

PENGARUH KOMPONEN DESTINASI WISATA (3A) TERHADAP MINAT KUNJUNGAN KE WISATA TAMAN LANGIT DESA BENGKAUNG KECAMATAN BATU LAYAR KABUPATEN LOMBOK BARAT

¹Eberhardo Rudolf Karel Mitan, ²Siluh Putu Damayanti, & ³Fathurrahim

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

E-mail: ¹kharelmitan12@gmail.com, ²sp.damayanti@gmail.com &

³fathurrahim@gmail.com

Article History:

Received: 18-12-2024

Revised: 20-12-2024

Accepted: 21-12-2024

Keywords:

Attractions,
Accessibility,
Amenities, Interest in
Visiting.

Abstract: This study aims to determine the Influence of Tourist Destination Components (3A) on Interest in Visiting Taman Langit Tourism, Bengkaung Village, Batu Layar District, West Lombok Regency. The independent variables used in this study are Attraction (X1), Accessibility (X2), Amenities (X3) and Interest in Visits (Y) as bound variables. This study uses a quantitative approach with the type of explanatory research review. The sampling technique uses purposive sampling with a sample of 100 respondents. The test results showed that: 1) simultaneously showed that the significance value of the influence of Attraction (X1), Accessibility (X2), Amenities (X3) on Visiting Interest (Y) was $0.000 < 0.05$ and the fcal value was $14.127 > f_{table} 3.09$. Thus, hypothesis testing in the f test (simultaneous) shows the influence of Attractions, Accessibility, and Amenities on Visiting Interest.) The test results partially show that Attraction (X1) has a significance value of $0.000 < 0.05$ and a tcal value of $4.420 > t_{table} 1.985$ then H_01 is rejected and H_{a1} is accepted, Accessibility (X2) has a significant value of $0.006 < 0.05$ and a tcal value of $2.771 > t_{table} 1.985$ then H_02 is rejected and H_{a2} is accepted, Amenity (X3) has a significant value of $0.001 < 0.05$ and a tcal value of $3.349 > t_{table} 1.985$ then H_03 is rejected and H_{a3} is accepted. The t-test (partial) showed that there was a positive and significant influence of the variables of Attractions, Accessibility, and Amenities on Interest in Visiting Taman Langit Tourism, Bengkaung Village, Batu Layar District, West Lombok Regency.

PENDAHULUAN

Lombok adalah salah satu pulau kecil yang ada di selatan bagian Indonesia. Lombok merupakan salah satu provinsi Indonesia yang memiliki potensi wisata yang patut untuk dikembangkan, arus kunjungan wisatawan ke daerah ini selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Salah satu objek wisata yang ada di kota mataram yaitu Objek wisata Bukit Bengkaung atau juga di sebut Taman Langit itu sendiri memiliki banyak daya tarik dari objek wisata ini berupa panorama alam yang indah suasana udara yang sejuk dan alami. Adapun data Jumlah kunjungan wisatawan di Kota Mataram dari tahun 2016, 2017 dan 2018 mengalami peningkatan untuk wisatawan asing dan wisatawan domestic sebanyak

(623.835), (714.291) dan (672.597) , sedangkan di tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatwan baik wisatwan asing maupun wisatawan domestic yakni sebanyak (154.395) dan (42.213). Di tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatwan karena terjadinya wabah virus Covid 19.

Kota Mataram yang memiliki keanekaragaman pada obyek wisatanya diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh dari data *mataramkota.go.id* diketahui bahwa jumlah Objek wisata yang ada di kota mataram dari tahun 2017 samapi 2021 tidak mengalami peningaktan dan jumlah destinasi tetap sama dari tahun ke tahun yaitu 45 Objek wisata. Namun pada tahun 2022 sektor pariwisata Kota Mataram kembali meningkat sedikit demi sedikit dengan dikeluarkannya kebijakan pemerintah yaitu dibolehkannya kegiatan operasional kembali jasa pariwisata namun hanya boleh beroperasi dengan jumlah pengunjung sebesar 50% dari jumlah kapasitas yang ada.

