ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i4.9889

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, FASILITAS DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI CAMBAI HILL ALAHAN PANJANG

The Effect of Tourist Attraction, Facilities, and Accessibility on Tourists' Visiting Decisions at Cambai Hill Alahan Panjang

Henryanto Abaharis & Fatiyah Izzati
STIE KBP Padang
henryanto21@gmail.com; fatiyahizzati@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Mar 18, 2026	Apr 15, 2026	Apr 27, 2026	May 2, 2026

Abstract

Studies on tourists' visiting decisions have been widely conducted, but research that specifically examines the influence of tourist attraction, facilities, and accessibility at the Cambai Hill Alahan Panjang tourist attraction remains limited. This study aims to analyze the influence of tourist attraction, facilities, and accessibility on tourists' visiting decisions. This study used a quantitative approach with a survey design. The research respondents consisted of 100 tourists who visited Cambai Hill Alahan Panjang and were determined using the Yamane formula. Data were collected through a questionnaire, then analyzed through validity testing, reliability testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the assistance of the SPSS program. The results showed that tourist attraction had a positive and significant effect on tourists' visiting decisions. Facilities also had a positive and significant effect on tourists' visiting decisions. Meanwhile, accessibility had no significant effect on visiting decisions. These findings expand understanding of the factors that influence tourist behavior at natural

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

tourism destinations. The implications of this study emphasize the importance for tourism managers to improve the quality of tourist attractions and facilities as a strategy to encourage tourists' visiting decisions.

Keywords: Tourist Attraction; Facilities; Accessibility; Visiting Decision; Tourists

Abstrak: Kajian mengenai keputusan berkunjung wisatawan telah banyak dilakukan, tetapi penelitian yang secara khusus membahas pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas pada objek wisata Cambai Hill Alahan Panjang masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Responden penelitian berjumlah 100 wisatawan yang berkunjung ke Cambai Hill Alahan Panjang dan ditentukan menggunakan rumus Yamane. Data dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sementara itu, aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Temuan ini memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wisatawan pada destinasi wisata alam. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya pengelola wisata untuk meningkatkan kualitas daya tarik dan fasilitas sebagai strategi dalam mendorong keputusan berkunjung wisatawan.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata; Fasilitas; Aksesibilitas; Keputusan Berkunjung; Wisatawan

PENDAHULUAN

Kabupaten Solok merupakan salah satu provinsi di Sumatera Barat yang sedang giat-giatnya melakukan pengembangan di sektor pariwisata, hal ini di karenakan kabupaten Solok memiliki potensi yang besar dalam sektor pariwisata (A. E. Putra & Anwar, 2021). Potensi tersebut dapat di lihat dari berbagai faktor seperti, kondisi topografinya yang begitu variatif yakni terdiri dari daerah berbukit, dataran tinggi, dan dataran yang relatif rendah. Daerah dengan ketinggian antara 300 sampai 500 meter di atas permukaan laut meliputi sekitar 37%, kawasan yang berada pada ketinggian 500 sampai 1.000 meter meliputi 34%, dan kawasan yang berada pada ketinggian > 1.000 meter meliputi sekitar 29% dari luas keseluruhan Kabupaten Solok. Dengan wilayah yang di dominasi oleh dataran tinggi dan berbukit, Kabupaten Solok sangat potensial untuk dijadikan sebagai daerah tujuan wisata alam.

Bukit Cambai Hill merupakan salah satu objek wisata alam yang terdapat di Jorong Aia Sanam, kenagarian Sungai Nanam, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Memiliki luas 4,8 ha dan memiliki keindahan alam yang mempesona. Bukit Cambai Hill dapat dijadikan sebagai referensi bagi para pencinta kegiatan hiking, camping,

dan motor trail. Potensi ini jika dikelola dengan baik dan semestinya, tentu dapat menjadi salah satu wisata terfavorit di Sumatera Barat sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar.

