

Strategi Meningkatkan Minat Wisatawan Untuk Berkunjung Ulang ke Destinasi Desa Wisata Melalui Peningkatan Daya Tarik

Mar'atul Fahimah^{1*}, Siti Nur Qomariyah², Rahmat Maulana Sukma Dewantara³
Universitas KH. A Wahab Hasbullah

Penulis Korespondensi: maratulfahimah@unwaha.ac.id

Abstrak

Wisata Sumber Gempong terletak di salah satu desa kabupaten Mojokerto. Destinasi ini berada di wilayah desa wisata Ketapanrame, yang memiliki pemandangan alam yang indah. Pengunjung dapat menikmati keindahan alam dan lingkungan sekitar dari pemandangan pegunungan, persawahan, hutan, sungai, sumber air dan fasilitas-fasilitasnya. Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana daya tarik mempengaruhi minat untuk berkunjung ulang ke wisata sawah Sumber Gempong Trawas. Pendekatan asosiatif dalam penelitian berfokus pada mencari hubungan atau asosiasi antara variabel-variabel. Populasi penelitian ini mencakup semua orang yang telah mengunjungi destinasi wisata Sawah Sumber Gempong di Trawas dan sudah pernah mengunjunginya setidaknya sekali. Jumlah sampel sebanyak 100 pengunjung. Teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling. Dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel daya tarik memengaruhi keinginan pengunjung untuk mengunjungi wisata Sumber Gempong Trawas Mojokerto.

Kata kunci: daya tarik dan minat berkunjung ulang

Abstract

Sumber Gempong Tourism is located in one of the villages of Mojokerto district. This destination is in the Ketapanrame tourist village area, which has beautiful natural views. Visitors can enjoy the beauty of nature and the surrounding environment from views of mountains, rice fields, forests, rivers, water sources and facilities. This study aims to find out how attractiveness influences interest in revisiting the Sumber Gempong Trawas rice field tourism. The associative approach in research focuses on looking for relationships or associations between variables. The population of this study includes all people who have visited the Sawah Sumber Gempong tourist destination in Trawas and have visited it at least once. The number of samples was 100 visitors. The sampling technique is purposive sampling. In research using multiple regression analysis. The results show that the attractiveness variable influences visitors' desire to visit the Sumber Gempong Trawas Mojokerto.

Keywords: attractiveness and intention to revisit

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang masih bersih dan sangat kaya akan keindahan wisata alamnya. Karena daya tariknya, ada banyak tempat indah yang bisa Anda datangi untuk liburan atau berlibur. Saat ini, pertumbuhan ekonomi sebuah negara sangat bergantung pada sektor wisata, yang merupakan pilihan utama untuk pembangunan daerah. Dengan meningkatnya wisata, jenis aktivitas yang dilakukan di tempat wisata telah mengalami beberapa perubahan. Saat ini, wisata merupakan kebutuhan dasar semua orang, sehingga pertumbuhan sektor ini dapat meningkatkan PAD desa. Di desa wisata Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto banyak terdapat tempat wisata antara lain Wisata Taman Ganjaran dan Wisata

Sumber Gempong serta wisata edukasi Taman Kelinci. Salah satu industri yang berpotensi mendongkrak perekonomian lokal adalah pariwisata. Masyarakat akan dapat menciptakan lapangan kerja baru sebagai hasil dari penyajian atraksi wisata yang dikelola yang akan menarik pengunjung atau wisatawan ke kawasan wisata. Pariwisata merupakan penggerak perekonomian sehingga menjadi elemen krusial dalam peningkatan perekonomian (Agfianto et al., 2019).