Tempat wisata terbaru di Pulau Lombok adalah Taman Langit. Desa Bengkaung, Kecamatan Batu Layar, Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat (NTB), menjadi lokasi destinasi wisata populer tersebut. Konsep tempat wisata, tempat makan dengan spot foto dengan pemandangan alam, dan kawasan kota dari ketinggian menjadikan Taman Langit sebagai destinasi wisata yang menarik. Meski terbilang baru, namun kini banyak wisatawan yang datang untuk mendewakan momen-momennya dengan berfoto di spot-spot foto untuk mengisi koleksi hiburan virtualnya. Bukit Taman Langit Desa Bengkaung bukan salah satu tempat wisata yang direncanakan di Kabupaten Lombok Barat. Namun destinasi wisata yang populer karena keindahan alamnya yang unik menjadikannya sebagai destinasi alternatif. Penciptaan tempat wisata alternatif di Bukit Taman Langit Desa Bengkaung mempunyai prospek yang sangat baik, dan pembangunan infrastruktur sangat penting untuk mendukung pertumbuhan pariwisata berkelanjutan, serta peningkatan sumber daya manusia dan perekonomian Desa Bengkaung.

Cooper dkk dalam Setyanto dan Pangestuti (2019) juga menemukan bahwa dalam menciptakan keberatan terhadap industri perjalanan, cara yang masuk akal untuk meningkatkan minat tanpa henti terhadap industri perjalanan adalah Bagian 3A (*Attraction, Aecessibility, Amenities*). Daya tarik berencana untuk menarik pengunjung dengan melihat hal-hal khusus seperti keindahan dan budaya normal serta tradisi yang sangat mendasar. Ketersediaan merupakan cara transportasi yang menarik dan produktif, yang dikenal sebagai sarana utama untuk mencapai keberatan wisatawan dengan memberikan model. Fasilitas pendukungnya antara lain penginapan, hotel, *homestay* dan fasilitas lainnya yang dapat menunjang aktivitas para tamu saat berkunjung ke tempat wisata tersebut. Bantuan bawahan atau yang biasa disebut dengan bantuan ekstra adalah perkumpulan atau perkumpulan yang mengetahui tentang industri perjalanan, misalnya kumpulan industri perjalanan yang memberikan pemahaman lebih jelas tentang industri perjalanan.

Faktor pendukung atau pendorong adalah suatu hal yang menjadi daya dukung terhadap sesuatu menjadi lebih baik dari sebelumnya atau berkembang (Prayoga, 2022). Menurut Setianingsih dalam Marlin (2018) menambahkan bahwa suatu daerah atau suatu tempat yang dapat dikunjungi sebagai destinasi wisata kalau kondisinya sedemikian rupa sehingga dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata. Dengan modal yang ada dalam suatu destinasi wisata dapat menjadi pendukung saat mengembangkan destinasi wisata. Faktor penghambat adalah kondisi yang memiliki pengaruh negatif terhadap suatu perkembangan

yang dapat mengakibatkan menghentikan sesuatu berkembang atau lebih baik dari sebelumnya (Prayoga, 2022). Faktor penghambat daya tarik wisata juga dapat terjadi dikarenakan letak geografis dari destinasi wisata tersebut (Marlin, 2018)

Dalam objek Wisata Taman Langit memiliki Komponen 3A atraksi (*attraction*) yang terdapat pada Objek Wisata Taman Langit adalah keindahan alam dengan panorama yang memperlihatkan Kota Mataram dari atas bukit. Tetapi Objek Taman Langit memiliki kelemahan pada komponen 3A-nya contohnya adalah komponen aksesibilitas (*accessibility*) di mana jalan menuju ke Objek Wisata Taman Langit yang cukup ekstrim karena sangat rawan pada malam hari serta komponen amenitas (*amenities*) banyak pengunjung tertarik mengenai kualitas pelayanan dari pengelola, selain itu kenyamanan pengunjung juga mempengaruhi untuk melakukan kunjungan kembali

Keberagaman daya tarik wisata tersebut seharusnya menjadi faktor pendorong sekaligus penarik bagi pengunjung atau wisatawan untuk berkunjung menyaksikan keunikan tersebut. Selain itu upaya-upaya yang dilakukan untuk mengembangkan atau mengelola daya Tarik menjadi lebih baik, ditunjang dengan penyedia fasilitas pariwisata dan fasilitas penunjang bagi kebutuhan wisatawan selama berada di objek wisata, kemudahan akses perjalanan serta promosi yang tepat dapat membuat wisatawan menjadi ingin berkunjung Kembali ke tempat wisata tersebut. Oleh karena itu masalah utama penelitian ini adalah apakah Komponen Destinasi Wisata 3a berpengaruh terhadap Minat Kunjungan ke Objek Wisata Taman Langit

LANDASAN TEORI

Daya Tarik Wisata

Ridwan (2012:5) mengungkapkan Objek wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Objek wisata adalah objek yang berarti bentuk dan Wisata adalah fasilitas yang berhubungan dengan bentuk tersebut, yang dapat menarik minat pengunjung atau wisatawan untuk datang ke tempat objek tersebut.

