# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Keanekaragaman sumber daya alam, budaya, tradisi, serta kekayaan kuliner menjadikan Indonesia sebagai negara dengan potensi wisata yang sangat besar. Perkembangan sektor ini tidak hanya memberikan manfaat bagi peningkatan pendapatan negara, tetapi juga mampu mendorong pertumbuhan usaha lokal, menciptakan lapangan pekerjaan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan pariwisata memiliki hubungan positif terhadap pembangunan ekonomi dan menjadi salah satu sektor yang mampu memberikan kontribusi dalam pertumbuhan wilayah di Indonesia (Octaviani & Tsani, 2025).

Seiring dengan perkembangan zaman, pola perjalanan wisatawan juga mengalami perubahan. Wisatawan saat ini tidak hanya mencari keindahan suatu destinasi, tetapi juga mengutamakan pengalaman wisata secara menyeluruh yang mencakup kualitas destinasi, keberagaman kuliner, ketersediaan fasilitas, kemudahan akses, serta kenyamanan selama melakukan perjalanan. Perubahan perilaku wisatawan tersebut menuntut pengelola destinasi wisata untuk terus

melakukan inovasi agar mampu menciptakan pengalaman yang memuaskan dan mendorong wisatawan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Penelitian mengenai perilaku wisatawan menunjukkan bahwa pengalaman yang diperoleh selama berwisata memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan keputusan untuk kembali mengunjungi destinasi wisata. Pasca pemulihan sektor pariwisata setelah pandemi, aktivitas perjalanan wisata mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan memberikan dampak positif terhadap sektor pendukung seperti transportasi, akomodasi, usaha makanan dan minuman, serta ekonomi kreatif. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa pariwisata memiliki keterkaitan erat dengan berbagai sektor ekonomi lainnya sehingga menjadi salah satu penggerak pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Penelitian oleh Fadilla, Hariyanti, dan Putri (2024) menjelaskan bahwa sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang lebih inklusif di Indonesia.

Meskipun memiliki potensi yang besar, sektor pariwisata Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Persaingan antar destinasi wisata semakin meningkat sehingga setiap pengelola destinasi perlu meningkatkan kualitas daya tarik wisata, fasilitas, serta pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Keberhasilan sebuah destinasi tidak hanya diukur dari tingginya jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari tingkat kepuasan wisatawan yang akan berdampak pada munculnya rekomendasi positif dan minat untuk melakukan kunjungan ulang. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-

faktor yang memengaruhi kepuasan dan perilaku rekomendasi wisatawan menjadi hal yang penting dalam pengembangan destinasi wisata.

Selain itu, perkembangan teknologi digital juga mengubah cara wisatawan dalam mencari informasi dan menentukan pilihan destinasi. Media digital dan berbagai platform informasi wisata membuat wisatawan lebih mudah membandingkan destinasi berdasarkan ulasan, fasilitas, pengalaman pengunjung, hingga daya tarik kuliner yang tersedia. Kemajuan teknologi tersebut menjadi peluang bagi industri pariwisata untuk memperluas promosi dan meningkatkan daya saing destinasi wisata Indonesia. Penelitian Sulistiyowati dan Rahmayani (2023) menyatakan bahwa perkembangan teknologi memiliki peran dalam mendukung penerimaan sektor pariwisata di Indonesia melalui peningkatan akses informasi dan promosi wisata.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata di Indonesia tidak hanya bergantung pada jumlah wisatawan yang datang, tetapi juga pada kemampuan suatu destinasi dalam menyediakan pengalaman wisata yang berkualitas melalui daya tarik destinasi, keberagaman kuliner, fasilitas yang memadai, serta pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan.

Kepuasan wisatawan selanjutnya dapat mendorong wisatawan untuk memberikan rekomendasi positif kepada orang lain sehingga membantu meningkatkan citra dan keberlanjutan suatu destinasi wisata. Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar karena didukung oleh keberagaman objek wisata alam,

budaya, sejarah, religi, hingga wisata kuliner. Keberadaan berbagai destinasi wisata tersebut menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu penggerak ekonomi daerah yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha masyarakat, terutama pada sektor akomodasi, transportasi, serta kuliner. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata di Jawa Timur terus menjadi perhatian pemerintah daerah agar mampu meningkatkan daya saing destinasi dan menarik lebih banyak wisatawan.

Perkembangan sektor pariwisata di Jawa Timur menunjukkan tren pemulihan dan peningkatan setelah masa pandemi. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara melalui pintu masuk Bandara Juanda mengalami peningkatan pada beberapa periode tahun 2024. Pada bulan April 2024 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 29.043 kunjungan, meningkat sebesar 134,96% dibandingkan April 2023 yang hanya 12.361 kunjungan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya peningkatan minat wisatawan untuk mengunjungi berbagai destinasi wisata di Jawa Timur.

Peningkatan aktivitas wisata juga tercermin dari tingkat penggunaan fasilitas akomodasi. Pada September 2024, tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang di Jawa Timur mencapai 56,42%, yang menunjukkan adanya pergerakan wisatawan yang cukup tinggi. Meningkatnya aktivitas wisata memberikan peluang besar bagi pelaku industri pariwisata, termasuk usaha kuliner, penyedia fasilitas wisata, serta pengelola destinasi

untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung.

