kepercayaan adalah ukuran ketergantungan dan legitimasi elemen penting (Artigas et al, 2017; Marinao et al, 2012). Wisatawan akan pergi ke tempat-tempat yang dapat diandalkan dan dipercaya (Han & Hyun, 2015). Kepercayaan dan pariwisata bersatu membentuk satu kesatuan yang saling menguntungkan (Jebbouri et al., 2022). Niat wisatawan untuk berkunjung

kembali (Abubakar et al., 2017), opini terhadap suatu destinasi (Chen dan Phou, 2013), dan kunjungan kembali (Su et al., 2014) semuanya dipengaruhi oleh kepercayaan, yang merupakan komponen dasar perjalanan. keputusan.

Indonesia, negara kepulauan terbesar di dunia, mempunyai banyak hal sumber daya alam, termasuk pantai, bukit, gunung, danau, sungai, hutan, dan lautan. Dengan pengelolaan yang baik, sumber daya tersebut hal ini mungkin dapat memberikan dampak positif bagi negara Indonesia (Setiawan, 2015). Daerah mana pun yang memiliki sumber daya alam berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap penyediaan aliran pendapatan (Setiawan, 2015). Selain itu, Indonesia merupakan tujuan wisata populer bagi wisatawan asing, termasuk mereka yang mengidentifikasi diri sebagai warga negara Indonesia karena sifatnya yang ramah, biaya hidup yang rendah jika dibandingkan dengan negara lain, dan kekayaan keragaman adat istiadat, budaya, agama, etnis, dan faktor lainnya yang dapat memberikan manfaat besar bagi bangsa dari pariwisata, baik dalam negeri maupun luar negeri.

Wilayah Sumatera Selatan terkenal dengan daya tarik wisatanya, antara lain pemandangan alam yang indah dan sumber daya lainnya yang melimpah. Terletak di wilayah selatan Pulau Sumatera, Sumatera Selatan atau yang disingkat menjadi Sumsel merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di pulau Sumatera dan terdiri dari 17 kota/kabupaten, dengan 4 kota dan 13 kabupaten. Setiap kota atau kabupaten di Sumatera Selatan berpotensi menjadi

tujuan wisata populer karena keindahan alam, kekayaan budaya, dan sumber daya lainnya. Zona destinasi pariwisata akan menghasilkan pendapatan yang signifikan bagi berbagai daerah jika dikelola dengan baik.

Ibu kota Provinsi Sumatera Selatan merupakan kota Palembang dengan mempunyai kekayaan sumber daya alam dan sumber daya lainnya yang melimpah yang dapat diolah menjadi destinasi atau atraksi wisata. Kota tertua di Indonesia adalah Palembang, juga dikenal sebagai "Bumi Sriwijaya" karena pada abad kesembilan, kerajaan Sriwijaya yang menguasai nusantara dan Semenanjung Malaya serta kerajaan maritim Buddha terbesar di Asia Tenggara. Palembang juga dikenal sebagai "kota pempek" karena pempek merupakan masakan lokal.

Benteng Kuto Besak merupakan sebuah benteng kuno peninggalan Kesultanan pada masa pemerintahan Sultan Mahmud Badaruddin. Benteng Kuto Besak atau yang dikenal dengan BKB merupakan sebuah benteng kuno yang terletak di Jalan Sultan Mahmud Badarudin, Kelurahan 19 Ilir, Kecamatan Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Kode Pos 30113. Benteng Kuto Besak terletak di sebelah utara atau di pinggir dari Sungai Musi, sehingga bila wisatawan yang berkunjung ke Sungai Musi akan berada di Benteng Kuto Besak. Di Benteng Kuto Besak terdapat Sungai Musi, museum Sultan Mahmud Badaruddin II, jembatan Ampera, tugu Ikan Belida, dan dermaga point Benteng Kuto Besak yang masih bisa menjadi tempat berwisata bagi wisatawan.

