

---

## **PENGARUH VARIABLE DARK TOURISM TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI BUKITTINGGI (STUDI KASUS LOBANG JEPANG)**

**Juniar Mahrida<sup>1</sup>, Pepy Afrilian<sup>2\*</sup>**

<sup>1,2</sup>Prodi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar

<sup>1</sup>juniarmahrida1006@gmail.com, <sup>2</sup>pepy.avrilian@uinmybatusangkar.ac.id

\*Corresponding Author

---

Received: May, 2024

Accepted: May, 2024

Published: May, 2024

---

### **Abstract**

*The main problem in this research is whether there is an influence of dark experience, engaging entertainment, unique learning experience, and casual interest on tourist satisfaction (case study of dark tourism Lubang Jepang Bukittinggi). The aim of this research is to find out whether there is an influence of dark experience, engaging entertainment, unique learning experience, and casual interest on tourist satisfaction (case study of dark tourism Lubang Jepang Bukittinggi). The method used in this research is quantitative. Data collection techniques involved administering questionnaires and selecting respondents through incidental sampling, resulting in a total of one hundred respondents determined using the Slovin formula. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, multiple linear, regression analysis, partial t test, simultaneous f test, and coefficient of determination test. Based on research results from distribution of questionnaires to 100 respondents, it shows that the engaging entertainment and unique learning experience variables have a significant influence on tourist satisfaction. However, the dark experience and casual interest variables have no influence. And the simultaneous f test results of the variables dark experience, engaging entertainment, unique learning experience, and casual interest have a significant influence simultaneously on tourist decision variables.*

**Keywords:** dark tourism, dark experience, engaging entertainment, Unique learning experience, casual interest, tourist satisfaction

### **Abstrak**

*Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh Dark experience, engaging entertainment, unique learning experience dan casual interest terhadap kepuasan wisatawan (Studi Kasus Dark Tourism Lubang Jepang Bukittinggi). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dark experience, engaging entertainment, unique learning experience, dan casual interest terhadap kepuasan wisatawan (Studi Kasus Dark Tourism Lubang Jepang Bukittinggi). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket atau kuisioner dengan pemilihan responden menggunakan insidental sampling dengan jumlah 100 responden dengan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear berganda, uji parsial t, uji simultan f, dan uji*

koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dari sebaran kuisioner ke 100 orang responden menunjukkan bahwa variabel *engaging entertainment* dan *unique learning experience* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Namun pada variabel *dark experience* dan *casual interest* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Dan hasil uji *f* simultan dari variabel *dark experience*, *engaging entertainment*, *unique learning experience* dan *casual interest* memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan wisatawan.

**Kata Kunci:** *dark tourism, dark experience, engaging entertainment, unique learning experience, casual interest, kepuasan wisatawan*

## 1. PENDAHULUAN

Sumatra Barat menjadi salah satu wilayah yang memiliki sejarah dalam kemerdekaan Indonesia, dimulai dari sosok Bung Hatta sebagai bapak proklamator Indonesia, kemudian sosok Tan Malaka, Syahrir, Amir Syarifuddin, Muhamad Yamin dan tokoh lainnya yang lahir di Sumatera Barat dan menggoreskan kemerdekaan Indonesia. Latar belakang sejarah ini mendorong Sumatera Barat menjadi potensi wisata sejarah dan budaya dan salah satu peninggalan sejarah yang menjadi saksi perjuangan kemerdekaan Indonesia adalah Lobang Jepang yang saat ini dikembangkan oleh Kota Bukittinggi sebagai daya tarik wisata. Lobang Jepang adalah sebuah trowongan yang menjadi saksi bisu kerasnya masa penjajahan sebelum kemerdekaan Indonesia, tentara Jepang memperkejakan masyarakat Indonesia untuk pembuatan trowongan dalam tanah untuk kekuatan pertahanan Jepang sehingga dalam trowongan yang memiliki panjang 1400 meter ini terdiri dari menyimpan amunisi, sebagai tempat tinggal, ruang pertemuan para Romusha (pekerja paksa) ruang makan, dapur, penjara, ruang pendengaran, ruang penyiksaan, ruang spionase, ruang penyergapan, dan gerbang melarikan diri.

Narasi perjuangan Indonesia dalam memperjuangkan kemerdekaan yang ada dalam Lubang Jepang menjadi saksi sebelum kemerdekaan dan hal tersebut yang dirawat oleh Kota Bukittinggi menjadi tempat wisata. Potensi peninggalan sejarah yang menceritakan kelamnya perjuangan kemerdekaan mengantarkan wisatawan yang secara teoritis dikenal dengan *dark tourism*. Perkembangan konsep pariwisata dari tahun ke tahun semakin unik, menarik dan sekarang tren wisata unik yang mengajak wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat yang mempunyai sejarah yang kelam atau gelap di kenal dengan istilah *Dark Tourism* (pariwisata gelap). Secara harfiah, istilah *dark tourism* pertama kali dikenalkan oleh John Lennon dan Malcolm Foley Lewat buku yang berjudul "*Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*." Pada awalnya, *dark tourism* hanya berkaitan dengan kematian, perang, dan bencana. Namun seiring berjalannya waktu, aktivitas dan perilaku yang dianggap tidak wajar oleh mayoritas orang termasuk didalamnya hal-hal yang bersifat mistis seringkali dikaitkan dengan *Dark Tourism* (pariwisata gelap). *Dark tourism* (pariwisata gelap) menjadi salah satu fenomena yang telah muncul sejak zaman Romawi dimana orang-orang datang dan mengerumuni suatu arena untuk menyaksikan perkelahian gladiator atau menghadiri eksekusi publik selama abad pertengahan (Sharpley & Stone, 2009). *Dark tourism* sebagai "*People have long been drawn, purposefully or otherwise towards sites, attractions or events linked in one way or another with death, suffering, violence or disaster*." Maksudnya, perjalanan ke suatu tempat atau peristiwa yang berhubungan dengan kematian, kekerasan, penderitaan, dan bencana (Stone, 2005).

