

# 221\_11 cek plagiasi

*by* Jurnal Wacana Ekonomi

---

**Submission date:** 31-Jan-2023 09:22PM (UTC-0500)

**Submission ID:** 2003762234

**File name:** 221\_11\_cek\_plagiasi.docx (54.26K)

**Word count:** 3629

**Character count:** 23206

# Minat Berkunjung Wisatawan Dianalisis Melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Kuliner Warung Terapung

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk dapat mengetahui pengaruh citra destinasi serta daya tarik wisata pada minat berkunjung wisatawan Wisata Kuliner Warung Terapung. Jenis penelitian merupakan kuantitatif dimana populasi dan sampel yaitu para pengunjung, besaran sampel penelitian yaitu 100 responden, dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Data yang digunakan merupakan data berskala interval, dengan analisis regresi linear berganda. Pengujian yang dilakukan secara simultan, secara parsial, dan analisis koefisien determinasi. Objek penelitian dilakukan di objek wisata kuliner warung terapung Amassangan Malangke Barat. Hasil penelitian menjelaskan secara simultan citra destinasi dan daya tarik wisata berpengaruh signifikan pada minat berkunjung wisatawan. Secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan pada minat berkunjung wisatawan. Daya tarik berpengaruh positif dan signifikan pada minat berkunjung wisatawan. Nilai dari *adjusted R square* yaitu 0,769, artinya kemampuan dari citra destinasi serta daya tarik wisata ditentukan sebagai faktor dalam menjelaskan variabel minat berkunjung yakni 76,9%, sisanya 23,1% dijelaskan variabel lain yang tidak ditentukan (*Epsilon*). Dari temuan ini maka dapat dikatakan bahwa citra destinasi ataupun daya tarik wisata berperan penting dalam upaya peningkatan minat berkunjung wisata kuliner warung terapung Amassangan Kecamatan Malangke Barat.

**Kata kunci:** Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan Kecamatan Malangke Barat, Minat Berkunjung, Citra Destinasi, dan Daya Tarik Wisata.

## Abstract

**Keywords:**

## 1. Pendahuluan

Pariwisata menjadi sektor yang dapat diandalkan Indonesia karena memiliki kontribusi positif terhadap peningkatan devisa negara setelah migas. Kemajuan pariwisata yang cukup pesat mampu memberikan hasil yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Meningkatnya sektor pariwisata tidak terlepas dari permintaan wisatawan akan pariwisata, apalagi Indonesia dikenal sebagai negara yang banyak memiliki keanekaragaman wisata mulai dari alam, buatan, budaya, kuliner, adat istiadat dan keanekaragaman lainnya yang sangat berpotensi untuk diangkat sebagai daya tarik wisata.

Sama halnya dengan Kecamatan Malangke Barat yang berada di Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi barat, Indonesia yang dikenal akan keanekaragaman suku serta destinasi wisatanya. Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan menjadi salah satu wisata yang cukup populer di Kecamatan Malangke Barat. Wisata ini didirikan sejak tahun 2017 oleh masyarakat serta dikelola langsung oleh masyarakat setempat. Warung terapung Amassangan merupakan wisata kuliner yang menyediakan berbagai jenis makanan khas

Malangke Barat disertai dengan suasana yang unik karena berada diatas sungai. Adapun berbagai makanan khas yang ditawarkan berupa ikan bakar, kapurung, pacco dan dange serta ada pula beragam minuman seperti jus dan kopi.

**Tabel 1** Data Kunjungan Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan 2019

No	Bulan	Jumlah	Presentase
1	Juni	2.450	22%
2	Juli	2.670	24%
3	Agustus	2.880	25%
4	September	3.315	29%

Sumber : Pihak pengelola dan pemilik Wisata Terapung, 2019

Pada Tabel 1 diketahui bahwa kunjungan wisatawan ke Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan yang terjadi pada bulan Juni hingga September mengalami kenaikan secara bertahap pada setiap bulannya dengan total wisatawan sebesar 11.315. Jumlah kunjungan terbanyak ke Wisata Terapung Amassangan terjadi pada bulan September yakni berjumlah 3.315 dengan persentase sebesar 29%. Tingkat kunjungan wisatawan yang terus meningkat ini terjadi karena adanya keunikan tersendiri dari Wisata Terapung Amassangan berupa wisata kuliner yang berada di atas sungai dengan suasana yang masih alami.