Permasalahan keamanan sering kali muncul pada wisatawan pada Benteng Kuto Besak. Pertemuan yang tidak menyenangkan biasa terjadi pada wisatawan, dan sering terjadi insiden di lingkungan sekitar. Aktivis media sosial telah memperhatikan hal ini karena laporan pengalaman perjalanan yang buruk telah menjadi viral di situs-situs seperti YouTube, TikTok, Instagram, Twitter, dan Instagram. Masalah ini tampaknya muncul kembali setiap tahun, sehingga dapat merusak reputasi kawasan tersebut sebagai tujuan wisata yang diinginkan. Oleh karena itu, diperlukan tindakan yang lebih menyeluruh dan rinci untuk mengatasi masalah ini. Tindakan ini mencakup peningkatan keamanan dan pengawasan di Benteng Kuto Besak serta peningkatan infrastruktur dan layanan kota bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pariwisata**

Menurut Undang-undang no. 10 tahun 2009, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai jenis kegiatan yang dapat dilakukan di suatu daerah tujuan wisata dengan dukungan instansi pemerintah daerah, pengelola destinasi wisata, serta fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat setempat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pariwisata dapat diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan dan rekreasi. Menurut *World Trade Organization* (WTO) dalam Ismayanti (2010), mendefinisikan pariwisata sebagai praktik orang yang berkunjung dan bertempat tinggal

sementara di tempat selain lingkungan sehari-harinya untuk tujuan pariwisata.

### **Wisata**

Menurut Undang-undang no. 10 tahun 2009, wisata dapat didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke daerah tujuan wisata dengan tujuan untuk melepas penat, berkembang sebagai manusia, atau mempelajari fitur unik dari tempat yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu. Menurut Harahap (2018), wisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat wisata dengan tujuan untuk melepas penat, mengembangkan diri, atau menambah pengetahuan tentang objek wisata setempat pada saat melakukan kunjungan singkat.

### **Keamanan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mengartikan keamanan sebagai tidak adanya risiko atau gangguan. Menurut Tarlow (2019), keamanan adalah tindakan melindungi wisatawan dan staf pariwisata dari bahaya yang dilakukan oleh pihak ketiga. Keamanan adalah perlestarian individu, lokasi, atau negara dari bahaya yang sengaja (Tarlow, 2019). Sesuatu yang bersifat kausatif disebut sebagai keamanan (Tarlow, 2019). Menjaga kebebasan esensial dikenal sebagai keamanan manusia. Hal ini memerlukan perlindungan individu terhadap risiko dan keadaan yang serius, meluas, dan berbahaya (Youssef et al, 2023).

Hal ini memerlukan pengembangan institusi yang memungkinkan individu

bertahan hidup pada tingkat politik, ekonomi, militer, dan budaya (Williams, 2012). Menurut Youssef et al (2023), terdapat empat jenis utama insiden keamanan yang dapat berdampak negatif terhadap wisatawan dan sektor pariwisata secara keseluruhan. Ada tiga kategori orang yang melakukan kejahatan di destinasi wisata, yaitu penduduk lokal terhadap wisatawan, wisatawan terhadap wisatawan lain, dan pelaku bisnis pariwisata terhadap wisatawan (Mataković & Mataković, 2019). Saat menuju tujuan wisata, keamanan harus stabil dan memberikan rasa tenang tanpa rasa khawatir (Amalia, 2020). Berikut hal-hal yang diyakini wisatawan sebagai aman (Amir et al, 2015; Manui & Wongsai, 2017):

- a. Aksesibilitas destinasi wisata;
- b. Pelayanan publik;
- c. Kualitas jalan;
- d. Jalan wisata pada siang hari
- e. Jalan pada malam hari
- f. Sikap terhadap lingkungan sekitar.

### **Minat Kunjung Kembali**

Menurut Yandi et al (2023), teori minat kunjung kembali dan minat beli memiliki sifat yang sebanding. Keinginan untuk membujuk seseorang agar melakukan hal yang sama disebut dengan minat (Pujiyanti & Sukaatmadja, 2019). Minat kunjung kembali merupakan karakteristik manusia yang diwujudkan sebagai suatu perilaku dalam menanggapi suatu destinasi, yang menunjukkan minatnya untuk kembali ke sana (Pahlevi, 2019). Seseorang yang menunjukkan rencana untuk dapat menyelesaikan banyak hal dalam waktu singkat dikatakan mempunyai minat untuk

kembali (Basiya & Rozak; Ma'rifatun, 2018).

