

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE*, DAYA TARIK WAHANA WISATA
DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE
LOKAWISATA BATURRADEN BANYUMAS**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

IKE TIYANI

NIM. 1817201063

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ike Tiyani
NIM : 1817201063
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 9 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



Ike Tiyani

NIM. 1817201063



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH DESTINATION IMAGE, DAYA TARIK WAHANA WISATA DAN
ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
KE LOKAWISATA BATURRADEN BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudara **Ike Tiyani NIM 1817202063** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **16 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Miftaakhlul Amri, S. Sy., M.H.
NIP. 19920912 202012 1 012

Pembimbing/Penguji

H. Sochimim, Lc., M.Si..
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 26 Januari 2023



Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. F. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan

Skripsi dari Ike Tiyani 1817201063 yang berjudul :

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE*, DAYA TARIK WAHANA WISATA
DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE
LOKAWISATA BATURRADEN BANYUMAS.**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto,
Pembimbing,


H. Soehidin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

MOTTO

Menyerah hanyalah kata lain dari kegagalan, orang yang tidak pernah menyerah akan lebih sulit untuk dikalahkan.



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas karunia serta kemudahan yang telah diberikan sehingga akhirnya skripsi yang berjudul **PENGARUH *DESTINATION IMAGE*, DAYA TARIK WAHANA WISATA DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE LOKAWISATA BATURRADEN BANYUMAS** ini terselesaikan. Tak lupa Shalawat dan salam selalu terlimpahkan atas kehadiran Rasulullah SAW.

Penulis ingin mempersembahkan sebuah skripsi ini kepada orang-orang yang sangat penulis kasihi dan sayangi, karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri tempat penulis mencari ilmu untuk selalu senantiasa belajar.
2. Bapak Daryanto (alm.) dan Ibu Teti Setiawati yang mana beliau merupakan orang tua tercinta serta Nenek Jumiah selaku nenek dari penulis yang telah memberikan dukungan sepenuhnya baik secara materi maupun non materi kepada penulis serta senantiasaa mendoakan penulis tiada hentinya.
3. Eka Triyana selaku kakak penulis yang telah menyemangati dan membantu dalam mengerjakan skripsi.
4. H. Sochimim, Lc., M.Si. yang sudah bersedia menjadi dosen pembimbing untuk penulis yang sangat baik dan selalu memberikan arahan serta masukan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Khikam Nuryanto selaku orang terkasih penulis yang selalu ada menemani dan membantu memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam bentuk apapun sehingga saya yakin dan bisa menyelesaikan skripsi ini.dalam segala hal dalam penulisan Skripsi ini serta selalu menjadi tempat keluh kesah.
6. Zaqiatun W.R dan Sarah Ningrum N selaku sahabat-sahabatku yang selalu ada dan membantu perihal Skripsi serta memberikan dorongan, motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk diri saya sendiri, yang telah mampu berjuang, bertahan dan menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE*, DAYA TARIK WAHANA WISATA
DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE
LOKAWISATA BATURRADEN BANYUMAS**

Ike Tiyani
NIM. 1817201063

Email: tiyaniike08@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata sebagai variabel *independen* dan minat berkunjung sebagai variabel *dependen*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dimana metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang disebar secara *online* kepada masyarakat yang sudah pernah berkunjung ke Lokawisata Baturraden. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Dengan pengolahan data primer menggunakan teknik analisis statistik.

Berdasarkan Uji Parsial hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Daya Tarik Wahana Wisata tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Dan *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata berdasarkan hasil Uji Simultan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas.

Kata Kunci : *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata, Atraksi Wisata, Minat Berkunjung.

***THE EFFECT OF DESTINATION IMAGE, ATTRACTIVENESS OF
TOURIST RIDES AND TOURIST ATTRACTIONS ON THE INTEREST
VISIT IN LOKAWISATA BATURRADEN BANYUMAS***

Ike Tiyani
NIM. 1817201063

Email: tiyaniike08@gmail.com

*Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Destination Image, Attraction of Tourist Rides and Tourist Attractions on Interest in Visiting Lokawisata Baturraden Banyumas. The variables used in this study are Destination Image, Tourist Attractions and Tourist Attractions as independent variables and interest in visiting as the dependent variable.

This research is a quantitative research. The data source in this study is primary data where the data collection method uses a questionnaire method which is distributed online to people who have visited Lokawisata Baturraden. The sample used amounted to 100 respondents. By processing primary data using statistical analysis.

Based on the pesial test, the results of this study indicate that Destination Image has a positive and significant effect on visiting intentions. The attractiveness of the tourism vehicle does not have a positive and significant effect on the intention to visit. Tourist attractions have a positive and significant effect on visiting intentions. And Destination Image, Attraction of Tourist Vehicles and Tourist Attractions based on the results of the simultaneously test simultaneously have a positive and significant effect on the intention to visit Lokawisata Baturraden, Banyumas Regency.

Keywords: Destination Image, Attraction of Tourist Vehicles, Tourist Attractions, Interest in Visiting.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ز	ra'	R	Er
س	Zai	Z	Zet
ص	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ض	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ظ	d'ad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	ḥikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	zakat al-fitr
------------	---------	---------------

4. Vocal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vocal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	ā
	جهليّه	Ditulis	ḡahiliyyah

2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ā
	تنس	Ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

6. Vocal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya

أسماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
أشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūḍ</i>
اهللسنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Lokawisata Baturraden.** Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya yang membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Bersama dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, berkat rahmat dan lindungan-Nya.
2. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. H. Sochimin, Lc., M.Si., selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan dan masukan serta kesabaran demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

7. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan selama ini dan segala bantuan beserta fasilitas yang diberikan.
8. Kedua Orangtua saya tercinta yang hebat, Bapak Daryanto (alm.) dan Ibu Teti Setiawati yang mana beliau merupakan orang tua tercinta dari penulis yang telah memberikan dukungan sepenuhnya baik secara materi maupun non materi kepada penulis serta senantiasa mendoakan penulis tiada hentinya.
9. Nenek Jumiah selaku nenek dari penulis yang juga selalu memberikan dukungan sepenuhnya baik.
10. Eka Tiyana selaku kakak penulis yang telah menyemangati dan membantu dalam mengerjakan skripsi.
11. Khikam Nuryanto selaku orang terkasih penulis yang selalu ada menemani dan membantu memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam bentuk apapun sehingga saya yakin dan bisa menyelesaikan skripsi ini. dalam segala hal dalam penulisan Skripsi ini serta selalu menjadi tempat keluh kesah.
12. Zaqiatun W.R dan Sarah Ningrum N selaku sahabat-sahabatku yang selalu ada dan membantu perihal Skripsi serta memberikan dorongan, motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada teman sebangunan saya, Salsabila Mudzakir, Wahyu Putri Utami, Salsabila Ainun dsb yang telah memberi semangat dan dukungannya.
14. Teman-teman Ekonomi Syariah B angkatan 2018, terimakasih telah membantu, serta berbagi kenangan baik suka maupun duka dalam melewati dunia perkuliahan ini.
15. Untuk diri saya sendiri, yang telah mampu berjuang, bertahan dan menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini menjadi sempurna. Namun penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan dan terima dengan senang hati dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.

Purwokerto, 6 Januari 2023



Ike Tiyani

NIM. 1817201063



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Pengunjung Wisata di Kab. Banyumas, 8
Tabel 2	Penelitian Terdahulu, 58
Tabel 3	Indikator Penelitian, 70
Tabel 4	Skor Penilaian Skala Linkert, 72
Tabel 5	Harga Tiket Masuk, 85
Tabel 6	Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Usia, 87
Tabel 7	Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 87
Tabel 8	Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1, 89
Tabel 9	Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2, 90
Tabel 10	Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel X3, 91
Tabel 11	Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y, 91
Tabel 12	Data Validitas Variabel <i>Destination Image</i> , 93
Tabel 13	Data Validitas Variabel Daya Tarik Wahana Wisata, 93
Tabel 14	Data Validitas Variabel Atraksi Wisata, 94
Tabel 15	Data Validitas Variabel Minat Berkunjung, 95
Tabel 16	Data Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel, 96
Tabel 17	Hasil Dari Uji Normalitas, 97
Tabel 18	Hasil Dari Uji Multikolinieritas, 98
Tabel 19	Hasil Dari Uji Regresi Linear Berganda, 101
Tabel 20	Hasil Dari Uji Parsial (Uji t), 103
Tabel 21	Hasil Dari Uji Simultan (Uji f), 104
Tabel 22	Hasil Uji Koefisien Determinasi, 105

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara Di Indonesia, 10
Gambar 2 *Contruction Of The Primary Image*, 37
Gambar 3 Kerangka Pemikiran Teoritis, 63
Gambar 4 Struktur Organisasi Unit Pelaksanaan Teknis, 83
Gambar 5 Grafik *Scatterplots*, 100



DAFTAR LAMPIRAN

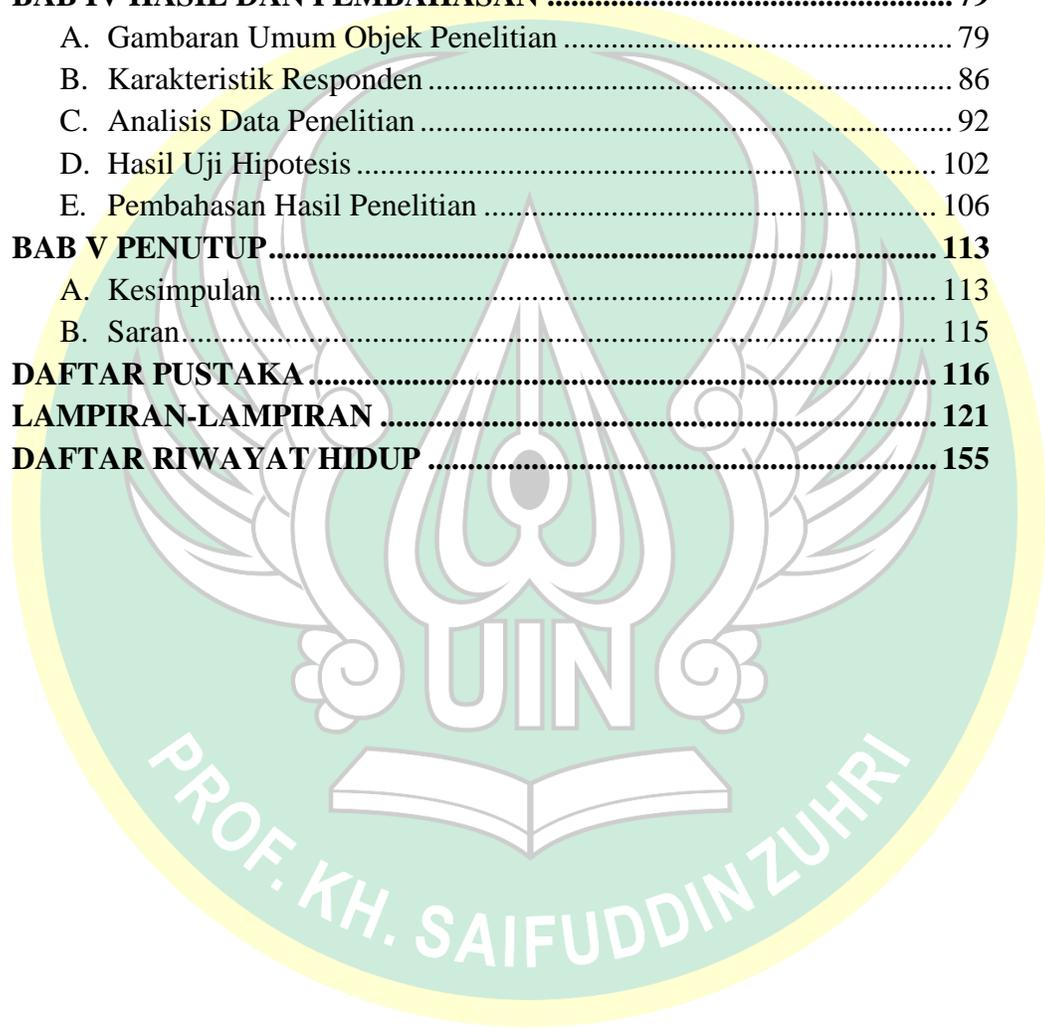
- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, 122
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden Data Ordinal, 128
- Lampiran 3 Analisis Data Penelitian, 137
- Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda , Uji Reliabilitas, Uji Normalitas dan Uji Multikolinearitas, 141
- Lampiran 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas, 144
- Lampiran 6 Hasil Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simltan (Uji f), 145
- Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi, 146
- Lampiran 8 Gambar Lokawisata Baturraden, 146
- Lampiran 9 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi, 148
- Lampiran 10 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal, 150
- Lampiran 11 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif, 151
- Lampiran 12 Surat Izin Observasi Penelitian, 152
- Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi 153
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup, 155