Di antara deretan objek wisata yang menghiasi Alahan Panjang, Bukit Cambai Hill menempati posisi istimewa sebagai destinasi paling diminati. Kepopulerannya bukan tanpa alasan, Bukit Cambai Hill menawarkan paket wisata yang komprehensif dan memikat. Selain menyuguhkan pemandangan alam yang luar biasa indah dari ketinggiannya, Bukit Cambai Hill juga menyediakan akomodasi berupa vila-vila yang nyaman dan mewah, cocok bagi mereka yang mendambakan kenyamanan ekstra selama liburan. Berbagai wahana menarik pun tersedia, menambah semarak pengalaman wisata dan memberikan pilihan aktivitas yang beragam bagi pengunjung, mulai dari yang menenangkan hingga yang memacu adrenalin. Kombinasi sempurna antara keindahan alam, fasilitas penunjang yang memadai, dan beragam wahana rekreasi inilah yang menjadikan Bukit Cambai Hill sebagai primadona wisata Alahan Panjang, selalu ramai dikunjungi dan meninggalkan kesan mendalam bagi setiap wisatawannya.

Berdasarkan hasil observasi, data jumlah pengunjung Bukit Cambai Hill tahun 2024, terlihat bahwa jumlah kunjungan mengalami fluktuasi setiap bulannya. Puncak kunjungan terjadi pada bulan April dengan jumlah mencapai 15.000 orang, yang disebabkan oleh momen libur Lebaran sehingga banyak wisatawan memanfaatkan waktu tersebut untuk berlibur. Pada bulan-bulan lainnya, jumlah pengunjung juga cenderung meningkat, terutama mulai pertengahan hingga akhir tahun, hal ini dipengaruhi oleh kawasan Alahan Panjang yang sedang viral karena keindahan alamnya, sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor momen liburan dan tren wisata sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung.

Sama-sama dimiliki oleh Epyardi Asda dan berada di ketinggian bukit, Chinangkiek Hill dan Cambai Hill menawarkan pengalaman wisata yang berbeda namun memiliki beberapa persamaan. Persamaannya, keduanya menawarkan pemandangan alam yang indah dari ketinggian dan menjadi tujuan wisata populer di Solok, Sumatera Barat. Perbedaannya terletak pada fokus dan fasilitas yang ditawarkan. Chinangkiek Hill (Chinangkiek Park) lebih menonjolkan diri sebagai taman wisata keluarga dengan berbagai wahana permainan dan pemandangan Danau Singkarak yang menawan, dengan harga tiket masuk sekitar Rp20.000 per orang dan biaya parkir mobil Rp10.000. Di sisi lain, Cambai Hill menawarkan pengalaman

wisata alam yang lebih tenang dan eksklusif dengan fokus pada panorama empat danau (Danau Diatas, Danau Dibawah, Danau Talang, dan Danau Singkarak) serta udara nya yang sejuk. Cambai Hill juga menyediakan fasilitas villa untuk menginap, yang dilengkapi dengan sarapan, Wi-Fi, pemandangan danau, dan kamar mandi air panas, sehingga lebih cocok bagi wisatawan yang mencari relaksasi, fotografi, dan trekking di tengah alam yang asri. Dengan demikian, pilihan antara Chinangkiek Hill dan Cambai Hill bergantung pada preferensi wisatawan untuk liburan keluarga yang menyenangkan dengan berbagai aktivitas, Chinangkiek Hill adalah pilihan yang tepat, sementara bagi mereka yang mencari ketenangan dan keindahan alam yang memukau, Cambai Hill adalah jawabannya.

Keputusan berkunjung ialah sebuah keputusan dimana seseorang akan melakukan perjalanan wisata kesuatu tempat wisata tertentu untuk berlibur (Abaharis & Meirina, 2020). Keputusan berkunjung di riset ini di adopsi dari keputusan pembelian, sebab variabel serta dimensinya yang serupa memberi kemungkinan dalam memakai teori keputusan pembelian menjadi keputusan berkunjung.

Proses keputusan berkunjung wisatawan sama dengan konsep teori keputusan pembelian konsumen, dimana pengunjung atau konsumen menentukan pilihannya terhadap produk atau jasa yang telah disediakan sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi atau membeli sebuah produk (Syafitri & Ezizwita, 2023).