Menurut (Nazarullail, 2017), ekowisata adalah kemungkinan bagi masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang sudah ada sehingga dapat bermanfaat bagi lingkungan sekitar secara keseluruhan. Ekowisata mengutamakan pelestarian alam melalui pemanfaatan potensi alam yang tersedia. Ekowisata juga dipandang sebagai program untuk memperkuat komunitas lokal, yang berarti dapat membantu lingkungan sekitar dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraannya. Selain memproduksi komoditas unggulan lokal, pengembangan ekowisata menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Mayoritas masyarakat yang tinggal di Desa Ketapanrame, salah satu destinasi wisata populer, bekerja di bidang pertanian. Alhasil, potensi lokal Desa Ketapanrame efektif dimanfaatkan untuk meningkatkan potensi wisatanya. Agar sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat, desa wisata harus mengikuti sejumlah tindakan.

Semua objek wisata di Ketapanrame dikelola oleh Tanah Kas Desa Ketapanrame, dan semua perusahaan yang dimiliki Desa Ketapanrame (BUMDES) menjalankannya. Perbendaharaan Tanah memberikan kontribusi bagi kesejahteraan umum dan barang karena merupakan sumber kekayaan pemerintah. Permendagri No. 1 tahun 2016, yang dikenal sebagai Peraturan Menteri Hukum No. 1 tahun 2016 tentang Manajemen Kekayaan Desa, menyatakan bahwa Tanah Desa adalah tanah yang dimiliki, dikendalikan, atau dimiliki oleh Pemerintah Desa sebagai salah satu sumber utama pendapatan Desa atau untuk tujuan sosial.

Menurut (Yin et al., 2020) daya tarik wisata adalah sesuatu yang layak dijual ke pasar wisata jika mempunyai daya tarik untuk dilihat dan dinikmati orang. Daya tarik wisata yang sering juga disebut daya tarik wisata adalah potensi yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu lokasi wisata tertentu. Salah satu faktor utama yang menjadi daya tarik pengunjung terhadap suatu objek wisata adalah hal-hal yang berasal dari tempat wisata itu sendiri.

Saat ini, wisata sawah Sumber Gempong sangat disukai di Kabupaten Mojokerto bahkan di Jawa Timur. Ini sering diangkat di televisi dan dikunjungi oleh sejumlah pejabat daerah untuk minum-minum. Menurut (Koda & NurletteNKS, 2018) niat mengunjungi kembali berarti niat membeli, yaitu keinginan yang kuat untuk kembali karena fasilitas yang diberikan.

Pengelola wisata sawah Sumber Gempong mengetahui bahwa menaikkan minat berkunjung itu sulit karena keinginan untuk berkunjung atau berlibur merupakan selera masing-masing pelanggan yang tentunya berbeda-beda.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisata Sawah Sumber Gempong Trawas”. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor daya tarik terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di wisata sawah Sumber Gempong Trawas.

B. LANDASAN TEORI

Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 dalam (Utama, 2017), definisi daya tarik wisata bisa dijelaskan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Hal-hal yang ada dari daya tarik wisata itu sendiri mencakup suatu unsur yang utama dalam menarik wisatawan untuk datang dan menikmati unsur tersebut. Menurut (Basiya & Rozak, 2012) menjelaskan bahwa indikator daya tarik ada 4 yaitu: *Attraction* (atraksi), *Accessibilities* (aksesibilitas), *Amenities* (fasilitas), *Ancillary* (jasa pendukung wisata).

Minat Berkunjung Kembali

Menurut (Sari & Pangestuti, 2018), keinginan seseorang untuk kembali atau pergi ke tempat yang menarik adalah sumbernya. Situasi turis dan daya tarik akan memengaruhi permintaan perjalanan. Usia, pendapatan, lokasi, dan faktor lainnya mempengaruhi pariwisata. Namun, faktor-faktor seperti harga tiket, fasilitas yang memenuhi kebutuhan wisatawan yang meningkat, keamanan, kebersihan, dan lainnya digunakan untuk membandingkan antara tempat wisata dan tempat wisata lainnya (Prakosa & Fafurida, 2018). Tempat yang layak dikunjungi berdasarkan banyak hal, antara lain daya tarik wisata, aksesibilitas, biaya, fasilitas, dan informasi. Semua bagian ini membentuk konsep wisata produk, yang harus memenuhi permintaan konsumen. Jika suatu produk awalnya menarik, ia akan kehilangan daya tariknya karena kualitas yang menurun, sehingga kualitas harus selalu dijaga. Jika penjualan produk yang berkaitan dengan wisatawan menurun, ini menunjukkan bahwa produk tersebut tidak lagi diminati dan perlu diperbarui (Andina et al., 2021). Menurut (Mohaidin et al., 2017), minat

untuk mengunjungi kembali dapat diukur dengan dua indikator minat untuk menyarankan dan minat untuk mengunjungi kembali.