Daya Tarik suatu bentuk atau suatu tempat yang potensial, tapi belum dikembangkan atau dikelola, belum dapat disebut objek wisata. Daya Tarik merupakan kata lain dari objek wisata, namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata objek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata "Daya Tarik Wisata".

Pada buku Dasar-dasar Pariwisata (1997:19) yang ditulis oleh Suwantoro, objek wisata dan daya Tarik wisata dikelompokkan atas sejumlah aspek berikut ini :

- 1) Pengusahaan objek dan daya Tarik wisata dikelompokkan ke dalam pengusahaan objek dan daya Tarik wisata alam, pengusahaan objek dan daya Tarik wisata budaya, pengusahaan objek dan daya Tarik wisata minat khusus.
- 2) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- 3) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- 4) Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.
- 5) Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir
- 6) Objek wisata alam mempunyai daya Tarik karena keindahan alam, pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya

- 7) Objek wisata budaya mempunyai daya Tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk aktraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau
- 8) Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya Tarik yang memiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelengkapan finansial.

Wisatawan

Menurut (Arjana, 2016) wisatawan (*tourism*), adalah orang yang sedang melakukan perjalanan dalam waktu paling sedikit 24 jam untuk menikmati perjalanan dan mencari kepuasan serta tidak mencari nafkah atau pekerjaan di daerah tujuan wisata. Suwanto (2004) mendefinisikan wisatawan (*tourist*) adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata, jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam, maka mereka disebut sebagai pelancong (*excursionist*).

IUOTO (*The International Union of Official Travel Organization*) menggunakan batasan pendefinisian mengenai wisatawan secara umum, yaitu pengunjung adalah setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain, dan biasanya dengan maksud apapun, kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Pengunjung (*visitor*) tersebut dapat dibedakan kedalam dua kategori, yaitu :

- a) Wisatawan (*Tourist*) adalah pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya 24 jam di suatu negara. Wisatawan dengan maksud perjalanan wisata dapat digolongkan menjadi dua, yaitu : Pesiar (*leasure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, dan olah raga, hubungan dagang, sanak saudara, handai taulan, konferensi, misi, dan sebagainya.

Sedangkan (Sihite, 2000) pengertian wisatawan dapat dibedakan menjadi 2 kategori :

- a) Wisatawan nasional (nusantara) adalah wisatawan domestik yaitu yang berasal dari dalam negeri.
- b) Wisatawan internasional (mancanegara) adalah wisatawan dari luar negeri atau orang yang bepergian ke luar negeri (memasuki negara lain).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Saladin (2003), pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sementara menurut Tjiptono (2008) memberikan definisi kepuasan sebagai respons emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang di beli. Menurut Tjiptono (2008) bahwa dengan memperhatikan kualitas produk maka akan meningkatkan indeks kepuasan konsumen yang di ukur dalam ukuran apapun. Secara lebih jauh, kepuasan sebagian besar dilihat sebagai satu bentuk dimensi dimana semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan/diterima, maka semakin tinggi kepuasan terjadi.

Kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari pendapat wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Prayag, 2008 dalam Coban, 2012). Ukuran tersebut dapat dipertimbangkan sebagai nilai mengenai kualitas hasil dari destinasi pariwisata, misalnya perlakuan dan pelayanan yang dirasakan wisatawan terhadap destinasi pariwisata, tetapi tidak hanya hasil pada akhir pengalamannya (Coban, 2012).

Komoponen Pariwisata

Sugiyama (2014:72) mengatakan bahwa komponen penunjang wisata adalah komponen kepariwisataan yang harus ada didalam destinasi wisata. Komponen kepariwisataan tersebut adalah 4A yaitu: Atraksi (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accessibilities*) dan Amenitas (*Amenities*) dan Layanan Pendukung (*Ancillary services*)

a. Atraksi (*Attraction*)

Attraction adalah segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan. Atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam dan keindahan kawasan itu sendiri. Selain itu, budaya juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti hal-hal yang bersejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan dan tradisi-tradisi masyarakat, baik pada masa lampau maupun pada masa sekarang. Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak terdapat di destinasi lainnya.

b. Akses (*Accessibilities*)

Dalam suatu perjalanan wisata, terdapat pula faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu faktor aksesibilitas, yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi budget perjalanan mereka tersebut. *Accessibility* atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tidak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi individual tourist, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan travel agent, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik.

c. Fasilitas Pendukung (*Amenities*)

Amenities adalah berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. *Amenities* meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*), tempat hiburan, tempat perbelanjaan (*retailing*), dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi (Cooper dkk, 2000). Menurut Inskeep dalam Hadiwiijoyo (2012:59-60), fasilitas (*facilities*) dan pelayanan lainnya (*other services*) di destinasi bisa terdiri dari biro perjalanan wisata, *restaurant*, *retail outlet* kerajinan tangan, *souvenir*, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran uang (*money changer*), *tourist information office*, rumah sakit, bar, dan tempat kecantikan. Setiap destinasi memiliki fasilitas yang berbeda, namun untuk melayani kebutuhan dasar wisatawan yang berkunjung destinasi melengkapinya sesuai dengan karakteristik destinasi tersebut.