Meskipun demikian, perkembangan pariwisata Jawa Timur masih menghadapi berbagai tantangan. Persaingan antar destinasi wisata semakin ketat sehingga pengelola destinasi tidak cukup hanya mengandalkan keindahan alam atau daya tarik wisata saja. Wisatawan modern cenderung mempertimbangkan kualitas pengalaman yang diperoleh selama berkunjung, seperti keberagaman kuliner, kebersihan lingkungan, kelengkapan fasilitas, kenyamanan, aksesibilitas, dan pelayanan yang diberikan. Apabila pengalaman yang diperoleh sesuai dengan harapan, wisatawan akan merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk memberikan rekomendasi positif kepada wisatawan lainnya.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata di Jawa Timur tidak hanya diukur dari peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari kemampuan suatu destinasi dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas. Oleh karena itu, faktor-faktor seperti kuliner, fasilitas wisata, dan kualitas destinasi menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan karena dapat memengaruhi kepuasan wisatawan serta mendorong munculnya rekomendasi wisata secara langsung maupun melalui media digital.

Kota Madiun merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang terus mengembangkan sektor pariwisata sebagai upaya meningkatkan perekonomian daerah. Berbeda dengan daerah lain yang mengandalkan potensi wisata alam,

Kota Madiun lebih mengembangkan konsep pariwisata perkotaan (*urban tourism*) melalui pembangunan kawasan wisata tematik, ruang terbuka publik, wisata budaya, wisata kuliner, serta berbagai ikon kota yang menarik minat wisatawan. Perkembangan destinasi seperti kawasan Pahlawan Street Center (PSC), taman tematik, pusat kuliner, dan ruang publik lainnya menunjukkan adanya transformasi Kota Madiun menjadi kota tujuan wisata yang berbasis pengalaman dan kenyamanan pengunjung.

Perkembangan sektor pariwisata di Kota Madiun terlihat dari meningkatnya perhatian pemerintah terhadap pembangunan fasilitas penunjang wisata dan penguatan ekonomi kreatif. Pariwisata dipandang sebagai salah satu sektor potensial yang mampu menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat melalui peningkatan usaha kuliner, perhotelan, perdagangan, dan jasa lainnya. Pemerintah Kota Madiun menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu strategi pembangunan daerah untuk meningkatkan daya saing kota.

Selain itu, tingginya aktivitas wisata di Kota Madiun juga terlihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan pada periode tertentu. Pada libur akhir tahun 2024, Kota Madiun tercatat menerima sekitar 250 ribu pengunjung, dan jumlah tersebut diproyeksikan meningkat menjadi 400–500 ribu pengunjung pada periode libur berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Madiun memiliki daya tarik wisata yang semakin kuat dan mampu menarik wisatawan dari berbagai daerah. Namun demikian, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan juga menghadirkan tantangan bagi pengelola destinasi wisata. Wisatawan saat ini tidak hanya mengharapkan tempat wisata yang

menarik secara visual, tetapi juga menginginkan pengalaman yang menyenangkan melalui keberagaman kuliner, kelengkapan fasilitas, kebersihan lingkungan, kenyamanan, aksesibilitas, serta pelayanan yang berkualitas. Apabila kualitas destinasi dan fasilitas yang tersedia tidak mampu memenuhi harapan wisatawan, maka tingkat kepuasan pengunjung dapat menurun sehingga berpotensi mengurangi keinginan wisatawan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Berdasarkan fenomena tersebut, keberhasilan pengembangan pariwisata Kota Madiun tidak hanya diukur dari tingginya jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari kemampuan destinasi dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas. Faktor seperti kuliner, fasilitas wisata, dan kualitas destinasi menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan karena dapat memengaruhi kepuasan wisatawan dan mendorong terbentuknya rekomendasi wisata. Hal tersebut menjadi penting untuk diteliti, terutama pada destinasi wisata perkotaan seperti Pahlawan Street Center (PSC) Kota Madiun sebagai salah satu ikon wisata yang menarik banyak pengunjung.

Dalam era digital saat ini, keputusan wisatawan dalam memilih dan mengunjungi suatu destinasi semakin dipengaruhi oleh pengalaman wisatawan lain yang disampaikan melalui rekomendasi maupun ulasan pada media sosial dan berbagai platform digital. Rekomendasi positif dari wisatawan yang merasa puas dapat menjadi sarana promosi yang efektif karena dianggap lebih terpercaya dibandingkan iklan dari pengelola destinasi. Oleh karena itu, kemampuan suatu destinasi dalam menciptakan pengalaman wisata yang

menyenangkan melalui kualitas kuliner, kelengkapan fasilitas, serta daya tarik destinasi akan berdampak terhadap terbentuknya kepuasan dan kecenderungan wisatawan untuk merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Penelitian oleh Rather (2021) menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang positif dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong munculnya perilaku rekomendasi serta loyalitas terhadap suatu destinasi.

