



Peran Wisata Edukasi, Niat Perilaku dan Lokasi dalam Mendorong Niat Kunjungan Ulang Wisata Edukasi Berbasis Industri Lokal

Dafani Suprianto¹, Reksa nanda Prayoga^{1*}, Wardatul Chamro¹, Aji Nurrohman¹, Moch. Agung Try Setyo¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Kadiri

Diterima 24 Desember 2025/ Direvisi 20 Januari 2026/ Disetujui 27 Januari 2026

ABSTRAK

Edukasi berbasis industri lokal merupakan bentuk pariwisata yang mengintegrasikan aktivitas pembelajaran dan rekreasi sehingga mampu memberikan pengalaman bermakna bagi pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran lokasi, niat dan peran wisata edukasi terhadap niat kunjungan yang dikaji menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 30 mahasiswa semester 3 Fakultas Pertanian Universitas Kadiri yang berpartisipasi dalam kegiatan wisata edukasi di PT Rumah Atsiri Indonesia. Kerangka TPB digunakan untuk, menjelaskan pembentukan, niat perilaku yang mencerminkan sikap, dukungan sosial, dan kemampuan individu dalam merencanakan kunjungan kembali. Data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelaksanaan wisata edukasi di Rumah Atsiri Indonesia memperoleh penilaian sangat baik, khususnya pada aspek penyampaian materi pembelajaran, ketersediaan fasilitas,, nilai edukatif, serta pengalaman langsung mengenai tanaman dan proses pengolahan atsiri. Niat perilaku mahasiswa termasuk dalam kategori sangat tinggi, yang mencerminkan sikap positif serta kecenderungan yang kuat untuk melakukan kunjungan ulang. Aspek lokasi dinilai baik dari sisi kenyamanan dan kejelasan akses, meskipun kemudahan transportasi masih menjadi pertimbangan bagi sebagian responden. Niat kunjungan ulang mahasiswa tergolong tinggi, ditunjukkan oleh keinginan, untuk kembali berkunjung, mengikuti kegiatan edukasi lanjutan, serta merekomendasikan destinasi kepada pihak lain. Secara keseluruhan, wisata edukasi dan faktor lokasi memiliki berperan yang signifikan dalam membentuk niat untuk melakukan kunjungan ulang, dengan niat perilaku sebagai komponen kunci sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*.

Kata kunci: Industri lokal; *Theory planned behavior*; Wisata edukasi

ABSTRACT

Local industry-based education is a form of tourism that integrates learning and recreational activities to provide meaningful experiences for visitors. The purpose of this study is to determine the roles of location, intention, and educational tourism in visitation intention, which is examined using the Theory of Planned Behavior (TPB). This study employed a quantitative, survey-based approach, distributing questionnaires to 30 third-semester students of the Faculty of Agriculture, Kadiri University, who participated in educational tourism activities at PT Rumah Atsiri Indonesia. The TPB framework was used to explain the formation of behavioral intentions that reflect attitudes, social support, and individual ability in planning return visits. The data was analyzed using multiple linear regression. The results of the analysis show that the educational tours at Rumah Atsiri Indonesia received excellent ratings, particularly in terms of the delivery of learning materials, the availability of facilities, educational value, and hands-on experience with plants and the essential oil processing process. The students' behavioral intentions were categorized as very high, reflecting a positive attitude and a strong tendency to make repeat visits. The location aspect was rated as good in terms of comfort and ease of access, although transportation convenience was still a consideration for some respondents. The students' intention to revisit was high, as demonstrated by their desire to return, participate in further educational activities, and recommend the destination to others. Overall, educational tours and location factors played a

significant role in shaping the intention to revisit, with behavioral intention as a key component, as described in the Theory of Planned Behavior

Keywords: Educational tourism; Local industry; Theory of planned behavior

PENDAHULUAN

Pariwisata edukasi adalah tipe pariwisata yang menggabungkan aktivitas, rekreasi dengan proses belajar, sehingga pengunjung bisa mendapatkan pengetahuan baru, keterampilan, atau wawasan mengenai tempat yang mereka kunjungi (Pariwisata, 2024). Fokus utama dari wisata edukasi adalah pada penyampaian pengetahuan serta pengalaman langsung, yang diperoleh melalui pengamatan, demonstrasi, dan partisipasi aktif, yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan mempengaruhi niat mereka untuk berkunjung lagi (Dwie Sulistyono, Sanaji, 2024).