Minat Kunjungan

Minat berkunjung merupakan perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang. Wisatawan yang memiliki minat untuk melakukan kunjungan

dapat ditandai dengan kemauan untuk meninjau kembali destinasi yang sama di masa depan dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain (Alegre, 2009). Liburan yang berulang di tempat yang sama dan menyatakan niat untuk melakukan kunjungan merupakan dua tanda loyalitas terhadap destinasi yang sering diperhitungkan dalam literatur pariwisata (Oppermann dalam (Alegre, 2009) Perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata yang sama dapat muncul karena beberapa alasan.

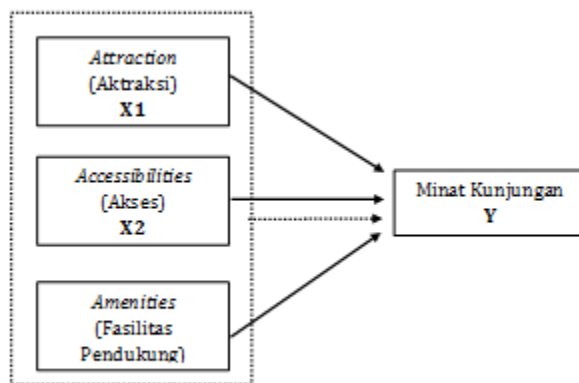
Menurut Ferdinand dalam Sari dan Edriana Pangestuti (2018) minat berkunjung memiliki tahapan-tahapan psikologi. Dimana tahapan tersebut, kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat beli pada individu. Adapun indikator – indikator yang dimaksud, sebagai berikut :

- 1) Minat transaksional yaitu keinginan individu atau organisasi dalam membeli barang atau jasa.
- 2) Minat preferensial ialah perilaku dimana individu atau organisasi menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama.
- 3) Minat eksploratif yakni perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati.

Konsumen atau pengunjung telah memilih terhadap produk maupun jasa maka konsumen tersebut telah meyakini bahwa produk atau jasa yang mereka dapatkan adalah produk yang terbaik diantara berbagai pilihan yang ada. Selanjutnya konsumen tersebut akan melakukan keputusan berkunjung sesuai dengan apa yang mereka butuh dan harapkan

Kerangka Pemikiran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel terikat (kepuasan wisatawan) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (Atraksi (X1), Aksesibilitas (X2), dan Amenitas (X3)). Hal yang sama juga berlaku terhadap pengaruh masing – masing variabel bebas (Atraksi (X1), Aksesibilitas (X2), dan Amenitas (X3)) bahwa masing – masing variabel berpengaruh terhadap variabel tidak bebas (Minat Kunjungan).



Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini jenis merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory reseacrh* dan mengkuantitatifasikan tingkat *attracties*, *accessibilities*, dan *amanities*, minat kunjungan Ke Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat. Metode *explanatory reseacrh* merupakan metode penelitian yang bermaksud

menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta berpengaruh antara satu variabel yang lain, atau dapat dikatakan bahwa penelitian ini merupakan pengujian hipotesis yang menguji hubungan antar variabel tertentu. Sedangkan metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang memakai data yakni angka-angka yang ditambahkan penekanan terhadap pengukuran hasil yang objektif disertai analisis statistiik. Angka-angka yang digunakan dalam analisis statistik berasal dari skala objektif pengukuran unit analisis yang disebut variabel *Attraction* (X1), *Accessibility* (X2), dan *Amenities* (X3) terhadap Minat Kunjungan (Y).

Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kali ini yaitu seluruh kunjungan wisatawan Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat Tahun 2023 yaitu sebanyak 15.287 Pengunjung. Menggunakan rumus Slovin, peneliti menentukan sampel dengan tingkat toleransi error sebesar 10%. Oleh karena itu, jumlah wisatawan sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 100 orang setelah pembulatan dari 99,99.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keputusan
Atraksi (X1)	X1.1	0.413	0.2324	VALID
	X1.2	0.571	0.2324	VALID
	X1.3	0.659	0.2324	VALID
	X1.4	0.722	0.2324	VALID
	X1.5	0.762	0.2324	VALID
Aksesibilitas (X ₂)	X2.1	0.431	0.2324	VALID
	X2.2	0.568	0.2324	VALID
	X2.3	0.642	0.2324	VALID
	X2.4	0.721	0.2324	VALID
	X2.5	0.766	0.2324	VALID
Amenitas (X ₃)	X3.1	0.486	0.2324	VALID
	X3.2	0.597	0.2324	VALID
	X3.3	0.657	0.2324	VALID
	X3.4	0.682	0.2324	VALID
	X3.5	0.709	0.2324	VALID
Minat Kunjungan (Y)	Y.1	0.5	0.2324	VALID
	Y.2	0.592	0.2324	VALID
	Y.3	0.718	0.2324	VALID
	Y.4	0.719	0.2324	VALID

Pengujian validitas dilakukan dengan melibatkan 100 responden wisatawan. Nilai r-tabel yang digunakan adalah 0,2324 pada taraf signifikansi 10%. Hasil uji validitas menggunakan SPSS menunjukkan bahwa semua pernyataan dianggap valid karena nilainya lebih besar dari r-tabel yaitu 0,2324

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	N of Item	Kriteria	Cronbach's Alpha	Keterangan
Atraksi (X ₁)	5	0.60	0.627	Realiable
Aksesibilitas (X ₂)	5	0.60	0.622	Realiable
Amenitas (X ₃)	5	0.60	0.704	Realiable
Minat Kunjungan (Y)	5	0.60	0.669	Realiable

Dari Tabel uji reliabilitas yang disajikan, dapat diamati bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel Atraksi (X₁) memiliki total 0,627, Variabel Aksesibilitas (X₂) memiliki total 0,622, Variabel Amenitas (X₃) memiliki total 0,704 yang artinya Variabel Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas menunjukkan tingkat Reliabilitas yang baik. Pada variabel Minat Kunjungan (Y), juga ditemukan tingkat reliabilitas yang memadai dengan nilai 0,669. Oleh karena itu, kesimpulannya adalah bahwa keempat variabel dalam penelitian ini dianggap reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha harus melebihi angka 0,60 untuk di anggap reliable

Tabel 3. Karakteristik Subjek Penelitian

Usia	Frekuensi	Presentase
< 17 Tahun	5	5%
18-27 Tahun	54	54%
28-37 Tahun	31	31%
38-47 Tahun	8	8%
48-57 Tahun	2	2%
Jumlah	100	100%
Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	41	41%
Perempuan	59	59%
Jumlah	100	100%

Dari sampel sebanyak 100 responden yang beragam usia, terlihat bahwa jumlah responden terbanyak berada pada rentang usia 18-27 tahun, dengan total 54 responden. Sementara itu, usia yang memiliki jumlah responden paling sedikit adalah usia 48-57 tahun, dengan hanya 2 responden.

Berdasarkan tabel diatas, karakteristik subjek menurut jenis kelamin diketahui dari 100 orang responden pada Objek Wisata Taman Langit yang berjenis laki-laki yaitu 41 orang dan sisanya perempuan sebanyak 59 orang. maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di Objek Wisata Taman Langit paling banyak adalah yang berjenis kelamin perempuan.

**Tabel. 4 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

Berdasarkan hasil pengujian tes normalitas Kolmogorov-Smirnov yang Anda sampaikan, dapat disimpulkan bahwa variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal. Hal ini terlihat dari analisis data yang menunjukkan nilai probabilitas

(sig) 2-tailed lebih besar dari 0,05, yaitu 0,20. Ini menandakan bahwa data berdistribusi normal dan sesuai untuk analisis statistik yang dilakukan dalam penelitian.

Tabel. 5 Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Atraksi (X ₁)	0.99	1.01
Aksesibilitas(X ₂)	0.978	1.022
Amenitas (X ₃)	0.983	1.018

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, yang ditunjukkan dengan nilai tolerance untuk atraksi (X₁) sebesar 0.99, aksesibilitas (X₂) sebesar 0,978, dan amenitas (X₃) sebesar 0.983 Sedangkan nilai VIF untuk atraksi (X₁) sebesar 1,01, aksesibilitas (X₂) sebesar 1.022, amenitas dan (X₃) sebesar 1.018 Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

Tabel. 6 Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.099	1.882		0.053	0.958
Atraksi (X ₁)	0.076	0.056	0.137	1.349	0.181
Aksesibilitas(X ₂)	0.013	0.057	0.023	0.223	0.824
Amenitas (X ₃)	0.029	0.055	0.053	0.525	0.601

