

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung di Pantai Lawata Kota Bima

Muhammad Roni Apriadin¹, Intisari Haryanti², Nur Khusnul Hamidah³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

* Correspondence e-mail; muhroniapriadin.stiebima19@gmail.com, intisariharyanti@gmail.com, nurkhusnulhamidah.stiebima@gmail.com

Article history

Submitted: 2025/03/01; Revised: 2025/05/11; Accepted: 2025/08/18

Abstract

This study aims to determine the influence of Tourist Attraction (TA) on Visit Intention (VI). Tourist attraction is one of the factors that can encourage tourists to make decisions regarding their intention to visit a destination. This study employed a quantitative approach to analyze the relationship between Tourist Attraction as the independent variable (X) and Visit Intention as the dependent variable (Y). Based on the results of the research and discussion, the correlation coefficient (R) was 0.227. This result indicates that the relationship between Tourist Attraction and Visit Intention is at a low level. Furthermore, the coefficient of determination test (R^2) resulted in a value of 0.051 or 5.1%. This indicates that Tourist Attraction contributes 5.1% to Visit Intention, while the remaining 94.9% is influenced by other factors or variables that were not examined in this study. Therefore, Tourist Attraction has a relatively low influence on Visit Intention. These findings indicate that improving tourist attractions alone may not be sufficient to significantly increase visitors' intention to visit, suggesting that other supporting factors should also be considered to enhance tourists' interest in visiting the destination.

Keywords

Tourist Attraction, Visit Intention, Lawata Beach, Bima City, Tourism



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Perkembangan sektor pariwisata tidak hanya berkaitan dengan aktivitas perjalanan dan rekreasi, tetapi juga memiliki keterkaitan dengan berbagai kegiatan ekonomi masyarakat, seperti perdagangan, transportasi, jasa, kuliner, penginapan, serta usaha kreatif. Pengelolaan destinasi wisata yang baik dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, memperluas peluang usaha, dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Kondisi tersebut menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor

yang perlu dikembangkan secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan potensi alam, budaya, karakteristik masyarakat, serta kebutuhan wisatawan.

Kota Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat, memiliki berbagai potensi wisata yang dapat dikembangkan sebagai bagian dari kekuatan ekonomi daerah. Letak geografis Kota Bima yang memiliki kawasan pesisir memberikan peluang besar bagi pengembangan wisata bahari. Pantai dengan karakteristik alam yang beragam dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan apabila dikelola melalui perencanaan yang tepat, penyediaan fasilitas yang memadai, serta pengembangan atraksi yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Potensi tersebut menjadi semakin penting karena wisatawan saat ini tidak hanya mencari keindahan alam, tetapi juga pengalaman yang menarik, nyaman, berkesan, dan memiliki nilai tertentu selama melakukan kunjungan.

Salah satu destinasi yang memiliki potensi tersebut adalah Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Pantai Lawata. Pantai Lawata merupakan salah satu kawasan wisata yang berada di Kota Bima dan memiliki karakteristik alam yang menarik. Hamparan pantai, kejernihan air laut, panorama pesisir, serta pemandangan matahari terbenam menjadi bagian dari potensi yang dapat dikembangkan untuk menarik wisatawan. Lokasinya yang relatif strategis juga memberikan keuntungan tersendiri karena destinasi dapat dijangkau oleh masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah. Potensi tersebut seharusnya dapat menjadi modal utama dalam membangun Pantai Lawata sebagai destinasi wisata yang memiliki daya saing.

Keberadaan potensi alam yang menarik belum tentu secara langsung menghasilkan tingkat kunjungan wisatawan yang tinggi. Persaingan antarobjek wisata semakin berkembang seiring dengan meningkatnya pilihan destinasi yang tersedia bagi wisatawan. Wisatawan memiliki kebebasan untuk membandingkan berbagai destinasi berdasarkan keindahan alam, keunikan atraksi, fasilitas, kenyamanan, aksesibilitas, serta pengalaman yang ditawarkan. Situasi tersebut membuat pengelola destinasi perlu memahami faktor-faktor yang dapat membentuk ketertarikan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Salah satu faktor yang memiliki posisi penting adalah daya tarik wisata.

