

The Influence Of Visionary And Collaborative Leadership On Visitor Loyalty: A Case Study On Lon Malang Tourism Management Innovation

Pengaruh Kepemimpinan Visioner Dan Kolaboratif Terhadap Loyalitas Pengunjung: Studi Kasus Pada Inovasi Pengelolaan Wisata Lon Malang

Mufid Ramadhani^{1*}, Samsuki²

Universitas Trunojoyo Madura^{1,2}

Mufidramadhan89@gmail.com,¹ samsuki@trunojoyo.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of visionary and collaborative leadership on visitor loyalty, with a case study on tourism management innovation at Lon Beach Malang. Visionary and collaborative leadership is considered important in encouraging the development of tourist destinations through management innovation, quality service, and a satisfying experience for visitors. This research uses a quantitative method by distributing questionnaires to 100 visitors to Lon Beach Malang. The results of the study show that both visionary and collaborative leadership has a positive and significant influence on increasing visitor loyalty. This research identifies that leadership that focuses on a long-term vision and good cooperation or collaboration can create a positive experience for visitors, thereby increasing their desire to revisit and recommend the destination to friends, family, and people looking for recommendations for places to visit.

Keywords: Visionary Leadership, Collaborative Leadership, Visitor Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan visioner dan kolaboratif terhadap loyalitas pengunjung, dengan study kasus pada inovasi pengelolaan wisata Pantai Lon Malang. Kepemimpinan visioner dan kolaboratif dinilai penting dalam mendorong perkembangan destinasi wisata melalui inovasi pengelolaan, pelayanan yang berkualitas, serta pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuisioner kepada 100 pengunjung wisata Pantai Lon Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kepemimpinan visioner maupun kolaboratif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas pengunjung. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa kepemimpinan yang befokus pada visi jangka Panjang dan kerja sama atau kolaborasi yang baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung, sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk berkunjung Kembali dan merekomnedasikan destinasi tersebut kepada teman, keluarga, maupun orang yang mencari rekomendasi tempat untuk dikunjungi.

Kata Kunci: Kepemimpinan Visioner, Kepemimpinan Kolaboratif, Loyalitas Pengunjung

1. Pendahuluan

Industri pariwisata Pantai Lon malang memiliki potensi besar untuk menjadi tempat wisata unggulan dipulau Madura yang berlokasi di daerah Kecamatan Sokobanah Kabupaten Sampang. Dengan keindahan alamnya yang menarik dan budaya yang unik, Pantai ini mampu menarik para wisatawan dari berbagai daerah baik lokal, nasional, maupun internasional. Agar potensi ini dapat dimanfaatkan secara optimal, maka pengelolaan wisata yang tepat sangat diperlukan. Kepemimpinan visioner yang mampu merumuskan strategi jangka panjang, dan kepemimpinan kolaboratif yang mendorong keterlibatan banyak pihak terkait menjadi ikut berpartisipasi dalam menciptakan keberhasilan pengelolaan wisata tersebut. Namun masalah yang dihadapi oleh para pengelola tidaklah sedikit. Salah satu tantangan utamanya adalah mempertahankan loyalitas pengunjung.

Loyalitas pengunjung merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam pengelolaan destinasi wisata, faktor tersebut tidak hanya berpengaruh pada minat berkunjung kembali, tetapi juga bisa menjadi salah satu cara promosi dengan merekomendasikan kepada orang terdekat, sehingga bisa meningkatkan jumlah pengunjung baru (Hidayatullah et al., 2020). Menurut Hasan dalam Zihni Abdul Aziz (2020) Loyalitas pengunjung dapat diukur dengan tiga indikator, yaitu: 1). Niat untuk berkunjung kembali (dimensi Jangka panjang), 2). Tinggal lebih lama dalam tempat wisata tersebut, 3). Keinginan untuk merekomendasikan tempat wisata tersebut ke orang lain.