Keputusan berkunjung dipengaruhi juga dengan ketersediaan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata sehingga wisatawan merasa lebih nyaman dan memberikan kesan yang baik terhadap objek wisata yang dikunjunginya. Ketiadaan atau kurang baiknya kondisi fasilitas pada objek wisata akan menurunkan minat wisatawan sehingga penyediaan fasilitas pada lokasi wisata sangat penting untuk diperhatikan keberadaannya (Daulay, 2022).

Daya tarik wisata sebagai sebagai faktor dalam memutuskan berkunjung ke suatu objek wisata, semakin menarik objek wisata dengan berbagai keunikan dan keindahannya maka keputusan berkunjung akan semakin meningkat, apalagi pengunjung yang sudah pernah menikmati destinasi tersebut, akan menginformasikan melalui mulut ke mulut (Daulay, 2022).

Daya tarik wisata menjadi salah satu faktor penting bagi wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke suatu objek wisata. Daya tarik wisata menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan,

keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan daya tarik wisata merupakan obyek atau atraksi wisata apa saja yang dapat ditawarkan kepada wisatawan agar mereka mau berkunjung ke suatu negara atau DTW (Daerah Tujuan Wisata) tertentu (Syafitri & Ezizwita, 2023).

Daya tarik wisata seringkali diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah daya tarik yang lebih banyak berbasis pada keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam, daya tarik wisata minat khusus berupa daya tarik wisata yang lebih banyak berbasis pada aktifitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, dan daya tarik wisata budaya berupa daya tarik wisata yang berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik berupa nilai budaya atau peninggalan budaya yang masih hidup dalam kehidupan masyarakat (Syafitri & Ezizwita, 2023).

Daya tarik wisata merupakan fasillitas dan aktivitas yang menarik wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata didaerah yang menjadi tujuan wisata (Nurmala et al., 2022). Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu misalnya, lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah dan peristiwa tertentu (Susanto & Astutik, 2020).

Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas- aktivitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata (Jerubun & Nugraha, 2024; Lestyaningsih & Pramudyo, 2023; A. E. Putra & Anwar, 2021; Sukardi & Afidah, 2024). Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan wisatawan maka dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi melalui kesan-kesan yang baik dari wisatawan sebelumnya. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan wisatawan dalam memperoleh kepuasan (Lestyaningsih & Pramudyo, 2023; I. K. D. R. Putra & Sulastri, 2023; Siregar & Elfikri, 2022). Karena sesuatu bentuk jasa tidak dapat dilihat, tidak dapat dicium dan tidak dapat diraba, maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Wisatawan yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman apabila fasilitas yang digunakan oleh wisatawan dibuat nyaman dan menarik (Daulay, 2022).

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Pada dasarnya fasilitas dalam perusahaan jasa merupakan faktor yang

menentukan pilihan orang untuk berkunjung ke tempat wisata. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum layanan dapat diberikan kepada konsumen". Contoh fasilitas antara lain kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior, dan tingkat kebersihan, terutama yang berkaitan erat dengan apa yang diinginkan, dialami, maupun diterima secara langsung oleh masyarakat (Nugroho, 2024).

Aksesibilitas yang juga menjadi faktor keberhasilan destinasi wisata yang setidaknya meliputi akses informasi dan akses jalan guna mempermudah wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Akses informasi seperti sosial media dan website akan mempermudah wisatawan untuk lebih mengetahui destinasi wisata yang akan dikunjungi. Akses jalan yang baik akan mempermudah dan membuat nyaman wisatawan selama dalam perjalanan menuju lokasi destinasi wisata. Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan industry pariwisata (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021).