Pengunjung yang berencana untuk kembali dapat menunjukkan bahwa mereka bersedia untuk kembali dan juga dapat menyarankan agar orang lain mengunjungi lokasi wisata tersebut (Allameh et al., 2015). Ketika wisatawan mengungkapkan keinginan untuk kembali ke daerah tujuan wisata yang sama di masa yang akan mendatang, hal ini menunjukkan bahwa mereka menghargai daerah tujuan wisata tersebut dibandingkan daerah tujuan wisata lainnya (Isnaini, 2017). Minat kunjung kembali adalah keinginan hakiki untuk melakukan lebih banyak kunjungan ke destinasi wisata yang pernah dikunjungi sebelumnya (Suryani, 2017). Berikut indikator dari minat kunjung kembali (Suryani, 2017; Mohaidin et al, 2017; Minfang & Hanyu, 2014), yaitu:

- a. Minat berkunjung kembali;
- b. Niat untuk merekomendasikan;
- c. Pengalaman atau kesan;
- d. Daya tarik wisata.

### **Kepercayaan**

Komponen penting dari kemitraan adalah kepercayaan (Agusti et al, 2020). Saat berinteraksi dengan orang lain, orang sering kali membuat penilaian cepat tentang mereka dan menentukan apakah mereka akan dipercaya atau tidak (Agusti et al, 2020). Kepercayaan harus ada dalam hubungan seseorang dengan individu lain (Agusti et al, 2020; Solomon & Flores, 2019). Kepercayaan adalah sebuah keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau salah berdasarkan bukti, opini, pengalaman, dan intuisi pelanggan (Kotler & Keller, 2018).

Kepercayaan adalah kemampuan seseorang untuk mengandalkan orang lain untuk melakukan transaksi tertentu dengan cara yang dapat diprediksi dalam situasi yang serampangan diukur dari kepercayaannya (Priansa, 2017; Ba dan Pavlou, 2002). Kepercayaan perlu dibangun sebelum pihak-pihak tertentu berkomunikasi atau bekerja sama (Priansa, 2017; McKnight, Kacmar, Choudry; Cachman dan Zaheer, 2006). Kepercayaan adalah komponen penting dari komitmen dan janji adalah kemampuannya untuk dipenuhi dengan cepat. Adapun dimensi kepercayaan, yaitu:

- a. Terpercaya, Keandalan, ketulusan, kejujuran, integritas, dan kebaikan kemampuan merupakan faktor-faktor yang membuat suatu layanan dapat dipercaya di mata pelanggan;
- b. Skala interpersonal, mengukur interaksi interpersonal yaitu kualitas hubungan seseorang dengan orang lain di lingkungan terdekatnya. Interaksi positif antara bisnis dan pelanggan adalah definisi lain dari hubungan interpersonal.

### **Wisatawan**

Menurut Undang-undang no. 10 tahun 2009, mendefinisikan wisatawan sebagai individu atau grup yang sedang dalam melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata dengan maksud untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata. Seseorang yang didapat dikatakan wisatawan jika melakukan perjalanan dan mengunjungi destinasi wisata tertentu dengan tujuan berlibur, menjalankan bisnis berolahraga,

berobat, atau belajar (Suryadana, 2013). Berikut kategori wisatawan:

- a. Wisatawan domestik, yaitu wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata di negaranya sendiri. Wisatawan domestik biasa disebut dengan wisatawan nusantara atau wisnus pada Indonesia;
- b. Wisatawan mancanegara atau yang disingkat dengan wisman atau yang dikenal dengan wisatawan asing adalah wisatawan yang pergi ke luar negara untuk mengunjungi negara-negara yang merupakan destinasi wisata populer;
- c. Wisatawan individu adalah wisatawan yang melakukan perjalanan sendirian tanpa didampingi oleh orang lain. Wisatawan individu biasanya membuat rencana sendiri untuk penginapan, moda transportasi, dan mereka biasanya lebih fleksibel dalam menentukan tujuan dan rencana perjalanan;
- d. Wisatawan grup adalah sekelompok orang yang sedang melakukan perjalanan dalam kelompok yang lebih besar untuk melakukan perjalanan wisata. Biasanya wisatawan grup berbentuk wisata yang lebih sederhana perencanaannya dan lebih memilih menyediakan agen perjalanan untuk menyerahkan akomodasi, transportasi, dan kebutuhan lainnya;

Wisatawan bisnis adalah orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan keperluan bekerja atau berbisnis tetapi sambil melakukan perjalanan wisata. Wisatawan bisnis biasanya berkonsentrasi pada tujuan utama mereka, seperti menghadiri *meeting* atau seminar.