Tingkat kunjungan wisatawan yang terus meningkat menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, pasalnya setelah adanya pengembangan wisata kuliner berupa warung terapung, masyarakat sangat antusias untuk berkunjung karena suasananya yang unik serta penataanya yang menarik. Tingkat kunjungan yang tinggi ini diperkirakan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti adanya area spot foto, keunikan daya tarik, keberagaman kuliner, dan ketersediaan fasilitas sehingga nantinya hal tersebut dapat memicu minat wisatawan untuk berkunjung. Menurut Sumadi Suryabrata (1998) minat adalah kecenderungan yang ada pada setiap individu dalam ketertarikannya terhadap suatu objek atau hal tertentu. Jadi dapat dikatakan bahwa minat berkunjung adalah perilaku wisatawan yang memiliki kecenderungan untuk berkunjung atau berperilaku yang mencerminkan keinginan untuk berkunjung ke tempat atau wisata tertentu, seperti membeli tiket dan mencari informasi. Dengan adanya daya tarik wisata berupa warung terapung di atas sungai yang dimiliki oleh Wisata Kuliner Warung Terapung ini diperkirakan akan mampu membuat wisatawan terdorong untuk melakukan kunjungan.

Arlen et al. (2019) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa hal-hal yang mampu mempengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ke objek wisata adalah kualitas pelayanan yang diberikan, citra dari destinasi, daya tarik wisata yang dimiliki dan promosi. Salah satunya adalah citra destinasi yang merupakan kesan wisatawan yang dibangun secara selektif oleh dirinya sendiri dalam memandang suatu objek wisata (Ritchie, 1991). Citra suatu destinasi akan mampu mempengaruhi minat berkunjung wisatawan, ketika destinasi memiliki citra positif dari pandangan wisatawan maka mereka akan tertarik untuk melakukan kunjungan wisata, tetapi sebaliknya jika suatu destinasi memiliki citra yang buruk, wisatawan akan enggan untuk melakukan kunjungan ke suatu objek. Maka dari itu citra destinasi suatu objek wisata harus memiliki kesan yang baik, agar wisatawan penasaran dan pada akhirnya tertarik untuk berkunjung. Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan dinilai memiliki citra destinasi yang positif karena dilihat dari jumlah kunjungannya yang terus meningkat. Salah satu ciri suatu destinasi memiliki citra yang baik adalah tingginya tingkat kunjungan wisatawan.

Selain citra destinasi, hal lain yang mendorong minat wisatawan untuk berkunjung adalah adanya daya tarik wisata di suatu destinasi, sebagaimana ini juga sudah disebutkan

oleh Arlen et al. (2019) dalam penelitiannya. Atraksi wisata atau sering disebut sebagai daya tarik wisata dapat didefinisikan sebagai hal yang mampu menciptakan adanya perasaan senang serta mendorong minat wisatawan untuk mendatangi atau melihat suatu objek wisata (Pendit, 1994). Suatu atraksi wisata yang dimiliki oleh destinasi akan mampu mendorong minat wisatawan untuk melakukan kunjungan, karena ketika suatu destinasi memiliki keunikan daya tarik yang *iconic* serta mampu memberikan kepuasan pada wisatawan dengan keunikannya itu maka hal ini akan mampu dijadikan sebagai motivasi wisatawan untuk berkunjung. Atraksi atau daya tarik yang dimiliki oleh Wisata Kuliner Warung Terapung ini berupa wisata kuliner khas yang terletak di atas sungai, dengan penataan yang dibuat semenarik mungkin, hal unik ini dapat dikatakan sebagai daya tarik karena ada suatu hal yang layak untuk dilihat serta ada suatu hal yang layak untuk dibeli. Dengan adanya daya tarik wisata Warung Apung akan mampu menarik minat wisatawan dalam berkunjung.