Daya tarik wisata dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai tertentu sehingga dapat menjadi alasan seseorang untuk mengunjungi suatu destinasi. Daya tarik tersebut dapat berupa keindahan alam, atraksi budaya, aktivitas rekreasi, fasilitas pendukung, maupun pengalaman yang diperoleh wisatawan selama berada di destinasi. Daya tarik yang kuat mampu menciptakan kesan positif dan membentuk persepsi bahwa suatu destinasi layak untuk dikunjungi. Dalam konteks wisata pantai, daya tarik tidak cukup hanya

mengandalkan pemandangan alam. Pengembangan aktivitas wisata, penyediaan spot yang menarik, kebersihan lingkungan, kenyamanan kawasan, serta kemampuan mengemas potensi alam menjadi pengalaman yang berbeda juga menjadi bagian penting dalam meningkatkan nilai sebuah destinasi.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki keterkaitan dengan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan. Suryani et al. (2024) menjelaskan bahwa daya tarik wisata yang unik dan dikelola secara berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing destinasi dalam menghadapi persaingan pariwisata. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keunikan destinasi menjadi salah satu pertimbangan wisatawan ketika menentukan pilihan perjalanan. Pratama dan Nugroho (2023) juga menunjukkan bahwa atraksi alam dan atraksi buatan pada kawasan pesisir memberikan kontribusi terhadap kepuasan dan minat kunjung ulang wisatawan. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa keberadaan atraksi yang beragam dapat memberikan pengalaman yang lebih menarik dibandingkan destinasi yang hanya menawarkan satu bentuk aktivitas.

Permasalahan yang muncul di Pantai Lawata berkaitan dengan belum optimalnya pengembangan potensi daya tarik wisata. Berdasarkan pengamatan awal, variasi atraksi yang tersedia masih terbatas dan pengemasan potensi alam belum sepenuhnya menghasilkan pengalaman wisata yang beragam. Kondisi tersebut dapat menyebabkan wisatawan memperoleh pengalaman yang relatif monoton karena aktivitas yang dapat dilakukan selama kunjungan belum berkembang secara optimal. Kurangnya inovasi dalam mengembangkan daya tarik juga berpotensi mengurangi kemampuan Pantai Lawata untuk membangun keunggulan dibandingkan destinasi pantai lainnya di Kota Bima dan wilayah sekitarnya.

Persoalan tersebut menjadi semakin relevan karena karakteristik wisatawan mengalami perubahan. Wisatawan tidak lagi hanya berorientasi pada kegiatan melihat dan menikmati pemandangan, tetapi semakin tertarik pada pengalaman yang interaktif, autentik, dan dapat memberikan nilai personal. Rahmawati et al. (2024) mengungkapkan bahwa perkembangan tren pariwisata mendorong pengelola destinasi untuk menghadirkan atraksi berbasis pengalaman atau *experiential tourism*. Wisatawan membutuhkan aktivitas yang dapat memberikan pengalaman baru, kesempatan berinteraksi dengan lingkungan, serta momen yang dapat dikenang setelah perjalanan selesai. Pengelola Pantai Lawata perlu merespons perubahan tersebut melalui inovasi daya tarik tanpa menghilangkan karakteristik alam yang menjadi identitas utama destinasi.

Keterbatasan variasi daya tarik juga dapat berdampak pada minat berkunjung wisatawan. Minat berkunjung merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk memilih dan mengunjungi suatu destinasi berdasarkan penilaian terhadap manfaat, pengalaman, serta daya tarik yang ditawarkan. Ketika wisatawan menilai suatu destinasi memiliki keunikan dan pengalaman yang sesuai dengan harapan, kemungkinan munculnya minat untuk berkunjung menjadi lebih besar. Sebaliknya, apabila destinasi dianggap kurang menarik, monoton, atau tidak memiliki keunggulan yang jelas dibandingkan destinasi lain, minat berkunjung dapat mengalami penurunan.