## **METODE**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian dengan melakukan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, data dikumpulkan dari populasi dan sampel tertentu, kemudian instrumen penelitian dan analisis data statistik digunakan untuk mengkarakterisasi dan mengevaluasi hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2020). Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel dengan mempertimbangkan unsur-unsur tertentu. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 180 responden.

Kuesioner menggunakan google formulir dan tinjauan literatur adalah dua teknik yang diterapkan selama pengumpulan data. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang meminta tanggapan responden dalam bentuk pernyataan tertulis atau serangkaian pertanyaan (Sugiyono, 2020). Kuesioner adalah alat yang berguna untuk mengumpulkan data jika peneliti mengetahui semua variabel yang ingin dinilainya dan apa yang peneliti antisipasi dari responden (Sugiyono, 2020). Perangkat lunak bernama IBM SPSS Statistics versi 23 akan digunakan untuk menangani informasi yang dikumpulkan dari jawaban kuesioner. Pengujian seperti uji t, koefisien determinasi, uji sobel, dan analisis jalur akan dilakukan terhadap data yang diperoleh dari temuan kuesioner.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Berdasarkan karakteristik responden tentang peran kepercayaan

wisatawan dalam memediasi keamanan dan minat kunjung kembali bahwa pada karakteristik responden usia mayoritas pengunjung di Benteng Kuto Besak adalah rentang usia 17-26 tahun sejumlah 148 orang dengan persentase sebesar 82,2% serta diikuti oleh rentang usia 27-36 tahun sejumlah 11 orang dengan persentase sebesar 6,1%, rentang usia 37-46 tahun sejumlah 6 orang dengan persentase sebesar 3,9%, rentang usia 47-56 tahun sejumlah 6 orang dengan persentase sebesar 3,3%, rentang usia <17 tahun sejumlah 4 orang dengan persentase sebesar 2,2%, dan rentang usia >57 tahun sejumlah 4 orang dengan persentase sebesar 2,2%.

Berdasarkan karakteristik responden tentang peran kepercayaan wisatawan dalam memediasi keamanan dan minat kunjung kembali bahwa pada karakteristik responden jenis kelamin mayoritas pengunjung di Benteng Kuto Besak adalah wanita sejumlah 124 orang dengan persentase sebesar 68,9% dan pria sejumlah 56 orang dengan persentase sebesar 31,1%.

Berdasarkan karakteristik responden tentang peran kepercayaan wisatawan dalam memediasi keamanan dan minat kunjung kembali bahwa pada karakteristik responden asal wisawatan mayoritas pengunjung di Benteng Kuto Besak adalah dari dalam Palembang sejumlah 101 orang dengan persentase sebesar 56,1% dan dari luar Palembang sejumlah 79 orang dengan persentase sebesar 43,9%.

Berdasarkan karakteristik responden tentang peran kepercayaan wisatawan dalam memediasi keamanan dan minat kunjung kembali bahwa pada

karakteristik responden pekerjaan mayoritas pengunjung di Benteng Kuto Besak adalah pelajar/mahasiswa sejumlah 107 orang dengan persentase sebesar 59,4% serta diikuti oleh pekerjaan pegawai swasta sejumlah 30 orang dengan persentase sebesar 16,7%, ibu rumah tangga sejumlah 16 orang dengan persentase sebesar 8,9%, wirausaha sejumlah 9 orang dengan persentase sebesar 5%, pegawai negeri/PNS sejumlah 6 orang dengan persentase sebesar 3,3%, wiraswasta sejumlah 2 orang dengan persentase sebesar 1,1%, pendakwah sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, MUA sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, fresh graduate sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, pensiun sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, pegawai kontrak sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, guru ngaji sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, pencari kerja sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, pelaut sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, customer service officer PT Angkasa Pura sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%, dan pegawai BUMN

sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 0,6%.