Peran kepemimpinan dalam pengelolaan tempat pariwisata merupakan aspek penting yang sering diabaikan dalam penelitian tempat wisata. Kepemimpinan visioner dan kolaboratif menjadi gaya kepemimpinan yang efektif dalam menciptakan organisasi atau Perusahaan yang berfokus pada inovasi dan kualitas. Kepemimpinan visioner melibatkan kemampuan seorang pemimpin untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menciptakan, merumuskan serta mengimplementasikan pemikiran ideal yang berasal dari dirinya (Mukti, 2018). Sedangkan Kepemimpinan kolaboratif merupakan suatu bentuk penyatuan pemikiran dengan menggabungkan emosi, semangat, dan motivasi dalam mengatasi tantangan yang semakin kompleks. Hambatan-hambatan ini dapat diatasi melalui kepemimpinan kolaboratif yang praktis dan efektif (Ginaldo et al., 2022). Kedua gaya kepemimpinan tersebut diyakini dapat menciptakan lingkungan yang positif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan Pembangunan destinasi wisata dan meningkatkan jumlah pengunjung yang berdampak pada loyalitas mereka terhadap destinasi wisata Lon Malang.

Wisata Pantai Lon malang, sebagai tempat pariwisata yang sedang berkembang, mempunyai peluang menarik untuk mengkaji tentang hubungan antara kepemimpinan visioner dan kolaboratif dalam pengelolaan wisata lon malang dengan loyalitas pengunjung, meskipun destinasi pada tempat pariwisata ini cukup menjanjikan, wisata ini masih menghadapi permasalahan dalam mempertahankan loyalitas pengunjung dalam jangka panjang. Kurangnya inovasi dalam pengelolaan destinasi dan kurangnya komunikasi dan kolaborasi yang efektif antara pemimpin dan karyawan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi masalah tersebut. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk mengkaji seberapa kemungkinan kepemimpinan visioner dan kolaboratif dapat mempengaruhi loyalitas pengunjung melalui inovasi dalam pengelolaan destinasi wisata pantai lon Malang.

Penelitian sebelumnya menunjukkan gaya kepemimpinan sangat berpengaruh terhadap loyalitas. Seperti pada (Sutjani et al., 2024) kepemimpinan visioner berpengaruh positif dalam menciptakan loyalitas. Pemimpin visioner yang mampu menciptakan pemikiran kedepan dan ide kreatif mampu meningkatkan loyalitas. Dalam (Adeline, 2022) menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap loyalitas karyawan, dengan menciptakan loyalitas karyawan pemimpin dapat lebih mudah efektif untuk meningkatkan destinasi wisata yang bisa menyebabkan meningkatnya loyalitas pengunjung. Penelitian tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo et al., 2022) gaya kepemimpinan berpengaruh besar dalam hal loyalitas, Pemimpin yang mampu menciptakan loyalitas karyawan akan lebih mudah dalam melakukan pekerjaan dan mencapai tujuan utama bagi organisasi ataupun perusahaan.

Meskipun telah banyak peneliti yang mengkaji peran kepemimpinan visioner dan kolaboratif dalam organisasi bisnis, penelitian yang mengkaji pengaruhnya dalam konteks

pariwisata masih sangat terbatas. Kebanyakan penelitian ditempat pariwisata berfokus pada aspek seperti kepuasan pengunjung, kualitas layanan, dan daya tarik destinasi, sementara itu pengaruh gaya kepemimpinan terhadap loyalitas sering diabaikan. Permasalahan ini menunjukkan bahwa masih diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana gaya kepemimpinan visioner dan kolaboratif dapat mempengaruhi loyalitas pengunjung dalam konteks inovasi dalam pengelolaan tempat wisata.

2. Tinjauan Pustaka

Kepemimpinan Visioner

Pendekatan seorang pemimpin dalam mengelola sebuah organisasi atau lokasi pariwisata bervariasi tergantung pada keadaan spesifik dan konteks kepemimpinan. Kepemimpinan visioner menawarkan gaya alternatif yang dapat digunakan untuk mendorong inovasi dalam pengelolaan pariwisata Lon Malang, yang bertujuan untuk meningkatkan destinasi wisata. Visi adalah pernyataan yang menggambarkan aspirasi jangka panjang organisasi atau masa depan yang ingin dicapai.