Dalam analisis perilaku konsumen di sektor wisata, niat berperilaku sering kali dianggap sebagai variabel penghubung atau hasil yang dapat meramalkan tindakan yang akan diambil individu di kemudian hari, misalnya keputusan untuk kembali ke suatu lokasi wisata (Pratiwi et al., 2025). Teori yang sering digunakan untuk menjelaskan niat ini adalah Theory of Planned Behavior (TPB), yang menjelaskan bahwa sikap, norma sosial, dan kontrol yang dirasakan berkontribusi bersama dalam membentuk niat dan pada akhirnya tindakan nyata (Rizky et al., 2024). TPB banyak diterapkan dalam penelitian pariwisata untuk memprediksi niat kunjung ulang (Sitaniapessy, 2023).

Lokasi sebagai elemen dari suatu destinasi, mencakup sejauh mana lokasi tersebut dapat diakses, posisi geografisnya yang berkaitan dengan permintaan, serta kemudahan transportasi (Shofi'unnafi, 2022). Lokasi berpengaruh pada pengambilan

keputusan kunjungan, karena pengunjung mempertimbangkan biaya, waktu perjalanan, dan mudahnya akses saat merencanakan perjalanan (Diami et al., 2022). Lokasi juga dapat berfungsi sebagai variabel yang memengaruhi keterkaitan antara aspek pengalaman, seperti wisata edukasi, dengan niat pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang (Melania Sintia Dewi & Budi Istiyanto, 2025). Kajian di bidang pariwisata menunjukkan bahwa tingkat aksesibilitas dan kedekatan lokasi sering kali memberikan pengaruh signifikan terhadap niat untuk melakukan kunjungan ulang, baik secara langsung maupun melalui peningkatan kepuasan wisatawan (Dwie Sulistyono, Sanaji, 2024).

Sejumlah riset yang dilakukan di Indonesia telah mengkaji hubungan antara faktor-faktor terkait niat untuk berkunjung ulang. Penelitian yang mengevaluasi dampak daya tarik objek wisata, sarana, dan kualitas pelayanan terkait niat berkunjung ulang menunjukkan bahwa faktor-faktor dalam destinasi (termasuk elemen edukatif dan fasilitas) berpengaruh signifikan terhadap keinginan pengunjung untuk kembali, yang sering dimediasi oleh tingkat kepuasan (Agustina, 2025). Temuan ini menegaskan pentingnya pengalaman wisata yang meninggalkan kesan (memorable tourism experience) dalam meningkatkan niat untuk berkunjung kembali (Kawatu et al., 2020).

Beberapa kajian yang mengadaptasi atau mengembangkan TPB dalam konteks wisata di Indonesia menemukan variabel-variabel yang berperan penting, seperti sikap terhadap destinasi, norma subjektif, kontrol yang

dirasakan, serta pengalaman konsumen yang dapat memperkuat prediksi mengenai niat untuk kembali berkunjung (Sitaniapessy, 2023). Penelitian terbaru juga mulai mencakup variabel tambahan (misalnya pengalaman edukasi, penggunaan media sosial, citra destinasi) untuk perluasan kerangka TPB dan untuk meningkatkan kemampuan prediksi terkait niat kunjungan ulang (Subjektif et al., 2025).

Dalam kajian yang berfokus pada objek wisata yang berbasis industri lokal seperti Rumah Atsiri, sejumlah penelitian lokal menunjukkan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keputusan kunjungan, seperti kualitas pelayanan, fasilitas yang ada, aspek edukasi (informasi mengenai tanaman atsiri, proses ekstraksi), serta taktik komunikasi pemasaran yang digunakan oleh pengelola untuk menarik lebih banyak pengunjung (Rahayu & Tsuroyya, 2023). Hasil-hasil ini menunjukkan bahwa Rumah Atsiri berpotensi menjadi lokasi wisata edukasi, namun keberhasilan dalam mengajak pengunjung untuk kembali sangat bergantung pada peningkatan kualitas layanan, penyampaian materi edukasi yang menarik, dan kemudahan akses ke lokasi tersebut (Rahayu & Tsuroyya, 2023).