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif asosiatif. Teknik pengumpulan data dengan metode sebar kuesioner pada pengunjung wisata sawah Sumber Gempong Trawas. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung wisata sawah Sumber Gempong yang telah berkunjung lebih dari satu kali. Sampel yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier.

Definisi Operasional Variabel

(Wiradipoetra & Brahmanto, 2016) mengatakan bahwa ada beberapa faktor, khususnya destinasi wisata yang menakjubkan, yang menarik banyak pengunjung. Secara umum, 4A yaitu: atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan amenities. Merupakan komponen daya tarik wisata yang saling melengkapi.

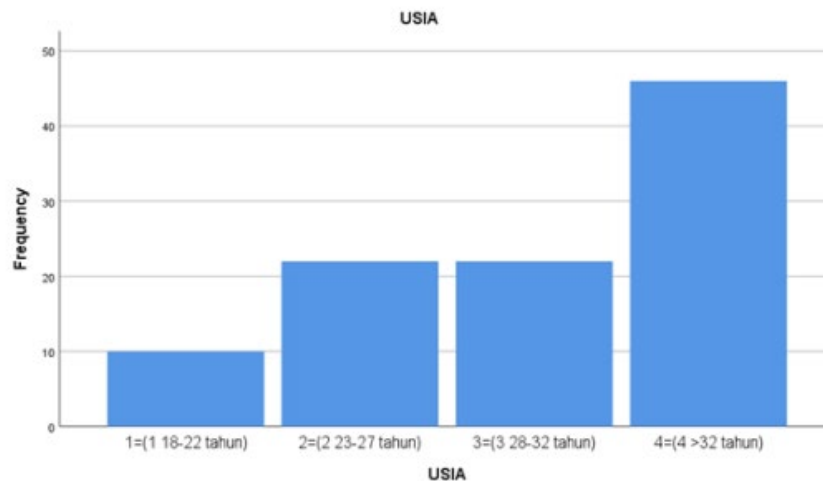
(Sopyan & Widiyanto, 2015) juga menjelaskan bahwa minat untuk kembali ke suatu destinasi yang akan dikunjungi di kemudian hari juga termasuk dalam niat untuk berkunjung kembali. Wisatawan akan lebih puas terhadap suatu tempat dan memiliki niat yang lebih tinggi untuk kembali lagi jika mereka mempunyai pengalaman yang menyenangkan di wisata tersebut (Hung et al., 2021).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

