

Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Citra Destinasi terhadap Minat Berwisata pada Objek Wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin

Hadad Muzakki¹, Saida Zainurrosalamia²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia
e-mail: ¹hadadmuzakki@gmail.com, ²saida.zainurossalamia.za@feb.unmul.ac.id

ABSTRAK

Wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin adalah salah satu permata rahasia Berau yang cukup menarik bagi penduduk lokal dan wisatawan. Kondisi pada saat ini memiliki permasalahan yang terjadi pada fasilitas, lokasi dan citra destinasi, sehingga berdampak pada minat wisatawan berkunjung dimana fasilitas yang tersedia masih kurang memadai serta aksesibilitas yang sangat jauh dari perkotaan, apalagi pernah ada buaya yang memasuki area danau sehingga masalah ini bisa mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi, dan citra destinasi terhadap minat berwisata pada objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin. Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 80 wisatawan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan kuisioner yang telah dirancang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda yang di analisis dengan menggunakan *software* SEM-PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berwisata dengan *p-value* sebesar $0,850 > 0,05$, sedangkan lokasi dan citra destinasi berpengaruh positif terhadap minat berwisata dengan nilai *p-value* berturut-turut adalah 0,017 dan $0,000 < 0,05$. Hasil uji *R-square* sebesar 0,741 menunjukkan bahwa minat berwisata dipengaruhi oleh fasilitas, lokasi, dan citra destinasi sebesar 74,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Kesimpulan bahwa pihak pengelola harus menyediakan fasilitas yang memadai, petunjuk arah yang jelas serta melakukan promosi daya tarik wisata untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Kata kunci :

Citra Destinasi; Danau Dua Rasa Labuan Cermin; Fasilitas; Lokasi; Minat Berwisata

ABSTRACT

*Labuan Cermin's two-flavored lake tourism is one of Berau's secret gems that is quite attractive to locals and tourists alike. The current condition has problems that occur in facilities, location and destination image, so that it has an impact on tourist interest in visiting where the available facilities are still inadequate and accessibility is very far from urban areas, moreover there have been crocodiles entering the lake area so that this problem can affect tourist interest in visiting the tour. This study aims to determine the effect of facilities, location, and destination image on travel interest in the Labuan Cermin two-flavor lake tourist attraction. In this study, a quantitative method was used with a sample size of 80 tourists. The sampling method used is non probability sampling, namely purposive sampling. Data collection techniques with questionnaires that have been designed. The method used in this study is multiple regression analysis which is analyzed using SEM-PLS 3.0 software. The results showed that facilities had no effect on travel interest with a *p-value* of $0.850 > 0.05$, while location and destination image had a positive effect on travel interest with a *p-value* of 0.017 and $0.000 < 0.05$, respectively. The *R-square* test result of 0.741 shows that travel interest is influenced by facilities, location, and destination image by 74.1%, while the rest is influenced by other variables. Conclusion that the manager must provide adequate facilities, clear directions and promote tourist attractions to attract tourists to visit.*

Keywords:

Destination Image; Lake Dua Rasa Labuan Cermin; Facilities; Location; Interest in Traveling

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan pemandangan alam yang indah dan sumber daya pendukung pariwisatanya yang dapat dikembangkan. Keindahan dan kekayaan alam geografi Indonesia memungkinkan pemerintah menjadikan industri pariwisata sebagai penggerak utama dalam pertumbuhan pendapatan negara. Tempat-tempat yang memiliki berbagai macam objek wisata, seperti mempunyai kekayaan dan keindahan alam yang memukau, berbagai keragaman flora dan fauna yang unik, serta warisan tradisi dan seni budaya yang khas, memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Potensi ini tidak hanya memberikan daya tarik bagi pengunjung, tetapi

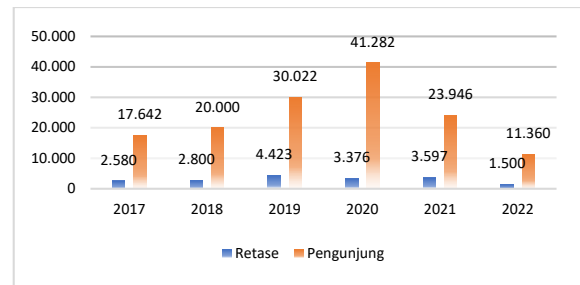
juga menciptakan dampak positif yang luas bagi pembangunan daerah. antara lain sebagai sumber devisa yang andal, membuka peluang kerja, mendorong investasi, dan meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar kawasan wisata.

Salah satu daerah dengan potensi wisata yang luar biasa adalah Kalimantan Timur, yang didukung oleh kekayaan warisan budaya, banyaknya suku dan adat istiadat, serta perilaku dan sopan santun penduduknya yang ramah. Selain itu, Kalimantan Timur memiliki banyak potensi alam untuk membantu pembangunan daerah dan memiliki kemampuan khusus untuk menarik wisatawan ke provinsi ini melalui objek wisata alam, budaya, dan ekspresi seninya. Salah satu daerah di Provinsi Kalimantan

Timur dengan kekayaan alam yang signifikan adalah Kabupaten Berau, tempat ini patut diapresiasi karena keindahan alamnya. Wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin adalah salah satu permata rahasia Berau yang cukup menarik bagi penduduk lokal dan wisatawan.