Menurut Sanusi (2009:22) dalam Arie Hidayat Sukriadi (2018) Kepemimpinan visioner adalah gaya kepemimpinan yang berfokus pada pemberian tujuan dan arahan terhadap tugas dan upaya yang dilakukan secara kolektif oleh anggota organisasi. Hal ini memberikan kejelasan dan makna pada pekerjaan yang dilakukan, semuanya dipandu oleh visi yang jelas.

Seth Kahan dalam Gusli et al., (2021) menyatakan bahwa kepemimpinan visioner melibatkan kemampuan luar biasa dalam mengawasi dan memberikan pandangan mengenai keberhasilan dan kemajuan di masa depan. Seorang pemimpin visioner dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan yang akan terjadi, mengelola masa depan, serta memotivasi orang lain untuk bertindak secara tepat. Ini menunjukkan bahwa pemimpin visioner dapat mengenali tantangan dan peluang sebelum keduanya muncul, sekaligus menempatkan organisasi pada jalur yang tepat untuk mencapai tujuan terbaiknya. Peran pemimpin visioner menjadi sangat penting dalam menghadapi persaingan tempat wisata dimasa yang akan datang, karena dengan gaya kepemimpinan ini seorang pemimpin mampu membuat inovasi jangka panjang dan menciptakan ide baru untuk meningkatkan destinasi wisata pada pantai lon malang.

Menurut Barbara Brown dalam Arie Hidayat Sukriadi (2018), seorang pemimpin visioner harus memiliki sepuluh kompetensi utama, yaitu: kemampuan untuk memvisualisasikan tujuan yang jelas (Visualizing), berpikir ke depan tentang masa depan bisnis (Futuristic Thinking), merencanakan dengan memperhitungkan berbagai faktor yang mempengaruhi (Showing Foresight), melakukan perencanaan proaktif dengan strategi dan rencana cadangan (Proactive Planning), berpikir kreatif dalam menghadapi tantangan (Creative Thinking), berani mengambil risiko (Taking Risks), menyelaraskan proses kerja dengan tujuan organisasi (Process Alignment), membangun hubungan kerjasama yang harmonis (Coalition Building), belajar secara terus-menerus (Continuous Learning), dan menerima perubahan sebagai bagian dari pertumbuhan (Embracing Change). Kompetensi-kompetensi ini memungkinkan pemimpin visioner untuk memandu organisasi menuju kesuksesan jangka panjang.

Kepemimpinan Kolaboratif.

Kolaborasi berasal dari kata "co" dan "labor," yang berarti penggabungan upaya untuk mencapai tujuan bersama. Istilah ini sering digunakan dalam konteks pekerjaan yang melibatkan kerjasama lintas batas, sektor, maupun hubungan (O'Leary, 2010:107), Kolaborasi mengacu pada proses pengambilan keputusan secara kolektif (Stoker, 2004:3), sehingga dapat diartikan sebagai kerjasama antara organisasi untuk meraih manfaat bersama (Ella Wargadinata, 2020). Dalam inovasi pengelolaan pantai Lon Malang Gaya kepemimpinan kolaborasi sangat dibutuhkan untuk mewujudkan kerjasama dan menciptakan kolaborasi antara pengelola pantai dengan masyarakat sekitar. Dengan terciptanya kolaborasi antara beberapa pihak tentu saja hal ini memberikan dampak positif terhadap citra destinasi wisata lon malang. Kerjasama yang efektif dapat meningkatkan kualitas layanan, memperkaya pengalaman pengunjung, dan mendorong inovasi

dalam pengembangan destinasi. Selain itu, kolaborasi lintas sektor juga memperkuat promosi dan daya tarik wisata, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pengunjung dan menciptakan reputasi positif bagi destinasi wisata tersebut.