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR ISI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
D. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Kajian Teori	16
1. Kepariwisata atau Pariwisata.....	16
2. Wisatawan	29
3. <i>Destination Image</i> (Citra Destinasi Wisata)	32
4. Daya Tarik dan Wahana Wisata.....	38
5. Atraksi Wisata.....	43
6. Pengertian Minat Berkunjung	46
B. Landasan Teologis	49
C. Kajian Pustaka.....	54
D. Kerangka Pemikiran.....	62
E. Hipotesis Penelitian.....	62
BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Jenis Penelitian.....	66
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	66

C. Populasi dan Sampel Penelitian	66
D. Sumber Data Penelitian.....	68
E. Subyek dan Obyek Penelitian	68
F. Variabel dan Indikator Penelitian.....	69
G. Teknik Pengumpulan Data.....	71
H. Teknik Analisis Data.....	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	79
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	79
B. Karakteristik Responden	86
C. Analisis Data Penelitian	92
D. Hasil Uji Hipotesis	102
E. Pembahasan Hasil Penelitian	106
BAB V PENUTUP	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN	121
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	155



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara yang memiliki beberapa daerah atau kawasan yang dimana masing–masing daerah di Indonesia mempunyai daya tarik dan keindahan serta keunikan tersendiri untuk dikunjungi oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal yang menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata di dunia (Fajaria, 2020). Kepariwisataan di Indonesia memiliki berbagai macam tujuan wisata yang dapat dikunjungi diantaranya berupa wisata alam maupun wisata buatan serta keindahan alam yang luar biasa, pemandangan yang menakjubkan, kekayaan akan sumber daya alam yang berlimpah disetiap daerah, budayanya yang sangat beragam, agama, tradisi dan suku budaya masyarakatnya yang kaya raya membuat Indonesia menjadi replika keindahan dunia (Kusumawati dan Firmani, 2021). Pada saat ini tepatnya di jaman globalisasi, banyak pesaing bisnis terutama di bidang industri pariwisata yang sudah mulai berkembang sangat pesat. Hal ini dikarenakan *industry* pariwisata merupakan salah satu *industry* penunjang perekonomian secara global. Selain itu juga, pariwisata dapat dijadikan sebagai sektor yang utama dan dapat menghasilkan devisa dinegara Indonesia (Jumanto, 2017). Pariwisata juga merupakan suatu faktor pembangunan ekonomi, peran dan kepentingan pariwisata internasional karena pariwisata tidak hanya sebagai sumber devisa, melainkan sebagai suatu faktor dalam menentukan lokasi industri dan pengembangan wilayah yang miskin dari sumber-sumber alam (Yoeti, 2008: 37).

Perkembangan didunia *industry* perwisataan menjadi salah satu tampilan yang menarik, meskipun disamping itu pariwisata

merupakan sektor yang sangat *sensitive* dalam perubahan baik secara *internal* ataupun *eksternal* yang bisa berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan baik dalam negara, provinsi, atau disuatu daerah. *Industry* /industri juga dapat memberikan dampak secara langsung terhadap ekonomi, sosial, dan juga budaya (Sutopo, 2016). Pariwisata adalah fenomena kemasyarakatan yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, dan kebudayaan, pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia dalam mencari hal yang belum diketahuinya, mencari perubahan suasana, atau juga guna mendapat perjalanan baru (Pitana & Putu, 2005: 31). Pada dasarnya pengembangan industri pariwisata suatu daerah berkaitan erat dengan pembangunan perekonomian daerah tersebut. Dampak positif yang secara langsung dapat dirasakan oleh masyarakat daerah setempat adalah adanya perluasan lapangan kerja secara regional. Ini merupakan akibat dari industri pariwisata yang berkembang dengan baik. Misalnya dengan dibangunnya sarana prasarana di daerah tersebut maka tenaga kerja akan banyak tersedot dalam proyek-proyek seperti pembangkit tenaga listrik, jembatan, perhotelan dan lain sebagainya. Adapun kemajuan diteliti juga sangat ada pengaruhnya bagi minat berkunjung wisatawan guna bisa berkunjung ke suatu destinasi sebab akses informasi sangatlah mudah untuk bisa di dapatkan. Selain itu juga, kemajuan teknologipun menjadikan *industry* dalam pariwisata menjadi lebih maju dan berkembang. Penduduk disuatu negara, semakin hari kian banyak dan bertambah jumlahnya. Oleh karena itu dengan adanya penambahan jumlah penduduk akan semakin memberi peluang di bidang industri pariwisata agar dapat lebih berkembang dan tumbuh dengan pesat.