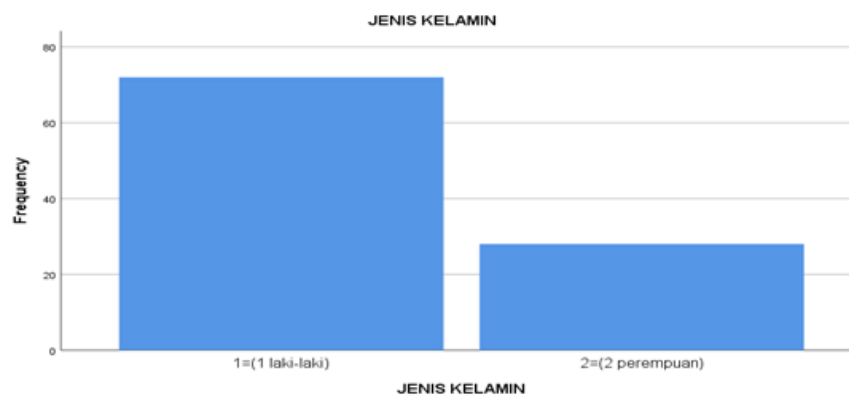
HASIL PENELITIAN

Karakteristik Deskriptif Responden

Analisis ini menggambarkan tentang identitas pribadi responden yang diteliti dan deskripsi hasil penelitian variabel daya tarik dan minat berkunjung ulang di Sumber Gempong. Berdasarkan dan gambar 1, dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini yang berusia sekitar 18-22 tahun sebanyak 10 orang atau 10 persen, kategori usia 23-27 tahun sebanyak 22 orang atau 22 persen, kategori usia 28-32 tahun sebanyak 22 orang atau 22 persen dan kategori berusia lebih dari 32 tahun sebanyak 46 orang atau 46 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh responden yang sudah berusia lebih dari 32 tahun atau sekitar 46 persen.

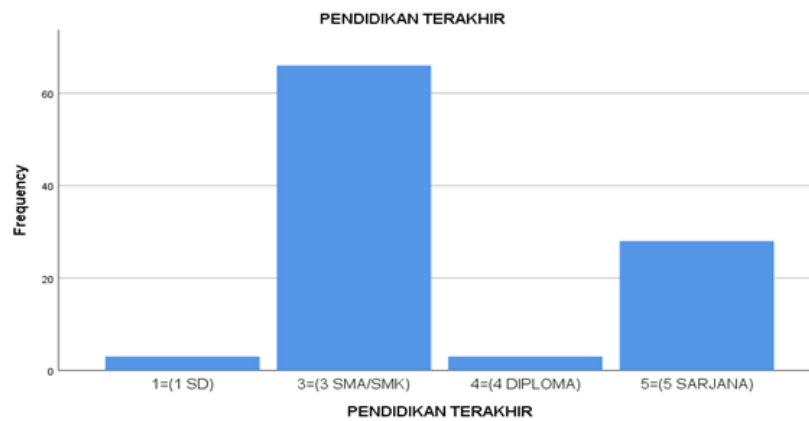
Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Data Diolah (2023)

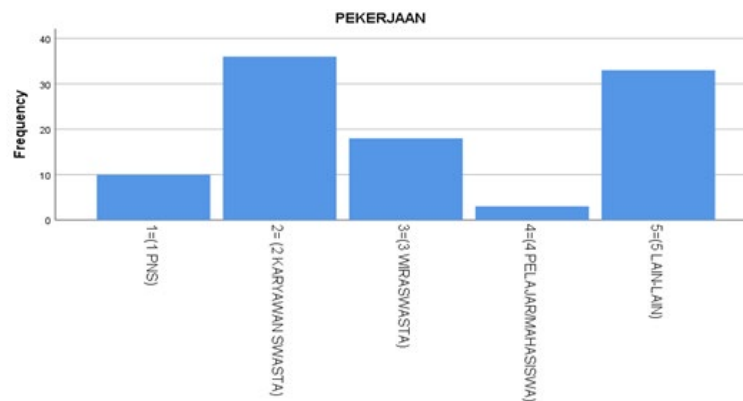
Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data Diolah (2023)

Pada gambar 2 dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki terbukti 72 orang dan yang berjenis kelamin perempuan terbukti 28 orang atau 28 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh responden laki laki. Pada gambar 3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini yang pendidikan terakhir SD sebanyak 3 orang atau 3 persen, kategori Pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 66 orang atau 66 persen, kategori pendidikan terakhir Diploma sebanyak 3 orang atau 3 persen, dan kategori pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 28 orang atau 28 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian lebih banyak didominasi oleh responden yang pendidikan terakhir SMA/SMK karena mencapai 66 orang atau 66 persen.