Kemudahan aksesibilitas merupakan salah satu faktor bagi wisatawan dalam memutuskan berkunjung kesuatu objek wisata. Walaupun objek wisata tersebut memiliki keindahan dan daya tarik wisata, apabila akses menuju kesana sulit ditempuh seperti jarak tempuh jauh, waktu tempuh lama, informasi penunjuk arah ke objek wisata tidak ada, transportasi umum tidak ada, jalanan menuju objek wisata rusak, maka pengunjung akan berpikir untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Jika suatu obyek tidak di dukung aksesibilitas yang memadai maka obyek yang memiliki atraksi tersebut sangat susah untuk menjadi industry pariwisata, aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada tranportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Aksebilitas mencakup transportasi intern dan intra region (daerah) serta di dalam kawasan, dan kemudahan memperoleh informasi tentang destinasi. Aksesibilitas merupakan faktor penunjang yang memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai objek wisata yang akan dituju, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh (Daulay, 2022).

Fenomena utama yang terjadi di Bukit Cambai Alahan Panjang adalah meningkatnya minat wisatawan terhadap destinasi wisata alam yang menawarkan pengalaman unik dan berkesan, khususnya di daerah yang sedang berkembang seperti Cambai Hill di Alahan Panjang.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang "

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berbentuk angka dan dianalisis secara statistik untuk menguji pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Desain asosiatif kausal dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh antara variabel independen, yaitu daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan berkunjung. Objek penelitian ini adalah wisata Cambai Hill Alahan Panjang. Populasi penelitian mencakup seluruh konsumen atau wisatawan yang berkunjung ke Cambai Hill Alahan Panjang, dengan jumlah pengunjung pada tahun 2024 sebanyak 60.000 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Responden penelitian merupakan wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung ke Cambai Hill Alahan Panjang dan dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner sebagai sumber data primer, sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, artikel, dan sumber lain yang relevan dengan kajian pemasaran pariwisata. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel, yaitu keputusan berkunjung, daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert dengan pilihan jawaban mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item layak digunakan dalam pengumpulan data. Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS, meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Cambai Hill Alahan Panjang.

HASIL

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan nilai Asymp. Sig. (2-tailed). Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Alpha	Ket.
0.200	0,05	Terdistribusi Normal

Sumber: Data SPSS 25 (Data diolah pada tahun 2026)

Hasil analisis pada Tabel 1. menunjukkan bahwa variabel yang diuji memiliki pola distribusi yang normal, seperti yang dibuktikan oleh hasil uji Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk yang memiliki nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Artinya data tersebut sesuai dengan asumsi distribusi normal, sehingga memenuhi syarat untuk melakukan analisis statistik lanjutan.

2. Uji Multikolinearitas

Multikoleniaritas dapat diketahui melalui nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Jika VIF lebih 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10, maka dapat dikatakan adanya terjadi gejala multikoleniaritas. Sebaliknya, jika VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10, maka menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikoleniaritas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Daya Tarik Wisata (X1)	0,689	1,452	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Fasilitas (X2)	0,407	2,459	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Aksesibilitas (X3)	0,352	2,842	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data SPSS 25 (Data diolah pada tahun 2026)

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa pada uji multikolinearitas di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel daya tarik wisata,fasiltas dan aksesibilitas lebih besar dari nilai tolerance yaitu 0,1 (tolerance > 0,10) dan pada nilai VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF disini lebih kecil yaitu 10 (VIF < 10). Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen tidak terdapat indikasi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Alpha	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X1)	0,524	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Fasilitas (X2)	0757	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Aksesibilitas (X3)	0.924	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data SPSS 25 (Data diolah pada tahun 2026)

Hasil analisis pada Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS dapat dilihat bahwa nilai sig. setiap variabel independen di atas adalah lebih besar dari nilai Alpha (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi multivariat adalah metode statistik yang menguji hubungan antara beberapa variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Model regresi jenis ini membantu menentukan koefisien konstan yang mewakili hubungan antar variabel independen. Regresi multivariat digunakan untuk memahami bagaimana beberapa faktor independen memengaruhi satu variabel hasil. Wisudalningsi dkk., (2019).