Kecamatan Biduk-biduk, Kabupaten Berau, Desa Labuan Kelambu Kalimantan Timur merupakan rumah bagi wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin. Kecamatan Biduk-biduk secara umum terkenal dengan objek wisata labuan cerminnya yang menjadi salah satu surga wisata alam yang sudah dikenal hingga mancanegara. Pesona alam yang indah mampu memukau para pecinta dunia wisata untuk berlama-lama menikmati keindahan danau yang memberikan pemandangan indah di antara hijaunya pepohonan hutan yang mengelilingi lokasi Danau Dua Rasa Labuan Cermin. Danau ini memiliki dua jenis air, yaitu air asin (air laut) di dasar dan air tawar di permukaan. Kedua jenis air tersebut tidak saling bercampur, melainkan terpisah secara alami, fenomena alam ini disebut juga dengan *Meromictic lake*. Objek wisata ini disebut Danau Dua Rasa Labuan Cermin karena memiliki 2 jenis air yang berbeda dan airnya begitu jernih dan berkilau bak cermin. Pengunjung harus membayar Rp400.000 untuk menyewa perahu di dermaga agar bisa sampai ke Danau Labuan Cermin. Perahu tersebut dapat menampung hingga 10 penumpang pulang pergi, termasuk biaya asuransi pengunjung. Pengunjung dapat melakukan kegiatan menyelam, snorkeling, dan berenang selama berada di Labuan Cermin. Bagi yang tidak bisa berenang, tersedia penyewaan pelampung serta perahu air yang bisa di gunakan untuk mengelilingi danau dan melihat keindahan alamnya.

Alasan peneliti menggunakan objek ini berdasarkan data penurunan jumlah pengunjung dan temuan masalah terkait fasilitas yang dimiliki objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin masih belum memadai seperti kurangnya tempat pembuangan sampah, kurangnya kelengkapan fasilitas untuk snorkling, dan kurang terawatnya toilet umum dan ruang ganti pakaian. Kedua, Labuan cermin sendiri memiliki lokasi yang cukup jauh dari perkotaan dan memakan waktu sekitar 5 jam dari ibu kota Berau. Ketiga, seekor buaya pernah ditemukan di Labuan Cermin, menimbulkan kekhawatiran bagi para pengunjung, mengganggu keselamatan mereka dan membuat citra pada wisata tersebut menjadi kurang baik. Berdasarkan permasalahan tersebut diduga bahwa menjadi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan jumlah minat pengunjung yang berwisata ke objek wisata Labuan Cermin, berikut adalah data pengunjung wisatawan pada objek wisata Labuan Cermin yang tersaji pada Gambar 1.



Gambar 1. Jumlah wisatawan tahun 2017-2022

dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin mengalami penurunan dan juga peningkatan. Jumlah wisatawan berkunjung mengalami kenaikan di tahun 2017-2020. Namun pada tahun 2021 dan 2022 mengalami penurunan. Jumlah kapal pulang pergi atau retase pada tahun 2017-2019 mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 jumlah retase menurun dan meningkat lagi pada tahun 2021, lalu kembali menurun pada tahun 2022.

Hasil dari data pengunjung wisatawan yang mengalami penurunan membuat beberapa fasilitas menjadi kurang perhatian pihak mengelola objek wisata. berdasarkan observasi awal peneliti pada tanggal mendatangi dan melihat langsung kondisi objek wisata serta mewawancarai beberapa pengunjung terkait fasilitas yang ada pada objek wisata tersebut. Dari hasil wawancara, sebagian besar pengunjung merasa fasilitas seperti toilet dan ruang ganti pakaian perlu perbaikan karena kondisi yang kurang terawat. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemeliharaan rutin, kebersihan yang tidak terjaga, serta kurangnya perhatian dari pihak pengelola. Alat snorkeling dan tempat pembuangan sampah juga harus di tambah oleh pihak pengelola agar memudahkan wisatawan dan tidak membuang sampah sembarangan. Begitu juga dengan lokasi objek wisata labuan cermin yang jauh dari perkotaan, dimana menurut google maps jarak dari ibu kota Kabupaten Berau ke objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin adalah 320 km dan jarak dari ibu kota Kalimantan timur yaitu Samarinda adalah 435 km. Begitu pula dengan citra destinasi pada objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin, dimana seekor buaya pernah ditemukan di Labuan Cermin, menimbulkan kekhawatiran bagi para pengunjung, mengganggu keselamatan mereka dan membuat citra pada wisata tersebut menjadi kurang baik.