Gambar 3. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

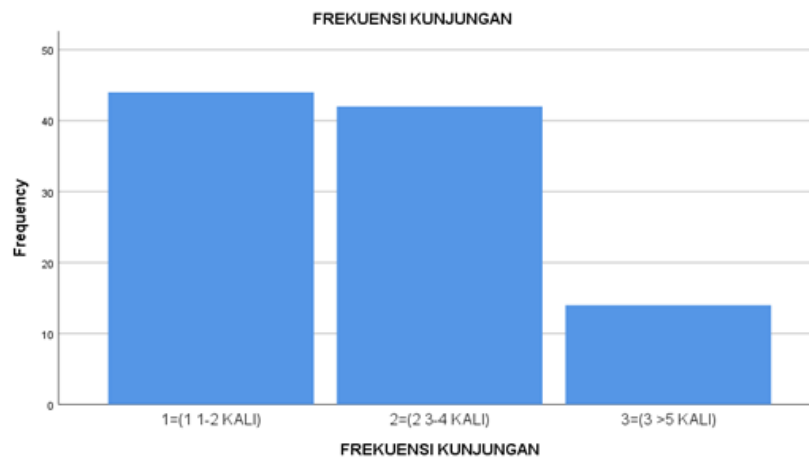
Sumber : Data diolah, (2023)

Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber : Data diolah, (2023)

Gambar 4 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diambil dalam penelitian ini yang pekerjaan sebagai PNS terdiri dari 10 orang atau 10 persen, kategori pekerjaan sebagai karyawan swasta terdiri dari 36 orang atau 36 persen, kategori pekerjaan sebagai wiraswasta 18 orang atau 18 persen, kategori yang masih pelajar/mahasiswa 3 orang atau 3 persen dan kategori pekerjaan lain-lain 33 orang atau 33 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian lebih banyak didominasi oleh responden yang pekerjaannya sebagai karyawan swasta yang mencapai 36 orang atau 36 persen.

Gambar 5 menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan di sumber Gempong sebanyak 1-2 kali sebanyak 44 orang atau 44 persen, kategori frekuensi kunjungan 3-4 kali sebanyak 42 orang atau 42 persen, dan kategori frekuensi berkunjung lebih dari 5 kali sebanyak 14 orang atau 14 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian lebih banyak didominasi oleh responden yang frekuensi berkunjung antara 1-2 kali yang mencapai 44 orang atau 44 persen.

Gambar 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Sumber : Data diolah, (2023)

Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini dihitung pada item pernyataan tiap variabel daya tarik, dan minat berkunjung ulang. Pengolahan data validitas menggunakan instrumen berdasarkan pada perbandingan antara r Hitung dan r Tabel yang telah ditetapkan bahwa $n = 100$ $\alpha = 0,05$ maka diperoleh r Tabel = 0,195. Berdasarkan tabel 1 bahwa pernyataan 1 sampai 8 pada variabel Daya Tarik terbukti valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (r hitung > r tabel).

Tabel 1 Hasil Uji Validitas (Daya Tarik)

No	Butir Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Item 1	0,630	0,195	Valid
2.	Item 2	0,731	0,195	Valid
3.	Item 3	0,786	0,195	Valid
4.	Item 4	0,732	0,195	Valid
5.	Item 5	0,751	0,195	Valid
6.	Item 6	0,479	0,195	Valid
7.	Item 7	0,719	0,195	Valid
8.	Item 8	0,687	0,195	Valid

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (Minat Berkunjung Ulang) Y

No	Butir Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Item 1	0,756	0,195	Valid
2.	Item 2	0,679	0,195	Valid
3.	Item 3	0,865	0,195	Valid
4.	Item 4	0,852	0,195	Valid

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standart alfa	Keterangan
1.	Daya Tarik	0,769	> 0,70	Reliabel
2.	Minat Berkunjung Kembali	0,812	> 0,70	Reliabel

Berdasarkan data dalam Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 4 pada variabel Minat Berkunjung Ulang telah terbukti valid karena nilai korelasi yang dihitung (r hitung) lebih besar daripada nilai korelasi yang tercantum dalam tabel referensi (r tabel). Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel, karena nilai Cronbach Alpha lebih besar dari > 0,70