Model yang digunakan untuk analisis regresi berganda sebagai berikut:

Keterangan:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan berkunjung

X1 = Daya Tarik Wisata

X2 = Fasilitas

X3 = Aksesibilitas

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Keterangan	Coeficient
Constand	3,562
Daya Tarik Wisata (X1)	0,200
Fasilitas (X2)	0.429
Aksesibilitas (X3)	0.114

Sumber: Data SPSS 25 (Data diolah pada tahun 2026)

Dari tabel 4. diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 3,562 koefisiensi regresi Daya Tarik Wisata sebesar 0,200 dan koefisiensi regresi variabel Fasilitas sebesar 0,429 serta koefisiensi regresi variabel Aksesibilitas sebesar 0,114.

Maka Persamaannya menjadi:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + e$$

$$\mathbf{Y = 3{,}562 + 0{,}200X1 + 0{,}429X2 + 0{,}114X3 + e}$$

1. Jika ketiga variabel independen (daya tarik wisata, fasilias dan aksesibilitas*)* dianggap tidak ada atau bernilai nol, maka nilai dasar dari keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang adalah 3,562 satuan. Ini merupakan titik awal dari prediksi keputusan berkunjung tanpa dipengaruhi oleh ketiga variabel.

2. Setiap peningkatan 1 satuan pada daya tarik wisata, maka keputusan berkunjung akan meningkat sebesar 0,200 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Ini menunjukkan bahwa nilai daya tarik wisata (seperti keindahan, kesejukkan, atau perasaan positif saat mengunjungi wisata) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

3. Setiap peningkatan 1 satuan pada fasilitas (fasilitas yang dirasakan bermanfaat), maka keputusan berkunjung akan meningkat sebesar 0,429 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

4. Setiap peningkatan 1 satuan pada aksesibilitas (akses menuju ke tempat wisata cukup baik), maka keputusan berkunjung hanya akan meningkat sebesar 0,114 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Nilainya yang paling kecil dibandingkan dua variabel lainnya menunjukkan bahwa persepsi aksesibilitas tidak terlalu kuat memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang.

5. **Uji Hipotesis**

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t, yang mana uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial (Sugiyono, 2017).

Dalam uji hipotesis indikator yang digunakan adalah t- statistik dan taraf signifikan sebesar 5%, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi < maka hipotesis dapat diterima. Sehingga disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi > 5% maka hipotesis ditolak, sehingga disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji t

Variabel Bebas	T Tabel	T hitung	Sig.	Kesimpulan
Daya Tarik Wisata (X1)	1,984	2,147	0,034	H_1 diterima
Fasilitas (X2)	1,984	7,651	0,000	H_2 diterima
Aksesibilitas (X3)	1,984	1,382	0,170	H_3 ditolak

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukan bahwa uji hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukan variabel daya tarik wisata(X1) memperoleh nilai t-hitung yaitu 2,147 > 1,984 dengan tingkat signifikan 0,034 < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang.

2. Hasil pengujian menunjukan variabel fasilitas memperoleh nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 7,651 < 1,984 dengan nilai signifikan 0,000 <0,05 maka H0 ditolak dan H2 diterima yang berarti fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang.

3. Hasil pengujian menunjukan variabel aksesibilitas memperoleh nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel yaitu 1,382 < 1,984 dengan nilai signifikan 0,170 > 0,05 maka H0 diterima dan H3 ditolak yang berarti aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang

Pada hasil pengujian menunjukan variabel daya tarik wisata (X1) memperoleh nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu 2,147 > 1,984 dengan tingkat signifikan 0,034 < 0,05, maka H0 ditolak dan **H1 diterima** yang berarti daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang.

Temuan ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan untuk berkunjung. Semakin baik daya tarik yang dimiliki Cambai Hill Alahan Panjang, seperti keindahan alam, suasana yang nyaman, kesejukan udara, serta keunikan destinasi, maka semakin besar pula kecenderungan wisatawan untuk memilih destinasi tersebut sebagai tempat kunjungan. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui sejauh mana daya tarik wisata dapat memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

Hasil penelitian diatas juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Info, (2025) yang dimana pengaruh daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung wisatawanke objek wisata Pantai Pasir Putih Situbondo memperoleh nilai t-hitung yaitu 5,328> 1,984 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan **H1 diterima**.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, (2024) yang dimana pengaruh daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Gunung Kelud di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri dengan memperoleh nilai t-hitung yaitu 13,401> 1,984 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan **H1 diterima.**