Menurut Kasmawati (2021) Kepemimpinan kolaboratif ditandai dengan memimpin sebagai rekan kerja dan bukan sebagai sosok yang berwibawa. Hal ini memupuk lingkungan di mana individu-individu dengan perspektif berbeda dapat berkumpul, membangun hubungan berdasarkan kepentingan bersama, secara terbuka mengatasi tantangan, dan mendukung upaya kolektif untuk membantu orang lain dan memecahkan masalah yang lebih luas. Gaya kepemimpinan ini mengedepankan budaya inklusif yang bertujuan untuk memanfaatkan sepenuhnya keterampilan dan bakat bawahan. Jika dipraktikkan dengan niat dan pendekatan yang benar, hal ini dapat membuka peluang dan inovasi yang mungkin tidak dimungkinkan oleh model kepemimpinan tradisional. Kepemimpinan model kolaboratif terlihat sesuai dalam membangun dan meningkatkan destinasi wisata Lon malang, karena kerja sama demi mencapai tujuan yang saling menguntungkan dalam terwujudnya sebuah visi dan misi yang dibuat oleh seorang pemimpin.

Menurut James M. Kouzes dalam (Kasmawati, 2021) dia menyebutkan beberapa indikator penting dalam kepemimpinan kolaboratif, antara lain:

1. menginspirasi visi bersama
2. membina kolaborasi
3. memberikan penghargaan dan pengakuan
4. memberikan kepercayaan

Loyalitas Pengunjung

Membangun loyalitas pengunjung merupakan tujuan penting bagi seorang pemimpin dan merupakan salah satu konstruksi relasional inti yang menarik perhatian lebih besar dalam promosi wisata dan perilaku konsumen. Pentingnya loyalitas dalam tempat pariwisata telah diselidiki oleh beberapa sarjana ekonomi sebagai cara memahami pendorong dan kerangka berfikirnya. Dalam konsep pariwisata dimana loyalitas pengunjung dikembangkan untuk bisnis dalam sektor pariwisata. Menurut Griffin (1995:102) dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2017), loyalitas pengunjung merupakan kekuatan pendorong keberhasilan suatu bisnis terletak pada upaya mempertahankan pelanggan, yang merupakan aspek penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Namun, hal ini bukanlah tugas yang mudah, karena perusahaan harus mengintegrasikan seluruh aspek operasinya dan menentukan cara terbaik untuk memberikan nilai kepada pelanggannya. Dengan memberikan nilai, bisnis dapat menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

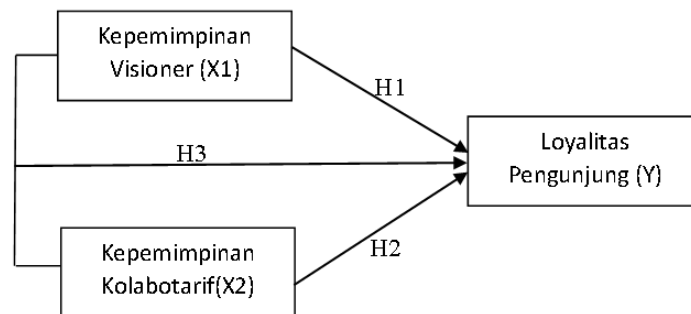
Loyalitas pelanggan mengacu pada sikap konsumen yang menunjukkan komitmen terhadap perusahaan tertentu dengan secara konsisten membeli merek atau produknya. Ketika ekspektasi konsumen terpenuhi, mereka cenderung melakukan pembelian berulang, sehingga menumbuhkan loyalitas. Wisatawan dengan loyalitas yang kuat merupakan segmen pasar yang berharga bagi banyak destinasi, karena mereka cenderung bertahan lebih lama dibandingkan pengunjung pertama kali. Wisatawan yang loyal juga lebih cenderung menyebarkan informasi positif melalui mulut ke mulut (WOM) dan melakukan aktivitas belanja yang lebih intensif (Ni Wayan Anandhea Kurniadevi, 2022).

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) Metode penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai pendekatan yang didasarkan pada filsafat positivis, yang bertujuan mempelajari populasi atau sampel tertentu. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui instrumen penelitian dan menggunakan analisis data kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Responden dalam penelitian ini terdiri dari seluruh individu yang pernah berkunjung ke Pantai Lon Malang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden harus pernah berkunjung ke Pantai Lon Malang. Pengumpulan data

dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner baik secara offline maupun online. Alat analisis SPSS digunakan untuk menilai secara kuantitatif pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



Gambar 1. Model Penelitian

Adapun tahapan analisis data yang dilakukan mencakup: 1.) Uji validitas dan reliabilitas. 2.) analisis regresi linier berganda. 3.) uji pengaruh secara simultan (uji F) 4.) Uji pengaruh secara parsial (uji T) 5.) analisis koefisien determinasi (R²).