*Dark tourism* erat kaitannya dengan wisata sejarah dan wisata budaya. Wisata sejarah adalah berkunjung ke tempat peninggalan sejarah seperti museum, prasasti, candi, dll. Wisata sejarah sangat berkaitan dengan erat dengan pengelolaan pusaka (heritage) sebagai warisan kebudayaan masa lalu atau peninggalan alam (Rusvitasari & Solikhin, 2014).

Sedangkan Wisata budaya adalah gerak atau kegiatan yang dirangsang oleh adanya objek-objek wisata berwujud hasil-hasil seni budaya setempat, seperti adat istiadat, upacara-upacara, agama, tata hidup masyarakat setempat, peninggalan-peninggalan sejarah, hasil-hasil seni, kerajinan rakyat dan lain sebagainya (Bayan, 2023). Objek wisata Lubang Jepang ini juga termasuk wisata alam dimana kita dapat melihat pemandangan alam seperti ngarai sianok di dekat area Lubang Jepang Bukittinggi. Wisata alam sendiri adalah bentuk kegiatan wisata alam yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan (Iqbal & Fasyehudin, 2021). Kondisi peninggalan sejarah yang menyimpan luka masa lalu kini menjadi daya tarik wisata yang unggul di Bukittinggi. Lubang Jepang menjadi destinasi unggulan di Kota Bukittinggi, hal ini di gambarkan dari jumlah wisatawan dari tahun 2020 – sampai 2022, sebagai berikut:

Tabel 1: Data jumlah pengunjung Objek Wisata Lubang Jepang Bukittinggi  
[Sumber:Kepala Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi]

No.	Objek Wisata	Tahun		
		2020	2021	2022
1.	Lubang Jepang Bukittinggi	100.000	143.541	202.000

Dari data kunjungan wisatawan diatas dapat diketahui bahwa wisatawan yang mengunjungi Lubang Jepang Bukittinggi semakin meningkat dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengetahuikepuasanapayang membuat wisatawan mengunjungi Lubang Jepang Bukittinggi yang merupakan salah satu objek wisata *Dark Tourism*. Konsep *dark tourism* yang agak berbeda dengan konsep wisata lainnya dan berdasarkan penelitian terdahulu *dark tourism*, Allman (2017) terdapat empat konsep keunggulan mengunjungi lokasi *dark tourism* yaitu *dark experience* (pengalaman gelap), *engaging entertainment* (hiburan yang menarik), *unique learning experience* (pengalaman belajar yang unik), dan *casual interest* (minat biasa).

*Dark experience* merupakan ketertarikan wisatawan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kematian (Gabriella Gisela, Herald Boggy, 2018). Menurut Allman (2017), terdapat tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengukur motivasi *dark experience* wisatawan dalam mengunjungi lokasi *dark tourism* yaitu terhubung kembali dengan korban yang meninggal di lokasi *dark tourism*, memuaskan rasa penasaran terhadap aktivitas paranormal yang ada di lokasi *dark tourism*, mencari cerita mistis yang berkaitan dengan lokasi *dark tourism*.

Selain *dark experience* pada penelitian Allman membahas *Engaging entertainment*. *Engaging entertainment* merupakan konsep motivasi ini didasari oleh keinginan wisatawan untuk melihat dan merasakan secara langsung lokasi *dark tourism*, yang sebelumnya hanya dilihat melalui media massa (Gabriella Gisela, Herald Boggy, 2018). Menurut Allman (2017), terdapat empat indikator untuk mengukur motivasi *engaging entertainment* wisatawan dalam mengunjungi lokasi *dark tourism* yaitu melihat lokasi *dark tourism* yang pernah dipublikasikan di media massa, untuk merasakan secara langsung lokasi *dark tourism* yang menjadi lokasi peristiwa bersejarah terjadi, melibatkan perasaan emosional terhadap peristiwa yang terjadi di lokasi *dark tourism*, mengenang kembali peristiwa bersejarah yang terkenal di kalangan masyarakat.

Selain *dark experience*, *engaging entertainment* pada penelitian Allman membahas *unique learning experience*. *Unique learning experience* merupakan konsep motivasi ini didasari oleh keinginan wisatawan dalam melakukan hobi atau minat lainnya yang berkaitan dengan edukasi dimana hobi dan minat tersebut terkait dengan keunikan fitur yang ada pada lokasi *dark tourism* (Gabriella Gisela, Herald Boggy, 2018). Menurut Allman

(2017), terdapat empat indikator yang dapat digunakan untuk mengukur motivasi *unique learning experience* wisatawan dalam mengunjungi lokasi *dark tourism* yaitu melakukan hobi, menemukan spot-spot yang belum banyak diketahui orang, untuk menambah pengetahuan, mencoba hal diluar kebiasaan seperti melakukan penelitian.