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yang ditunjukkan dengan nilai untuk atraksi (X₁) sebesar 0,181, aksesibilitas (X₂) sebesar 0,824, dan amenitas (X₃) sebesar 0,601 maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau lolos uji

Tabel. 7 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	t	
(Constant)	14.490	4.251	<.001
TOTAL_X ₁	0,150	4,420	0,000
TOTAL_X ₂	0,132	2,771	0,006
TOTAL_X ₃	0,160	3,349	0,001
Konstanta = 4,886			
Adjusted R ² = 0,243			
F hitung = 14,127			
Sig. = 0,000			

Berdasarkan tabel 4.19 diatas maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 14,490 + 0,150X_1 + 0,132 X_2 + 0,160 X_3$$

Hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta diatas sebesar 14,490, angka tersebut menunjukkan bahwa jika X_1 (atraksi), X_2 (aksesibilitas), dan X_3 (amenitas) konstan (tidak mengalami perubahan), maka kepuasan wisatawan adalah sebesar 14,490.
- 2) X_1 (atraksi) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,150. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan atau peningkatan atraksi wisata sebesar 1 satuan maka kepuasan wisatawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,150 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan
- 3) X_2 (aksesibilitas) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,132. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan atau peningkatan aksesibilitas sebesar 1 satuan maka akan diikuti penurunan kepuasan wisatawan sebesar 0,132 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 4) X_3 (amenitas) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,160. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan atau peningkatan amenitas wisata sebesar 1 satuan maka kepuasan wisatawan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,160 satuan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan

UJI HIPOTESIS

Uji Parsial (Uji T)

- 1) Berdasarkan tabel 7 di atas yaitu hasil uji t (parsial) menunjukan bahwa nilai signifikansi pengaruh Atraksi (X_1) terhadap Minat Kunjungan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,420 > t_{tabel} 1,985$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima artinya maka Atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit

Dapat disimpulkan bahwa merningkat nilai Atraksi, maka akan meningkat pula Minat Kunjungan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan

- 2) Berdasarkan tabel 7 di atas yaitu hasil uji t (parsial) menunjukan bahwa nilai signifikansi pengaruh Aksesibilitas (X_2) terhadap Minat Kunjungan (Y) adalah $0,006 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,771 > t_{tabel} 1,985$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima artinya maka Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan

Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya nilai Aksesibilitas, maka akan meningkat pula Minat Kunjungan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit

- 3) Berdasarkan tabel 7 di atas yaitu hasil uji t (parsial) menunjukan bahwa nilai signifikansi pengaruh Amenitas (X_3) terhadap Minat Kunjungan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,349 > t_{tabel} 1,985$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima artinya maka Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan

Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya nilai Amenitas, maka akan meningkat pula Minat Kunjungan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 7 di atas yaitu hasil uji f (simultan) menunjukan bahwa nilai signifikansi pengaruh Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3) terhadap Minat

Kunjungan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} 14,127 > f_{tabel} 3,09$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya maka Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan (Y).

Dapat disimpulkan bahwa meningkatnya nilai Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3) terhadap Minat Kunjungan (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan (Y) di Objek Wisata Taman Langit

Tabel. 8 Uji Koefisien Determinasi

R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.511a	0.261	0.234	1.48076

Nilai *R Square* pada hasil pengujian koefisien determinasi adalah sebesar 0,234 dengan demikian dapat mengamsusikan bahwa variasi perubahan variabel Minat Kunjungan (Y) di pengaruhi oleh variabel bebas Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3) sebesar 23,4%. Jadi besar pengaruh Atraksi (X_1), Aksesibilitas (X_2), Amenitas (X_3) terhadap Minat Kunjungan (Y) di Objek Wisata Taman Langit 23,4%, sedangkan sisanya sebesar 76.6% di pengaruhi oleh faktor luar penelitian ini.

Pembahasan

1) Pengaruh Atraksi (*Attraction*) terhadap Minat Kunjungan ke Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Atraksi (X_1) di peroleh nilai sebesar 4,420 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,150, maka penelian in berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Aktraksi berpengaruh positif terhadap Minat Kunjungan ke Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat.”