Berdasarkan karakteristik responden tentang peran kepercayaan wisatawan dalam memediasi keamanan dan minat kunjung kembali bahwa pada karakteristik responden frekuensi kunjungan mayoritas pengunjung di Benteng Kuto Besak adalah >5 kali kunjungan sejumlah 101 orang dengan persentase sebesar 56,1% serta diikuti oleh 1 kali kunjungan sejumlah 34 orang dengan persentase sebesar 18,9%, 3-4 kali kunjungan sejumlah 23 orang dengan persentase sebesar 12,8%, dan 2 kali kunjungan sejumlah 22 orang dengan persentase sebesar 12,2%.

### Uji t

Dalam uji t, maka akan menggunakan cara untuk mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  dengan menentukan derajat kebebasan yaitu dengan menentukan rumus sebagai berikut:

$$df = n - k - 1$$

$$df = 180 - 3 - 1$$

$$df = 176$$

Maka, nilai  $t_{tabel}$  penelitian ini adalah 1,97353. Berikut hasil temuan uji t yang ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji t**

Dependen	Independen	t	Sig.
Kepercayaan	Keamanan	-0,494	0,662
Minat Kunjung Kembali	Keamanan	-0,373	0,710
	Kepercayaan	7,625	0,000

(Sumber: Data Primer, 2024)

Pada tabel 1 menggambarkan bagaimana hasil uji t ditentukan sebagai berikut:

- Keamanan terhadap kepercayaan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,494 dan nilai signfikansi sebesar 0,622, maka disimpulkan bahwa keamanan

secara parsial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan.

- b. Keamanan terhadap minat kunjung kembali diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,373 dan nilai signfikansi sebesar 0,710, maka disimpulkan bahwa keamanan secara parsial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali.
- c. Kepercayaan terhadap minat kunjung kembali diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,625 dan nilai signfikansi sebesar

0,000, maka disimpulkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali.

**Koefisien Determinasi**

Besar kecilnya persentase selisih variabel independen dan dependen ditentukan dengan menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berikut hasil temuan uji koefisien determinasi pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I**

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,268 <sub>a</sub>	,072	,061	1,836
a. Predictors: (Constant), Keamanan			

(Sumber: Data Primer, 2024)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji koefisien determinasi, nilai R Square adalah 0,072 yang mencerminkan besarnya pengaruh. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:  
 $KD = R^2 \times 100\%$

$KD = 0,072 \times 100\%$   
 $KD = 7,2\%$

Pada perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa keamanan memiliki dampak besaran sebesar 7,2% terhadap kepercayaan, dan faktor lain menyumbang 92,8% lainnya.

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II**

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,499 <sub>a</sub>	,249	,240	5,014
a. Predictors: (Constant), Keamanan			

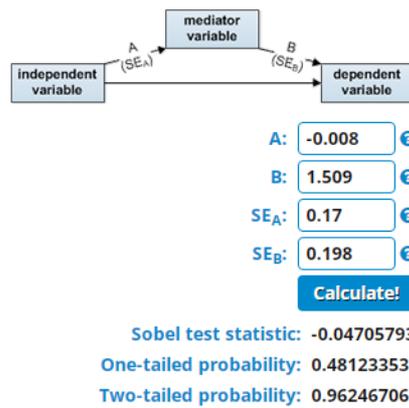
(Sumber: Data Primer, 2024)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji koefisien determinasi, nilai R Square adalah 0,249 yang mencerminkan besarnya pengaruh. Adapun cara menghitung koefisien determinasi sebagai berikut:  
 $KD = R^2 \times 100\%$   
 $KD = 0,249 \times 100\%$

$KD = 24,9\%$

Pada perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki dampak sebesar 24,9% terhadap minat kunjung kembali, dan sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Sobel Test**