Penelitian yang dilakukan oleh Dan et al.,(2021) terkait pengaruh daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek Wisata Danau Cipondooh Kota Tangerang dengan memperoleh nilai t-hitung yaitu 3,847> 1,984 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan **H1 diterima.**

Berdasarkan hasil pengujian dan perbandingan dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata terbukti berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian pada objek wisata Cambai Hill Alahan Panjang yang memperoleh nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Info (2025), Nugroho (2024), serta Dan et al. (2021) yang sama-sama menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada berbagai objek wisata di Indonesia. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa semakin baik dan menarik daya tarik yang dimiliki suatu destinasi wisata, maka semakin tinggi pula kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan, sehingga daya tarik wisata merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata.

Implikasi dari temuan ini adalah pengelola Cambai Hill Alahan Panjang perlu mempertahankan dan meningkatkan daya tarik utama destinasi, khususnya aspek keindahan alam, kenyamanan suasana, kebersihan lingkungan, serta pengalaman wisata yang khas. Secara praktis, hasil ini dapat menjadi dasar bagi pengelola untuk memperkuat strategi promosi yang menonjolkan keunikan Cambai Hill sebagai destinasi wisata alam. Secara teoritis, temuan ini memperkuat pandangan bahwa daya tarik wisata merupakan elemen utama dalam membentuk keputusan berkunjung wisatawan.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang

Pada hasil pengujian menunjukan variabel fasilitas (X2) memperoleh nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu 7,651 > 1,984 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak dan **H2 diterima** yang berarti fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang kuat dalam mendorong keputusan wisatawan untuk berkunjung. Fasilitas yang memadai dapat memberikan rasa nyaman, aman, dan mudah bagi wisatawan selama berada di lokasi wisata. Dalam konteks Cambai Hill Alahan Panjang, fasilitas seperti tempat parkir, tempat istirahat, toilet, tempat makan, spot foto, serta sarana pendukung lainnya dapat menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan sebelum memutuskan untuk berkunjung. Dengan demikian, hasil ini

menjawab tujuan penelitian bahwa fasilitas berperan dalam memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

Hasil penelitian diatas juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Rokhayah & Ana Noor Andriana, (2021) yang dimana pengaruh fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara dengan memperoleh nilai t-hitung yaitu 5,328> 1,984 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat diisimpulkan H0 ditolak dan **H2 diterima.**

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Daulay, (2022) yang dimana pengaruh fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari dengan memperoleh nilai t-hitung yaitu 55,572> 1,984 dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05, maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan **H2 diterima.**

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmala et al., (2022) terkait pengaruh fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Pantai Ujong Bilang Lhokseumawe dengan memperoleh nilai t-hitung yaitu 2,173> 1,661 dengan tingkat signifikan 0,031< 0,05, maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan **H2 diterima.**

Berdasarkan hasil pengujian dan dukungan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hasil penelitian pada objek wisata Cambai Hill Alahan Panjang menunjukkan nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, sehingga hipotesis alternatif diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rokhayah dan Ana Noor Andriana (2021), Daulay (2022), serta Nurmala et al. (2022) yang secara konsisten membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung maupun kepuasan pengunjung pada berbagai destinasi wisata. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa ketersediaan dan kualitas fasilitas yang memadai menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat dan keputusan wisatawan untuk berkunjung, sehingga pengelola destinasi wisata perlu memberikan perhatian khusus terhadap pengembangan dan pemeliharaan fasilitas guna meningkatkan daya saing dan kenyamanan wisatawan.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah pengelola Cambai Hill Alahan Panjang perlu meningkatkan kualitas dan kelengkapan fasilitas wisata secara berkelanjutan. Perbaikan fasilitas tidak hanya berkaitan dengan pembangunan sarana baru, tetapi juga mencakup pemeliharaan fasilitas yang sudah tersedia agar tetap bersih, aman, dan layak digunakan.