Fasilitas merujuk pada segala sarana dan prasarana yang disediakan untuk mendukung kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengunjung selama mereka berada di destinasi wisata tersebut. Menurut buku yang di tulis oleh (Wirawan & Semana, 2021) mengatakan bahwa fasilitas merupakan sesuatu yang biasanya diarahkan ke objek wisata di suatu lokasi, oleh karena itu harus berdekatan dengan objek wisata. Fasilitas biasanya membantu dan berkembang seiring atau setelah pengembangan objek wisata. jurnal yang diteliti oleh (Rahayu & Nurhayati, 2022) juga mengatakan Fasilitas adalah segala bentuk sarana

dan prasarana yang bertujuan untuk mempermudah serta memperlancar suatu pekerjaan. Fasilitas ini biasanya berbentuk fisik, memiliki masa penggunaan yang relatif lama, dan memberikan manfaat yang berkelanjutan. Menurut (Sarim & Wiyana, 2017) untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang sedang berwisata, fasilitas wisata merupakan pelengkap yang diperlukan bagi destinasi wisata. Fasilitas wisata dirancang untuk memperkuat gagasan tentang perspektif pengunjung saat ini. Oleh karena itu diperlukan fasilitas pariwisata yang memfasilitasi aktivitas wisata yang dilakukan wisatawan. Menurut (Tjiptono, 2014) ada 4 indikator fasilitas, yaitu:

1. Kelengkapan, kerapian, dan kebersihan fasilitas yang disediakan
2. Kadaan dan fungsi fasilitas yang disediakan
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang digunakan
4. Kelengkapan alat yang digunakan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah sarana dan prasarana yang mendukung kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengunjung di destinasi wisata. Fasilitas ini dirancang untuk memudahkan aktivitas wisatawan, memiliki masa pakai lama, dan meningkatkan pengalaman mereka selama berwisata. Danau Dua Rasa Labuan Cermin sendiri masih belum memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai seperti kurangnya tempat pembuangan sampah, kurangnya kelengkapan fasilitas untuk berenang dan snorkling, serta kurang terawatnya toilet umum. Pengelola objek wisata harus memperhatikan dan meningkatkan fasilitas yang ada agar menarik minat wisatawan berkunjung.

Lokasi menurut (Hardiansyah et al., 2019) menyatakan bahwa lokasi adalah lokasi yang strategis di mana pelanggan dapat dengan mudah, aman, dan nyaman mencapai tempat usaha (restoran, kompleks ritel, dan lain-lain), serta area parkir yang luas. Dalam buku (Hasan, 2015) juga menyatakan bahwa lokasi merupakan Mata tradisional untuk pariwisata yang menguntungkan bagi sebagian usaha kecil dengan *one unit production* seperti penginapan, atraksi pengunjung, penyewaan peralatan, atau agen perjalanan independen, oleh sebab itu pilihan lokasi masih merupakan keputusan bisnis yang paling penting. Menurut (Handayani & Suradi 2018) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi dan memproduksi barang dan jasa, dan pilihan lokasi perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerjanya. Menurut (Hurriyati, 2015) lokasi memiliki lima indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Lokasi yang menguntungkan.
2. Lingkungan yang mendukung.
3. Lingkungan sesuai harapan.
4. Aksesibilitas lokasi.
5. Kenyamanan lokasi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah tempat strategis yang memudahkan pelanggan mengakses suatu usaha dengan aman dan nyaman, dilengkapi fasilitas seperti area parkir yang luas. Lokasi juga merupakan faktor penting dalam pariwisata, mendukung usaha kecil seperti penginapan, atraksi, atau agen perjalanan. Selain itu, lokasi memengaruhi kinerja perusahaan karena menjadi tempat operasi dan produksi barang atau jasa. Lokasi objek wisata labuan cermin jauh dari perkotaan, dimana menurut google maps jarak dari ibu kota Kabupaten Berau ke objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin adalah 320 km dan jarak dari ibu kota Kalimantan timur yaitu Samarinda adalah 435 km. Oleh sebab itu pihak pengelola harus memasang petunjuk arah agar memudahkan wisatawan menuju ke objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin.

Citra Destinasi menurut buku yang di tulis oleh (Hasan, 2015) adalah citra destinasi merupakan hasil dari keyakinan, gagasan, dan persepsi yang dimiliki individu terhadap suatu lokasi. Persepsi terhadap citra tersebut dapat bervariasi antara individu yang berbeda. Setiap lokasi memiliki potensi untuk dianggap sebagai tempat dengan berbagai karakteristik, seperti area bermain masa kecil, pusat aktivitas, destinasi perbelanjaan, pusat hiburan, pusat kegiatan budaya, atau tujuan liburan akhir pekan yang menarik. Dalam jurnal (Wulandari et al., 2022) juga menyatakan bahwa citra destinasi merupakan pengetahuan dan kesan yang objektif terhadap suatu destinasi wisata yang belum pernah dikunjungi maupun yang pernah dikunjungi. Dalam jurnal (Charli & Putri, 2020) menyatakan bahwa citra sebuah destinasi tidak hanya ditentukan oleh fasilitas atau perlengkapan yang ada, tetapi juga oleh kesan keseluruhan yang dirasakan oleh pengunjung. Citra ini bersifat multidimensi karena terdiri dari berbagai atribut yang saling berkaitan. Selain itu, citra destinasi juga dipengaruhi oleh persepsi subjektif setiap individu, yang bisa berbeda-beda tergantung pada sudut pandang dan perbandingan yang mereka gunakan. Menurut (Qu et al., 2011) menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator citra destinasi yaitu:

1. *Cognitive destination image*
2. *Unique image*
3. *Affective destination image*

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi merupakan gambaran atau pengetahuan objektif yang mencakup beragam aspek, seperti budaya, tradisi, keindahan alam, dan pusat kerajinan. Citra destinasi juga mencakup kesan menyeluruh yang dipancarkan oleh destinasi tersebut, yang tidak hanya terbatas pada fasilitas atau perlengkapan saja, tetapi juga mencakup atribut-atribut lain yang saling terkait. Citra destinasi bersifat subjektif dan dapat bervariasi antara individu, tergantung pada cara pandang dan perbandingan yang digunakan oleh setiap orang. Selain itu, citra destinasi juga dinamis dan dapat berubah seiring dengan

perkembangan ruang dan waktu. Objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin pernah ditemukan seekor buaya pernah ditemukan di Labuan Cermin, menimbulkan kekhawatiran bagi para pengunjung, mengganggu keselamatan mereka dan membuat citra pada wisata tersebut menjadi kurang baik. Pihak pengelola harus memberi pagar pembatas agar buaya tidak lagi masuk ke area danau.

Selain mengangkat permasalahan terkait fenomena gap pada objek wisata, penelitian ini juga didasari oleh adanya riset gap. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Nurdiana & Santoso, 2023) menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwisata, sedangkan studi oleh (awaluddin & Haryati Intisari, 2021) menemukan hasil sebaliknya, yakni fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung. Penelitian mengenai lokasi objek wisata juga menunjukkan hasil yang beragam, di mana (Fajrin et al., 2021) menyimpulkan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwisata, sementara (Hidayanti & Masyhudi, 2020) menyatakan tidak ada pengaruh signifikan lokasi terhadap minat berwisata. Demikian pula, studi tentang citra destinasi oleh (Charli & Putri, 2020) menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap minat berwisata, namun (Isman et al., 2020) mendapatkan hasil berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh signifikan citra destinasi terhadap minat berwisata. Adanya inkonsistensi dalam fenomena dan riset tersebut menegaskan perlunya penelitian lebih lanjut, yang menjadi dasar utama pelaksanaan penelitian ini.

Fasilitas objek wisata adalah berbagai fasilitas yang berada di tempat wisata dan dapat digunakan oleh pengunjung selama mereka berkunjung. Jika fasilitas yang disediakan cukup lengkap dan mampu memenuhi kebutuhan pengunjung, hal ini akan menumbuhkan minat mereka untuk berwisata lagi. Berdasarkan hasil penelitian Tanjung et al., (2022) yang menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwisata, semakin baik fasilitas maka minat berwisata akan semakin kuat. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwisata di objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin.

Lokasi merupakan faktor penting bagi perusahaan jasa karena merujuk pada area di mana suatu perusahaan menjalankan operasinya atau melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan fokus pada aspek ekonomisnya. Lokasi destinasi wisata sebaiknya mudah dijangkau, dekat dengan akses transportasi umum, dan berada di area yang ramai. Dengan lokasi yang strategis, pengunjung akan lebih mudah untuk mengakses tempat wisata, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat orang untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Hal ini

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sianipar (2019) dan Nadia & Othman (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara lokasi terhadap minat berwisata. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwisata di objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin.

Citra destinasi merujuk pada keyakinan, gagasan, dan kesan yang dimiliki individu terhadap suatu tempat atau tujuan wisata. pengaruh citra destinasi terhadap minat berwisata sangat penting. Oleh karena itu, pengelola wisata perlu memperhatikan dan meningkatkan citra destinasi serta faktor-faktor lainnya, seperti Fasilitas dan lokasi untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Pernyataan tersebut didukung oleh (Umma Latifa Nur & Purwanto, 2022) yang menjelaskan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwisata di objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berwisata di objek wisata danau dua Labuan Cermin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur suatu pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berwisata pada objek wisata Labuan Cermin.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Danau Dua Rasa Labuan Cermin. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden yang pernah mengunjungi danau tersebut dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Hair, yaitu $N = \text{jumlah indikator} \times (5 \text{ hingga } 10)$. Dengan 16 indikator yang digunakan, jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 80 responden ($5 \times 16 = 80$). Penggunaan rumus ini dikarenakan ukuran populasi pada penelitian belum diketahui dengan pasti. Sebanyak 80 responden dalam penelitian ini, dipilih dengan mempertimbangkan kemudahan akses dan efisiensi waktu yang dianggap cukup untuk mewakili populasi. Pengumpulan data dilakukan selama 2 minggu melalui penyebaran kuesioner *online* (*Google Form*) yang mencakup pertanyaan terkait fasilitas, lokasi, dan citra destinasi. Untuk memastikan bahwa responden yang mengisi kuesioner adalah mereka yang pernah berkunjung ke Labuan Cermin, disertakan pertanyaan penyaringan (*screening question*) dengan pilihan jawaban Ya atau Tidak.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS (*Structural Equation*