Selain itu, kepuasan wisatawan menjadi salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan pengelolaan destinasi wisata. Wisatawan yang memperoleh pengalaman sesuai atau melebihi harapan akan memiliki kecenderungan untuk memberikan penilaian positif, melakukan kunjungan kembali, serta menyampaikan rekomendasi kepada calon wisatawan lainnya. Sebaliknya, apabila pengalaman yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka wisatawan dapat memberikan ulasan negatif yang berpotensi menurunkan citra destinasi wisata. Menurut penelitian Chen dan Rahman (2022), kepuasan wisatawan memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku pasca kunjungan seperti niat untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Gambar 1.0.1 Grafik Kunjungan Wisata tahun 2023




Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung perkembangan ekonomi daerah, termasuk Kota Madiun. Pemerintah Kota Madiun terus melakukan pengembangan konsep wisata perkotaan (*urban tourism*) melalui berbagai objek daya tarik wisata (ODTW) seperti Pahlawan Street Center (PSC), Gulun, Bumi Semendung, Waterpark Sun City, Taman Lalu Lintas Pangeran, Edu Park Ngrowo Bening, dan taman tematik lainnya. Pengembangan destinasi wisata tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya tarik kota, mendorong aktivitas ekonomi masyarakat, serta memperkuat sektor kuliner dan usaha kreatif. Data mengenai jumlah objek wisata dan kunjungan wisatawan di Kota Madiun dikelola oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga melalui portal data Pemerintah Kota Madiun.

Berdasarkan Data Kunjungan Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Kota Madiun Tahun 2023, diketahui bahwa Pahlawan Street Center (PSC) menjadi

destinasi dengan jumlah kunjungan tertinggi, yaitu mencapai 144.275 pengunjung. Jumlah tersebut jauh melampaui objek wisata lainnya, seperti Gulun sebanyak 47.800 pengunjung, Bumi Semendung sebanyak 31.565 pengunjung, dan Kebulsari sebanyak 28.497 pengunjung (Dinas Pariwisata Kota Madiun, 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa sejak awal pengembangannya, PSC memiliki daya tarik yang kuat sebagai destinasi wisata perkotaan yang mampu menarik perhatian masyarakat.

Gambar 1.0.2 Grafik kunjungan wisatawan tahun 2024




Sumber: Data Kunjungan Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Tahun 2024 Dinas Pariwisata Kota Madiun.

Pada tahun 2024, jumlah kunjungan wisatawan ke PSC mengalami peningkatan yang sangat signifikan menjadi 271.560 pengunjung. Angka tersebut meningkat sebanyak 127.285 pengunjung atau sekitar 88,22% dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara itu, destinasi lainnya juga menunjukkan jumlah kunjungan yang cukup tinggi, yaitu Bumi Semendung

sebesar 74.967 pengunjung, Gulun sebanyak 62.155 pengunjung, dan Mayang Kembar (Taman Obor) sebanyak 51.029 pengunjung (Dinas Pariwisata Kota Madiun, 2024). Peningkatan kunjungan ini menggambarkan semakin tingginya minat masyarakat terhadap wisata perkotaan di Kota Madiun.

Gambar 1.0.3 Grafik Kunjungan Wisata tahun 2025




Sumber: Data Kunjungan Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Tahun 2025 Dinas Pariwisata Kota Madiun.

Sektor pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Perkembangan destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keberadaan daya tarik wisata, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pengelola dalam menyediakan pengalaman yang berkesan melalui kualitas destinasi, kelengkapan fasilitas, dan keberagaman aktivitas pendukung seperti kuliner. Semakin baik pengalaman yang diperoleh wisatawan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan

yang dapat mendorong munculnya rekomendasi positif kepada calon wisatawan lainnya (Kotler & Keller, 2016).

Kota Madiun merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang terus mengembangkan konsep wisata perkotaan (*urban tourism*) dengan menghadirkan berbagai objek daya tarik wisata (ODTW), seperti Pahlawan Street Center (PSC), Waterpark Sun City, Taman Lalu Lintas Pangeran, dan Edu Park Ngrowo Bening. Pengembangan berbagai destinasi tersebut menjadi upaya Pemerintah Kota Madiun untuk meningkatkan daya tarik daerah sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui sektor pariwisata, perdagangan, serta usaha mikro dan kuliner (Dinas Pariwisata Kota Madiun, 2025).

Berdasarkan Data Kunjungan Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Kota Madiun Tahun 2025 yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata Kota Madiun, diketahui bahwa Pahlawan Street Center (PSC) menjadi destinasi wisata dengan jumlah kunjungan tertinggi, yaitu mencapai 278.085 pengunjung. Jumlah tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya, seperti Waterpark Sun City sebanyak 67.420 pengunjung, Taman Lalu Lintas Pangeran sebanyak 59.735 pengunjung, dan Edu Park Ngrowo Bening sebanyak 47.925 pengunjung (Dinas Pariwisata Kota Madiun, 2025). Tingginya tingkat kunjungan pada PSC menunjukkan bahwa destinasi tersebut memiliki daya tarik yang kuat bagi masyarakat dan wisatawan karena menawarkan konsep wisata perkotaan dengan ikon arsitektur, ruang publik, serta kawasan kuliner yang menjadi pusat aktivitas masyarakat.