Adapun apabila pengelolaan pariwisata sudah mulai rapih dan terstruktur menjadi lebih menarik masyarakat untuk berpartisipasi dalam suatu *destination*/destinasi. Setiap daerah tujuan wisata mempunyai

Image (citra) tertentu, yaitu *mental maps* seseorang terhadap suatu *Destination* (destinasi) yang mengandung kesan, keyakinan, dan persepsi. Destinasi wisata yang dikunjungi seringkali dipilih berdasarkan khayalan atau fantasi karena adanya *image* atau citra *destination* yang saling bersangkutan (Pitana & Putu, 2005: 47). Industri pariwisata berkembang salah satunya dengan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi telah menyentuh berbagai aspek kehidupan seperti transportasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi tersebut berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi karena akses informasi yang dibutuhkan sangat mudah didapatkan. Selain itu, kemajuan teknologi juga menjadikan industri pariwisata berkembang. Penduduk suatu negara, kian hari semakin bertambah jumlahnya. Jumlah penduduk tersebut akan memberi peluang bagi industri pariwisata untuk tumbuh dan berkembang. Ditambah lagi jika pengelolaan industri pariwisata sudah tertata rapi dan akan lebih menjadi daya tarik suatu destinasi. Adapun wisatawan dapat diartikan satu orang/beberapa orang /kelompok, dengan dilakukannya sesuatu dalam bentuk perjalanan berwisata. Namun, apabila mereka yang tinggal ≤ 24 jam disebut pengunjung. Wisata juga merupakan salah satu kegiatan dalam perjalanan yang sedang dilakukan, juga aktivitas yang dilakukan secara tulus, dan juga bertabiat tidak terus-menerus guna menikmati semua bentuk keunikan dan keindahan dari alam yang ada disuatu daerah tertentu. Wisata alam yaitu apapun yang ada hubungannya dengan wisata alam tersebut, termasuk juga pengusaha an disuatu tempat dan atraksi wisata, serta semua usaha yang ada kaitannya dengan wisata alam tersebut.

Menurut Crouch and Ritchie (1999) dalam Vengesayi (2003) menjelaskan atraksi merupakan suatu komponen utama juga menarik dari suatu *destination*, atraksi adalah suatu dorongan atau kunci untuk

wisatawan mengunjungi suatu tempat wisata (Abdulhaji, 2016). Dalam sela-sela kesibukan dalam kegiatan nasabah pada dunia pekerjaan, dengan berwisata merupakan sesuatu hal yang amat dibutuhkan oleh seseorang. Ada banyaak sekali tempat wisata yang dapat dijadikan tujuan berwisata oleh wisatawan. Antara lain banayak yang suka dengan wisata alam, wisata budaya, wisata buatan, dan juga wisata kuliner/makanan. Adapun menurut ajaran agama Islam sendiri didalam melihat pariwisata itu penting maka sangat dianjurkan untuk dilakukan bagi setiap orang muslim untuk mengambil pelajaran dan peringatan dari-Nya. Didalam Al-Qur'an terdapat perintah untuk melakukan perjalanan di muka bumi di beberapa tempat yang ada. Seperti firman Allah yang terdapat dalam AlQur'an:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

Artinya : *Katakanlah (Nabi Muhammad), “Jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana akhir orang-orang yang mendustakan itu.”* QS. Al-An'am [6]: 11.

Dapat dijelaskan dari ayat tersebut diatas kita diperintahkan oleh Allah SWT untuk melakukan perjalanan di muka bumi, serta supaya kita memperhatikan apa yang telah ditimpakan oleh Allah SWT terhadap orang-orang terdahulu kita, yaitu mereka yang mendustakan rasul-rasul-Nya dan mengingkarinya. Mereka akan ditimpa oleh azab, pembalasan, dan siksaan di dunia, disamping azab pedih yang telah menunggu mereka di akhirat dan dihari kemudian pada hakikatnya tujuan akhir dari adanya usaha jasa pariwisata yaitu untuk memberikan rasa senang dan puas kepada para wisatawan melalui pelayanan yang diberikan secara maksimal kepada para wisatawan, sehingga nantinya akan terjalin hubungan timbal balik yang baik antara pihak pelaku usaha jasa

pariwisata dengan pengunjung atau wisatawan dan diharapkan wisatawan menjadi puas dengan iringan pelayanan yang baik .

Di Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki berbagai objek wisata karena banyak berbagai budaya, adat istiadat, kepepercayaan, suku, musim, dan lainnya. Oleh sebab itu, banyak turis atau wisatawan luar negeri yang berwisata ke negara Indonesia. Daya tarik pariwisata merupakan sesuatu yang dapat menarik wisatawan/pengunjung untuk datang ke suatu tempat di daerah tertentu ataupun lokasi wisata yang tertentu. Atraksi wisata ialah suatu bentukan dari kegiatan dan fasilitas yang berhubungan, dan juga dapat menarik minat wisatawan/pengunjung untuk datang ke suatu tempat/daerah wisata yang ingin dituju. Atraksi wisata yaitu suatu faktor yang terpenting dalam suatu perkembangan pariwisata. Bagaimana atraksi wisata bisa mengoptimalkan dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai aset/ harta yang dapat ditawarkan/dijual kepada wisatawan. Pariwisata hingga saat ini sudah menjadi industri terbesar di berbagai negara, baik di negara maju maupun negara berkembang seperti di negara salah satunya Indonesia. Atraksi (daya tarik) wisata juga merupakan komponen yang paling signifikan dalam menarik dan mempengaruhi kepuasan bagi para pengunjung. Modal daya tarik yang menarik kedatangan pengunjung itu ada tiga, yaitu 1) *Natural Resources*, 2) Atraksi wisata seni, dan 3) Atraksi wisata buatan manusia itu sendiri. Keberadaan daya tarik menjadi alasan serta motivasi pengunjung untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata (Darmawan, 2019).