Modeling-Partial Least Squares) versi 3.0, dipilih karena kemampuannya mengolah data dengan sampel kecil (80 responden), dapat menangani data tidak berdistribusi normal dan fleksibilitasnya dalam memodelkan hubungan kompleks antara variabel laten dan indikator, serta kemudahan dalam menguji model struktural dan pengukuran secara bersamaan. Pengujian dalam SEM-PLS meliputi validitas (konvergen dan diskriminan), reliabilitas, serta koefisien determinasi (R^2) untuk menilai kekuatan prediksi model. Selain itu, dilakukan pengujian hipotesis mengenai pengaruh fasilitas, lokasi, dan citra destinasi terhadap minat berwisata. Hipotesis pertama menguji apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata, hipotesis kedua menguji pengaruh lokasi terhadap minat berwisata, dan hipotesis ketiga menguji pengaruh citra destinasi terhadap minat berwisata.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji ini dilaksanakan guna mengetahui item pertanyaan benar, tepat, atau cermat untuk mengukur variabel yang diteliti. Sebuah indikator dianggap memiliki convergen validity yang baik jika outer loadingnya lebih dari 0.7. Berikut merupakan nilai outer loading untuk setiap indikator pada variabel penelitian ini:

Tabel 1. *Outer Loading*

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Fasilitas (X_1)	X1.1	0,809	Valid
	X1.2	0,831	Valid
	X1.3	0,776	Valid
	X1.4	0,872	Valid
Lokasi (X_2)	X2.1	0,727	Valid
	X2.2	0,783	Valid
	X2.3	0,728	Valid
	X2.4	0,747	Valid
Citra Destinasi (X_3)	X2.5	0,857	Valid
	X3.1	0,785	Valid
	X3.2	0,883	Valid
	X3.3	0,902	Valid
Fasilitas (X_1)	Y1.1	0,891	Valid
	Y1.2	0,882	Valid
	Y1.3	0,924	Valid
	Y1.4	0,884	Valid

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa variabel fasilitas, Lokasi, Citra Destinasi dan minat Berwisata memiliki nilai outer loading berkisar antara 0,727 sampai dengan 0,902. Hal ini membuktikan bahwa indikator dari masing-masing variabel valid karena memiliki nilai diatas 0,7 sehingga bisa dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Tabel 2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE	Keterangan
Fasilitas (X_1)	0,661	Valid
Lokasi (X_2)	0,593	Valid
Citra Destinasi (X_3)	0,737	Valid
Minat Berwisata (Y)	0,801	Valid

(Sumber: Hasil Pengelolan Data, 2024)

Syarat dari konstruk dengan validitas yang baik harus memiliki nilai diatas 0,5. Berdasarkan Tabel 2, variabel fasilitas memiliki nilai AVE sebesar 0,661 (lebih dari 0,5), variabel Lokasi memiliki nilai AVE senilai 0,593 (lebih dari 0,5) dan variabel citra destinasi memiliki nilai AVE sebanyak 0,737 (lebih dari 0,5) serta variabel minat berwisata memiliki nilai AVE sebesar 0,801 (lebih dari 0,5). Sehingga bisa artikan bahwa variabel fasilitas, Lokasi, Citra Destinasi dan minat Berwisata memiliki nilai AVE diatas 0,5 sehingga keempat variabel sudah memenuhi syarat

Uji Realibilitas

Uji ini merupakan Proses untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian (seperti kuesioner atau skala pengukuran) menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil. Reliabilitas mengindikasikan bahwa instrumen tersebut dapat dipercaya dan bebas dari kesalahan acak (random error). Hasil uji nilai realibilitas bisa dilihat berdasarkan *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* sebagai berikut.

Tabel 3. *Cronbach's Alpha dan composite reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Fasilitas (X_1)	0,898	0,921	Reliabel
Lokasi (X_2)	0,828	0,876	Reliabel
Citra Destinasi (X_3)	0,820	0,893	Reliabel
Minat Berwisata (Y)	0,917	0,942	Reliabel

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa hasil dari *Output Cronbach Alpha* dari variabel fasilitas, lokasi, citra destinasi dan minat berwisata memiliki nilai diatas 0,70 sehingga keempat variabel memenuhi syarat reliabel. *Composite Reliability* dari variabel fasilitas, lokasi, citra destinasi dan minat berwisata juga memiliki nilai lebih dari 0,70 dimana membuktikan bahwa keempat dari variabel juga memenuhi syarat reliabel. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tingkat keandalan semua variabel laten adalah baik.