Dari segi empiris, beberapa penelitian lapangan mengenai objek wisata di Indonesia (seperti taman budaya, taman kota, desa wisata) menunjukkan bahwa perpaduan antara pengalaman edukatif yang berkualitas, sikap positif pengunjung, dan kemudahan akses dapat menumbuhkan niat untuk kembali. Dengan begitu, integrasi konsep wisata edukasi dalam pengelolaan destinasi diyakini mampu meningkatkan kesetiaan pengunjung serta frekuensi kunjungan mereka (Jessica & Susanto, 2024).

PT Rumah Atsiri (Rumah Atsiri Indonesia) adalah salah satu usaha di bidang pariwisata yang mengembangkan aktivitas yang berkaitan dengan tanaman atsiri, seperti kerja sama dalam pertanian, ekstraksi minyak atsiri, serta kegiatan edukasi untuk para pengunjung (Lutfiyani & Astuti, 2020). Berbagai penelitian dan laporan akademik menunjukkan bahwa Rumah Atsiri memiliki potensi sebagai destinasi wisata edukasi yang tepat untuk mahasiswa pertanian, karena memberikan kesempatan langsung dalam praktik budidaya dan pengolahan tanaman aromatik (Suwarni et al., 2021). Namun, beberapa tantangan yang dihadapi antara lain adalah perlunya peningkatan fasilitas pembelajaran di tempat, pengorganisasian program edukasi yang terstruktur, serta perbaikan dalam akses fisik (Esperanza et al., 2023).

Dalam lingkungan akademis, mahasiswa dari Fakultas Pertanian terutama yang berada di semester tiga dan mulai mempelajari praktik dasar pertanian dan pengolahan hasil pertanian adalah audiens yang tepat untuk program wisata edukasi di Rumah Atsiri (Evalina Gondokesumo et al., 2025). Peluang kerjasama antara perguruan tinggi dan dunia industri, (seperti studi lapangan, magang singkat, dan kunjungan belajar) dapat meningkatkan transfer pengetahuan sekaligus memperkuat keinginan untuk berkunjung kembali, jika pengalaman di lapangan dirancang secara interaktif, relevan dengan kurikulum, dan mudah diakses (Studi et al., 2024). Penelitian yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kunjungan ke Rumah Atsiri mengungkapkan bahwa peningkatan dalam kualitas layanan serta penyampaian edukasi adalah aspek kunci untuk meningkatkan kepuasan dan

kemungkinan, pengunjung kembali (Aldiyan Rizky, 2022).

Hasil dari penelitian pariwisata di Indonesia menunjukkan bahwa pengunjung semakin mencari pengalaman wisata yang tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga memiliki nilai edukasi dan pengalaman praktis, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswa. Tren ini memberikan kesempatan strategis bagi Rumah Atsiri untuk menjadi tujuan wisata edukasi yang menarik bagi mahasiswa Fakultas Pertanian di Universitas Kadiri, dengan syarat bahwa aspek lokasi, kualitas pendidikan, dan perilaku (niat) menjadi fokus dalam pengembangannya (Dwie Sulistyono, Sanaji, 2024).

Berdasarkan kerangka konseptual yang mencakup wisata edukasi, Teori Perilaku, Terencana (TPB), dan peran lokasi, serta tinjauan studi sebelumnya dan kondisi nyata Rumah Atsiri serta karakteristik mahasiswa pertanian, penelitian empiris sangat dibutuhkan untuk menguji dampak wisata edukasi, niat perilaku, dan lokasi terhadap keinginan untuk mengunjungi kembali di kalangan mahasiswa Fakultas Pertanian semester tiga Universitas Kadiri (Truli Nugroho et al., 2022). Penelitian ini akan mengisi kekurangan empiris mengenai efektivitas program edukasi di Rumah Atsiri dan memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan keinginan kunjung ulang ,melalui perbaikan dalam aspek edukatif, pelayanan, dan aksesibilitas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengarah untuk mengkaji secara komprehensif faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan pada wisata edukasi berbasis industri lokal. permasalahan utama dalam penelitian ini

