

RINGKASAN

Dalam konteks wisata petualangan, aktivitas pendakian gunung tidak terlepas dari persepsian risiko yang dapat memengaruhi perilaku wisatawan, khususnya niat untuk melakukan pendakian kembali. Gunung Slamet via Bambang sebagai salah satu destinasi populer di Jawa Tengah memiliki karakteristik risiko yang tinggi, namun tetap diminati oleh para pendaki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsian risiko terhadap niat mendaki kembali dengan menguji peran keterikatan destinasi sebagai variabel mediasi dan citra destinasi sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada pendaki Gunung Slamet via Bambang yang memenuhi kriteria penelitian, kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsian risiko tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap niat mendaki kembali. Namun, persepsian risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan destinasi, yang selanjutnya berpengaruh positif terhadap niat mendaki kembali. Selain itu, keterikatan destinasi terbukti memediasi hubungan antara persepsian risiko dan niat mendaki kembali. Sementara itu, citra destinasi tidak mampu memoderasi pengaruh persepsian risiko terhadap niat mendaki kembali secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks wisata pendakian, risiko tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat membentuk pengalaman bermakna yang memperkuat keterikatan emosional wisatawan terhadap destinasi. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola destinasi untuk lebih menekankan pada penciptaan pengalaman yang berkesan dan membangun keterikatan emosional guna meningkatkan loyalitas dan niat kunjungan ulang wisatawan.

Kata kunci: Persepsian Risiko, Keterikatan Destinasi, Citra Destinasi, Niat Mendaki Kembali.

ABSTRACT

In the context of adventure tourism, mountain hiking activities are closely associated with perceived risks that may influence tourists' behavioral intentions, particularly their intention to revisit. Mount Slamet via Bambangan, as one of the popular hiking destinations in Central Java, possesses high-risk characteristics while still attracting a significant number of hikers. This study aims to analyze the effect of perceived risk on revisit intention by examining the mediating role of destination attachment and the moderating role of destination image. This study employs a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through questionnaires distributed to hikers of Mount Slamet via Bambangan who met the research criteria. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS software.

The results indicate that perceived risk does not have a significant direct effect on revisit intention. However, perceived risk has a positive and significant effect on destination attachment, which in turn positively influences revisit intention. Furthermore, destination attachment is proven to mediate the relationship between perceived risk and revisit intention. Meanwhile, destination image does not significantly moderate the relationship between perceived risk and revisit intention. These findings suggest that in the context of hiking tourism, risk does not always have a negative impact; instead, it can create meaningful experiences that strengthen tourists' emotional attachment to the destination. This study provides practical implications for destination managers to focus on creating memorable experiences and enhancing emotional bonds in order to increase tourist loyalty and revisit intention.

Keywords: *Perceived Risk, Destination Attachment, Destination Image, Revisit Intention*