Berdasarkan pemaparan dari fenomena yang dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Mengukur Minat Berkunjung Wisatawan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan melalui Citra Destinasi serta Daya Tarik Wisata”. Beberapa rumusan masalah pada penelitian : (1) Bagaimana pengaruh dari citra destinasi, serta daya tarik wisata pada minat berkunjung wisatawan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan; (2) Bagaimana pengaruh dari citra destinasi pada minat berkunjung wisatawan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan; dan (3) Bagaimana pengaruh dari daya tarik wisata pada minat berkunjung wisatawan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan. Tujuan dari penelitian adalah dapat mengetahui citra destinasi dan daya tarik wisata serta pengaruhnya pada variabel minat berkunjung wisatawan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan.

## 2. Kajian Teori

### Minat Berkunjung

Menurut Albarq (2014) minat berkunjung wisatawan bisa disamakan definisinya sebagai minat beli konsumen. Minat adalah ketertarikan terhadap sesuatu dikarenakan ada suatu rangsangan untuk melakukannya. Asdi (2018) berpendapat bahwa Minat berkunjung wisatawan bisa dikatakan sebagai kondisi dimana wisatawan memiliki ketertarikan untuk dapat berkunjung ke tempat wisata. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Alpianoor (2017) minat berkunjung memiliki empat karakteristik diantaranya bersifat individu, adanya pemicu dari motivasi, berubah seiring dengan kebutuhan dan pengalaman serta menimbulkan ketidakstabilan. Minat berkunjung disebabkan oleh adanya keunikan atau daya tarik dari apa yang ditawarkan suatu objek wisata. Minat berkunjung dalam diri individu biasanya dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan, teman, iklan, keluarga, dan beberapa faktor lainnya (Schiffman, 2007). Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Ferdinand (2002) minat berkunjung dapat diukur melalui dimensi minat preferensial, ketertarikan produk, informasi, harga, minat pelayanan serta fasilitas, dan referensial.

### Citra Destinasi

Citra destinasi dapat dikatakan sebagai keyakinan pengunjung mengenai suatu produk dan layanan yang disediakan di suatu objek wisata yang dikunjungi atau yang akan dikunjunginya (Pitana dan Diarta, 2009). Citra mengenai suatu destinasi atau objek wisata akan berbeda antara individu satu dengan lainnya. Selain itu citra destinasi juga dapat dikatakan sebagai suatu keyakinan atau pengalaman terhadap destinasi dan apa yang

dirasakan oleh pengunjung pada saat melakukan kegiatan wisata. Menurut Coban (2012) wisatawan yang memiliki persepsi positif pada suatu objek wisata cenderung akan berpotensi untuk berkunjung kembali dan akan merekomendasikannya pada orang terdekat baik melalui mulut ke mulut ataupun melalui media sosial. Citra suatu destinasi dibagi menjadi dua yaitu citra kognitif (penilaian rasional) serta citra afektif (citra emosional). Adapun dimensi citra rasional diukur melalui atraksi wisata dan budaya, fasilitas dasar, faktor ekonomi, aksesibilitas, serta lingkungan alam (Coban, 2012). Dimensi dari citra emosional diukur melalui kota yang hidup, kota yang menyenangkan serta kota yang membuat bersemangat. Paludi (2016) mengungkapkan indikator indikator yang bisa menjadi pengukuran dari citra destinasi adalah aksesibilitas, lingkungan dan relaksasi.