Namun, tingginya jumlah kunjungan wisatawan tidak dapat dijadikan satu-satunya indikator keberhasilan suatu destinasi wisata. Meningkatnya jumlah wisatawan juga menuntut pengelola untuk terus menjaga kualitas destinasi melalui penyediaan fasilitas yang memadai, kebersihan lingkungan, kenyamanan, keamanan, aksesibilitas, serta keberagaman kuliner yang mampu memenuhi harapan pengunjung. Apabila pengalaman wisata yang diterima sesuai dengan harapan, wisatawan akan merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk memberikan rekomendasi kepada wisatawan lain melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) maupun media digital (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Fenomena tingginya kunjungan pada Pahlawan Street Center (PSC) Kota Madiun menunjukkan bahwa destinasi ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang sebagai ikon wisata kota. Akan tetapi, keberlanjutan popularitas PSC sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam mempertahankan kualitas destinasi, menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan, dan menghadirkan pengalaman kuliner yang menarik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fandy Tjiptono (2019), tingginya jumlah kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh kualitas fasilitas, kenyamanan lingkungan, serta pengalaman wisata yang diperoleh pengunjung. Hal tersebut sejalan dengan kondisi PSC Kota Madiun yang menawarkan suasana wisata modern, pusat kuliner, serta berbagai spot hiburan yang menarik. Selain itu, lokasi PSC yang berada di pusat kota memudahkan wisatawan untuk

mengakses destinasi tersebut sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung.

Keberadaan kuliner di kawasan PSC juga menjadi salah satu faktor yang mampu menarik perhatian wisatawan. Menurut Suryadana dan Octavia (2015), wisata kuliner merupakan bagian penting dalam pengembangan destinasi wisata karena mampu memberikan pengalaman khas dan meningkatkan kepuasan wisatawan. Banyaknya pilihan makanan dan minuman di kawasan PSC menjadikan wisatawan tidak hanya datang untuk menikmati suasana kota, tetapi juga untuk mencoba berbagai jenis kuliner yang tersedia. Kondisi tersebut secara tidak langsung dapat memengaruhi keputusan wisatawan dalam memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Namun demikian, tingginya jumlah kunjungan wisatawan juga menimbulkan tantangan bagi pengelola destinasi wisata. Semakin banyak wisatawan yang datang, maka semakin besar pula tuntutan terhadap kualitas fasilitas, kebersihan lingkungan, keamanan, dan pelayanan yang diberikan. Apabila pengelolaan wisata tidak dilakukan secara optimal, maka dapat menurunkan tingkat kepuasan wisatawan. Menurut Lupiyoadi (2018), kepuasan wisatawan merupakan faktor penting yang menentukan loyalitas serta keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Fenomena tingginya kunjungan wisatawan di PSC Kota Madiun menunjukkan bahwa destinasi tersebut memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata daerah. Akan tetapi, peningkatan jumlah

wisatawan perlu diimbangi dengan peningkatan kualitas destinasi agar wisatawan tetap merasa puas. Kepuasan wisatawan menjadi aspek penting karena wisatawan yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif melalui komunikasi langsung maupun media sosial. Menurut Kotler dan Keller (2016), rekomendasi positif dari wisatawan dapat meningkatkan citra destinasi dan memengaruhi keputusan wisatawan lain untuk berkunjung.

Berdasarkan uraian tersebut, PSC Kota Madiun menjadi objek penelitian yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya terkait pengaruh kuliner, fasilitas wisata, dan destinasi wisata terhadap rekomendasi wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening. Tingginya data kunjungan wisatawan menunjukkan bahwa PSC memiliki daya tarik yang besar sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan rekomendasi wisatawan dalam mendukung pengembangan pariwisata Kota Madiun.

Meskipun jumlah kunjungan wisatawan terus meningkat, tingginya jumlah pengunjung tidak selalu menjamin keberhasilan suatu destinasi wisata dalam jangka panjang. Wisatawan modern tidak hanya mencari daya tarik visual suatu tempat, tetapi juga mempertimbangkan kualitas pengalaman yang diperoleh selama berkunjung, seperti keberagaman kuliner, kenyamanan fasilitas, kebersihan lingkungan, keamanan, aksesibilitas, serta pelayanan yang diberikan oleh pengelola. Menurut teori pemasaran jasa, kepuasan wisatawan akan terbentuk ketika pengalaman yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan wisatawan, sehingga dapat mendorong munculnya perilaku rekomendasi

kepada wisatawan lainnya (Kotler & Keller, 2016; Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Berdasarkan fenomena tersebut, peningkatan jumlah kunjungan Pahlawan Street Center (PSC) Kota Madiun selama periode 2023–2025 menunjukkan bahwa destinasi tersebut memiliki potensi besar sebagai ikon wisata perkotaan. Namun, keberhasilan PSC untuk mempertahankan jumlah kunjungan pada masa mendatang sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam menjaga kualitas destinasi, menyediakan fasilitas wisata yang memadai, serta menghadirkan pengalaman kuliner yang menarik.