Uji R-Square

Uji *R-square* digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam sebuah model regresi. Dalam konteks SEM-PLS, nilai *R-Square* menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil uji nilai *R-square* bisa dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. *R-Square*

Variabel	R-square
Minat Berwisata (Y)	0,741

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan Tabel 4, nilai R-square yang diperoleh untuk variabel Minat Berwisata sebesar 0,741 menunjukkan bahwa 74,1% dari minat tersebut dapat disebabkan oleh Fasilitas dan Lokasi serta Citra Destinasi, sedangkan 25,9% lainnya dapat disebabkan oleh variabel lain selain yang diteliti.

Uji Path Coefficient

Uji *path coefficient* adalah bagian dari analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel dalam model struktural. Path coefficient (koefisien jalur) menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya dalam model. Hasil uji *Path Coefficient* tersebut disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Path Coefficient

Variabel	Original Sample	T-statistic	P Values
Fasilitas (X ₁) → Minat Berwisata (Y)	-0,016	0,189	0,850
Lokasi (X ₂) → Minat Berwisata (Y)	0,250	2,384	0,017
Citra Destinasi (X ₃) → Minat Berwisata (Y)	0,684	7,468	0,000

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024)

Berdasarkan Tabel 5, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata, dimana nilai *p-value* sebesar 0,850 > 0,05 dan nilai *t-statistic* sebesar 1,89 < 1,96, sehingga H1 ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa fasilitas yang ada di Danau Dua Rasa Labuan Cermin belum menjadi faktor utama yang memengaruhi minat wisatawan. Kemungkinan hal ini disebabkan oleh kurang memadainya kualitas atau variasi fasilitas yang ditawarkan, atau faktor lain seperti lokasi dan citra destinasi lebih dominan dalam memengaruhi keputusan wisatawan.

Sementara itu, lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata, dimana nilai *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai *t-statistic* sebesar 2,384 > 1,96, sehingga H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dan daya tarik lokasi Danau Dua Rasa Labuan Cermin menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan. Selain itu, citra destinasi juga berpengaruh signifikan dengan nilai *p-value* sebesar 0,017 < 0,05, dan nilai *t-statistic* sebesar 7,468 > 1,96, sehingga H3 diterima, yang mengindikasikan bahwa persepsi positif wisatawan terhadap citra destinasi turut mendorong minat berkunjung.

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah pengelola objek wisata perlu lebih memfokuskan upaya pengembangan pada aspek lokasi dan citra destinasi, seperti meningkatkan promosi dan menjaga reputasi destinasi. Sementara itu, untuk fasilitas, diperlukan evaluasi lebih lanjut untuk meningkatkan

kualitas dan variasi fasilitas yang ditawarkan agar dapat berkontribusi lebih besar terhadap minat berwisata.

Pembahasan

1. Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berwisata

Penelitian ini menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan fasilitas terhadap minat berwisata pada objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas yang ada pada objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin tidak berdampak secara signifikan pada keinginan para wisatawan berkunjung ke objek wisata tersebut.

Hasil ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah meskipun fasilitas penting, bukanlah satu-satunya faktor penentu dalam memengaruhi minat berwisata. Terbukti pada hasil jawaban responden prasurvey bahwa tujuan utama mereka mengunjungi objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin adalah untuk rekreasi dan bersantai, sementara alasan responden lainnya mengunjungi tempat tersebut karena keindahan alamnya dan keunikan wisatanya. Akan tetapi pihak pengelola wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin juga harus tetap melakukan evaluasi untuk meningkatkan kualitas fasilitas yang ada, mulai dari kebersihan fasilitas ruang ganti pakaian, toilet, tempat penitipan barang serta kelengkapan fasilitas alat-alat snorkling agar kualitasnya meningkat dan cukup baik untuk menarik minat wisatawan.

Hasil ini sejalan dengan teori Push and Pull Factors (Crompton, 1979), yang menyatakan bahwa faktor pendorong (seperti keinginan untuk rekreasi) sering kali lebih dominan daripada faktor penarik (seperti fasilitas). Responden dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa tujuan utama mereka berkunjung adalah untuk menikmati keindahan alam dan beristirahat, bukan karena fasilitas yang disediakan. Hal ini didukung oleh penelitian Awaluddin & Haryati Intisari (2021) dan Lestyaningsih & Pramudyo (2023), yang juga menemukan bahwa fasilitas tidak signifikan dalam memengaruhi minat berkunjung.

Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian Fitriani & Wilardjo (2018) dan Iswidyamarsha & Dewantara (2020), yang menyatakan bahwa fasilitas yang lengkap dan berkualitas dapat meningkatkan minat berwisata. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh variasi karakteristik wisatawan dan destinasi. Meskipun fasilitas tidak signifikan dalam penelitian ini, pengelola tetap perlu melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas fasilitas, seperti kebersihan toilet, ruang ganti, dan kelengkapan alat snorkeling, untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

Dengan kata lain, semakin baik dan lengkap fasilitas yang tersedia, semakin tinggi pula minat dan keinginan wisatawan untuk datang. Sebaliknya, jika fasilitas yang disediakan kurang memadai atau tidak terawat, hal ini dapat mengurangi daya tarik objek

wisata dan berdampak pada penurunan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Berwisata

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap minat berwisata di objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa lokasi memiliki peran penting dalam mempengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin.