terletak pada, bagaimana peran wisata edukasi berbasis industri lokal dalam membentuk niat perilaku wisatawan, serta sejauh mana niat perilaku tersebut berkontribusi terhadap niat kunjungan ulang. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya faktor lokasi sebagai salah satu determinan yang diduga berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap niat kunjungan ulang wisatawan. Dengan demikian, permasalahan penelitian ini mencakup analisis pengaruh wisata edukasi dan lokasi terhadap niat kunjungan ulang, serta pengujian peran niat perilaku sebagai variabel, mediasi dalam hubungan antara wisata edukasi dan lokasi dengan niat kunjungan ulang wisata edukasi berbasis industri lokal.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen data berupa kuesioner. Populasi, penelitian ini adalah mahasiswa fakultas pertanian Universitas Kadiri semester 3 yang berkunjung pada tanggal 26 November 2025 di Rumah Atsiri Indonesia, Kabupaten Karanganyar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini penyebaran kuesioner dengan Google Form, dengan jumlah sampel sejumlah 30 responden. Metode analisis data yang diterapkan menggunakan ,teknik analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Hasil Skor Likert

Data yang diperoleh melalui kuesioner kemudian ,dianalisis dan di dapatkan hasil bahwa Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner

terhadap 30 mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Kadiri diketahui bahwa:

Tabel 1. Hasil Skor Likert tiap Variabel

No.	Variabel	idx Likert (%)
1	Edukasi Wisata	83,44
2	Niat Perilaku	80,33
3	Lokasi	71,67
4	Kunjungan Ulang	76,00

Keterangan: Kategori Sangat Rendah (<20), Rendah (20-40), Sedang (40-60), Tinggi (60-80), Sangat Tinggi (80-100)

Edukasi Wisata

Mahasiswa sebagai pengujung Rumah Atsiri Indonesia memberikan skor yang sangat tinggi terhadap wisata edukasi yang diberikan yaitu 83,44%. Penilaian ini mencakup kegiatan edukasi yang ditawarkan, penambahan pengetahuan, fasilitas edukasi yang lengkap kecakapan pemandu, dan memberikan pengalaman mengenai tanaman-tanaman dan proses pengolahan atsiri yang menyenangkan.

Niat Perilaku

Niat perilaku yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kehendak untuk memiliki keinginan merencanakan suatu kegiatan, yaitu untuk berkunjung kembali. Skor nilai likert 80,33%. Artinya, responden memiliki kemampuan untuk merencanakan dan berminat untuk dapat melakukan kunjungan ulang apabila ada kesempatan.

Lokasi

Lokasi dapat memberikan keuntungan berupa dukungan maupun hambatan bagi keberlangsungan suatu wisata. Persepsi seseorang tentang lokasi wisata baik posisi maupun keterjangkuan akan memberikan persepsi positif terhadap wisata tersebut karena dianggap dapat mudah dikunjungi. Hasil skor adalah 71,67%, artinya responden memiliki persepsi

tinggi yang baik atas lokasi wisata Atsiri Indonesia. Penilaian baik ini terdiri atas jarak dan keterjangkauan lokasi, petunjuk arah yang mudah dipahami, dan area lokasi wisata yang nyaman untuk dikunjungi.

Kunjungan Ulang

Berbeda dengan niat perilaku, kunjungan ulang lebih didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan kunjungan ulang. Kunjungan ulang mendapatkan skor 76% berdasarkan skor likert, menunjukkan keinginan responden untuk melakukan kunjungan ulang adalah tinggi. Skor ini dilihat dari keinginan responden untuk mengulangi kunjungan dalam waktu dekat, mendalami lebih jauh tentang PT. Atsiri Indonesia, merekomendasikan lokasi wisata Atsiri Indonesia ke teman atau saudara.

Pengaruh Wisata Edukasi, Niat Perilaku dan, Lokasi terhadap Kunjungan Uang

Wisata edukasi, niat perilaku dan lokasi merupakan variabel-variabel praduga yang mempengaruhi responden dalam berkunjung ulang di PT. Rumah Atsiri Indonesia. Kunjungan ulang merupakan indikator yang penting untuk menjelaskan bahwa, suatu lokasi wisata dapat memberikan tingkat kepuasan dan loyalitas terhadap pengunjung,

berdasarkan pengalaman yang telah mereka dapat sebelumnya.

Untuk membuktikan variabel-variabel praduga berpengaruh terhadap

variabel independen, maka dilakukan analisis regresi linier berganda dengan hasil berikut:

.