Perilaku wisatawan dalam memberikan rekomendasi mencakup beberapa dimensi, antara lain kesediaan merekomendasikan destinasi kepada orang lain, mengajak teman atau keluarga untuk berkunjung, memberikan ulasan positif, membagikan pengalaman di media sosial, serta mendorong orang lain untuk datang berkunjung. Dimensi-dimensi tersebut merupakan manifestasi nyata dari kepuasan wisatawan yang terbentuk dari interaksi berbagai elemen pengalaman wisata. Riset empiris di bidang pariwisata telah membuktikan bahwa rekomendasi wisatawan memiliki dampak yang jauh lebih besar terhadap citra destinasi dibandingkan dengan iklan berbayar, mengingat potensi jangkauannya yang luas melalui jaringan sosial digital (Ceria et al., 2024). Oleh karena itu, memahami variabel-variabel yang mendorong perilaku rekomendasi wisatawan menjadi sangat penting bagi pengelola destinasi wisata.

Salah satu faktor yang diyakini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan rekomendasi wisatawan adalah kualitas kuliner. Kuliner

merupakan salah satu elemen terpenting dalam pengalaman berwisata, karena makanan dan minuman lokal tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan biologis, tetapi juga menjadi bagian integral dari identitas budaya suatu destinasi. Penelitian Ahmar et al. (2023) dalam EBISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis menegaskan bahwa kualitas produk kuliner secara signifikan memengaruhi kepuasan wisatawan kuliner dan pada akhirnya berdampak pada intensi berkunjung kembali. Dimensi kuliner yang menjadi perhatian dalam penelitian ini meliputi cita rasa, variasi menu, harga makanan, kebersihan makanan, serta penyajian dan keunikan produk kuliner yang ditawarkan di kawasan PSC.

Cita rasa merupakan dimensi kuliner yang paling mendasar dan paling langsung memengaruhi persepsi kualitas serta kepuasan konsumen terhadap produk makanan. Dalam konteks industri kuliner, rasa merupakan faktor penentu utama dalam keputusan pembelian ulang dan rekomendasi konsumen kepada orang-orang di sekitar mereka (Jurnal Kreativitas Sektor Kuliner, 2025). Keunikan cita rasa kuliner lokal, seperti kuliner khas Madiun yang telah menjadi ikon daerah, dapat menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan PSC dari destinasi wisata lainnya. Ketika wisatawan merasakan pengalaman kuliner yang memuaskan, mereka cenderung terdorong untuk berbagi pengalaman positif tersebut kepada orang-orang terdekat maupun melalui ulasan digital, yang pada akhirnya memperkuat citra positif PSC sebagai destinasi wisata kuliner yang layak dikunjungi.

Selain kuliner, fasilitas wisata merupakan faktor lain yang memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan wisatawan. Ketersediaan dan kualitas fasilitas wisata meliputi berbagai dimensi, antara lain ketersediaan area parkir, kebersihan fasilitas umum, ketersediaan toilet yang memadai, kenyamanan tempat duduk atau area istirahat, pencahayaan yang baik, serta kemudahan akses menuju lokasi. Studi yang dilakukan oleh peneliti dari Universitas Diponegoro membuktikan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, dan kualitas fasilitas yang baik mendorong wisatawan untuk memberikan ulasan positif serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Undip, 2022). Temuan ini relevan mengingat PSC sebagai destinasi wisata urban harus mampu menyediakan fasilitas yang memenuhi standar kenyamanan dan keamanan wisatawan modern.

Penelitian terkait fasilitas wisata di berbagai kawasan kuliner di Indonesia juga menunjukkan hasil yang konsisten. Studi pada kawasan kuliner Pasar Lama Tangerang menemukan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dan pengelola kawasan perlu secara rutin memelihara serta meningkatkan fasilitas yang ada guna menjamin kepuasan pengunjung secara berkelanjutan (JoTHH, 2024). Dalam konteks PSC Kota Madiun, ketersediaan area parkir yang luas di sekitar Jalan Jawa, kemudahan akses dari Stasiun Madiun, serta penataan jalur pedestrian yang rapi dan nyaman merupakan keunggulan fasilitas yang menjadi salah satu daya tarik utama kawasan ini (Detik.com, 2025). Namun demikian, persepsi wisatawan

terhadap kecukupan dan kualitas fasilitas ini belum pernah dikaji secara sistematis melalui penelitian ilmiah yang memadai.

Daya tarik destinasi wisata merupakan faktor ketiga yang dikaji dalam penelitian ini. Dimensi daya tarik destinasi mencakup keindahan atau tata ruang lokasi, suasana wisata yang nyaman, keamanan lingkungan wisata, daya tarik hiburan yang tersedia, keunikan dan ciri khas destinasi, serta kesesuaian destinasi dengan harapan wisatawan. Studi yang dilakukan oleh Nurmala et al. (2022) di Pantai Ujong Blang Lhokseumawe menemukan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan serupa juga diperoleh dari penelitian pada berbagai destinasi wisata di Jawa Timur, yang menunjukkan bahwa atribut destinasi secara langsung memengaruhi kepuasan wisatawan dan niat rekomendasi (Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 2023). Fakta ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan daya tarik destinasi secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Keunikan PSC sebagai destinasi wisata terletak pada konsepnya yang memadukan elemen wisata dari berbagai belahan dunia dalam satu kawasan yang kompak dan mudah dijangkau tanpa biaya masuk. Miniatur ikon-ikon dunia yang dipajang di sepanjang kawasan PSC menjadi daya tarik visual yang kuat, khususnya bagi generasi muda yang gemar berfoto dan berbagi konten di media sosial (Good News From Indonesia, 2024).