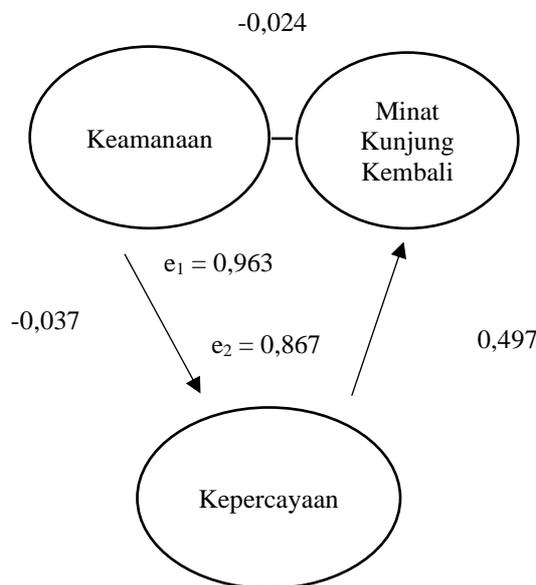
**Gambar 1. Uji Sobel Test**

(Sumber: Kalkulator Sobel Test, 2024)

Berdasarkan gambar 1, hasil sobel test menunjukkan bahwa mendapatkan nilai sebesar -0,047, serta probabilitas satu sisi  $0,481 > 0,05$  dan dua sisi  $0,962 > 0,05$ . Maka disimpulkan bahwa

hubungan antara keamanan dan minat kunjung kembali tidak dapat dimediasi oleh kepercayaan.

**Path Analysis**



**Gambar 2. Diagram Jalur**

(Sumber: Data Primer, 2024)

Pada gambar 2, merupakan interpretasi dari hasil jalur. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh langsung dan tidak langsung

Pengaruh keamanan terhadap minat kunjung kembali sebesar -0,024, sedangkan pengaruh tidak langsung keamanan melalui kepercayaan terhadap

minat kunjung kembali sebesar  $(-0,037 \times 0,497) = -0,018389$  maka total pengaruh langsung + tidak pengaruh langsung sebesar  $-0,042389$ . Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa keamanan melalui kepercayaan secara pengaruh tidak langsung dan secara parsial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali dan hubungan antara keamanan dan minat kunjung kembali tidak dapat dimediasi oleh kepercayaan.

### KESIMPULAN

Menurut temuan penelitian penulis, hal itu menunjukkan bahwa keamanan secara parsial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan, keamanan secara parsial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali, kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali, dan keamanan secara pengaruh tidak langsung dan secara parsial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali melalui kepercayaan serta kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara keamanan dan minat kunjung kembali. Adapun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah dapat mengungkapkan variabel-variabel lain seperti citra destinasi, fasilitas, daya tarik wisata sehingga dapat mengungkapkan faktor-faktor yang lebih berdampak pada Benteng Kuto Besak, menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, serta menjadi ilmu pengetahuan atau wawasan baru bagi penelitian selanjutnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. Mohammed., et al. (2017). eWOM, Revisit Intention, Destination Trust and Gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 220–227. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.005>.
- Agusti, M., Utari, W., & W, N. M. (2020). Analisis Pengaruh Promosi dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung dengan Kepercayaan sebagai Variabel Perantara (Studi pada Wisatawan Desa Wisata Energi Migas Teksas Woconolo di Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 804–818. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.397>.
- Allameh, S. M., et al. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions, the role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 191-207. <http://dx.doi.org/10.1108/APJML-12-2013-0159>.
- Amilia, S. (2020). Pengaruh Akses/Keterjangkauan dan Keamanan/Kenyamanan terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Hutan Mangrove Kota Langsa. *Jurnal Samudera Ekonomika*, 4(1), 31-40.
- Amir, A. F., Ismail, M. N. I., & See, T. P. (2015). Sustainable Tourist Environment: Perception of International Women Travelers on Safety and Security in Kuala Lumpur. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168, 123-133.