### Daya Tarik Wisata

Berdasarkan pernyataan UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dikatakan bahwa daya tarik wisata ialah segala hal yang mempunyai keindahan, nilai dan keunikan dari keanekaragaman yang dimiliki baik itu berupa keanekaragaman budaya, alam, bahkan buatan manusia. Daya tarik dapat diartikan sebagai fokus utama penggerak pariwisata dalam mengembangkan suatu objek atau destinasi wisata. Jadi dapat dikatakan bahwa daya tarik suatu destinasi merupakan salah satu yang menjadi penggerak utama dalam mendorong wisatawan guna berkunjung ke destinasi (Lapian, 2015). Menurut Ali (2011) daya tarik wisata adalah satu kesatuan dari atribut wisata yang meliputi kekayaan alam, budaya, daya tarik, fasilitas, dan akses, dimana hal tersebut dipadukan dalam produk wisata yang ditawarkan. Suatu daya tarik destinasi diklasifikasikan kedalam lima daya tarik yaitu alam, arsitektur, wisata yang dikelola secara khusus, budaya, serta sosial (Basiya, 2012). Daya tarik wisata dapat diukur melalui indikator keunikan, keindahan dan keramahmatan, sebagaimana ini diungkapkan oleh (Spillane J, (1987).

### 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif kausal, dimana didalamnya menjelaskan hubungan sebab akibat dari variabel bebas pada variabel terikat. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang pada pembahasannya menganalisis data dengan menggunakan metode metode statistik dalam menghasilkan pengujian hipotesis penelitian. Tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan pengaruh dari variabel citra destinasi serta daya tarik wisata pada minat berkunjung di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan dengan menggunakan perhitungan melalui alat bantu SPSS versi 26. Populasi dan sampel dalam penelitian berupa para pengunjung Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan, dimana teknik pemilihan sampel menggunakan *non probability sampling* yakni peneliti membuat kriteria tertentu dalam memilih responden. Besarnya sampel dalam penelitian sebesar 50 responden. Teknik pengumpulan data berasal dari penyebaran kuesioner yang terdapat pada skripsi dengan menggunakan skor penilaian 1-7. Data yang digunakan merupakan data dengan skala ordinal yang ditransformasikan ke data berskala interval. Teknik analisis data meliputi analisis regresi linear berganda beserta uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, pengujian simultan, pengujian parsial serta pengujian koefisien determinasi.

#### Hipotesis

Hipotesis pada penelitian meliputi :

H1 : Citra destinasi beserta daya tarik wisata secara simultan memiliki pengaruh positif pada minat berkunjung wisatawan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan

**H2** : Citra destinasi berpengaruh positif signifikan pada minat berkunjung wisatawan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan

**H3** : Daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan pada minat berkunjung wisatawan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengujian regresi linear berganda adalah pengujian statistik yang dipergunakan untuk dapat mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas yang jumlahnya lebih dari satu pada variabel terikat.

##### Analisis Model Persamaan Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Uji regresi linear berganda

	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig
	(Constant)	-.632	.657		-.962	.341
1	Citra Destinasi	.197	.073	.376	2.710	.009
	Daya Tarik Wisata	.290	.075	.536	3.862	.000

Sumber : Hasil pengolahan peneliti, 2022

Mengenai hasil analisis dari tabel 2 diketahui penjabaran mengenai persamaan regresi dalam penelitian adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$
$$Y = -0,634 + 0,197 X_1 + 0,290 X_2$$

Dari persamaan regresi yang telah dijabarkan menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) yaitu -0,634 artinya tanpa adanya variabel citra destinasi (X1) serta daya tarik wisata (X2) maka besarnya variabel minat berkunjung (Y) sebesar -0,634. Interpretasi dari persamaan di atas adalah :

1. Koefisien citra destinasi (X1) 0,197 menunjukkan bahwa jika nilai tersebut mengalami kenaikan atau penurunan 1 poin, maka besarnya variabel minat berkunjung (Y) pada penelitian akan bertambah atau berkurang  $0,197 \times 100 = 19,7\%$ .
2. Koefisien daya tarik wisata (X2) sebesar 0,290 menunjukkan bahwa jika nilai tersebut mengalami kenaikan atau penurunan 1 poin, maka besarnya variabel minat berkunjung (Y) pada penelitian ini akan bertambah atau berkurang sebesar  $0,290 \times 100 = 29\%$

##### Analisis Koefisien Determinasi

Dalam menganalisis koefisien determinasi pada model regresi linear berganda, maka bisa menggunakan nilai Adjusted R Square sebagai dasar pengambilan keputusan.