Analisis Regresi Linier

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	7,231	1,559		4,638	,000
	Daya Tarik	,303	,046	,557	6,636	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Sumber : Data diolah, (2023)

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwasanya hasil analisis regresi linier yang terbentuk adalah:

$$Y = \alpha + b_1 X_1$$

$$Y = 7,231 + 0,303 X_1$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta α sebesar 7,231 dapat dinyatakan bahwa jika daya tarik dianggap 0 (nol) maka Minat Berkunjung ulang Wisata sawah Sumber Gempong Trawas sebesar 7,231.
2. Nilai koefisien regresi variabel daya tarik sebesar 0,303 dapat dinyatakan bahwa jika daya tarik semakin baik dan dengan asumsi variabel lain tetap maka minat berkunjung ulang akan mengalami peningkatan sebesar 0,303.

Uji T

Berdasarkan tabel 1 hasil perhitungan statistik uji T dapat disimpulkan sebagai berikut variabel daya tarik diketahui memiliki nilai T sebesar $6,636 < t_{\text{tabel}}$ yaitu 1,664 dengan tingkat signifikansi $6,636 > 1,664$ sehingga dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang di wisata sawah Sumber Gempong Trawas.

Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi menentukan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) terhadap variabel bebas (X). Dikatakan baik jika nilai R^2 mendekati 1 dan sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 maka bisa dikatakan kurang baik. Berdasarkan tabel 5 hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa nilai koefisien sebesar 0,303. Hasil ini menunjukkan bahwa minat berkunjung ulang di wisata sawah Sumber Gempong Trawas 30,3% dipengaruhi oleh daya tarik selebihnya 69,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,557 ^a	,310	,303	1,484

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik

Sumber : Data diolah, (2023)

PEMBAHASAN

Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Wisata Sawah Sumber Gempong Trawas

Berdasarkan hasil penelitian ini uji parsial yang dilakukan pada variabel daya tarik diperoleh nilai uji t sebesar $6,636 > t_{\text{tabel}}$ yaitu 1,664 dengan tingkat signifikansi atau uji T $0,664 > 0,05$ sehingga dinyatakan berpengaruh positif signifikan (daya tarik (X1) terhadap Minat berkunjung ulang (Y) pengunjung wisata sawah Sumber Gempong Trawas). Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Daya tarik yang didukung oleh faktor atraksi, dimana pengunjung tertarik ke wisata Sumber Gempong dikarenakan suasana dan pemandangan alam pegunungan yang dimiliki tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Pengunjung yang datang ke wisata sawah Sumber Gempong mempunyai tujuan yang berbeda-beda dari pengunjung menyatakan bahwa melakukan kunjungan ulang untuk mengisi waktu liburan. Selain itu, pengunjung ingin melakukan kegiatan diluar keseharian atau rutinitasnya. Dengan kegiatan ini pengunjung diharapkan bisa mengurangi kejenuhan kerja di kota dan setelah berkunjung ke wisata sawah Sumber Gempong pikiran lebih bersemangat.

Pengunjung ke wisata sawah Sumber Gempong bersama seluruh keluarga tak terkecuali anak. Banyak permainan/wahana di Sumber Gempong ditujukan untuk anak-anak, sedangkan orang tua hanya berkunjung ke wisata sawah Sumber Gempong untuk sekedar bersantai-santai menikmati liburan bersama keluarga. Penelitian ini didukung juga dari penelitian (Manuela Elisa & Djahmur Ina, 2022) yang menyatakan bahwa faktor atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan fasilitas pendukungnya mempunyai pengaruh yang besar terhadap keinginan pengunjung untuk mengunjungi kembali.