Tabel 2. Analisis Output Koefisien Determinasi

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.789 ^a	.623	.579
Predictors: : (Constant), x3, x1, x2			

Sumber: data primer diolah, 2025

Apabila nilai adjusted R sebesar 0,579 maka dapat diasumsikan bahwa kontribusi, pengaruh variabel independen

,terhadap variabel dependen secara simultan sebesar 58%

Tabel 3. Analisis Output Uji F (Simultan)

ANOVA ^a	
Model	Sig.
1	Regression
	Residual
	Total
a. Dependent Variable: y1	
b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2	

Sumber: Data primer diolah, 2025

Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen dalam model berpengaruh

signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Output Uji T

Coefficients ^a	
	Model
1	(Constant)
	x1
	x2
	x3
a. Dependent Variable: y1	

Sumber: Data primer diolah, 2025

Jika nilai sig.<0,05, maka ada pengaruh signifikan. ,Diketahui data dalam tabel sebagai berikut: X1 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,78 yang artinya wisata edukasi tidak

berpengaruh, secara signifikan terhadap keinginan untuk berkunjung ulang ke industri PT Rumah Atsiri Indonesia; variabel X2 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,03, yang

menunjukkan bahwa niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap keinginan untuk melakukan kunjungan ulang ke PT Rumah Atsiri Indonesia. Sementara itu, variabel X3 dengan nilai signifikansi 0,05 mengindikasikan bahwa wisata edukasi juga berpengaruh signifikan terhadap keinginan berkunjung keembali ke PT Rumah Atsiri Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peran Wisata Edukasi, Niat Perilaku dan Lokasi dalam Mendorong Niat Kunjungan Ulang pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Semester 3 Universitas Kadiri, dapat disimpulkan ,bahwa wisata edukasi di PT Rumah Atsiri memberikan pengalaman yang sangat positif bagi mahasiswa, di mana seluruh ,responden menilai materi edukatif yang disampaikan menarik, mudah dipahami, serta mampu meningkatkan pengetahuan, ditunjang oleh fasilitas ,pembelajaran yang memadai dan penjelasan pemandu yang jelas. Niat perilaku mahasiswa juga berada dalam kategori sangat baik, ditandai dengan, sikap positif, dukungan lingkungan sosial, dan kemampuan merencanakan kunjungan dengan baik, menunjukkan tingginya minat terhadap wisata edukasi ,berbasis tanaman atsiri. Aspek lokasi dinilai cukup baik meskipun tidak sekuat variabel lainnya, karena meskipun lingkungan, nyaman dan petunjuk arah jelas, sebagian responden masih memberikan penilaian netral pada akses dan transportasi akibat minimnya pengalaman kunjungan sebelumnya. Niat berkunjung ulang mahasiswa tergolong tinggi, ditunjukkan oleh ketertarikan untuk kembali dan mengikuti kegiatan lain, meskipun rencana kunjungan dalam waktu dekat masih netral dan memerlukan ,pertimbangan

lebih lanjut. Secara keseluruhan, wisata edukasi, niat perilaku, dan lokasi terbukti berperan penting, dalam ,membentuk niat berkunjung ulang mahasiswa, dengan wisata edukasi sebagai faktor yang paling mendominasi dalam memengaruhi minat tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, I., Adongo, C. A., & Amuquandoh, F. E. (2017). A Structural Decompositional Analysis of Eco-Visitors' Motivations, Satisfaction and Post-Purchase Behaviour. *Journal of Ecotourism*, 8(1), 60–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14724049.2017.1380657>
- Agustina, S. M. (2025). Meningkatkan Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(4), 422–429. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i4.1991>
- Aldiyan Rizky. (2022). No Title. ה'רואות את מה שבאמת לניגד העינים. 2, 2005–2003. <https://lib.unnes.ac.id/20002/>
- Ardhiani L. N. (2013). Analisis Faktor Faktor Penerimaan Pengguna Quiooerschool.com dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) di SMA Negeri 7 Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modelling*, 53(9), 1689–1699.