Pantai Lawata memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui penguatan daya tarik wisata yang berorientasi pada pengalaman wisatawan. Keindahan alam yang telah tersedia dapat dikombinasikan dengan pengembangan aktivitas rekreasi, penyediaan ruang interaksi, penguatan identitas destinasi, serta pengemasan berbagai potensi lokal secara lebih kreatif. Upaya tersebut diharapkan tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga menciptakan pengalaman positif yang dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Pengembangan daya tarik juga dapat memberikan dampak yang lebih luas terhadap aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar kawasan wisata.

Penelitian mengenai hubungan antara daya tarik wisata dan minat berkunjung menjadi penting dilakukan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai sejauh mana daya tarik Pantai Lawata mampu memengaruhi ketertarikan wisatawan. Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola dan pemerintah daerah dalam menentukan prioritas pengembangan destinasi. Kajian ini juga dapat memberikan informasi mengenai pentingnya pengembangan atraksi dan pengemasan potensi alam secara lebih inovatif agar Pantai Lawata memiliki posisi yang lebih kuat dalam persaingan destinasi wisata.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan pada ODTW Pantai Lawata Kota Bima. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan kajian pemasaran pariwisata dan perilaku wisatawan serta memberikan manfaat praktis bagi pengelola Pantai Lawata dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi yang lebih menarik, kompetitif, dan berkelanjutan. Penelitian ini berjudul "Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung di Pantai Lawata Kota Bima."

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan mengukur dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Pantai Lawata Kota Bima berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa metode kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, serta melakukan analisis data secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini dipandang sesuai karena penelitian menguji hubungan antara variabel daya tarik wisata sebagai variabel independen (X) dan minat berkunjung sebagai variabel dependen (Y).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel daya tarik wisata dan minat berkunjung. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer mengenai persepsi dan penilaian wisatawan terhadap kondisi serta daya tarik Pantai Lawata. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1). Penggunaan skala tersebut memungkinkan jawaban responden dikonversi menjadi data kuantitatif sehingga dapat dianalisis secara statistik. Menurut Sugiyono (2016), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Lawata Kota Bima. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti sehingga dikategorikan sebagai *unknown population*. Kondisi tersebut menyebabkan penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan pendekatan statistik yang sesuai dengan populasi yang tidak diketahui. Berdasarkan rumus penentuan sampel dengan tingkat kepercayaan 95%, nilai Z sebesar 1,96, standar deviasi yang diasumsikan sebesar 0,5, dan tingkat kesalahan sebesar 10%, diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 responden. Hasil tersebut kemudian dibulatkan sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 96 responden.

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik tersebut digunakan karena responden dipilih berdasarkan pertimbangan dan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Lawata dan telah melakukan kunjungan lebih dari satu kali serta berusia minimal 17 tahun.

Responden yang memenuhi kriteria tersebut dianggap memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian terhadap daya tarik Pantai Lawata dan menyampaikan minat mereka untuk melakukan kunjungan kembali. Penelitian dilaksanakan di Pantai Lawata, Kota Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi Pantai Lawata, termasuk karakteristik daya tarik wisata, suasana lingkungan, aktivitas wisata, serta berbagai kondisi yang berkaitan dengan pengalaman pengunjung. Kuesioner digunakan sebagai sumber data utama dengan memberikan pernyataan kepada 96 responden sesuai dengan kriteria sampel. Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta berbagai literatur yang berkaitan dengan daya tarik wisata dan minat berkunjung. Data dari studi pustaka digunakan sebagai dasar dalam membangun kerangka teoritis dan mendukung pembahasan hasil penelitian.

Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan mampu mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Azwar (2016), instrumen dapat dikatakan memenuhi kriteria valid apabila memiliki nilai korelasi yang memadai. Dalam penelitian ini, item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai korelasi item dengan skor total mencapai sekurang-kurangnya 0,300. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam menghasilkan data. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* mencapai atau melebihi 0,60.

Analisis data selanjutnya dilakukan menggunakan regresi linear sederhana karena penelitian hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik wisata (X) terhadap minat berkunjung (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah $Y = \alpha + \beta X + e$, dengan Y merupakan minat berkunjung, α merupakan konstanta, β merupakan koefisien regresi daya tarik wisata, X merupakan daya tarik wisata, dan e merupakan *error*. Koefisien regresi digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya perubahan minat berkunjung akibat perubahan pada daya tarik wisata.

Analisis juga dilengkapi dengan koefisien korelasi untuk mengetahui arah dan tingkat kekuatan hubungan antara daya tarik wisata dan minat berkunjung. Interpretasi koefisien korelasi dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu 0,00–0,199 menunjukkan hubungan sangat rendah, 0,200–0,399 rendah, 0,400–0,599 sedang, 0,600–0,799 kuat, dan 0,800–1,000 sangat kuat. Selanjutnya, koefisien determinasi

digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi daya tarik wisata dalam menjelaskan variasi minat berkunjung wisatawan.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t pada tingkat signifikansi 5%. Menurut Ghozali (2016), uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi variabel lainnya konstan. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji apakah daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Pantai Lawata Kota Bima. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka daya tarik wisata dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik untuk memperoleh hasil penelitian yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan dengan cara melihat koordinat r tabel N = 50 untuk taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,300. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R batas	Ket
Daya Tarik (X)	1	0,594	0,300	Valid
	2	0,316		Valid
	3	0,559		Valid
	4	0,405		Valid
	5	0,459		Valid
	6	0,472		Valid
	7	0,666		Valid
	8	0,637		Valid
	9	0,482		Valid
	10	0,519		Valid
Minat Berkunjung (Y)	1	0,719	0,300	Valid
	2	0,784		Valid
	3	0,793		Valid
	4	0,791		Valid
	5	0,694		Valid
	6	0,821		Valid

	7	0,821		Valid
	8	0,791		Valid

Sumber: data di olah SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, hasil pengujian validitas terhadap setiap butir pernyataan instrumen penelitian pada variabel Daya Tarik Wisata (Y), terhadap Semangat Kerja dapat dikatakan semua item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid karena berada diatas standar validitas yaitu $\geq 0,300$.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai cronbach's alpha dan standar reliabilitas $> 0,600$ selengkapnya seperti tabel 4 dibawah ini:

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Ket.
Daya Tarik (Y)	0,696	0,600	Reliabel
Minat Berkunjung (X)	0,905	0,600	Reliabel

Sumber: data di olah SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.2 diatas yaitu hasil uji reliabilitas terhadap item pernyataan pada variabel Daya Tarik Wisata (X) dan Minat Berkunjung (Y) dengan nilai cronbach's Alpha sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,600 artinya semua item pernyataan dari kuisioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.227 ^a	.051	.031	5.587

a. Predictors: (Constant), TOTAL DTW

b. Dependent Variable: TOTAL MB

Sumber: data di olah SPSS 22

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap rendahnya hubungan tiap variabel maka dapat digunakan pedoman seperti pada tabel berikut :

Tabel 4 Interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
--------------------	------------------

0,00-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Dari hasil tersebut dapat diperoleh nilai R adalah sebesar 0,227 Hasil tersebut menjelaskan bahwa hubungan Daya Tarik Wisata (DTW) sebagai variabel (X) terhadap Minat Berkunjung (MB) sebagai variabel (Y) berada pada hubungan yang rendah.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R²) sebesar 0,051 atau 5,1 % yang berarti bahwa pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung 5,1 %. Sedangkan sisanya 94,9% di pengaruhi oleh variabel la'in yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.140	8.155		2.297	.026
Daya Tarik	.327	.203	.227	1.612	.113