Secara konseptual, hasil ini memperkuat pemahaman bahwa fasilitas merupakan bagian penting dari kualitas destinasi wisata yang dapat memengaruhi perilaku wisatawan, khususnya dalam mengambil keputusan berkunjung.

3. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang

Pada hasil pengujian menunjukan variabel aksesibilitas (X3) memperoleh nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel yaitu 1,382 <1,984 dengan nilai signifikan 0,170 > 0,05 maka H0 diterima dan **H3 ditolak** yang berarti aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang.

Hasil ini menunjukkan bahwa aksesibilitas belum menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Cambai Hill Alahan Panjang. Meskipun akses menuju destinasi wisata tetap penting, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa wisatawan kemungkinan lebih mempertimbangkan faktor lain, seperti daya tarik wisata dan fasilitas, dibandingkan kemudahan akses. Hal ini dapat terjadi karena wisatawan yang memiliki minat kuat terhadap keindahan dan pengalaman wisata alam cenderung tetap bersedia berkunjung meskipun akses menuju lokasi belum sepenuhnya optimal.

Hasil penelitian diatas juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Info, (2025) yang dimana aksesibilitas tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Pantai Pasir Putih dengan memperoleh nilai t-hitung yaitu -0,463>1,984 dengan tingkat signifikan 0,644 >0,05, maka dapat disimpulkan H0 diterima dan **H3 ditolak.**

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Afifah & Soelistya, (2025) yang dimana aksesibilitas tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi citra destinasi di Wisata Religi Makam Sunan Giri Kabupaten Gresik dengan memperoleh nilai t-hitung 0,541<1,984 dengan tingkat signifikan 0,059 >0,05, maka dapat disimpulkan H0 diterima dan **H3 ditolak**.

Penelitian yang dilakukan oleh Maula, (2023) yang dimana aksesibilitas tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung ke objek Wisata Pantai Tanjung Pakis Karawang Jawa Barat dengan memperoleh nilai t-hitung yaitu -0,463>1,984 dengan tingkat signifikan 0,644 >0,05, maka dapat disimpulkan H0 diterima dan **H3 ditolak.**

Berdasarkan hasil pengujian dan perbandingan dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hasil penelitian pada objek wisata Cambai Hill Alahan Panjang menunjukkan nilai t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel dengan tingkat signifikansi di atas 0,05, sehingga hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Info (2025), Afifah dan Soelistya (2025), serta Maula (2023) yang secara konsisten menyatakan bahwa aksesibilitas tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada berbagai objek wisata. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa meskipun aksesibilitas merupakan salah satu komponen pendukung pariwisata, namun dalam konteks destinasi yang diteliti, faktor tersebut bukan menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam mengambil keputusan berkunjung, dibandingkan dengan faktor lain seperti daya tarik wisata dan fasilitas.