- Basiya & Kozak. (2012). Kualitas Daya tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, Dinamika Kepariwisataan,. *Jurnal Pengembangan Ilmu-Ilmu Kepariwisataan & Perhotelan*, 11(2), 1–12.
- Diami, T., Syarifuddin, H., & Safri, M. (2022). Pengaruh Biaya Perjalanan, Jarak, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Kunjungan Wisata Di Kawasan Cagar Budaya Nasional Muarajambi. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 5(2), 21–31. <https://doi.org/10.22437/jpb.v5i1.21194>
- Dwie Sulistyono, Sanaji, Y. A. (2024). The influence of tourism attraction, tourism facilities, accessibility, tourism experience on tourists' revisit intentions (study on visitors to the area sararan magetan lake tourism). *Journal of Economic, Business Adn Accounting*, 7(5), 2717–2736. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/11462/7435>
- Esperanza, E., Geografi, P. S., Geografi, F., & Surakarta, U. M. (2023). *Indonesia Sebagai Wisata Edukasi Di Kecamatan*.
- Evalina Gondokesumo, M., Ardiansyahmiraja, B., & Retna Suryaningsih, D. (2025). Peningkatan Pengetahuan Melalui Pembelajaran Lapangan: Transformasi Jatijejer Menjadi Desa Atsiri Pertama di Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(Februari), 311–322. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v9i1.22963>
- Faradiba, S. R. T. A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang KonsumenT (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(1–11).
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 17(2), 28–41. <https://doi.org/10.33489/mibj.v17i2.207>
- Firmansyah, A. (2020). Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Kepuasan Konsumen Serta Niat Pembelian Ulang Pada Produk Gadai Emas Ib Barokah Di Bank Jatim Cabang Syariah Surabaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 182. <https://doi.org/https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1086>

- Fu, Y., Liu, X., Wang, Y., & Chao, R. F. (2018). How experiential consumption moderates the effects of souvenir authenticity on behavioral intention through perceived value. *Tourism Management*, 69, 356–367. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.023>
- Gibson, H. (1998). The Educational Tourist. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 32–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/07303084.1998.10605533>
- Harris, S., Ernawati, A., & Laksmitasari, R. (2014). Revitalisasi Taman Wisata Sangraja Menjadi Pusat Wisata Edukasi dan Kebudayaan di Majalengka. *Temu Ilmiah IPLBI*, 6. <https://temuilmiah.ipb.or.id/revitalisasi-taman-wisata-sangraja-menjadi-pusat-wisata-edukasi-dan-kebudayaan-di-majalengka/>
- Ihtifazhuddin. (2019). Process, People, Place dan Loyalitas Wisatawan Asing Studi Kasus Community Based Tourism (CBT) “Beach Boys Kuta” di Kuta, Lombok, Nusa Tenggara Barat. *Upajawa Dewartara*, 3(2), 67–77.
- Jessica, J., & Susanto, P. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Wisatawan untuk Berkunjung Kembali ke Taman Mini Indonesia Indah. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 7(2), 1051–1064. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i2.10397>
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., Ch Lintong, D. A., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang the Effect of Tourist Attraction on Revisit Intentions With Satisfaction As Intervening Variables At Bukit Kasih . *Jurnal EMBA*, 8(3), 400–410.
- Lainatussifa, L., Priatna, W. B., & Suwarsinah, H. K. (2021). Analisis Kepuasan dan Kepercayaan Pengunjung Agrowisata Edukasi Sentulfresh. *Forum Agribisnis*, 11(1), 45–64. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.45-64>
- Lehto, X. Y., Kim, D.-Y., & Morrison, A. M. (2006). The Effect of Prior Destination Experience on Online Information Search Behaviour. *Tourism and Hospitality Research*, 6(2), 160–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6040053>
- Lestari, V. T. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik pada Niat Beli Ulang Uji E-Satisfaction sebagai Variabel Pemediasi* (Vol. 32, Issue 3).
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (pp (ed.); Vol 3). Salemba Empat.