8

Tabel 4.11 Analisis koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 <sup>a</sup>	.779	.769	1.06989

Sumber : Hasil pengolahan peneliti, 2022

32

Tabel 4.11 menunjukkan nilai dari adjusted R square yaitu 0,769 atau persenta 76,9% sebesar 76,9%, yang berarti bahwa kemampuan variabel citra destinasi (X1) beserta daya tarik

Citra dalam menjelaskan variabel minat berkunjung (Y) adalah 76,9%. Sisanya 23,1% dijelaskan variabel independen lain yang tidak dipergunakan pada penelitian (*Epsilon*).

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Simultan

Jika nilai Fhitung > Ftabel dengan signifikansi < (5%), artinya secara simultan variabel bebas dalam penelitian berpengaruh signifikan pada variabel terikat.

Tabel 3 Uji simultan

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.229	2	94.615	82.656	.000 <sup>b</sup>
	Residual	53.800	47	1.145		
	Total	243.029	49			

Sumber : Hasil pengolahan peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 82,656 > Ftabel sebesar 3,19. Ftabel didapat dari perhitungan  $f(k; n-k)$ , dikarenakan jumlah variabel independen dalam penelitian berjumlah 2, serta jumlah sampel 50 dengan tingkat kesalahan 5%, maka diketahui nilai  $f(2;48) = 3,19$ . Berdasarkan kaidah keputusan maka terdapat pengaruh simultan dari variabel citra destinasi (X1) serta daya tarik wisata (X2) pada variabel minat berkunjung (Y). Hasil pengujian simultan juga diketahui  $t_{sig}(0,000) < 5\% (0,05)$ , yang artinya dalam model pengaruh citra destinasi (X1) serta daya tarik wisata (X2) terhadap minat berkunjung adalah cocok atau fit.

#### Uji Parsial

Apabila nilai Thitung > Ttabel, artinya variabel bebas yang digunakan dalam model penelitian memberikan pengaruh secara parsial pada variabel terikat.

Tabel 4 Uji parsial

	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1	(Constant)	-.632	.657		-.962	.341
	Citra Destinasi	.197	.073	.376	2.710	.009
	Daya Tarik Wisata	.290	.075	.536	3.862	.000

Sumber : Hasil pengolahan peneliti, 2022

Tabel 4 menunjukkan nilai Thitung dari variabel citra destinasi (2,710) serta daya tarik wisata (3,862) > Ttabel, dimana Ttabel dalam penelitian ini diperoleh dari nilai  $t(0,05/2; n-k-1)$ , sehingga didapat nilai  $t(0,025;47) = 2,01174$ . Selain itu, tabel diatas juga menunjukkan bahwa nilai signifikansi citra destinasi (0,009) < (0,05), artinya citra destinasi (X1) berpengaruh positif signifikan pada minat berkunjung (Y). Begitupun dengan daya tarik wisata (X2) memiliki signifikansi (0,000) < (0,05), yang berarti daya tarik wisata (X2) memiliki pengaruh positif signifikan pada minat berkunjung (Y).

### Pengaruh Citra Destinasi, serta Daya Tarik Wisata pada Minat Berkunjung Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan Kecamatan Malangke Barat

Pengujian hipotesis secara simultan didapatkan nilai  $f$  hitung ( $82,656 > f$  tabel  $7,19$ ), serta nilai  $sig$  ( $0,000 < 5\%$ ). Sehingga artinya terdapat pengaruh simultan dari variabel citra destinasi ( $X1$ ) serta daya tarik wisata ( $X2$ ) pada variabel minat berkunjung ( $Y$ ) di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan. Selanjutnya diperoleh nilai  $adjusted R Square$   $0,769$  yang artinya kemampuan variabel citra destinasi ( $X1$ ) beserta daya tarik wisata dan menjelaskan variabel minat berkunjung ( $Y$ ) adalah  $76,9\%$ . Sisanya  $23,1\%$  dijelaskan variabel independen lain yang tidak digunakan dalam penelitian ( $Epsilon$ ).