Selanjutnya pada penelitian Allman juga membahas *casual interest*. *Casual interest* merupakan konsep ini didasarkan pada tujuan umum wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata yaitu hiburan, berpetualang, relaksasi, dan mendapatkan kebahagiaan (Gabriella Gisela, Heraldo Boggy, 2018). Menurut Allman (2017), terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur motivasi *casual interest* wisatawan dalam mengunjungi lokasi *dark tourism* yaitu mendapatkan hiburan, menjauhkan diri dari rutinitas, mengisi waktu luang, melihat pemandangan alam di lokasi *dark tourism*, mengikuti tour yang tersedia di lokasi *dark tourism*.

Berdasarkan konsep motivasi *dark tourism* yang memicu perbedaan dengan wisata lainnya, maka perlu juga di ukur kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan sebuah faktor penarik kunjungan wisata yang efektif. Sebuah produk wisata dapat dikatakan baik bila wisatawan mendapatkan kepuasan total dari sejak kedatangan sampai kepulangannya. Mengalami kepuasan dalam proses perjalanan, menginap, makan, hiburan, dan sebagainya. Ukuran baiknya kualitas pelayanan adalah besarnya kunjungan ulang yang mencerminkan kepuasan wisatawan (Kotler, 2008). Menurut Kotler (2011), indikator kepuasan wisatawan terdiri dari kesesuaian harapan wisatawan, minat berkunjung kembali, merekomendasikan tempat wisata ke orang lain. Untuk itu. Penelitian ini merumuskan masalah, apakah *dark experience* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan? apakah *engaging entertainment* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan? apakah *unique learning experience* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan? apakah *casual interest* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan? Dan apakah *dark experience*, *engaging entertainment*, *unique learning experience* dan *casual interest* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *dark experience* terhadap tingkat kepuasan wisatawan (studi kasus *dark tourism* Lubang Jepang Bukittinggi), untuk mengetahui pengaruh *engaging entertainment* terhadap tingkat kepuasan wisatawan (studi kasus *dark tourism* Lubang Jepang Bukittinggi). untuk mengetahui pengaruh *unique learning experience* terhadap kepuasan wisatawan (studi kasus *dark tourism* Lubang Jepang Bukittinggi), untuk mengetahui pengaruh *casual interest* terhadap tingkat kepuasan wisatawan (studi kasus *dark tourism* Lubang Jepang Bukittinggi), dan untuk mengetahui pengaruh *dark experience*, *engaging entertainment*, *unique learning experience*, dan *casual interest* terhadap tingkat kepuasan wisatawan (studi kasus *dark tourism* Lubang Jepang Bukittinggi).

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2023 – Februari 2025 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui instrumen yang menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan kuesioner skala likert yang telah diuji validitas dengan taraf signifikansi 5% sehingga menghasilkan  $r_{tabel}$  sebesar 0,195 maka nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dapat disimpulkan masing-masing pernyataan pada variabel *dark tourism* dinyatakan valid. Penentuan sample dengan teknik sampling Insidental Sampling sebanyak 100 responden dengan pendekatan rumus slovin antara lain:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang akan di cari

N = ukuran populasi

e = nilai margin of eror (besar kesalahan) dari ukuran populasi

Berdasarkan rumus slovin populasi yang digunakan penelitian ini adalah jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2022 dengan total kunjungan 202.000 orang di ambil dari jumlah wisatawan, dan penulis menentukan margin of eror sebesar 10% atau 0,1. Maka perhitungan sampelnya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{202.000}{1 + 202.000 \times 0,1^2} \\ &= \frac{202.000}{1 + 202.000 \times 0,01} \\ &= \frac{202.000}{1 + 2.020} \\ &= \frac{202.000}{2.021} \\ &= 99,95 \\ &= 100 \end{aligned}$$

Teknik uji data yang telah didapatkan kemudian di analisis menggunakan teknik analisis data uji regresi linear berganda dengan rumus:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + \dots + bnX_n$$

Keterangan:

Y = Kepuasan wisatawan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

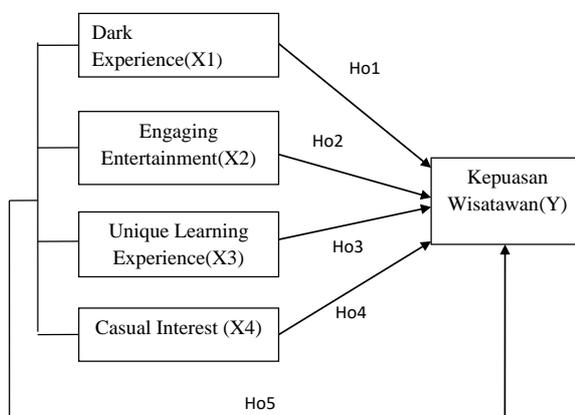
X1 = *Dark Experience*

X2 = *Engaging Entertainment*

X3 = *Unique Learning Experience*

X4 = *Casual Interest*

Selanjutnya menggunakan uji hipotesis (uji-t, uji-F, dan koefisien determinan). Berikut ini model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka berpikir teoritis sebagai berikut



**Hipotesis 1**

Ho1 :Dark experince tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan

Ha1 :Dark expetience mempengaruhi kepuasan wisatawan

**Hipotesis 2**

Ho2 :Engaging Entertainment tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan

Ha2 :Engaging Entertainment mempengaruhi kepuasan wisatawan

**Hipotesis 3**

Ho3 :Unique Learning Experience tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan

Ha3 :Unique Learning Experience mempengaruhi kepuasan wisatawan

**Hipotesis 4**

Ho4 :Casual Interest tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan

Ha4 :Casual Interest mempengaruhi keputusan wisatawan

**Hipotesis 5**

Ho5 : Dark Experience, Engaging Entertainment, Unique Learning Experience, dan Casual Interest tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Ha5 : Dark Experience, Engaging Entertainment, Unique Learning Experience dan Casual Interest mempengaruhi kepuasan wisatawan.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1 Deskripsi Data**

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan seluruh pernyataan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu diatas 0,05. Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel penelitian ini yaitu *dark experience, engaging entertainment, unique learning experience, dan casual interest terhadap* kepuasan wisatawan ini dikatakan reliabel karena masing-masing variabel memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari lima variabel penelitian memenuhi asumsi reliabilitas data.

Tabel 2: Analisis Deskripsi Responden  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]

No	Uraian	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>			
1.	Laki – laki	37	37%
	Perempuan	63	63%
<b>Usia</b>			
2.	17 – 24	49	49%
	25 – 34	16	16%
	35 – 49	20	20%
	50 – 64	12	12%
	> 65	3	3%
<b>Pekerjaan</b>			
3.	Pelajar/Mahasiswa	37	37%
	Guru	4	4%
	Wirausaha	9	9%
	Ibu Rumah Tangga	14	14%
	Lainnya	36	36%

Alamat			
	Banten	1	1%
4	Sumatra Barat	75	75%
	Sumatra Utara	5	5%
	Riau	5	5%
	Jambi	5	5%
	Jawa Barat	1	1%
	Jawa Tengah	1	1%
	Jawa Timur	2	2%
	Jakarta	4	4%
	Sulawesi Selatan	1	1%

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden perempuan sebanyak 63 orang dan laki-laki sebanyak 37 orang. Sebagian besar responden berusia 17 – 24 tahun sebanyak 49 orang. Dari sisi pekerjaan, responden yang berkunjung masih banyak didominasi oleh pelajar/mahasiswa 37%, dilanjutkan dengan lainnya 36%, kemudian ibu rumah tangga 14%, serta wirausaha 9%, dan terakhir guru 4%. Dilihat dari alamat responden, wisatawan yang mengunjungi lubang Jepang didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Sumatra Barat sebanyak 75%, dilanjutkan Sumatra Utara, Riau, Jambi.

Tabel 3: Hasil Uji Normalitas  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]

Unstandardized Residual		
N100		
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.93328516
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.046
Evaluate Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 <sup>c</sup>

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa besarnya nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,090 yaitu lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4: Hasil Uji Regresi Linear Berganda  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]

Keterangan	Variabel				Uji F
	X1	X2	X3	X4	
Konstanta	9,807	9,087	9,087	9,087	
Beta	0,019	0,307	0,208	0,175	9,318
t <sub>hitung</sub>	0,181	2,819	2,228	1,740	
R <sup>2</sup>			0,282		
Sig.	0,857	0,006	0,028	0,085	0,976

Berdasarkan nilai konstanta dan nilai regresi variabel bebas di peroleh persamaan regresi linear berganda  $Y = 9,807 + 0,019X_1 + 0,307X_2 + 0,208X_3 + 0,175X_4$ . Dari persamaan

regresi diatas mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan, maka dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai konstanta Kepuasan Wisatawan (Y) sebesar 9,807 yang menyatakan bahwa X1, X2, X3 dan X4 sama dengan nol yaitu variabel dark experience, engaging entertainment, unique learning experience dan casual interest, maka kepuasan wisatawan sebesar 9,807.
2. Koefisien X1 sebesar 0,019 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 sebesar 1% maka kepuasan wisatawan meningkat sebesar 0,019 atau 1,9%. Atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 sebanyak 1% maka kepuasan wisatawan menurun sebesar 0,019 atau 1,9%.
3. Koefisien X2 sebesar 0,307 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 sebesar 1% maka kepuasan wisatawan meningkat sebesar 0,307 atau 30,7%. Atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 sebesar 1% maka kepuasan wisatawan menurun sebanyak 0,307 atau 30,7%.
4. Koefisien X3 sebesar 0,208 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X3 sebesar 1% maka kepuasan wisatawan akan meningkat sebesar 0,208 atau 20,8%. Atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X3 sebesar 1% maka kepuasan wisatawan akan menurun sebesar 0,208 atau 20,8%.
5. Koefisien X4 sebesar 0,175 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X4 sebesar 1% maka kepuasan wisatawan akan meningkat sebesar 0,175 atau 17,5%. Atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X4 sebesar 1% maka kepuasan wisatawan akan menurun sebesar 0,175 atau 17,5%.