- Lutfiyani, Y. N. A., & Astuti, D. W. (2020). Public Private Community Partnership: Potensi Keterlibatan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Edukasi Studi Kasus: Rumah Atsiri Indonesia. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 15(2), 63–71. <https://doi.org/10.23917/sinektika.v15i2.9859>
- Maga, A., & Nicolau, P. (2018). *Conceptualizing Educational Tourism and the Educational Tourism Potential (evidence from ASEAN countries)*. 39(Cssdre), 343–348. <https://doi.org/10.2991/cssdre-18.2018.72>
- Mahfudhotin, S. & Nurfarida, I. N. (2020). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–6.
- Marhamah, S., Indrawati, D., Ph, D., & Tjahjono, I. (2016). PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK PERILAKU KONSUMEN TERHADAP NIAT PERILAKU KONSUMEN PADA BELANJA ONLINE (Studi Kasus pada Pengguna Smartphone di Jawa Barat) THE INFLUENCE OF THE FACTORS FORM CONSUMER BEHAVIOR TOWARD CONSUMER BEHAVIORAL INTENTION IN ONLINE. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 969–976.
- Mat Som, A. P., Marzuki, A., Yousefi, M., & AbuKhalifeh, A. N. (2012). Factors Influencing Visitors' Revisit Behavioral Intentions: A Case Study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 4(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.5539/ijms.v4n4p39>
- Melania Sintia Dewi, & Budi Istiyanto. (2025). Pengaruh Suasana Lingkungan, Keramahan Tuan Rumah, Serta Aksesibilitas Lokasi terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Homestay Gardu Pandang Selo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 3(4), 141–152. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v3i4.3585>
- Pariwisata, J. I. (2024). *Barat*. 7(1), 14–26.
- Pitman, T., Broomhall, S., & Majocha, E. (2011). Teaching Ethics beyond the Academy :edocational tourism, lifelong learning and phronesis. *Studis in the Education of Adult*, 43(1), 4–17.
- Pradipta, M. P. Y. (2018). Pengembangan Wisata Alternatif Sebagai Strategi Dalam Pengembangan Agrowisata di Desa Trebes Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 14(1), 1–14.

- Pratiwi, K. A., I Gusti Ayu Kt .Giantari, I Putu Gde Sukaatmadja, & Putu Yudi Setiawan. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali Wisatawan : Sebuah Tinjauan Literature Sistematis. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1), 208–224. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i1.1081>
- Prihatminingtyas, B. (2019). *Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ladungsari*. 7(2), 147–154.
- Rahayu, F., & Tsuroyya. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH ATSIRI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG Fadilah Rahayu Abstrak. *Commercium*, 6, 159–163.
- Rizky, F. M., Kurniawan, K. S., & Hilmi, M. R. R. (2024). Mediating Effect of Behavioral Intention on the Influence of Perceived Value, Attitude, and Subjective Norm on Visit Decision. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 20(2), 56–66. <https://doi.org/10.53691/jpi.v20i2.500>
- Shofi'unnafi. (2022). Analisis Deskriptif Desa Wisata Religi Mlangi Berbasis Komponen 3A (Atraksi , Aksesibilitas , Amenitas) Pariwisat. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 13(1), 70–85.
- Sitaniapessy, A. (2023). Penerapan Theory Planned Behavior Dalam Memprediksi Revisit Intention Lokasi Wisata di Pulau Ambon. *Mbia*, 22(2), 315–324. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i2.2500>
- Studi, J., Ekonomi, S. D. A. N., Kompetensi, P., Melalui, S., Pada, M., Usaha, D., Dunia, D. A. N., Studi, J., Vol, E., & Juni, N. (2024). *Jurnal studi, sosial dan ekonomi*. 5(2), 173–184.
- Subjektif, P. N., Sosial, M., Customer, D. A. N., Terhadap, E., Ulang, N. B., & Anggarini, Y. (2025). *EXTENDED THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR: Jumlah Pengunjung 2024*. 13(2), 27–42.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwarni, S., Siti Khadijah, U. L., & Rachmat, H. (2021). the Development Strategy of Educational Tourism At Rumah Atsiri Indonesia in the Era of Adapting To a New Normal. *Sosiohumaniora*, 23(1), 97. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v23i1.31668>
- Syahputra, S., & Anjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kualitas LAYANAN dan Experiential Marketing terhadap Niat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar). *Jurnal Ilmu Manajemen, Universitas Negeri Surabaya (UNESA)*, 7, 265–272.

Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>

Truli Nugroho, Alex Soares Thomas, Yeslinda Rupidara, Devi Oktavia Rina, Gabriella Charoline Violeta Toelle, & Oktaviana br Ginting. (2022). Kolaborasi Pemangku Kepentiangan Dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Edu-Tourism Rumah Atsiri Indonesia. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 18(2), 64–73. <https://doi.org/10.53691/jpi.v18i2.292>