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iranita & Alamsyah (2019) di Wisata Bahari Desa Benan yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif signifikan pada minat berkunjung kembali wisatawan, dimana ketika citra destinasi wisata bahari Desa Benan semakin baik maka akan semakin tinggi minat berkunjung wisatawan. Selain itu hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan Wiradiputra & Brahmanto (2016) di Wisata Ciwangun Indah Camp, yang terletak di Kabupaten Bandung berkonsep outbound menyatakan bahwa kualitas daya tarik destinasi wisata berpengaruh signifikan pada minat berkunjung. Persepsi wisatawan mengenai kualitas daya tarik wisata menjadi faktor utama dalam penurunan atau peningkatan minat berkunjung wisatawan, maka dari itu untuk meningkatkan kualitas daya tarik wisata perlu dilakukan revitalisasi dalam menata objek wisata menjadi lebih menarik lagi. Perbedaan hasil penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah dari segi lokasi objek wisata serta konsep wisatanya.

Citra destinasi beserta daya tarik memainkan peranan penting dalam upaya peningkatan minat berkunjung. Artinya semakin positif citra suatu destinasi maka akan semakin tinggi minat wisatawan untuk berkunjung begitupun sebaliknya. Sama halnya dengan daya tarik wisata, semakin bagus dan unik kualitas daya tarik wisata maka semakin tinggi minat wisatawan dalam melakukan kunjungan. Maka dari itu guna meningkatkan minat wisatawan dalam berkunjung ke Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan, pihak pengelola harus mampu menciptakan citra yang positif dan selalu meningkatkan kualitas serta keunikan daya tarik.

### **Pengaruh Citra Destinasi pada Minat Berkunjung Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan Kecamatan Malangke Barat**

Hasil dari pengujian hipotesis secara parsial dari variabel citra destinasi pada minat berkunjung diketahui bahwa nilai  $T$  hitung dari citra destinasi ( $2,725 > T$  tabel ( $2,01174$ ), serta signifikansi  $0,009 < 0,05$  sehingga artinya citra destinasi secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan pada minat berkunjung.

Hasil dari penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan Lestari et al. (2022) di Ledok Sambi Eco Playground Kaliurang, yang berkonsep playground menyatakan citra suatu destinasi berpengaruh positif yang cukup kuat pada minat berkunjung. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah jika dari konsep Eco playground keinginan wisatawan berkunjung karena dipengaruhi oleh banyaknya pilihan kegiatan yang disediakan sehingga citra wisatawan terhadap Ledok Sambi Eco Playground positif, selain itu pengunjung tidak hanya dapat menikmati suasananya saja melainkan juga dapat ikut terjun langsung mengikuti aktivitas atau kegiatan yang sudah disediakan, sedangkan untuk konsep wisata yang peneliti lakukan di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan, citra destinasi dari wisata ini bersifat positif karena dilihat dari keunikan dan kekhasan yang dimiliki oleh Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan yakni warung yang berada di atas sungai dengan suasana yang khas dan masih alami. Selain itu Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan bisa dikatakan sebagai wisata yang *instagramable*



karena lokasinya yang *iconic* berada di atas sungai, citra positif yang dimiliki oleh Wisata Kuliner Warung terapung Amassangan ini akan mampu memotivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan.