- <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.218>.
- Chen, C., & Phou, S. (2013). A closer look at destination: Image, personality, relationship and loyalty. *Journal of Tourism Management*, 36, 269–278. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.015>.
- Dirgantara, A. R., Zallesa, S., Baswarani., dan Tunjung, D. (2023). Tourist Comfort and Safety Study Case Study: Ogan Komering Ilir District. *Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management*, 6(2), 1-12. <https://doi.org/10.46837/journey.v6i2.159>.
- Ginting, K. B. R., & Winata, E. (2023). The Influence of Facilities, Services, and Location on the Interest in Return Visits of Tourists in Juma Will Dokan. *Journal of Economy*, 12(3), 374-378.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2015). Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness. *Journal of Tourism Management*, 46, 20–29. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.003>.
- Harahap, M. A. (2018). Tanggapan Pengunjung terhadap Fasilitas Objek Wisata Rumah Batu Serombou di Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 12(2), 10-27.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Isnaini, P. R. (2017). *Pengaruh Citra Merek Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung serta Dampaknya pada Minat Kunjung Ulang (Survei pada pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu yang termasuk kategori Genarasi Millenial)*. (Skripsi, Universitas Brawijaya). Dari <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/8993/>.
- Jebbouri, A., et al. (2022). Impact of Destination Image Formation on Tourist Trust: Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-17. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2022.845538>.
- Kaszas, N., & Keller, K. (2022). The Emergence of Safety and Security in the Tourism Strategies of EU Member States. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 45(4), 1717-1725. <http://dx.doi.org/10.30892/gtg.454spl21-992>.
- Ko, Y. D., & Song, B. D. (2021). Complementary Cooperation of CCTV and UAV Systems for Tourism Security and Sustainability. *Journal Sustainability*, 13(19), 10693. <http://dx.doi.org/10.3390/su131910693>.
- Kumbara, V. B., Afuan, M., & Putra, R. B. (2020). Influence of Motivation Tourist and Tourist Experience Interest to Tourist Visit Back to Tourism in West Sumatera: Seeking Novelty Mediation as Variable. *International Journal of*

- Digital Business Management*, 2(1), 182-194. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i1.645>.
- Manui, J., & Wongsai, S. (2017). *Tourists' Perceptions on Safety and Security : a Case Study of Phuket Island of Thailand*. Conference: International Statistical Institute Regional Statistics Conference at Bali, Indonesia, 20-24 March 2017, Indonesia (Session CPS34), July.
- Ma'rifatun, S. (2018). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengunjung Pantai Suwuk). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11-9.
- Matakovic, H., & Matakovic, I. C. (2019). The impact of crime on security in tourism. *Security and Defence Quarterly*, 27(5), 1-20.
- Mato, M. & Mosoma, D. (2022). Factors Influencing Domestic Tourism in Tanzania: A Case of Arusha City. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 6(4), 1-11.
- Mingfang, Z., & Hanyu, Z. (2015). Research on the Causal Relationship between Antecedent Factors, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty. *Journal of Economics, Business, and Management*, 3-7, 683–686.
- Pahlevi, R., Sinulingga, S., & Sibarani, R. (2019). Analysis of the Effect of Product and Tourism Promotion on Tourist Return Interests in Dairi Regency. *International Journal of Research & Review*, 6(10), 308-314.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, I. (2015). *Potensi Destinasi Wisata di Indonesia menuju Kemandirian Ekonomi*. Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbak.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi*. R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryadana, M. L. (2013). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisata dalam Paradigma Integratif-Transformatif Menuju Wisata Spiritual*. Bandung: Humaniora.
- Suryani, D. D. (2017). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Pulau Pahawang Lampung*. (Skripsi, Universitas Sanata Dharma).
- Tarlow, P. (2019). Security challenges in tourism-oriented economics: lessons from the Carribean. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(6), 731-742. <http://dx.doi.org/10.1108/WHATT-09-2019-0054>.
- Williams, P.D. (Ed.). (2012). *Security studies: An introduction*. Routledge, 1st-ed.
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan (Literature

- review). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(1), 14-27.
- Youssef, O. H., Eljalil, S. G. Abd., & Magdy, A. M. (2023). An assessment of the quality of safety and security measures at tourist sites in Luxor. *Minia Journal of Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 41-62.
- Priyanto, A., Rahmat, S., & Didin. (2020). Pengaruh Komunikasi Guide Terhadap Revisit Intention Wisatawan (Studi Pada Perilaku Wisatawan di Museum Geologi Bandung). *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(1), 29–35.
- Rothschild, P. C. (2011). Social media use in sports and entertainment venues. *International Journal of Event and Festival Management*, 2(2), 139–150.
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341–357.
- Sintia, N., Batusangkar, I., Rahim, F., & Batusangkars, I. (2021). Pengaruh Pembatalan Tour De Singkarak (TDS) 2021 Terhadap Ajang Promosi Wisata Tanah Datar. *I-Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah*, 2(2). 94-102.