Tabel 5: Hasil Uji-t  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.807	3.945		2.486	.015
Dark experience	.040	.223	.019	.181	.857
Engaging entertainment	.711	.252	.307	2.819	.006
Unique learning experience	.395	.177	.208	2.228	.028
Casual interest	.305	.175	.175	1.740	.085

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel *dark experience* nilai  $t_{hitung} 0,181 < t_{tabel} 1,984$  dan nilai signifikan  $0,857 > 0,05$  sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_01$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa *dark experience* (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y). Variabel *engaging entertainment* nilai  $t_{hitung} 2,819 > t_{tabel} 1,984$  dan nilai signifikan  $0,006 < 0,05$  sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_02$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Hal ini berarti bahwa *engaging entertainment* (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y). Variabel *unique learning experience* nilai  $t_{hitung} 2,228 > t_{tabel} 1,984$  dan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$  sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Hal ini berarti bahwa *unique learning experience* (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y). Variabel *casual interest* nilai  $t_{hitung} 1,740 < t_{tabel} 1,984$  dan nilai signifikan  $0,085 > 0,05$  sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_04$  diterima dan  $H_{a4}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa *casual interest* (X4) tidak memiliki pengaruh tetapi signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y).

Tabel 6: Hasil Uji Simultan (F)  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	600.908	4	150.227	9.318	.000 <sup>b</sup>
Residual	1531.602	95	16.122		
Total	2132.510	99			

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  9,318 >  $F_{tabel}$  2,47 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 > 0,05 sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *dark experience*, *engaging entertainment*, *unique learning experience* dan *casual interest* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan.

Tabel 7: Hasil Uji Koefisien Determinan  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.531 <sup>a</sup>	.282	.252	4.01524

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *R Square* yang diperoleh dari hasil analisis adalah 0,282 memiliki arti bahwa variabel *dark experience*, *engaging entertainment*, *unique learning experience* dan *casual interest* berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan sebesar 28,2% dan sisanya sebesar 71,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

### 3.2 Pembahasan

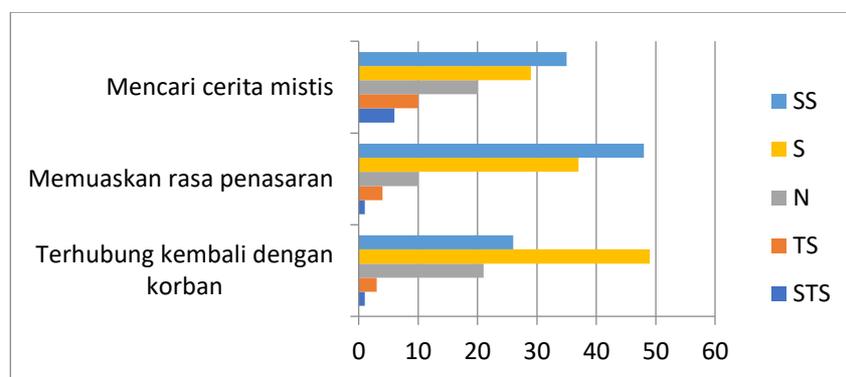
#### 1) *Dark experience* (Pengalaman gelap)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *dark experience* tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan wisatawan di objek wisata Lubang Jepang Bukit Tinggi. Hal ini berdasarkan pada  $t_{hitung}$  variabel *dark experience* lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu  $0,181 < 1,984$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya variabel *dark experience* tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan. Koefisien  $X_1$  adalah 0,019 atau 1,9%. Uji normalitas diketahui nilai signifikansinya  $0,09 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gabriella Gisela, Heraldo Boggy, Endo Wijaya Kartika (2018) dengan judul "*Motivasi dan Niat Wisatawan Mengunjungi Lokasi Dark Tourism: Studi Empiris Pada Wisata Gunung Merapi Yogyakarta*", hasil penelitiannya menerangkan bahwa *dark experience* ini terpenuhi maka sikap wisatawan menjadi buruk terhadap kunjungan wisatanya ke lokasi *dark tourism*. Melalui hasil penelitian ini, dapat diartikan bahwa adanya hubungan spiritual dan kejadian paranormal tidak akan membuat wisatawan menikmati kunjungannya ke Wisata Gunung Merapi. Sedangkan hasil penelitian Allman (2017) yang menyatakan bahwa ketika wisatawan dapat merasakan aktivitas paranormal di lokasi *dark tourism* maka wisatawan akan merasakan kunjungan wisatanya tersebut menyenangkan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Allman (2017) karena wisatawan tidak ingin mengalami hal-hal

mistis saat berkunjung ke lokasi *dark tourism* yaitu Lubang Jepang Bukittinggi, dan sekarang sudah zaman modern dimana hal-hal mistis dianggap hanya sekedar tahayul saja. Hasil penelitian penulis didukung oleh penelitian Komsary (2015) yang menyatakan masyarakat Indonesia tidak ingin mengalami hal-hal spiritual dan mistis saat mengunjungi lokasi *dark tourism* karena hal-hal tersebut membuat wisatawan merasa tidak nyaman dan penelitian Miller dan Gonzalez (2013) yang menyatakan adanya pandangan negatif masyarakat terhadap tema wisata berkonsep kematian dimana lokasi *dark tourism* masih sering dianggap suatu wisata yang tabu. Berdasarkan hasil temuan jawaban dari 100 responden untuk indikator *dark experience* dapat dilihat dari gambar diagram bar pada tabel 8 yaitu:

Tabel 8: Indikator *dark experience*  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]



Berdasarkan indikator *dark experience* di atas yang paling dominan di antara tiga indikator tersebut adalah indikator ke dua yaitu memuaskan rasa penasaran terhadap objek wisata *dark tourism*.