Lokasi yang strategis serta mudah diakses cenderung lebih meningkatkan daya tarik bagi calon wisatawan daripada lokasi wisata yang sulit dijangkau oleh para wisatawan. Kemudahan dalam menjangkau lokasi memberikan pengalaman yang lebih nyaman, sehingga wisatawan lebih termotivasi untuk mengunjungi tempat tersebut. Pernyataan tersebut selaras dengan hasil jawaban responden penelitian ini yaitu rata-rata menjawab sangat setuju bahwa wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin memiliki aksesibilitas yang mudah untuk ditempuh.

Hasil ini sejalan dengan teori Aksesibilitas (Pearce, 1989), yang menyatakan bahwa kemudahan akses menjadi faktor penting dalam keputusan wisatawan. Responden menyatakan bahwa lokasi Danau Dua Rasa Labuan Cermin mudah dijangkau, sehingga meningkatkan minat mereka untuk berkunjung. Hasil ini didukung oleh penelitian Astuti et al. (2024) dan Bolang et al. (2021), yang juga menemukan pengaruh positif lokasi terhadap minat berkunjung.

Namun, penelitian Hidayanti & Masyhudi (2020) menunjukkan bahwa lokasi tidak signifikan, karena daya tarik destinasi mampu mengalahkan pertimbangan jarak. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun lokasi penting, faktor lain seperti keunikan destinasi juga dapat memengaruhi keputusan wisatawan. Dengan kata lain, kualitas dan keunikan destinasi wisata mampu menciptakan nilai lebih yang membuat pengunjung mengabaikan pertimbangan jarak tempuh.

3. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berwisata

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan citra destinasi terhadap minat berwisata di objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin. Dari hasil tersebut membuktikan bahwa bagaimana destinasi wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin dipersepsikan (citra) calon pengunjung memainkan peran penting dalam keinginan mereka untuk mengunjungi tempat tersebut.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui peran citra destinasi sebagai faktor psikologis yang membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu tempat. Ketika sebuah destinasi mampu menciptakan citra yang positif dan baik melalui promosi, pengalaman pengunjung sebelumnya, maupun daya tarik alam dan budaya, hal ini cenderung meningkatkan keinginan

wisatawan untuk berkunjung. Destinasi dengan citra yang kuat dan positif memberikan kesan kepercayaan dan daya tarik emosional, yang pada akhirnya memotivasi wisatawan untuk memilih destinasi tersebut dibandingkan destinasi lainnya. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil pada penelitian ini yang dimana responden rata-rata menjawab sangat setuju bahwa wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin citra memiliki citra yang baik karena menawarkan berbagai aktivitas rekreasi yang beragam dan menarik, seperti berperahu, snorkling, berenang dan hiking serta memiliki keunikan danau yang tidak di temukan di danau lain yang membuat wisatawan merasa diberikan pengalaman yang menarik serta menyenangkan.

Hasil ini sejalan teori Image Formation (Gunn, 1972), yang menyatakan bahwa citra destinasi terbentuk melalui pengalaman langsung, promosi, dan rekomendasi. Responden menyatakan bahwa citra positif Danau Dua Rasa Labuan Cermin, seperti keunikan danau dan aktivitas rekreasi yang menarik, menjadi alasan utama mereka berkunjung. Hasil ini didukung oleh penelitian Charli & Putri (2020) dan Putri et al. (2022), yang menemukan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata. Artinya, Faktor utama yang mendorong seseorang untuk mengunjungi suatu tempat wisata adalah citra atau gambaran yang terbentuk tentang destinasi tersebut. Citra destinasi yang positif, seperti keindahan alam, kebersihan, atau pengalaman unik yang ditawarkan, dapat menjadi daya tarik kuat bagi calon pengunjung. Ketika suatu tempat wisata digambarkan dengan baik-baik melalui ulasan positif, rekomendasi dari orang lain, atau promosi yang menarik, hal ini akan menciptakan persepsi yang menguntungkan dan memengaruhi keputusan seseorang untuk berkunjung. Dengan kata lain, citra destinasi yang bagus tidak hanya meningkatkan minat, tetapi juga membangun ekspektasi positif, sehingga mendorong lebih banyak orang untuk datang dan merasakan pengalaman langsung di tempat tersebut.

Namun, penelitian Wibowo et al. (2016) menunjukkan bahwa citra destinasi tidak signifikan, karena faktor lain seperti harga dan rekomendasi pribadi lebih dominan. Hal ini mengindikasikan bahwa citra destinasi mungkin tidak selalu menjadi faktor utama, tergantung pada preferensi individu dan konteks destinasi. Dengan demikian, meskipun citra destinasi positif, minat berwisata seseorang bisa saja lebih dipengaruhi oleh aspek-aspek praktis atau personal yang lebih langsung terkait dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh fasilitas, lokasi, dan citra destinasi terhadap minat berwisata di objek wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin, dapat disimpulkan bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwisata, sedangkan lokasi dan citra destinasi berpengaruh signifikan. Temuan ini

menunjukkan bahwa kemudahan akses dan citra positif destinasi menjadi faktor utama yang mendorong minat wisatawan untuk berkunjung, sementara fasilitas yang ada belum memberikan dampak yang cukup berarti.