Menurut hasil temuan peneliti dilapang dan berdasarkan jawaban dari responden melalui pengisian kuisioner, hal tersebut dikarenakan pengunjung atau wisatawan menganggap Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat memiliki daya tarik atau atraksi wisata yang baik. Atraksi wisata merupakan salah satu faktor yang mendukung pengunjung atau wisatawan merasa puas setelah berkunjung ke objek wisata. Hal ini dipicu karena rata-rata pengunjung yang berkunjung berusia dewasa, sehingga apa yang disuguhkan oleh Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat sangat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh kalangan muda yang senang menikmati tempat wisata yang unik sekaligus bisa dijadikan sebagai kebutuhan sosial mereka bersama teman-temannya. Selain itu, para pengunjung merasa daya tarik atau atraksi yang disuguhkan Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung sudah sesuai dengan ekspektasi pengunjung sebelum berkunjung ke Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat. Kemudian dari hasil jawaban responden pada pengisian kuesioner menunjukkan bahwa rata-rata responden sangat setuju akan keindahan alam sekitar objek wisata yang menjadikan pengunjung tertarik berkunjung ke objek wisata Taman Langit. Hal ini menunjukkan bahwa atraksi wisata merupakan variabel yang kuat dan mendukung kepuasan pengunjung. Meskipun demikian, Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung masih perlu melakukan

penambahan wahana atau atraksi lainnya seperti spot-spot tempat berfoto atau instagramable, dan lain sebagainya, sehingga pengunjung tidak merasa bosan dan monoton dengan atraksi yang hanya itu-itulah saja dan akan melakukan kunjungan serta kunjungan ulang ke Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat

2) Pengaruh Aksesibilitas (*Acessibilities*) terhadap Minat Kunjungan ke Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 2,771 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 ($0,006 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,132, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa "Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan"

Faktor kedua mempengaruhi Minat Kunjungan adalah Aksesibilitas. Menurut Suwanto (2000) aksesibilitas atau kemudahan mencapai destinasi salah satu indikator penawaran yang penting dalam pariwisata yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, karena aksesibilitas menyangkut pengembangan lintas sektoral. Tanpa adanya jaringan yang menghubungkan transportasi tidak mungkin suatu destinasi wisata akan dijamah dan dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini sejalan dengan pendapat Soekadijo menyatakan bahwa aksesibilitas harus memenuhi persyaratan yang terdiri dari; kemudahan informasi dimana fasilitas harus dengan mudah didapatkan dan dilihat dengan mata oleh para wisatawan serta mudah dicapai tanpa harus melalui perjalanan yang ekstrim, haruslah bisa memberikan akses kondisi jalan yang tidak teramat sulit untuk dilalui sehingga sampai ke lokasi objek wisata dengan selamat serta objek wisata pun harus memiliki akhir tujuan dari suatu perjalanan. Dalam penelitian ini, sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh ahli ilmu pariwisata diatas bahwa aksesibilitas merupakan indikator penawaran pariwisata yang penting dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, dan dapat diketahui bahwa Objek Wisata Taman Langit telah memberikan aksesibilitas yang baik agar menjadikan wisatawan merasa senang dan puas berkunjung ke Objek Wisata Taman Langit.

3) Pengaruh Amenitas (X_3) Terhadap Minat Kunjungan ke Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel **Amenitas (X_3)** diperoleh nilai t_{hitung} 3,349 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,160, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa "Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit".

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat berkunjung adalah Amenitas. Menurut Mason (2000) amenitas wisata merupakan fasilitas untuk memperoleh kesenangan dalam hal ini berbentuk akomodasi, kebersihan dan keramah-tamahan (tangible and intangible products) (Suryadana dan Vanny, 2020). Pendapat ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Ibnu Elmi AS Pelu dkk (2020) yang menjelaskan bahwa amenitas wisata merupakan bentuk pelayanan dan fasilitas yang biasanya terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum, dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa amenitas wisata adalah segala sesuatu yang dibutuhkan oleh

wisatawan selama berada di sebuah destinasi wisata yang harus ada dan disediakan oleh usaha jasa pariwisata yang menjadi faktor utama penentu dalam mencapai perasaan senang dan puas setelah berkunjung ke obyek wisata tersebut. Dalam penelitian ini, sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh pakar ilmu pariwisata diatas bahwa amenities merupakan indikator penawaran pariwisata yang menjadi faktor utama penentu dalam mencapai perasaan senang dan puas setelah berkunjung ke obyek wisata tersebut, dan dapat diketahui bahwa Objek Wisata Taman Langit telah memberikan amenities yang baik agar menjadikan wisatawan merasa senang dan puas berkunjung ke Objek Wisata Taman Langit

4) pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas terhadap Minat Kunjungan ke Wisata Taman Langit Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 14,127 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,005$), maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan "Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit"