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin			
1	Laki-Laki	38	38%
	Perempuan	62	62%
Umur			
2	17-19 tahun	23	23%
	20-25 tahun	61	61%
	26-30 tahun	13	13%
	31-50 tahun	3	3%
Pendidikan			
3	SD	2	2%
	SMP	2	2%
	SMA	91	91%
	D3	2	2%
	S1	3	3%

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, dengan persentase sebesar 62%, menunjukkan bahwa lebih dari separuh partisipan survei didominasi oleh perempuan. Dari segi usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 20-25 tahun dengan persentase sebesar 61%, yang menandakan bahwa kelompok usia muda, khususnya mereka yang berada pada fase awal dewasa, menjadi representasi terbesar dari populasi responden. Selain itu, dilihat dari aspek pendidikan terakhir, mayoritas responden, yaitu sebesar 91%, memiliki latar belakang pendidikan hingga tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden telah menyelesaikan pendidikan menengah atas sebagai tingkat pendidikan tertinggi mereka. Secara keseluruhan, data ini memberikan gambaran yang jelas tentang karakteristik demografis responden, dengan mayoritas terdiri dari perempuan muda berusia 20-25 tahun yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepemimpinan Visioner	0,450	0,195	Valid
	0,517	0,195	Valid
	0,642	0,195	Valid
	0,560	0,195	Valid
	0,585	0,195	Valid
	0,523	0,195	Valid
	0,368	0,195	Valid
	0,503	0,195	Valid
	0,405	0,195	Valid
	0,510	0,195	Valid
Kepemimpinan Kolaboratif	0,507	0,195	Valid
	0,576	0,195	Valid
	0,570	0,195	Valid
	0,655	0,195	Valid
	0,667	0,195	Valid
	0,682	0,195	Valid
	0,519	0,195	Valid
Loyalitas Pengunjung	0,617	0,195	Valid
	0,642	0,195	Valid
	0,639	0,195	Valid
	0,565	0,195	Valid
	0,591	0,195	Valid
	0,588	0,195	Valid
	0,577	0,195	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid, karena nilai korelasi masing-masing indikator melebihi nilai r tabel sebesar 0,195. Oleh karena itu, seluruh indikator memenuhi kriteria validitas dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui nilai Cronbach's alpha. Kriteria pengujiannya adalah jika nilai Cronbach's alpha melebihi 0,60 maka instrumen dianggap reliabel. Di bawah ini adalah uji reliabilitas penelitian tersebut.

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kepemimpinan Visioner	0,862	0,7	Reliabel
Kepemimpinan Kolaboratif	0,765	0,7	Reliabel
Loyalitas Pengunjung	0,702	0,7	Reliabel

Pada table diatas hasil menunjukkan bahwa nilai crombach alpa tiap variabel > dari 0,7 maka seluruh item pertanyaan adalah reliabel.

Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui dampak kepemimpinan visioner (X1), kepemimpinan kolaboratif (X2), dan loyalitas pengunjung (Y), digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Table 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	6,213	1,409		4,409	,000	
	Kepemimpinan Visioner	,179	,055	,338	3,262	,002	,297 3,365
	Kepemimpinan Kolaboratif	,369	,072	,527	5,094	,000	,297 3,365

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

Berdasarkan table maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 6.213 + 0,179X_1 + 0,369X_2 + e$$

Dari persamaan diatas diketahui bahwa

- Nilai konstanta sebesar 6.213 menyatakan bahwa jika nilai variabel kepemimpinan Visioner dan kepemimpinan kolaboratif sama dengan nol maka nilai loyalitas pengunjung yaitu sebesar 6.213.
- Nilai koefisien variabel kepemimpinan visioner sebesar 0,179 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 unit dalam X1 akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,179 dengan asumsi X2 konstan.
- Nilai koefisien variabel kepemimpinan kolaboratif sebesar 0,369 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 unit dalam X2 akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,369 dengan asumsi X1 konstan.

Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 5. Hasil uji simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	418,768	2	209,384	108,454	,000 ^b
	Residual	187,272	97	1,931		
	Total	606,040	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kepemimpinan Kolaboratif, Kepemimpinan Visioner

Uji F digunakan untuk menilai apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel tersebut nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut $< 0,05$ yang berarti variabel kepemimpinan visioner dan kepemimpinan kolaboratif berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung secara simultan. Selanjutnya dengan nilai F hitung sebesar 108,454 terlihat bahwa F hitung (108,454) lebih besar dari F tabel (3,09) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepemimpinan visioner dan kolaboratif mempunyai pengaruhsimultan yang signifikan terhadap loyalitas pengunjung.

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t dilakukan untuk menilai besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara mengevaluasi hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial (T-Test) disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 6. Hasil uji parsial (T)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,213	1,409		4,409	,000		
	Kepemimpinan Visioner	,179	,055	,338	3,262	,002	,297	3,365
	Kepemimpinan Kolaboratif	,369	,072	,527	5,094	,000	,297	3,365

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

Berdasarkan hasil dari tabel diatas diketahui bahwa :

- Pengaruh X1 terhadap Y
Diketahui nilai sign $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,262 > 1,983$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X1 terhadap variabel Y.
- Pengaruh X2 terhadap Y
Diketahui nilai sign $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,094 > 1,983$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara Variabel X2 terhadap variabel Y.

Koefisien Detreminasi (R²)

Tabel 7. Hasil analisis koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.691	.685	1,38947

a. Predictors: (Constant), Kepemimpinan Kolbaoratif, Kepemimpinan Visioner

b. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

Diketahui nilai R Square 0,685 atau 68,5% yang menunjukkan terdapat pengaruh yang simultan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y sebesar 68,5% dan sisanya 31,5 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Kepemimpinan Visioner terhadap loyalitas pengunjung

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebar, terlihat bahwa gaya kepemimpinan visioner dalam inovasi pengelolaan pariwisata di Lon Malang berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung. Hal ini didukung dengan hasil uji parsial variabel X1 yang menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,262 melebihi nilai t-tabel sebesar 1,983.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan visioner berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Jayanti & Wati, n.d.) menjelaskan bahwa gaya Kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Dengan penerapan gaya Kepemimpinan yang tepat dan dapat diterima oleh pengunjung, Loyalitas Pengunjung akan meningkat.

Kepemimpinan Kolaboratif terhadap loyalitas pengunjung

Berdasarkan penelitian data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner yang dilakukan maka dapat diketahui bahwa gaya kepemimpinan kolaboratif dalam inovasi pengelolaan wisata lon malang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial variabel X2 memiliki nilai t hitung 5,094 > t tabel 1,983. Sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Maka dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan kolaboratif berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Menurut (Ritonga et al., 2024) Kepemimpinan yang mendukung dan mampu memberikan arahan yang jelas juga terbukti berkontribusi positif terhadap loyalitas pengunjung. Temuan ini konsisten dengan teori-teori dalam manajemen pariwisata yang menekankan pentingnya komunikasi dan kolaborasi dalam kepemimpinan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi pengunjung. Kepemimpinan kolaboratif yang melibatkan pengunjung dan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan dan pengembangan pengalaman wisata dapat meningkatkan kepuasan serta membangun loyalitas pengunjung secara berkelanjutan.

Kepemimpinan Visioner dan Kolaboratif Terhadap Loyalitas Pengunjung

Berdasarkan penelitian data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner yang dilakukan maka dapat diketahui bahwa gaya kepemimpinan visioner dan kolaboratif dalam inovasi pengelolaan wisatalon malang berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pengunjung hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} yaitu $108,454 > 3,09$ hal tersebut menunjukkan bahwa kepemimpinan Visioner (X1) dan Kepemimpinan Kolaboratif (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh pada Loyalitas pengunjung (Y) pada inovasi pengelolaan wisata Lon Malang.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil beberapa uji menggunakan SPSS dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan visioner dan kolaboratif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung dalam konteks inovasi pengelolaan wisata Lon Malang.