## 2) Engaging entertainment (Hiburan yang menarik)

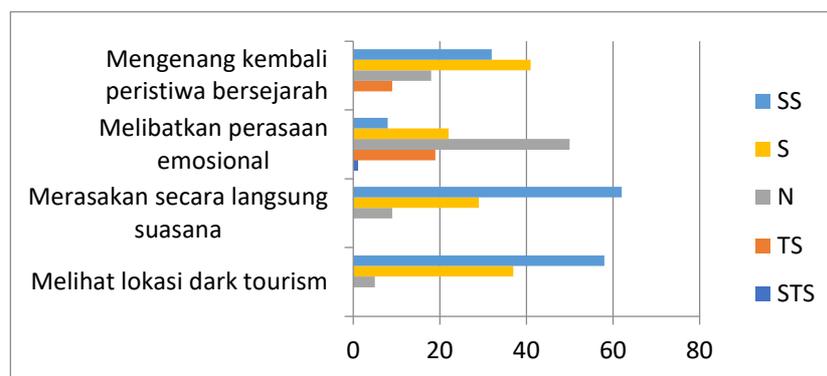
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa engaging entertainment berpengaruh terhadap tingkat kepuasan wisatawan di objek wisata Lubang Jepang Bukittinggi. Hal ini berdasarkan pada thitung variabel engaging entertainment sebesar  $2,819 > 1,984$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Koefisien  $X^2$  adalah 0,307 atau 30,7%. Uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,09 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, bahwa semakin tinggi *engaging entertainment* yang dimiliki wisatawan maka akan meningkat sikap wisatawan terhadap kunjungan wisatanya. Melalui hasil penelitian ini, dapat diartikan bahwa ketika wisatawan dapat melihat dan merasakan secara langsung kondisi Wisata Gunung Merapi seperti yang telah diberitakan di media massa maka wisatawan akan menikmati kunjungan wisatanya tersebut dalam penelitian terdahulu ini juga menyampaikan pengaruh media massa membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Dapat disimpulkan bahwa ketika persepsi yang terbentuk dari pengaruh media massa tersebut terpenuhi ketika berkunjung dan merasakan secara langsung kondisi lokasi *dark tourism* maka wisatawan menikmati kunjungan tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa *engaging entertainment* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang memiliki nilai koefisien yang cukup tinggi sebesar 30,7% karena engaging entertainment memiliki poin indikator yang unik, keunikannya yaitu wisatawan bukan hanya sekedar berekreasi tapi juga dapat merasakan apa yang

dirasakan oleh korban di daerah itu pada saat melihat objek wisata dark tourism maksudnya terbawa suasana pada saat melihat penjara atau ruang-ruang yang ada di dalam Lubang Jepang Bukittinggi. Berbeda dengan wisata lain dimana wisatawan juga berekreasi tetapi hanya untuk mendapatkan rasa senang setelah mengunjungi lokasi wisata tersebut, mencari ketenangan, dan mencari hiburan. Engaging entertainment memiliki pengaruh signifikan karena wisatawan mengunjungi lokasi dark tourism untuk melihat realita dibalik gambar yang disebar di media dan untuk melibatkan emosional pada saat melihatnya secara langsung. Hal ini juga didukung dengan hasil temuan dari 100 responden yang menjawab indikator engaging entertainment yang dapat dilihat pada gambar diagram Bar pada tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9: Indikator *engaging entertainment*  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]



Berdasarkan 4 indikator *engaging entertainment*, indikator yang dominan adalah indikator kedua dengan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 65 responden.

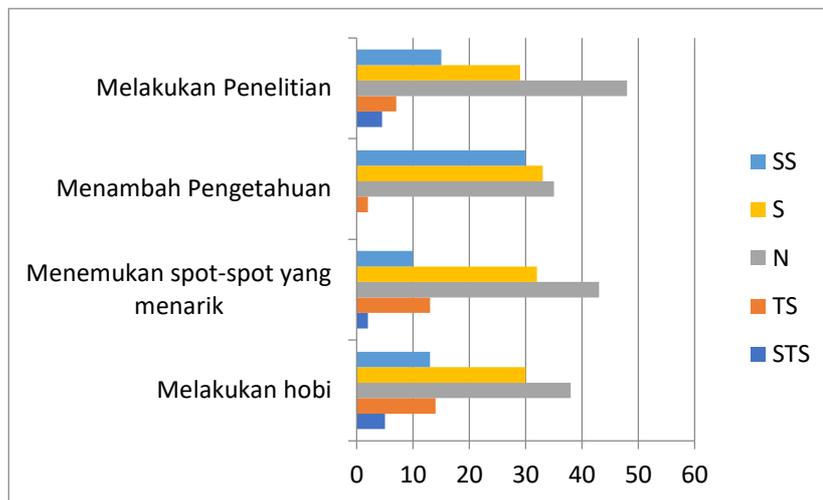
### 3) *Unique learning experience* (Pengalaman belajar yang unik)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *unique learning experience* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan wisatawan di objek wisata Lubang Jepang Bukittinggi. Hal ini berdasarkan pada thitung variabel *unique learning experience* sebesar  $2,228 > 1,984$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Koefisien  $X^3$  adalah 0,208 atau 20,8%. Uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,09 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gabriella Gisela, Heraldo Boggy, Endo Wijaya Kartika (2018) dengan judul “Motivasi dan Niat Wisatawan Mengunjungi Lokasi Dark Tourism : Studi Empiris Pada Wisata Gunung Merapi Yogyakarta”, hasil penelitiannya menerangkan bahwa semakin tinggi *unique learning experience* maka tidak akan meningkat secara signifikan sikap wisatawan terhadap kunjungan wisatanya. Hasilnya didukung oleh penelitian Allman (2017) yang menyatakan bahwa *unique learning experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap wisatawan mengunjungi lokasi *dark tourism* (Wisata Gunung Merapi). Hasil penelitian yang penulis teliti berbeda dengan penelitian terdahulu yang mana menyatakan bahwa variabel *unique learning experience* memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan di lokasi *dark tourism* yaitu Lubang Jepang Bukittinggi. Wisatawan yang mengunjungi Lubang Jepang Bukittinggi disini lebih mengara terhadap areanya atau untuk menjauhkan diri dari tekanan kehidupan sehari-hari (Raine, 2013). Hal ini dapat kita lihat pada indikator *unique learning experience* yang mana untuk melakukan hobi, untuk menemukan spot-spot yang belum banyak diketahui, untuk menambah pengetahuan, dan melakukan penelitian di lokasi *dark tourism*. Hal ini juga