Berdasarkan hasil yang dipaparkan juga didukung oleh penelitian terdahulu, dapat dikatakan bahwa semakin positif citra yang dimiliki suatu destinasi, maka akan semakin mampu suatu destinasi dalam mendorong minat wisatawan untuk berkunjung, akan tetapi sebaliknya jika suatu destinasi memiliki citra yang buruk hal ini akan menjadi pertimbangan yang cukup serius bagi wisatawan untuk berniat mengunjungi suatu destinasi wisata. Dalam meningkatkan citra yang positif di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan maka diperlukan promosi serta inovasi produk wisata untuk menciptakan branding yang baik bagi Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan itu sendiri.

### **Pengaruh Daya Tarik Wisata pada Minat Berkunjung Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan Kecamatan Malangke Barat**

Hasil dari pengujian hipotesis secara parsial dari variabel daya tarik wisata pada variabel minat berkunjung diketahui bahwa nilai  $T_{hitung} (3,862) > T_{tabel} (2,01174)$ , serta signifikansi  $0,000 < 5\%$ , artinya secara parsial ada pengaruh positif dari daya tarik wisata pada minat berkunjung.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Jushendriawati (2021) di Wisata Edukasi Manyung yang berkonsep ekowisata berbasis konservasi alam menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif pada niat berkunjung ulang. Suatu daya tarik wisata dapat dijadikan sebagai motivasi yang paling utama bagi wisatawan dalam mendorong minat berkunjung. Hal yang menjadi perbedaan diantara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah jika dari konsep ekowisata yang ada di Wisata Edukasi Manyung, kegiatan yang dilakukan lebih mengutamakan konservasi alam serta kegiatan yang melibatkan pemberdayaan sosial budaya dan ekonomi masyarakat setempat. Daya tarik wisata di Wisata edukasi manyung mampu menarik minat berkunjung wisatawan karena menyediakan area untuk bermain anak-anak, remaja serta dewasa. Sedangkan untuk konsep wisata di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan, daya tarik wisata mampu memotivasi wisatawan untuk berkunjung karena adanya kreativitas dan keunikan daya tarik yang ditata semenarik mungkin oleh masyarakat lokal. Berdasarkan hasil jawaban dari responden diketahui bahwa wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Wisata Warung Amassangan karena adanya *background instagramable* yang cocok untuk diabadikan dengan disertai pemandangan yang indah berada di atas sungai

Berdasarkan hasil, teori dan penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa semakin baik dan unik daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu destinasi atau objek, maka semakin meningkat minat wisatawan untuk berkunjung. Akan tetapi sebaliknya ketika daya tarik wisata yang dimiliki suatu objek wisata tidak baik dan tak terurus maka minat berkunjung wisatawan pun akan sangat minim. Maka dari itu untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan, Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan harus mampu menciptakan kreativitas dari daya tarik berupa kegiatan wisata sungai yang lebih unik dan menyenangkan untuk dapat menarik minat kunjungan wisatawan.

## **5. Simpulan dan Saran**

Citra destinasi beserta daya tarik wisata secara simultan berpengaruh pada minat berkunjung wisatawan. Artinya Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan harus mampu mempertahankan serta meningkatkan inovasi dan kreativitas produk dalam

menciptakan citra positif suatu destinasi, semakin positif citra dan daya tarik wisata suatu destinasi maka akan semakin tinggi minat wisatawan dalam berkunjung. Secara parsial citra destinasi dari Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan berpengaruh positif signifikan pada minat berkunjung, artinya semakin baik persepsi wisatawan pada suatu destinasi maka semakin tinggi pula minat wisatawan dalam melakukan kunjungan. Secara parsial daya tarik wisata yang dimiliki Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan berpengaruh positif signifikan pada minat berkunjung wisatawan. Artinya semakin inovatif dan unik daya tarik yang dimiliki suatu destinasi maka akan semakin tinggi minat wisatawan untuk berkunjung.