Pemimpin yang memiliki visi yang jelas dan mampu menyampaikan pemikiran jangka panjang yang terarah, memberikan dampak positif terhadap loyalitas pengunjung. Pengunjung merasa lebih termotivasi untuk mendukung perkembangan destinasi wisata ketika mereka melihat adanya visi yang inspiratif dan inovatif dalam pengelolaannya. Pemimpin yang mengedepankan kolaborasi, melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pengunjung, dalam pengambilan keputusan dan pengembangan destinasi, juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan loyalitas. Kolaborasi ini menciptakan rasa kepemilikan dan keterlibatan yang kuat dari pengunjung, sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

Hasil uji F dan uji t menunjukkan bahwa kedua gaya kepemimpinan ini secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung, menunjukkan bahwa pendekatan yang visioner dan kolaboratif dalam inovasi pengelolaan wisata Lon Malang memainkan peran penting dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pengunjung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pemimpin terus berinovasi agar mampu bersaing di era saat ini, serta memperluas dan memperkuat kolaborasi untuk meningkatkan pengelolaan destinasi wisata Lon Malang. Langkah ini akan membantu meningkatkan loyalitas pengunjung dan mempertahankan daya tarik wisata dalam jangka Panjang.

Daftar Pustaka

- Adeline, K. (2022). Dampak Gaya Kepemimpinan terhadap Loyalitas Karyawan dan Turnover Intention (Studi Kasus PT Bank XYZ Tbk). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 42–63. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.205>
- Arie Hidayat Sukriadi. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Visioner Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja. *Journal Tourism and Hospitality Essential*, 8, 139–146.
- Ella Wargadinata. (2020). kepemimpinan kolaboratif. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Daerah*, 8, 1–14.
- Ginaldo, K., Pratama, D., & Apriliani, A. (2022). Analisis gaya kepemimpinan kolaboratif dalam menghadapi era VUCA. *Karimah Tauhid*, 1, 851–859.
- Gusli, T., Primayeni, S., Gistituati, N., & Rusdinal, R. (2021). Kepemimpinan Visioner Kepala Madrasah. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(5), 2919–2932. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i5.1002>
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). *Citra Destinasi: Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo*.
- I Gusti Bagus Rai Utama. (2017). *Pemasaran Pariwisata dalam mempengaruhi loyalitas* (Aditya Ari C, Ed.).
- Jayanti, K. T., & Wati, L. N. (n.d.). *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KARYAWAN*. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Kasmawati, Y. (2021). Kepemimpinan Kolaboratif: Sebuah Bentuk Kepemimpinan Untuk Sekolah. *Jurnal Pendidikan*, 9, 197–207.
- Mukti, N. (2018). Kepemimpinan Visioner Kepala Sekolah. *Jurnal Kependidikan*, 6(1), 71–90. <https://doi.org/10.24090/jk.v6i1.1697>

- Ni Wayan Anandhea Kurniadevi. (2022). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DI BALI SAFARI & MARINE PARK, GIANJAR. *Jurnal Kepariwisata*, 21, 99–112.
- Ritonga, Z., Maulana, R., Murniyanti, S., Zuhra, F., & Sutoyo, S. (2024). Pengaruh Gaya Komunikasi dan Gaya Kepemimpinan dalam Membangun Loyalitas Karyawan. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 526–533.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sutjjanus, M. T., Palumian, Y., & Sahetapy, W. L. (2024). KEPEMIMPINAN VISIONER DALAM MEMBENTUK LOYALITAS DAN KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 2(1), 315–326. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i1.5969>
- Wibowo, F., Setiyanto, S., & Bahtiar, H. (2022). Pengaruh gaya kepemimpinan, loyalitas karyawan terhadap kinerja karyawan. *Journal of Management and Digital Business*, 2(3), 128–138. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v2i3.587>
- Zihni Abdul Aziz. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Pengalaman Pengunjung yang Dimediasi oleh Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17, 8–18.