Selain itu, berbagai pertunjukan seni dan hiburan yang rutin diadakan di PSC, seperti musik akustik, tari tradisional, dan stand-up comedy, semakin memperkuat daya tarik kawasan ini sebagai destinasi hiburan keluarga yang

beragam dan terjangkau (Detik.com, 2025). Keberagaman atraksi ini menjadi modal utama PSC dalam memenuhi ekspektasi wisatawan yang semakin beragam.

Kepuasan wisatawan dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel mediasi antara variabel-variabel bebas dengan perilaku rekomendasi wisatawan. Kepuasan wisatawan dalam konteks penelitian ini mencakup kepuasan terhadap kuliner, kepuasan terhadap fasilitas, kepuasan terhadap suasana destinasi, pengalaman wisata yang sesuai harapan, kepuasan secara keseluruhan, serta keinginan untuk berkunjung kembali. Studi mediasi oleh Ceria et al. (2024) dalam Management Studies and Entrepreneurship Journal membuktikan bahwa kepuasan wisatawan memiliki peran mediasi yang signifikan antara experiential marketing dan word of mouth. Temuan ini selaras dengan paradigma bahwa kepuasan tidak bersifat langsung, melainkan merupakan hasil kumulatif dari berbagai pengalaman yang dialami wisatawan selama kunjungan.

Penelitian awal oleh Hermawan et al. (2022) berfokus pada strategi pengembangan PSC sebagai destinasi wisata baru dan ikon Kota Madiun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas destinasi, pemeliharaan keunikan objek wisata, serta promosi yang intensif menjadi strategi utama untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Akan tetapi, penelitian tersebut belum mengkaji bagaimana wisatawan yang telah berkunjung kemudian merekomendasikan PSC kepada wisatawan lain.

Selanjutnya, Aziz dan Muarief (2022) meneliti daya tarik PSC sebagai destinasi wisata. Temuan penelitian menunjukkan bahwa suasana kawasan, keberadaan replika ikon dunia, fasilitas rekreasi, dan aktivitas belanja menjadi faktor utama yang menarik wisatawan berkunjung ke PSC. Namun, penelitian ini masih terbatas pada identifikasi daya tarik destinasi dan belum menghubungkannya dengan kepuasan maupun perilaku rekomendasi wisatawan.

Penelitian yang lebih baru dilakukan oleh Adawiyyah dan Budiarti (2025) yang menganalisis pengaruh electronic word of mouth (e-WOM), citra destinasi, dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan lokal di PSC. Hasil penelitian membuktikan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Meskipun demikian, penelitian ini masih berorientasi pada tahap prakunjungan (keputusan berkunjung) dan belum menjelaskan perilaku pascakunjungan berupa kepuasan dan rekomendasi wisata.

Penelitian Wijayanti (2024) menambahkan variabel kepuasan pengunjung dalam model perilaku wisatawan PSC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa social media marketing, citra destinasi, dan kepuasan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ulang. Namun, variabel rekomendasi wisatawan sebagai bentuk promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) masih belum menjadi fokus utama penelitian tersebut.

Di sisi lain, penelitian mengenai strategi komunikasi pariwisata PSC menunjukkan bahwa rekomendasi dari mulut ke mulut masih menjadi salah satu

sumber informasi utama bagi wisatawan. Penelitian tersebut menemukan bahwa promosi digital PSC belum optimal sehingga wisatawan banyak memperoleh informasi melalui pengalaman pengunjung sebelumnya. Temuan ini mengindikasikan pentingnya perilaku rekomendasi wisatawan dalam meningkatkan kunjungan ke PSC. Namun penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif sehingga belum mengukur secara empiris faktor-faktor yang mendorong rekomendasi wisatawan.

Selain itu, penelitian mengenai strategi pengembangan wisata multidimensi PSC menyoroti pentingnya pengembangan pengalaman wisata dan keterlibatan UMKM dalam meningkatkan daya tarik destinasi. Penelitian tersebut juga merekomendasikan penelitian lanjutan yang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur persepsi dan perilaku wisatawan secara langsung. minimnya penelitian yang mengkaji variabel kuliner sebagai prediktor independen dalam model wisata yang lengkap. Sebagian besar penelitian terdahulu menempatkan kuliner hanya sebagai atribut destinasi atau sebagai variabel konteks, bukan sebagai variabel bebas yang dikaji secara mandiri dengan indikator yang terperinci. Padahal, dalam konteks PSC Kota Madiun, kuliner merupakan salah satu daya tarik utama yang secara aktif dipromosikan dan dikelola melalui kehadiran UMKM kuliner di kawasan tersebut (Disbudparpora Kota Madiun, 2025). Kekosongan akademis ini membuka peluang penelitian yang penting untuk mengisi celah pengetahuan mengenai peran kuliner dalam membentuk kepuasan dan rekomendasi wisatawan.