Implikasi dari temuan ini adalah pengelola tetap perlu memperhatikan aksesibilitas, meskipun variabel tersebut tidak terbukti berpengaruh signifikan dalam penelitian ini. Perbaikan akses jalan, petunjuk arah, keamanan perjalanan, serta kemudahan transportasi tetap penting karena dapat mendukung kenyamanan wisatawan secara keseluruhan. Secara praktis, hasil ini menunjukkan bahwa pengelola tidak hanya perlu berfokus pada akses menuju lokasi, tetapi juga harus memprioritaskan peningkatan daya tarik dan fasilitas karena kedua faktor tersebut lebih terbukti berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada satu objek wisata, yaitu Cambai Hill Alahan Panjang, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas pada seluruh destinasi wisata lainnya. Kedua, jumlah responden dalam penelitian ini terbatas pada 100 responden, sehingga temuan yang diperoleh menggambarkan kondisi berdasarkan sampel tersebut. Ketiga, penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas, padahal keputusan berkunjung wisatawan juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti harga, promosi, citra destinasi, kualitas pelayanan, media sosial, dan pengalaman wisata sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian, menambah jumlah sampel, serta memasukkan variabel lain agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan SPSS, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Cambai Hill Alahan Panjang, sedangkan aksesibilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan wisatawan untuk berkunjung lebih banyak ditentukan oleh kekuatan daya tarik destinasi, seperti keindahan alam, keunikan objek wisata, kenyamanan suasana, serta pengalaman wisata yang ditawarkan. Fasilitas juga menjadi faktor penting karena keberadaan sarana pendukung yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama berada di lokasi wisata. Sebaliknya, aksesibilitas belum menjadi pertimbangan utama dalam keputusan berkunjung, sehingga wisatawan cenderung tetap tertarik mengunjungi Cambai Hill Alahan Panjang apabila daya tarik wisata dan fasilitas yang tersedia dinilai mampu memenuhi harapan mereka.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelola wisata Cambai Hill Alahan Panjang dalam menentukan prioritas pengembangan destinasi. Hasil penelitian menegaskan bahwa peningkatan kualitas daya tarik wisata dan fasilitas perlu menjadi fokus utama untuk mendorong keputusan berkunjung wisatawan. Secara ilmiah, penelitian ini memperkuat kajian mengenai perilaku wisatawan, khususnya bahwa faktor daya tarik dan fasilitas memiliki peran penting dalam membentuk keputusan berkunjung pada destinasi wisata alam. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada destinasi wisata lain, menambah jumlah responden, serta memasukkan variabel lain seperti harga, promosi, citra destinasi, kualitas pelayanan, media sosial, dan kepuasan wisatawan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Abaharis, H., & Meirina, E. (2020). Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Pulau Pasumpahan. *Jurnal Pundi, 3*(3), 205–214. https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.189

Afifah, U., Soelistya, D., & Suyoto, S. (2025). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung yang Dimediasi Citra Destinasi di Wisata Religi Makam Sunan Giri Kabupaten Gresik. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi, 8*(1), 152–168. https://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/1087

Daulay, S. H. P. P., Emrizal, E., & Tondang, B. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali

Lestari. *Jurnal Creative Agung, 12*(2), 1–19. https://jurnal.universitasdarmaagung.ac.id/creativeagung/article/view/2287

Jaelani, A., Dassucik, D., & Rasyidi, A. H. (2025). Pengaruh Aksesibilitas, Word of Mouth dan Daya Tarik Wisata Berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Pantai Pasir Putih Situbondo. *Manajemen: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan, 5*(2), 544–555. https://doi.org/10.51903/136wzp71

Jerubun, E., & Nugraha, R. N. (2024). Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata di Schmutzer Ragunan sebagai Upaya untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10*(5), 262–296. https://doi.org/10.5281/zenodo.10525541

Lestyaningsih, D., & Pramudyo, A. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, 10*(2), 167–177. https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.171

Nugroho, B. C. (2024). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Gunung Kelud di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri. *Journal of Islamic Economics and Finance, 2*(3), 35–48. https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i3.1401

Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesbilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 10*(2), 269–278. https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456

Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 23*(2), 73–78. https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.861

Putra, A. E., & Anwar, S. (2021). Strategi Pengembangan Objek Wisata Bukit Cambai Kabupaten Solok. *Jurnal Buana, 5*(2), 420–433. https://doi.org/10.24036/buana.v5i2.1493

Putra, I. K. D. R., & Sulastri, I. A. P. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di The Sila's Agrotourism Tabanan Bali. *Jurnal Mosaik Hospitaliti, 5*(2), 66–73. https://doi.org/10.51713/jmh.2023.5225

Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata, 2*(1), 10–18. https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43

Siregar, N., Elfikri, M., & Daulay, R. P. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat. *SOSEK: Jurnal Sosial dan Ekonomi, 3*(1), 1–9. https://jurnal.bundamediagrup.co.id/index.php/sosek/article/view/256

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan Presepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Pantai di Kabupaten Jepara. *Journal of Management and Digital Business, 4*(1), 15–29. https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789

Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Risk: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi, 1*(1), 36–46. https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk/article/view/874

Syafitri, D., & Ezizwita, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas, 25*(2), 328–341. https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.972