Berkembangnya pariwisata tidaklah terlepas dari minat berkunjung wisatawan karena dengan adanya atraksi pada wisata tersebut. Adapun minat berkunjung ke suatu tempat wisata pada dasarnya sangat berkaitannya dengan perilaku konsumen. Minat dalam berkunjung merupakan keinginan didalam diri seseorang berupa

dorongan agar dapat berkunjung/mengunjungi suatu wilayah atau tempat yang menarik perhatian seseorang itu untuk berwisata. Adapun yang dapat dikemukakan dari penjelasan diatas dapat disimpulkan yaitu berkunjung adalah salah satu dorongan yang tumbuh dari diri seseorang agar bertindak sebelum membuat keputusan guna berkunjung ke suatu *destination* pariwisata yang akan dituju. Minat berkunjung dapat diartikan mengenai hal-hal yang diantaranya minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif (Ferdinand, 2002). Wisata dapat dijadikan sebagai fasilitas dalam penunjang pembangunan perekonomian yang memberi dampak positif terhadap perekonomian di daerah yang dikunjungi wisatawan. Hadirnya pengunjung wisata di suatu tempat guna bertujuan wisata dapat memberikan kemakmuran dan kesejahteraan untuk penduduk/masyarakat sekitar. Oleh karena itu, apabila semakin banyak jumlah wisatawan yang berkunjung maka semakin banyak pula pemasukan pada bidang kepariwisata, begitupula sebaliknya. Jadi mutu wahana dan atraksi di tempat pariwisata ini perlu diperhatikan agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan dapat memberikan kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena di dunia pariwisata yang semakin berkembang menjadi industri yang mendunia dan juga industri bisnis yang semakin potensial. Hal tersebut selaras dengan fenomena yang terjadi pada masyarakat Indonesia khususnya generasi muda di Kabupaten Banyumas saat ini memiliki pandangan baru dalam memenuhi gaya hidupnya, yaitu dengan melakukan *travelling*. Industri jasa pariwisata yang semakin berkembang membuat persaingan antar destinasi wisata menjadi semakin tajam. Pengelola destinasi wisata saling berlomba-lomba untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatanya.

Salah satu tempat wisata yang berada di kecamatan Baturraden terdapat wisata yang sudah lama dibuka dan beroperasi dan merupakan salah satu tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik dari dalam daerah maupun dari luar daerah yaitu Lokawisata Baturraden. Lokawisata Baturraden adalah salah satu pariwisata yang ada di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Lokawisata Baturraden ini termasuk wisata yang lokasinya berada di pegunungan yaitu di kaki Gunung Slamet yang ketinggiannya mencapai 640 meter dari atas permukaan laut sekitar 14 km sebelah Utara Purwokerto, Jawa Tengah (Mufida, 2018). Lokasinya berada di Dusun I Karangmangu Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Wisata ini sudah lama dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Banyumas. Dalam Lokawisata Baturraden terdapat berbagai macam wisata buatan, wisata alam, serta wisata budaya yang tergabung menjadi satu tempat wisata yaitu Lokawisata Baturraden (Ratih, 2017). Selain dari wisata buatan dan wisata alam, adapun wisata budaya yang dimiliki oleh Lokawisata Baturraden ini yang sangat terkenal sejarahnya salah satunya adalah suatu kisah cinta seorang pembantu yang mengurus kuda milik majikannya (Batur) dengan putri Adipati Kutalima (Raden) yang akhirnya dijadikan nama suatu daerah di Kabupaten Banyumas yaitu Baturraden.

Di Lokawisata Baturraden ini terdapat banyak wahana diantaranya kolam renang buatan, Taman Botani, area bermain anak dan keluarga, spot foto, panggung budaya, pemandian air panas diantaranya pancuran telur dan pancuran pitu. Selain banyaknya wahana adapun pemandangan yang indah dan suasana yang asri juga udaranya lumayan dingin tak kalah menarik guna menarik wisatawan untuk berkunjung ke Lokawisata Baturraden. Area Lokawisata Baturraden juga sudah difasilitasi tempat ibadah seperti Mushola dan toilet juga tempat parkir

yang luas. Lokawisata Baturraden ini sudah memiliki cukup banyak penghargaan atau prestasi baik yang sudah diakui oleh nasional pada tahun 2016 - 2017, dua tahun berturut-turut mendapatkan penghargaan kategori daya tarik wisata dikelola pemerintah yang disebut penghargaan Ambirawa Pariwisata Jawa Tengah (Alfia, 2020). Lokawisata Baturraden banyak dikunjungi wisatawan dibandingkan destinasi wisata yang lain karena obyek wisata di Lokawisata Baturraden Lokawisata Baturraden masih mendominasi sebagai tempat wisata yang banyak dikunjungi di Kabupaten Banyumas ini. Berikut data pendukung jumlah kunjungan wisatawan yang ada di Kabupaten Banyumas pada 5 tahun terakhir :

Tabel 1
Data Pengunjung Wisata di Kab. Banyumas
2017-2021

Objek/Tempat Wisata	Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di Kab.Banyumas				
	2017	2018	2019	2020	2021
Lokawisata Baturraden	633.420	715.663	1.383.931	48.595	178.589
Wanawisata Baturaden	78.379	7.449	28.721	732	29.909
Curug Cipendok	41.685	26.573	52.721	8.958	24.795
Telaga Sunyi	16.217	2.851	39.164	1.952	14.303
Curug Gede	32.414	10.464	76.575	8.471	36.259
Taman Kera Dan Masjid Saka	9.154	0	30.857	699	6.200

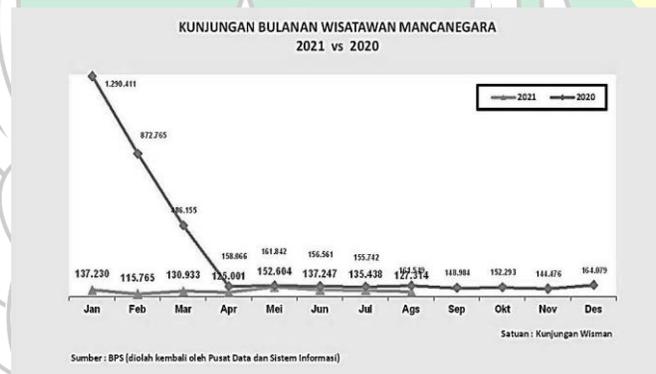
Tunggal Cikakak					
Kalibacin	7.319	9.286	9.738	1.085	5.995

Sumber data: Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka 2017-2021(Data Diolah Penulis Pada 1 Oktober 2022).