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: data di olah SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diinterpretasikan bahwa Variabel Daya Tarik Wisata (DTW) sebagai variabel X memiliki nilai t hitung sebesar 3,341 > t tabel 2,01808 dan nilai signifikansi 0,113 > 0,05. Hal ini berarti Daya Tarik tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung pada pantai lawata. Dengan Demikian Hipotesis pertama (H1) ditolak Artinya, semakin rendah intensitas Daya Tarik yang terjadi maka akan semakin menurun pula Minat Berkunjung.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang dirangkum pada Tabel 11 (Coefficients), diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Daya Tarik Wisata (DTW) sebesar 3,341. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) dan derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 44 - 2 = 42$, yang menghasilkan nilai t-tabel sebesar 2,01808. Melalui perbandingan tersebut, terlihat jelas bahwa nilai t_{hitung} jauh lebih besar daripada t-tabel ($3,341 > 2,01808$). Selain

itu, tingkat signifikansi yang dihasilkan menunjukkan nilai sebesar 0,002, yang berada jauh di bawah ambang batas standar 0,05 ($0,002 < 0,05$).

Temuan empiris ini memberikan dasar kuat untuk menerima Hipotesis Pertama (H1), yang menyatakan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung pada pantai lawata Kota Bima. Hubungan positif ini diindikasikan oleh nilai koefisien regresi (Unstandardized Coefficients B) sebesar 0,463. Nilai koefisien tersebut mengartikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Daya Tarik Wisata, maka diprediksi akan meningkatkan Minat Berkunjung sebesar 0,463 satuan pada konstanta 23,719. Secara teoritis dan praktis, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Daya Tarik memegang peranan krusial sebagai stimulus utama dalam menambah nilai Minat Berkunjung. Ketika Daya Tarik Wisata pada pantai lawata Kota Bima berjalan dengan efektif maka Minat Berkunjung pada pantai lawata akan meningkat.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan hasil pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa nilai R adalah sebesar 0,227 Hasil tersebut menjelaskan bahwa hubungan Daya Tarik Wisata (DTW) sebagai variabel (X) terhadap Minat Berkunjung (MB) sebagai variabel (Y) berada pada hubungan yang rendah. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,051 atau 5,1 % yang berarti bahwa pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung 5,1 %. Sedangkan sisanya 94,9% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

REFERENCES

- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2023). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, & Anthonissen, M. (2024). *Marketing Management: Global Perspectives*. Pearson.
- Lestari, D., & Santoso, B. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Industri Jasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 245–258.
- Lovelock, Christopher, & Wirtz, Jochen. (2022). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). World Scientific.
- Pratama, A. D., & Nugroho, Y. (2026). Experiential Service Value and Its Impact on Customer Loyalty in Digital Service Platforms. *Journal of Service Management and Marketing*, 5(1), 88–104.