dilihat berdasarkan hasil temuan dari 100 responden yang menjawab indikator *unique learning experience* dapat dilihat pada gambar diagram Bar pada tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 10: Indikator *unique learning experience*  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]



Berdasarkan 4 indikator *unique learning experience* yang paling dominan adalah indikator 3 (menambah pengetahuan) dengan jawaban responden setuju dan sangat setuju sebanyak 63 responden, sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 2 responden dan yang menjawab netral sebanyak 35 responden.

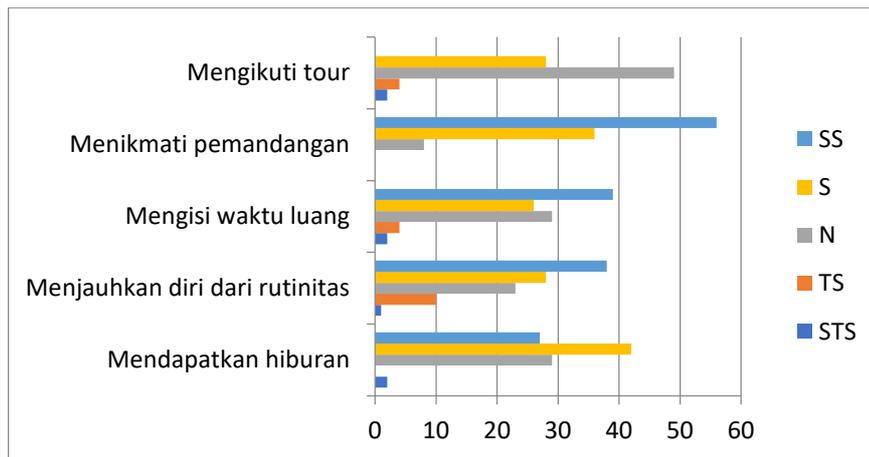
#### 4) *Casual interest* (Minat biasa)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *casual interest* tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan wisatawan di objek wisata Lubang Jepang Bukittinggi. Hal ini berdasarkan pada thitung variabel *casual interest* sebesar  $1,740 < 1,984$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Koefisien  $X^4$  adalah 0,175 atau 17,5%. Uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,09 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gabriella Gisela, Heraldo Boggy, Endo Wijaya Kartika (2018) dengan judul "Motivasi dan Niat wisatawan mengunjungi lokasi Dark Tourism : Studi empiris pada Wisata Gunung Merapi Yogyakarta", hasil penelitiannya menerangkan bahwa semakin tinggi *casual interest* maka semakin meningkat pula sikap wisatawan terhadap kunjungan wisatanya. Melalui hasil penelitian ini, dapat diartikan bahwa melihat pemandangan alam Gunung Merapi membuat wisatawan menikmati kunjungan wisatanya. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Allman (2017) yang menyatakan bahwa *casual interest* berpengaruh signifikan terhadap sikap wisatawan terutama jika motivasi wisatawan didasari oleh ketertarikan terhadap keindahan alam yang adalokasi *dark tourism*. Hasil penelitian yang penulis teliti berbeda dengan penelitian terdahulu yang mana didapatkan bahwa variabel *casual interest* tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di lokasi *dark tourism* yaitu Lubang Jepang Bukittinggi. Pada kenyataannya wisatawan yang mengunjungi lokasi *dark tourism* untuk melihat lokasi tersebut secara langsung, merasakan suasana di lokasi tersebut, melibatkan perasaan emosional pada saat mengunjungi lokasi *dark tourism*, mengenang kembali peristiwa sejarah, melakukan hobi, menambah pengetahuan dan melakukan penelitian tetapi tidak untuk mendapatkan hiburan semata atau liburan biasa saja. karena wisatawan

yang mengunjungi lubang Jepang adalah wisatawan yang benar-benar niat untuk melihat sejarah dan gelapnya zaman dahulu. Namun, kebanyakan wisatawan yang datang hanya sekedar melepas rasa ingin tahu atau untuk berlibur. Berdasarkan hasil temuan dari 100 responden yang menjawab indikator dari casual interest dapat dilihat pada gambar diagram lingkaran pada tabel 11.

Tabel 11: Indikator *casual interest*  
[Sumber: Hasil Penelitian, 2023]



Berdasarkan 5 indikator *casual interest* yang paling dominan adalah indikator ke 4 (menikmati pemandangan) dengan jawaban responden sangat setuju sebanyak 65 responden.