Penelitian ini terbatas hanya citra destinasi, daya tarik wisata serta pengaruhnya pada minat berkunjung wisatawan, oleh karena itu untuk calon peneliti selanjutnya diharapkan akan mampu menyempurnakan penelitian ini di masa yang akan datang, karena masih banyak fenomena yang bisa diteliti di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan serta masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung yang belum diungkap. Mengingat citra destinasi beserta daya tarik wisata berpengaruh positif dan memberikan kontribusi yang cukup tinggi pada minat berkunjung di Wisata Kuliner Warung Terapung Amassangan, maka pihak pengelola wisata diharapkan lebih memperhatikan indikator indikator yang ada dalam Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata, diantaranya dengan meningkatkan inovasi produk sesuai dengan perkembangan tren dan memperbanyak kegiatan wisata yang dapat dilakukan tidak hanya wisata kuliner saja, melainkan juga dapat menambahkan kegiatan wisata seperti rakit di atas sungai.

# 221\_11 cek plagiasi

## ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Udayana University Student Paper	6%
2	repository.dinamika.ac.id Internet Source	2%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Sekolah Tinggi Teknologi Garut Student Paper	1%
5	id.123dok.com Internet Source	1%
6	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
7	Mega Mirasa Cahyanti, Widiya Dewi Anjaningrum. "MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG PADA GENERASI MUDA MELALUI CITRA DESTINASI DAN DAYA TARIK KAMPUNG WISATA", Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 2018 Publication	1%

8	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1 %
9	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %
10	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	1 %
11	Submitted to Canada College Student Paper	1 %
12	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1 %
13	Violeta Thalia Kerap, Bode Lumanauw, Debry Ch.A Lintong. "PENGARUH ADVERTISING, DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI PANTAI TULAP KECAMATAN KOMBI KABUPATEN MINAHASA", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Publication	1 %
14	erepo.unud.ac.id Internet Source	<1 %
15	Muhammad Chaerul Rizky. "Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Fleksibilitas Kerja dan Peningkatan Kinerja Karyawan di Era New Normal pada PT Kalfaz Sadhara", remik, 2022	<1 %

16

Suhartapa Suhartapa, Agung Sulistyو. "Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang di Pantai Baru Yogyakarta", Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 2021

Publication

<1 %

---

17

[ojs.unik-kediri.ac.id](https://ojs.unik-kediri.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

18

[dspace.uui.ac.id](https://dspace.uui.ac.id)

Internet Source

<1 %

---

19

Iranita Iranita, Putra Alamsyah. "Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ke Wisata Bahari Desa Benan", Bahtera Inovasi, 2019

Publication

<1 %

---

20

[zombiedoc.com](https://zombiedoc.com)

Internet Source

<1 %

---

21

[situsmainpoker.com](https://situsmainpoker.com)

Internet Source

<1 %

---

22

Imelda Wisang. "PENGARUH KEDISIPLINAN DAN MOTIVASI BELAJAR TERHADAP PRESTASI BELAJAR PESERTA DIDIK KELAS XI SMK NEGERI 3 MAUMERE", Paedagogia: Jurnal Pendidikan, 2020

Publication

<1 %

---

23	Tezza Soraya Rachman, Rahayu Sulistyorini, Citra Persada. "Analisis Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Transportasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Dan Preferensi Wisatawan di Kabupaten Lampung Selatan", REKAYASA: Jurnal Ilmiah Fakultas Teknik Universitas Lampung, 2021 Publication	<1 %
24	<a href="http://content.co.id">content.co.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://eprints.perbanas.ac.id">eprints.perbanas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://ojs.unud.ac.id">ojs.unud.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://repo.bunghatta.ac.id">repo.bunghatta.ac.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://repository.stieykpn.ac.id">repository.stieykpn.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a> Internet Source	<1 %
31	Dahmiri Dahmiri, Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari. "PENGARUH PROMOSI VISUAL,	<1 %

FASILITAS DAN DAYA TARIK WISATA  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN  
DI CANDI MUARO JAMBI", Jurnal Manajemen  
Terapan dan Keuangan, 2022

Publication

---

32

Rian Indranopa, Agus Hermanto. "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram)", Target : Jurnal Manajemen Bisnis, 2020

Publication

---

<1 %

33

[www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)

Internet Source

---

<1 %

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On