Destinasi yang unik, eksotis, atau memiliki ciri khas tertentu seringkali lebih menarik bagi pengunjung. Mereka ingin kembali untuk mengalami Kembali pengalaman yang hanya bisa mereka dapatkan di Sumber Gempong. Keindahan alam, seperti pemandangan alam, hutan, sawah, sungai, dan gunung dapat menjadi daya tarik utama bagi destinasi wisata. Pengunjung yang terpesona oleh keindahan alam cenderung ingin kembali untuk menikmati pemandangan tersebut lagi. Aktivitas yang tersedia di destinasi, seperti berenang, terapi ikan, atau menikmati 6 wahana, dapat menjadi faktor daya tarik. Pengunjung yang menikmati aktivitas-aktivitas ini ingin kembali untuk berpartisipasi dalam aktivitas yang sama atau berbeda. Ketersediaan fasilitas umum, seperti penginapan, camping ground, toilet, dan tempat parkir, dan mushollah

dapat memengaruhi daya tarik. Fasilitas yang baik dan nyaman dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dan membuat mereka lebih cenderung kembali.

Penting untuk diingat bahwa pengaruh daya tarik terhadap berkunjung kembali dapat bervariasi tergantung pada preferensi individu dan tujuan wisatawan. Oleh karena itu, destinasi pariwisata perlu memahami audiens mereka dan berusaha untuk mempertahankan atau meningkatkan daya tarik yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pengunjung potensial.

E. KESIMPULAN

Variabel daya tarik, secara deskriptif pada pengunjung wisata sawah Sumber Gempong dalam kategori baik. Responden seluruhnya juga berkontribusi secara baik sesuai dengan yang diharapkan. Secara hipotesis variabel daya tarik berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan Sumber Gempong Trawas. Pengunjung yang datang ke wisata sawah Sumber Gempong mempunyai tujuan yang berbeda-beda, salah satunya menyatakan bahwa melakukan kunjungan ulang untuk mengisi waktu liburan. Selain itu, pengunjung ingin melakukan kegiatan diluar keseharian atau rutinitasnya dengan bersantai-santai di tempat wisata.

SARAN

Pihak pengelola wisata sawah Sumber Gempong, sebaiknya tetap mempertahankan ikon yang menjadikan daya tarik tersendiri yang bisa dirasakan oleh wisatawan dan konsep ekowisata yang menampilkan alam persawahan dan sumber air yang dapat dijadikan ciri khas wisata tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agfianto, T., Antara, M., & Suardana, I. W. (2019). DAMPAK EKONOMI PENGEMBANGAN COMMUNITY BASED TOURISM TERHADAP MASYARAKAT LOKAL DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus Destinasi Wisata Cafe Sawah Pujon Kidul). *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2018.v05.i02.p03>
- Andina, Almas Sabila, & Aliyah. (2021). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur*. . 3.
- Basiya, & Rozak. (2012). *indikator daya tarik*.
- Hung, V. V., Dey, S. K., Vaculcikova, Z., & Anh, L. T. H. (2021). The Influence of Tourists' Experience on Destination Loyalty: A Case Study of Hue City, Vietnam. *Sustainability*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13168889>
- Koda, M., & NurletteNKS. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan (Studi di Monumen Monjali Yogyakarta)*.
- Manuela Elisa, & Djamhur Ina. (2022). *PENGARUH DAYA TARIK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN KE MUSEUM SENI RUPA DAN KERAMIK JAKARTA*.

- Mohaidin, Z., Wei, K. T., & Murshid, M. A. (2017). *Factors Influencing The Tourists' Intention to Select Sustainable Tourism Destination: A Case Study of Penang, Malaysia*. 442–465.
- Nazarullail, F. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Ekowisata "Lepen Adventure*. 1071–1076.
- Prakosa, N. H., & Fafurida. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Nilai Ekonomi Objek Wisata Alam Curug Silawe Kabupaten Magelang*.
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon)*.
- Sopyan, & Widiyanto, I. (2015). *Anteseden Minat Berkunjung Ulang (Studi pada Cagar Budaya Bedung Lawang Sewu Semarang)*.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata. Edisi Pertama*.
- Wiradipoetra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). *Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Berkunjung Kembali*. 129–137.
- Yin, J., Cheng, Y., Bi, Y., & Ni, Y. (2020). Tourists perceived crowding and destination attractiveness: The moderating effects of perceived risk and experience quality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100489>