5) *Dark experience, Engaging entertainment, Unique learning experience* dan *Casual interest* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan diperoleh hasil bahwa variabel *dark experience, engaging entertainment, unique learning experience* dan *casual interest* memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan wisatawan dengan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $9,318 > 2,47$ ).

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa *dark experience* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Lubang Jepang Bukit Tinggi atau  $H_01$  diterima dan  $H_a1$  ditolak dan *engaging entertainment* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Lubang Jepang Bukit Tinggi atau  $H_02$  ditolak dan  $H_a2$  diterima. *Unique learning experience* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Lubang Jepang Bukit Tinggi atau  $H_03$  ditolak dan  $H_a3$  diterima. (4) *Casual interest* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Lubang Jepang Bukit Tinggi atau  $H_04$  ditolak dan  $H_a4$  diterima. (5) *Dark experience, Engaging entertainment, Unique learning experience*, dan *Casual interest* memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Lubang Jepang Bukit Tinggi atau  $H_05$  ditolak dan  $H_a5$  diterima.

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, adapun saran yang dapat peneliti berikan kepada pengelola Objek Wisata Lubang Jepang, dengan pengelolaan yang lebih memberikan nilai hiburan dengan mengadakan event-event di sekitaran kawasan Lubang Jepang untuk menarik wisatawan berkunjung bukan sekedar untuk edukasi atau searah saja tetapi ada daya tarik yang lain, selanjutnya perlu menjaga keaslian dari Lubang Jepang sebagai

peninggalan sejarah dengan story telling yang menarik agar dapat memberikan nilai hiburan yang dapat dikenang,

## DAFTAR PUSTAKA

- Allman, H. R. (2017) Motivations and intentions of tourist to visit dark tourism locations. *Graduate theses and dissertations*, 15234, 1-75
- Bayan, S. K. (2023). 3 1,2,3. 3(1), 121-126.
- Budiyono Jurusan Arsitektur Lanskap, D., Pertanian, F., Tribhuwana Tugadewi Malang, U., Budidaya Pertanian, J., Brawijaya Malang, U., & Arsitektur Lanskap, J. (2012). *LANSKAP KOTA MALANG SEBAGAI OBYEK WISATA SEJARAH KOLONIAL Malang Cityscape as Colonial Historical Tourism Destination Euis Elih Nurlaelih Riyanto Djoko*. 4(1), 43.
- Gabriella Gisela, Heraldo Boggy, E. W. K. (2018). Motivasi dan Niat Wisatawan Mengunjungi Lokasi Dark Tourism: Studi Empiris Pada Wisata Gunung Merapi Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 260.
- Hartawan, F., & Afrilian, P. (2022). Strategi Pengembangan Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan (TMSBK) studi kasus Benteng Fort de Kock Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga kota Bukittinggi. *I-Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah*, 1(2), 55. <https://doi.org/10.31958/i-tourism.v1i2.534>
- Ismagilova, G., Safiullin, L., & Gafurov, I. (2015). Using Historical Heritage as a Factor in Tourism Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(904), 157-162. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.355>
- Iqbal, I. I., & Fasyehudin, M. (2021). Kewenangan Pengelolaan Wisata Alam Sebagai Destinasi Wisata Daerah di Wilayah Kecamatan Padarincang Kabupaten Serang Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Serang Tahun 2014-2025. *Yustisia Tirtayasa: Jurnal Tugas Akhir*, 1(2), 56-66. <https://doi.org/10.51825/yta.v1i2.12303>
- Komsary, K. C. (2017). Commemorative tourism: Menuju sebuah tipologi daya tarik wisata yang berhubungan dengan kematian dan bencana. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 2(1). 55-58.
- Miller, D., & Gonzalez, C. (2013). When death is the destination: the business of death tourism--despite legal and social implications. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 7(3), 293-306.
- Pereira, V., Gupta, J. J., & Hussain, S. (2019). Impact of travel motivation on tourist;s attitude toward destination: Evidence of mediating effect of destination image. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 20(10), 1-26.
- Raine, R. (2013). A dark tourist spectrum. *International Journal of Culture, tourism and hospitality Research*, 7(3), 242-256.
- Renold, Teng, M. B. A., Anjarsari, H., & Badollahi, M. Z. (2020). Pengembangan Destinasi Wisata Budaya Berdasarkan Mitos Sejarah dan Bangunan Kota Makassar (Studi Etnografi). *Pariwisata*, 7(1), 12-19. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Rusvitasari, E., & Solikhin, A. (2014). Jurnal Pariwisata Indonesia ISSN : 1907-2457 ( Print ) ISSN: 2581-2688 ( Online ) Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandung Semarang Jurnal Pariwisata Indonesia ISSN : 1907-2457 ( P. Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan, 10(1), 1-24.
- Sharpley, R., & Stone, P. R. (2009). The darker side of travel. The theory and practice of dark tourism, 4(2), 75-109.
- Silvandi, G. O., & Mandalia, S. (2022). Pengembangan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan dengan Menerapkan Aspek Pariwisata 3S (Something to see, Something to do, Something to buy). *I-Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah*, 1(2), 70.

<https://doi.org/10.31958/i-tourism.v1i2.4923>

Yulianda, H., Afrilian, P., Ekonomi, F., Iain, I., Sudirman, J. J., Kaum, L., Kab, B., & Datar, T. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penanganan dokumen perjalanan wisata umroh di tara tour selama periode liburan hari raya idul fitri 2018. *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 5(1), 23–32.