Berdasarkan temuan tersebut, peneliti memberikan beberapa rekomendasi strategis kepada pengelola wisata Danau Dua Rasa Labuan Cermin. Pertama, evaluasi dan peningkatan kualitas fasilitas perlu menjadi prioritas, seperti kebersihan toilet, ruang ganti, dan kelengkapan alat snorkeling. Kedua, aksesibilitas lokasi harus ditingkatkan melalui perbaikan infrastruktur jalan, penambahan papan penunjuk arah, dan penyediaan area parkir yang memadai. Ketiga, citra destinasi perlu ditingkatkan melalui promosi yang efektif, terutama dengan memanfaatkan media sosial untuk menyoroti keunikan danau, seperti fenomena air dua rasa. Keempat, kebersihan dan pelestarian lingkungan harus dijaga secara konsisten untuk mempertahankan keindahan alam sebagai daya tarik utama.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, ukuran sampel yang relatif kecil (80 responden) mungkin belum mewakili populasi secara menyeluruh. Kedua, penelitian hanya berfokus pada tiga variabel (fasilitas, lokasi, dan citra destinasi), sehingga faktor lain seperti harga, promosi, atau motivasi pribadi tidak dipertimbangkan. Ketiga, lingkup penelitian terbatas pada wisatawan yang pernah berkunjung ke Danau Dua Rasa Labuan Cermin, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke destinasi lain.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas variabel penelitian dengan menambahkan faktor-faktor seperti harga tiket, promosi, atau daya tarik wisata. Menambah ukuran sampel dan mencakup destinasi lain juga dapat meningkatkan generalisasi hasil penelitian. Selain itu, menggunakan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif) dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi dan motivasi wisatawan. Dengan demikian, penelitian di masa depan dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif bagi pengembangan pariwisata, khususnya di Danau Dua Rasa Labuan Cermin.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya serta memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelola wisata dalam meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan ke Danau Dua Rasa Labuan Cermin.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, R., Kurnia, O., Simatupang, D. T., & Nasution, N. W. (2024). Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Masjid Tanwirun Naja Kota Batam. *Cetak Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(6), 3742–3754.

- Awaluddin, & Haryati Intisari. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Water Boom Arema Raya Kota Bima. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 5 No 2, 93–105. <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. Ch. A. (2021). The Influence of Electronic Word of Mouth, Location and Ticket Prices Towards Tourist Visiting Interest in Makatete Hill's Warembungan Village. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1360–1370.
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal EKOBISTEK*, 9(2), 40–48.
- Crompton, J. L. (1979). "Motivations for Pleasure Vacation." *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1), 40–47. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Fitriani, R., & Wilardjo, S. B. (2018). Sadar Wisata, Kemenarikan Fasilitas, Jarak, Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Di Kota Semarang. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(3): 259-272.
- Gunn, C. A. (1972). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Austin: University of Texas.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Hidayanti, A. A., & Masyhudi, L. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik dan Lokasi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 129–144.
- Isman, Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 30–36. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>
- Iswidyamarsha, C., & Dewantara, Y. F. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga TMII. Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata, 3(2): 72-80.

- Lestyaningsih, D., & Pramudyo, A. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta. *JBMA : Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, X.
- Nadia, S., & Othman, L. (2021). Pengaruh Lokasi Wisata dan Bauran Promosi terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Croco Lityre Waterpark Desa Sungai Lala Kecamatan Sungai Lala Kabupaten Indragiri Hulu. *JAB*, 12(1).
- Nurdiana, & Santoso, A. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, dan Keamanan terhadap Minat Berwisata Di Objek Wisata Telaga Ngebel. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 40–47. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5076>
- Pearce, D. G. (1989). *Tourism Development*. New York: Longman.
- Putri, K. A. N. W., Liestiandre, H. K., & Aridayanti, D. A. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Destinasi Wisata Ubud. *Jurnal Kepariwisata*, 21(1), 38–45. <https://doi.org/10.52352/jpar.v21i1.604>
- Sarim, & Wiyana, T. (2017). Pengaruh Fasilitas Wisatawan terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 3(2), 294–374. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Sianipar, M. (2019). Effect of Product, Price, Location and Tourism Promotion of Interest in Visiting Lake Toba Tourist Attraction. *Enrichment: Journal of Management*, 9(2), 18–22. www.enrichment.iocspublisher.org
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(2), 1–10.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatia, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 146–156.
- Umma Latifa Nur, A., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1), 2077–2084. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.2747/http>
- Wibowo, S. F., Sazali, A., & Rivai P, A. K. (2016). The Influence Of Destination Image And Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention Of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 7(1), 136–156. www.kemenpar.go.id/userfiles/Ranking%20pariwisata%202014%20final%281%29.pdf