Penelitian lainnya berkaitan dengan kurangnya kajian empiris di tingkat kota-kota sekunder di Jawa Timur, termasuk Kota Madiun. Sebagian besar penelitian pariwisata di Jawa Timur masih terpusat pada destinasi-destinasi besar seperti Surabaya, Malang, dan Banyuwangi, sementara kota-kota yang sedang berkembang pesat sebagai destinasi wisata urban seperti Madiun belum mendapatkan perhatian akademis yang memadai. Padahal, perkembangan PSC yang pesat dan peningkatan jumlah kunjungan yang signifikan menjadikan Kota Madiun sebagai kasus yang sangat relevan untuk dikaji sebagai model pengembangan wisata urban berbasis ruang publik di Indonesia. Kajian ilmiah yang berfokus pada PSC dapat memberikan kontribusi signifikan bagi literatur pariwisata urban di Indonesia.

Selain itu, terdapat pula gap metodologis dalam penelitianpenelitian terdahulu yang belum secara optimal memanfaatkan variabel mediasi kepuasan wisatawan dalam model yang melibatkan kuliner, fasilitas, dan daya tarik destinasi secara simultan. Penelitian oleh Ceria et al. (2024) dan Khotimah et al. (2023) telah membuka jalan dalam mengkaji peran mediasi kepuasan, namun masih terbatas pada konteks dan variabel-variabel tertentu. Penelitian ini hadir untuk menjawab keterbatasan tersebut dengan membangun model yang lebih komprehensif dan kontekstual, di mana kepuasan wisatawan diposisikan sebagai mediator antara tiga variabel independent kuliner, fasilitas, dan destinasi terhadap perilaku rekomendasi wisatawan di PSC Kota Madiun.

Urgensi penelitian ini juga ditopang oleh kebutuhan praktis dari Pemerintah Kota Madiun dan Disbudparpora dalam merumuskan strategi

pengembangan PSC yang berbasis bukti empiris. Meskipun data kunjungan wisatawan menunjukkan tren yang sangat positif, data kepuasan dan perilaku rekomendasi wisatawan di PSC belum pernah diukur secara sistematis dan ilmiah. Tanpa pemahaman yang akurat mengenai faktor-faktor yang mendorong kepuasan dan rekomendasi wisatawan, upaya pengembangan PSC berisiko tidak tepat sasaran dan kurang efisien. Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan data dan analisis yang akurat sebagai dasar pengambilan kebijakan pengembangan destinasi wisata urban di Kota Madiun secara lebih terarah dan berkelanjutan.

Dari perspektif kontribusi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur pariwisata Indonesia dengan menambahkan kajian empiris mengenai wisata urban berbasis ruang publik terpadu. Model penelitian yang dikembangkan dengan memadukan variabel kuliner, fasilitas, destinasi, kepuasan wisatawan, dan perilaku rekomendasi dalam satu kerangka struktural dapat menjadi referensi bagi penelitipeneliti berikutnya yang mengkaji fenomena serupa di kota-kota lain. Selain itu, penggunaan metode *Structural Equation Modeling* (*SEM*) atau analisis jalur dalam mengurai hubungan mediasi kepuasan wisatawan diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih mendalam dan dapat digeneralisasikan untuk konteks wisata urban di Indonesia secara lebih luas.

Berdasarkan keterbatasan penelitian terdahulu dan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) mengenai perilaku wisatawan, penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk memberikan kontribusi baru melalui

pengembangan model yang lebih menyeluruh dengan judul **"Analisis Perilaku Wisatawan untuk Merekomendasikan Destinasi Wisata dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening pada Pahlawan Street Center (PSC) Kota Madiun."** Penelitian ini mengkaji secara komprehensif hubungan antara kuliner, fasilitas wisata, dan daya tarik destinasi wisata terhadap rekomendasi wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel yang memediasi hubungan antarvariabel tersebut.

Keunikan penelitian ini terletak pada penggabungan ketiga faktor pengalaman wisata, yaitu kualitas kuliner, ketersediaan fasilitas, dan daya tarik destinasi dalam satu model penelitian terpadu untuk menjelaskan perilaku wisatawan dalam memberikan rekomendasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya membahas pengaruh variabel tertentu secara terpisah atau dilakukan pada lokasi wisata yang berbeda, penelitian ini menempatkan kepuasan wisatawan sebagai mekanisme mediasi yang menjelaskan bagaimana pengalaman wisata yang diperoleh pengunjung dapat mendorong munculnya rekomendasi positif terhadap suatu destinasi.