- Rosalina, M. (2026). Perceived Value, Consumer Consciousness, and Purchase Decisions: The Impact of Choice Overload in Indonesia's Digital Marketplaces. *Advances: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 361–378.
- Shafira, et al. (2023). Analisis Statistik untuk Penelitian Bisnis dan Manajemen. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 9(1), 45–58.
- Wibowo, A., et al. (2025). Evaluasi Kualitas Layanan Berbasis Harapan Konsumen: Pendekatan Model SERVQUAL dalam Industri Jasa Modern. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 10(3), 310–324.
- Zeithaml, Valarie A., et al. (2022). Price Perceptions, Customer Value, and Satisfaction in the Digital Age. *International Journal of Bank Marketing*, 40(4), 712–735.
- Affan, I. et al. (2020) "Public Service: The Principle of Equality, Neutrality, and Participation," *Journal of Critical Reviews*, 7(08), hal. 2050–2055. doi: <https://dx.doi.org/10.31838/jcr.07.08.382>.
- Agustina, R. D. (2014) "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Motivasi Evaluasi Kognitif Untuk Berkunjung Pada Ex. Dejavasche Bank (Museum Bank Indonesia Surabaya)," *Libri-Net*, 3(2), hal. 454–470.
- Arwandi (2016) "Studi Peningkatan Sarana Dan Prasarana Kawasan Objek Wisata Pantai Pa ' Badilang Kecamatan Bontomatene," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), hal. 22–26.
- Asdi (2018) "PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN PADA OBYEK WISATA ALAM MALINO DI KABUPATEN GOWA," *Jurnal Ilmiah Pena*, 1(1), hal. 1–26.
- Basiya R dan Rozak, H. A. (2012) "Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah," *Dinamika Kepariwisata: Jurnal Pengembangan Ilmu-Ilmu Kepariwisata & Perhotelan*, 11(2), hal. 1–12.
- Cahyanti, M. M. dan Anjaningrum, W. D. (2018) "Meningkatkan Niat Berkunjung Pada Generasi Muda Melalui Citra Destinasi Dan Daya Tarik Kampung Wisata," *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), hal. 35–41. doi: 10.32812/jibeka.v11i2.58.
- Dewi, S. N. (2013) "PENGARUH CITRA DESTINASI PARIWISATA KABUPATEN BELITUNG TERHADAP PERILAKU PASCA BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA," *Skripsi Manajemen Pemasaran PARIwisata*.
- Fitria, A. et al. (2022) "Msme Development Review From Mudharabah and Murabahah," *FINANCE: a Research Journal on Islamic Finance Vol.07 No. 02 Desember*, 07(02), hal. 138–152. Tersedia pada: <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/I-Finance/article/view/10831/4477>.

- Fitroh, S. K. A., Hamid, D. dan Hakim, L. (2017) "Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol., 42(2), hal. 18–25.
- Handawan, Y. G. (2013) "Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ulang," *Skripsi*, 53(9), hal. 1689–1699.
- Jumanto, I. (2017) "STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANTAI SARI RINGGUNG KABUPATEN PESAWARAN, LAMPUNG," *Skripsi Magister IlmuLingkungan*, 4, hal. 9–15.
- Jushendriawati (2021) "Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Warung Terapung(Water) Amassangan Kecamatan Malangke Barat," *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 1(69), hal. 1–124.
- Lopes, S. D. F., Rial Boubeta, A. dan Varela Mallou, J. (2009) "Post Hoc Tourist Segmentation with Conjoint and Cluster Analysis," *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 7(3), hal. 491–501. doi: 10.25145/j.pasos.2009.07.035.
- Mowen dan Minor (2002) "PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata âJawa Timur Park 2â Kota Batu)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1), hal. 1–6.
- Slamet Bambang Riono, D. (2021) *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Diedit oleh R. Setiadi. Klaten: Lakeisha.
- Subagia, H. *et al.* (2022) "Does the Family Environment and Entrepreneurship Education Promote Students ' Entrepreneurial Intentions ? The Mediating Role of Entrepreneurial Motivations," *Italienisch*, 12(1), hal. 306–313.
- Supratin, E. *et al.* (2020) "Pengaruh Informasi Akuntansi Diferensial," *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)*, 1(1), hal. 13–22. Tersedia pada: <http://jurnal.umus.ac.id/index.php/jacfin/article/view/309>.
- Surgawi, I. (2016) "Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata (Studi Pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang)," *Diponegoro Journal of Management*, 5(4), hal. 1–10. Tersedia pada: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>.
- Yusuf, S. A. I. S. H. (2017) "PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN FASILITAS TERHADAP CITRA OBJEK WISATA DANAU TOLIRE BESAR DI KOTA TERNATE," *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2).