Dari data diatas jumlah pengunjung objek wisata di Kab. Banyumas pada tahun 2017 yang memperoleh dari Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah jumlah pengunjung di Lokawisata Baturraden mencapai jumlah 633.420. Selain itu pada tahun 2018 Lokawisata Baturraden mengalami peningkatan mencapai 715.663 pengunjung, pada tahun 2019 Lokawisata Baturraden meningkat drastic sebanyak 1.383.931 pengunjung sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Adanya dampak dari pandemi Covid-19 yang mengakibatkan turunnya volume kunjungan wisatawan, serta adanya kebijakan pemerintah seperti “PSBB”, “PPKM” dan lain sebagainya yang tentunya hal itu mengharuskan sektor pariwisata memberhentikan sementara kegiatan operasionalnya demi kepentingan keselamatan dan kesehatan banyak orang. Sehingga pada tahun 2020 Lokawisata Baturraden Mengalami penurunan sehingga wisatawan yang berkunjung hanya mencapai angka 48.595 hal ini disebabkan karena adanya PPKM pasca pandemi sehingga kegiatan pariwisata dibatasi. Tahun 2021 Lokawisata Baturraden mengalami peningkatan kembali yaitu 178.589 pengunjung yang mengunjungi Lokawisata Baturraden. Dapat dilihat dari tabel di atas data jumlah pengunjung mendominasi Lokawisata Baturraden dengan jumlah pengunjung terbanyak. Dalam Lokawisata Baturraden terdapat berbagai macam wisata buatan, wisata alam, setra wisata budaya yang tergabung menjadi satu tempat wisata (Ratih, 2017).

Adapun dilihat dari data yang bersumber dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengenai statistik kunjungan wisatawan mancanegara dari periode tahun 2020-2021 di Indonesia, kunjungan wisatawan mancanegara yang mengalami penurunan jumlah pengunjung secara signifikan. Berikut ini merupakan grafik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia tahun 2020-2021:

Gambar 1
Kunjungan Bulanan Wisatawan
Mancanegara di Indonesia



Sumber: Data Statistik Wisatawan Mancanegara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2021(Data Diolah Penulis Pada 29 November 2022).

Berdasarkan Gambar 1 diatas dapat dijelaskan bahwa pada bulan februari 2020 berjumlah 872.765 kunjungan atau mengalami penurunan sebesar 0,67% dibandingkan bulan Januari 2020 yang berjumlah 1.290.411 kunjungan. Dari pernyataan kepala BPS (Badan Statistik Sosial) yang dilansir dari datatempo.co diakses tanggal 6 Juni 2022 menyatakan bahwa penurunan ini disebabkan adanya faktor penutupan sejumlah objek wisata karena efek dari adanya kebijakan yang ditimbulkan oleh Pandemi Covid-19. Sektor pariwisata di Indonesia mengalami penurunan drastis setelah tahun 2019 mengalami kenaikan

yang signifikan. Adanya covid-19 ini sangat mengganggu perekonomian warga. Sebagian sektor pariwisata di Kabupaten Banyumas juga mengalami penurunan pengunjung bahkan terancam gulung tikar akibat pandemi ini. Dari data yang diperoleh diketahui potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk pariwisata hilang untuk sementara mencapai Rp. 80 Juta. Sedangkan ditargetkan tahun 2020 mendapatkan pendapatan sebesar Rp.12,126 miliar dengan berpegang pada tahun 2019 menargetkan mencapai Rp.12,735 miliar dan terealisasi sebesar Rp. 12,771 miliar (Sumarwoto, 2020). Menurut menteri pariwisata tahun 2019, Wishnutama, menyatakan bahwa kondisi ini merupakan sebuah tantangan dan harus dijadikan peluang untuk mencari potensi lain yang dapat menjadi daya tarik wisatawan asing untuk datang ke Indonesia (Budiyanti, 2020).

Lokawisata Baturraden ini sudah memiliki penghargaan atau prestasi baik yang sudah diakui oleh nasional pada tahun 2016 dan 2017, dua tahun berturut-turut mendapatkan penghargaan kategori daya tarik wisata dikelola pemerintah yang disebut penghargaan Ambirawa Pariwisata Jawa Tengah (Alfia, 2020). Dalam penelitian ini banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi wisata apalagi wisata-wisata yang bernuansa alam dan masih asri suasananya. Lokawisata Baturraden ini bisa di jadikan sebagai tempat berrekreasi dan cocok untuk tempat liburan/*healing* juga bersantai menghabiskan waktunya bersama kerabat/keluarga. Berdasarkan hal itu, juga diharapkan memberikan wisatawan agar bisa berfikir secara kritis, memberikan unsur pariwisata yang kreatif guna menarik seseorang untuk mengunjunginya, seperti guna menciptakan suasana yang nyaman pada tempat wisata tersebut.