Melalui pendekatan penelitian kuantitatif dengan analisis hubungan antarvariabel, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wisatawan setelah melakukan kunjungan. Temuan dari penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku wisatawan dalam bidang pariwisata, tetapi juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola Pahlawan Street Center (PSC) Kota Madiun dalam merumuskan

strategi peningkatan kualitas kuliner, penyediaan fasilitas yang lebih baik, serta pengembangan daya tarik destinasi guna meningkatkan kepuasan dan mendorong wisatawan untuk memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

## B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka peneliti menetapkan beberapa batasan masalah. Penelitian ini hanya dilakukan pada wisatawan yang pernah berkunjung ke Pahlawan Street Center. Variabel independen yang diteliti meliputi kuliner, fasilitas wisata, dan destinasi wisata, sedangkan variabel dependen adalah rekomendasi wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening. Penelitian ini tidak membahas faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi rekomendasi wisatawan, seperti harga, citra destinasi (*destination image*), kualitas pelayanan, aksesibilitas, motivasi wisatawan, maupun electronic word of mouth (e-WOM).

Penelitian difokuskan pada persepsi wisatawan terhadap kuliner yang tersedia di kawasan PSC, fasilitas wisata yang disediakan, serta daya tarik destinasi wisata yang dimiliki PSC Kota Madiun. Pengukuran kepuasan wisatawan dilakukan berdasarkan pengalaman wisatawan selama berkunjung, sedangkan rekomendasi wisatawan diukur berdasarkan kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan PSC kepada keluarga, teman, maupun masyarakat lainnya. Responden penelitian dibatasi pada wisatawan berusia minimal 17 tahun yang pernah mengunjungi PSC Kota Madiun dalam kurun waktu satu

tahun terakhir sehingga mampu memberikan penilaian yang relevan terhadap objek penelitian.

Batasan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Huyen T. Nguyen dkk. (2025) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan atribut destinasi dengan loyalitas dan rekomendasi wisatawan. Selain itu, penelitian Marta Więckowska dkk. (2025) juga menjelaskan bahwa kualitas pengalaman wisata dan fasilitas destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang selanjutnya mendorong niat berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Temuan tersebut menjadi dasar bahwa penelitian ini difokuskan pada hubungan antara kuliner, fasilitas wisata, destinasi wisata, kepuasan wisatawan, dan rekomendasi wisatawan tanpa memasukkan variabel lain di luar model penelitian.

## C. Rumusan Masalah

1. Apakah Kuliner berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun?
2. Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun?
3. Apakah Destinasi Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun?
4. Apakah Kuliner berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan di PSC Kota Madiun?

5. Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan di PSC Kota Madiun?
6. Apakah Destinasi Wisata berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan di PSC Kota Madiun?
7. Apakah Kepuasan Wisatawan berpengaruh terhadap Rekomendasi wisatawan di PSC Kota Madiun?
8. Apakah Kuliner berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun?
9. Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan melalui kepuasan wisatawan di PSC Kota Madiun?
10. Apakah Destinasi Wisata berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun?

## D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah Kuliner berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun
2. Untuk mengetahui Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun
3. Untuk mengetahui Apakah Destinasi Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun
4. Untuk mengetahui Apakah Kuliner berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan di PSC Kota Madiun
5. Untuk mengetahui Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan di PSC Kota Madiun

6. Untuk mengetahui Apakah Destinasi Wisata berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan di PSC Kota Madiun
7. Untuk mengetahui Apakah Kepuasan Wisatawan berpengaruh terhadap Rekomendasi wisatawan di PSC Kota Madiun
8. Untuk mengetahui Apakah Kuliner berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun
9. Untuk mengetahui Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan melalui kepuasan wisatawan di PSC Kota Madiun
10. Untuk mengetahui Apakah Destinasi Wisata berpengaruh terhadap Rekomendasi Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan di PSC Kota Madiun

## E. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu manajemen pemasaran dan pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan perilaku wisatawan, kepuasan wisatawan, dan rekomendasi wisatawan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian mengenai hubungan antara kualitas kuliner, fasilitas wisata, destinasi wisata, kepuasan wisatawan, dan rekomendasi wisatawan.

2. Kegunaan praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Pahlawan Street Center dalam menyusun strategi pengembangan

destinasi wisata yang lebih efektif. Informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan rekomendasi wisatawan dapat digunakan sebagai dasar dalam meningkatkan kualitas kuliner, memperbaiki fasilitas wisata, serta mengembangkan daya tarik destinasi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengunjung.

3. Bagi Wisatawan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan rekomendasi wisatawan terhadap destinasi wisata Pahlawan Street Center (PSC) Kota Madiun. Hasil penelitian ini dapat membantu wisatawan dalam memperoleh pengalaman wisata yang lebih baik serta menjadi referensi dalam menentukan destinasi wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

4. Bagi Akademis dan Mahasiswa

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan pembelajaran bagi mahasiswa, khususnya yang mempelajari bidang pariwisata, pemasaran, dan perilaku konsumen. Selain itu, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai penerapan teori perilaku wisatawan, kepuasan wisatawan, dan rekomendasi wisata dalam konteks destinasi wisata perkotaan.

5. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam menerapkan metode penelitian ilmiah, khususnya dalam menganalisis perilaku wisatawan dan faktor-faktor yang

memengaruhi rekomendasi wisata. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian terkait perilaku wisatawan, kepuasan wisatawan, dan rekomendasi destinasi wisata.