Menurut Umar (2003), minat berkunjung merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Minat beli muncul akibat dari adanya proses belajar dan proses pemikiran yang kemudian membentuk suatu persepsi. Minat beli ini akan muncul dan kemudian menjadi motivasi yang terus terekam dalam pikirannya dan menjadi kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang menjadi motivasi dalam pikirannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh yang positif atraksi terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,420 > t_{tabel} 1,985$ maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan terbukti kebenarannya
- 2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi adalah $0,006 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,771 > t_{tabel} 1,985$ maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan terbukti kebenarannya
- 3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan amenities terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,349 > t_{tabel} 1,985$ maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa amenities berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan terbukti kebenarannya

- 4) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan ketiga variabel (atraksi, aksesibilitas, amenities) terhadap Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 14,127 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, dan nilai adjusted R Square adalah sebesar 0,234. Dengan demikian dapat di asumsi bahwa tingkat pengaruh ketiga variabel (atraksi, aksesibilitas, amenities) terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Minat Kunjungan di Objek Wisata Taman Langit sebesar 23,4% . Dengan demikian semakin baik pengaruh komponen 3A Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjungan ke Wisata Taman Langit Desa Bengkaung maka semakin besar pula minat pengunjung di Objek Wisata Taman Langit

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- 1) Bagi pengelola Objek Wisata Taman Langit

Perusahaan diharapkan dapat lebih berinovasi yang berbeda dan baru seperti daya tarik budaya ataupun seni agar lebih dikenal oleh masyarakat, pengelola wisata diharapkan memperbaiki dan meningkatkan sarana prasarana serta fasilitas wisata secara terus-menerus guna menciptakan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan ketika dan selepas berkunjung ke Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung

Disamping itu, pengelola juga perlu mempertimbangkan penambahan wahana dan fasilitas wisata yang ada serta perlunya memiliki para kompetitor lainnya terutama para kompetitor usaha jasa pariwisata yang baru-baru ini melakukan penambahan wahana dan pembangunan objek wisata baru dengan tujuan menarik wisatawan lebih banyak lagi, harapannya dengan usaha yang dilakukan tersebut dapat menciptakan dan meningkatkan kepuasan wisatawan yang pada akhirnya dapat meningkatkan profit bagi pengusaha.

- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi minat berkunjung Ulang. Besarnya faktor atraksi, aksesibilitas, amenities terhadap minat kunjungan adalah 23,4% dan sisanya 76,6% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung kembali selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap minat berkunjung ulang pada Objek Wisata Taman Langit Desa Bengkaung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ajeng Fitri Nurlestari. 2016 "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor" : Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
- [2] Alfitriani , Welly Andrika Putri, Ummasyroh. 2021 "Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang" : Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia
- [3] Eka Rosyidah Aprilia, Sunarti, Edriana Pangestuti. 2017 "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang" : Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 51 No. 2
- [4] Heru Aulia Azmana, Yesi Elsandrab. 2020 "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi", Andalas Management Review, Vol. 4 No. 1
- [5] Ilham Setyanto dan Edriana Pangestuti. 2019 "Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4a) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung" : Universitas Brawijaya
- [6] Liana Manangiuli. 2019 "Pengaruh Komponen Produk Dan Promosi Wisata Terhadap Citra (Image) Destinasi Dan Dampaknya Pada Niat Wisatawan Untuk Melakukan Kunjungan Ulang Ke Kawasan Danau Toba Sumatera Utara" : Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan
- [7] Sarjono dan Julianita. (2011:53). Definisi tujuan uji validitas. Jurnal Bina Manajemen 11.2
- [8] Sari, Dewi Ratna. 2019. "Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Semarang", dalam Jurnal Gema Wisata, Vol. 15, No. 2. Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Semarang
- [9] Suwartono. 2014. Dasar-Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- [10] Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- [11] Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [12] Shintiya Devi Siregar. et al. 2020 "Persepsi Pengunjung Terhadap Desa Wisata Lebakmuncang. Bandung" : Universitas Padjadjaran
- [13] Septian Angga, I Made Mardana, I Wayan Suteja. 2022 "Pengembangan Bukit Taman Langit Sebagai Daya Tarik Wisata Alternatif Di Desa Bengkaung Kecamatan Batu Layar Lembah Sari Kabupaten Lombok Barat" Jurusan Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram
- [14] Tengku Putri Lindung Bulan , Erni Junaida , M. Herdit Maitama. 2021 "Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe" : Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra
- [15] Windi Indar Wiliana. 2022 "Pengaruh 4a (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Dan Ancillary) Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Gallery Water Karangmangu (Gwk) Baturraden" : Program Studi Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- [16] Widjianto Trisna. 2019 "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass" : Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- [17] Yosevita. Th.Latupapua. 2021 "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ke

Daya Tarik Objek Siwang Paradise Kota Ambon” : Fakultas Pertanian,Jurusan Kehutanan Unpatti.