Jadi berdasarkan hal yang sudah dijelaskan, penulis sangat tertarik karena ingin meneliti berdasarkan judul yang diambil yaitu

“Pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Lokawisata Baturraden Banyumas”. Penulis tertarik untuk membahas masalah ini karena Lokawisata Baturraden hingga saat ini masih bertahan dan semakin banyak yang diperbaharui juga merupakan tempat wisata yang bisa dibilang favorit apalagi bagi wisatawan yang baru pernah berkunjung karena Lokawisata Baturraden ini menyediakan banyak wahana yang unik dan dapat dinikmati oleh pengunjung juga bernuansa alam. Selain itu, penulis juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh yang sedang diteliti terhadap perkembangan Lokawisata Baturraden ini, juga seberapa besar perubahannya mengingat Lokawisata Baturraden sudah lama berdiri dan banyak juga wisata-wisata baru disekitar Baturraden.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, pokok masalah yang akan diteliti yaitu :

1. Apakah *Destination Image* berpengaruh terhadap Minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas?
2. Apakah Daya Tarik Wahana Wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas?
3. Apakah Atraksi Wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas?
4. Bagaimana *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Adapun berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memberikan tujuan dari penelitian yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Destination Image* terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wahana Wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh Atraksi Wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.
 - d. Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh dari *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata, dan Atraksi Wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.
2. Berdasarkan latar belakang yang disampaikan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis yang berhubungan dengan pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata, dan Atraksi Wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. Berikut ini merupakan manfaat penelitian yaitu meliputi :
- a. Manfaat Secara Teoritis
 - 1) Penelitian yang akan dibahas memiliki manfaat secara teoritis yaitu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan usaha yang berkaitan dengan pariwisata tersebut dan juga dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan pembacanya.
 - 2) Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan sebagai referensi kepustakaan guna mengembangkan ilmu

yang berkaitan dengan penelitian selanjutnya yang sama dengan penelitian ini.

- 3) Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa membantu memberikan sumbangsih penelitian ilmiah dalam dunia ekonomi pariwisata.

b. Manfaat Secara Praktis

1) Bagi Perusahaan / Lokawisata Baturraden

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat pada perusahaan terutama mengenai pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata, dan Atraksi Wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas yang bisa digunakan sebagai sumber informasi bagi perusahaan.

2) Bagi Penulis

Dalam penelitian ini diharapkan nantinya dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya di bidang usaha pariwisata terutama menyangkut *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata, dan Atraksi Wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas yang bisa digunakan sebagai sumber informasi bagi perusahaan.

D. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian yang merupakan kerangka dalam skripsi yang berisi mengenai pokok-pokok permasalahan yang diteliti. Sistematika pembahasan ini terdiri dari 3 (tiga) bagian diantaranya adalah bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Pada bagian awal terdiri dari halaman judul, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman nota pembimbing, abstrak, halaman

motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar lampiran-lampiran. Guna mempermudah dalam memahami penelitian, dalam penelitian ini penulis menggunakan sistematika penulisan yaitu :

BAB I PENDAHULUAN. Pada bab ini berisi tentang penjelasan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI. Pada bab ini berisi tentang penjelasan dari landasan teori yang menjadi landasan pada perumusan hipotesis serta analisis dalam penelitian, landasan teologis yang berisi ayat Al-Qur'an dan hadist, kerangka pemikiran dari penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN. Pada bab ini berisi tentang variable dalam penelitian, populasi serta sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran, hipotesis dan metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Pada bab ini menjelaskan mengenai semua pembahasan yang berkaitan dengan rumusan masalah, diantaranya adalah deskripsi data, pengujian persyaratan analisis data, pengujian pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP. Pada bab ini berisi penutup terbagi menjadi dua sub bab yaitu berisi Kesimpulan terkait dari hasil pembahasan dan Saran penulis yang berkaitan dengan penelitian ini.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Kepariwisata atau Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata dapat diartikan sebagai kata perjalanan (*travel*), akan tetapi tidak semua perjalanan dapat dikatakan sebagai suatu perjalanan wisata/ *tourism*. Maksud dari semua perjalanan wisata yaitu didalamnya termasuk rekreasi, namun tidak semua rekreasi dapat dikatakan sebagai pariwisata. Perjalanan pariwisata dapat dilakukan di waktu senggang atau waktu yang luang(Yoeti, 2008: 7).

Menurut MacIntos (1995) menerangkan bahwa pariwisata adalah segala hal yang berhubungan dan timbul dari interaksi antara wisatawan dalam satu pihak, adapun perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, pemerintah dan masyarakat sebagai tuan rumah dalam suatu proses melayani dan menarik wisatawan (Yoeti, 2008: 9).

WTO (*World Tourist Organization*) mengartikan pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan atau sebagian perjalanan, yang dilakukan dengan sukarela dan bersifat sementara saja dengan tujuan dilakukannya perjalanan wisata ini untuk tidak mencari nafkah atau bekerja serta berlangsung lebih dari 24 jam, karena apabila kurang dari 24 jam disebut “*Excursionist*” (Isdarmanto, 2017:25).

Adapun pendapat menurut Hunziker dan Krapf yaitu pariwisata didefinisikan sebagai keseluruhan yang ada dan gejala-gejala yang berkaitan dengan perjalanan dan tinggalnya

orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal menetap di tempat tersebut untuk melakukan suatu kegiatan menghasilkan uang dan mencari keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara. Berdasarkan pengertian para ahli, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan “suatu bentuk kegiatan perjalanan keluar dari tempat tinggal yang dilakukan oleh seseorang ataupun sekelompok orang yang dilaksanakan dalam jangka waktu yang pendek dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan tujuan untuk bertamasya atau rekreasi” (Suryadana dan Vanny, 2020).

Koen Meyers (2009) mengemukakan bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas perjalanan yang dilakukan disementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah yang dituju dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur atau tujuan-tujuan lainnya (Suwena dan Widyatmaja, 2017: 17).

Pariwisata adalah semua hal dan fenomena (gejala), hubungan-hubungan karena adanya suatu perjalanan atau persinggahan manusia diluar dari tempat tinggalnya. Dapat dikatakan pariwisata merupakan suatu kegiatan guna mengisi waktu luang untuk bersantai, bersenang-senang, berkegiatan dalam keagamaan, *study tour*, ataupun kegiatan olahraga. Selain itu juga kegiatan pariwisata dapat memberikan keuntungan secara fisik maupun psikis bagi wisatawan atau pelaku wisata baik dalam waktu sementara maupun jangka waktu panjang (Isdarmanto, 2017).

Kepariwisata digunakan sebagai alat untuk memperkecil kesenjangan diantara Negara wisatawan dengan Negara

penerima wisatawan, menciptakan hubungan yang baik di bidang ekonomi, politik, teknologi dan dapat membantu memupukhubungan dan meningkatkan wawasan agar saling pengertian antara Negara.

Menurut WTO tahun 2000 pariwisata merupakan suatu aktivitas sosial ekonomi selain itu juga disebut- sebut sebagai industri terbesar sejak akhir tahun 20, yang menyangkut adanya pergerakan barang, jasa dan manusia. Pariwisata sangat berkaitan dengan masalah ekonomi, politik, sosial, ketertiban, kebudayaan dan seterusnya. Hingga saat ini pariwisata sudah banyak menyentuh masyarakat di dunia, masyarakat terpencil juga kini banyak yang sudah tertarik dengan wisata (Piatna dan Gayatri, 2005).

Pariwisata merupakan suatu aktivitas dalam waktu luang atau bersantai atau bisa juga disebut perjalanan yang dilakukan namun bukan sebuah kewajiban dan umumnya dilakukan seseorang atau masyarakat yang bebas dari pekerjaan atau berlibur. Berwisata ini memanfaatkan waktu luang untuk melakukan sebuah perjalanan ke tempat wisata yang dituju. Erik Cohen (1984) menerangkan aspek-aspek dalam pariwisata yaitu wisatawan, struktur dan fungsi sistem pariwisata, adanya hubungan antara wisatawan dengan masyarakat local serta dampak-dampak yang ada dalam pariwisata (Piatna dan Gayatri, 2005).

b. Ciri-ciri Industri Pariwisata

Menurut Oka A. Yoeti (2008) tentang wisata yang memiliki enam ciri-ciri yang terkandung dalam sebuah industri kepariwisataan yaitu antara lain sebagai berikut:

1) Industri Jasa atau *Servis industry*

Peusahaan industri yang bergerak dalam pariwisata salah satunya adalah perusahaan jasa yang menyediakan berbagai macam kebutuhan pengunjung atau wisatawan selama berwisata ke daerah tujuan wisata hingga kembali ke tempat asalnya.

2) Padat Karya atau *Labor Intensive*

Merupakan industri kepariwisataan yang menyerap tenaga kerja, misalnya dengan berkembangnya suatu wisata di daerah tertentu membuat sarana dan prasarana menjadi bertambah contohnya restoran, hotel/tempat penginapan, pembangunan infrastruktur jalan dan lainnya sehingga dapat membuka banyak lapangan pekerjaan.

3) Padat Modal atau *Capital Intensive*

Modal untuk investasi guna membangun sarana dan prasarana dalam kepariwisataan yang dibutuhkan, namun balik modal yang diinvestasikan akan lebih lama dibandingkan dengan industri-industri lainnya.

4) Sensitif

Dalam industri kepariwisataan sangat rentan dan banyak hal dan isu yang negatif.

5) Seasonal atau Musiman

Pariwisata bersifat musiman hal ini terbukti bahwa pengunjung atau wisatawan yang datang ke tempat wisata kebanyakan pada saat musim liburan sehingga tempat wisata sangat ramai berbeda dengan hari-hari biasa.

6) *Quick Yielding Industry*

Industri pariwisata dapat menghasilkan devisa dan keuntungan karena wisatawan asing banyak yang menukarkan uangnya dengan mata uang rupiah sehingga menyebabkan penambahan devisa.

c. Macam-macam dan jenis Pariwisata

Suryadana dan Vanny (2020) menjelaskan bahwa pariwisata dibagi menjadi 2 jenis pariwisata yaitu diantaranya :

1) Wisata alam

- a) Wisata Pantai (*Marine Tourism*), adalah suatu bentuk kegiatan wisata atau berlibur yang didukung dengan adanya sarana dan prasarana berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air yang lainnya termasuk sarana prasarana akomodasi, makan dan minum.
- b) Wisata Etnik (*Etnic Tourism*), yaitu perjalanan berlibur untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap unik dan menarik.
- c) Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), yaitu suatu bentuk wisata alam yang seringkali dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesejukan hawa udara dan suasana pegunungan ataupun perairan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang sekali terdapat di tempat-tempat biasanya.
- d) Wisata Buru, yaitu wisata yang dilakukan di kawasan negeri-negeri yang sudah mempunyai daerah atau hutan sebagai tempat untuk berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
- e) Wisata Agro, salah satu jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek

pertanian, perkebunan, dan lading pembibitan di mana wisata berkelompok dapat mengadakan kunjungan dengan tujuan studi maupun menikmati suasana segarnya tanaman yang ada disekitarnya.

2) Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

- a) Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan bangunan monumen, bentuk wisata ini termasuk golongan wisata budaya, monument nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta bangunan-bangunan bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak kawasan negara.
- b) Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, kerajinan dan seni, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus yang lainnya.

3) Adapun menurut Suwena dan Widyatmaja (2017) pariwisata berdasarkan letak geografis yang terdiri dari :

- a) Pariwisata lokal (*local tourism*) merupakan jenis kepariwisataan yang meliputi ruang lingkupnya lebih sempit dan juga terbatas dalam tempat tertentu saja. Seperti contohnya kepariwisataan kota Denpasar, kepariwisataan kota Bandung.
- b) Pariwisata regional (*regional tourism*) suatu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan disuatu wilayah tertentu dan dapat regional dalam lingkungan nasional

selain itu juga dapat pula regional dalam ruang lingkup internasional. Contohnya yaitu kepariwisataan Bali, Yogyakarta, dan lain-lain.

- c) Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana para pesertanya tidak saja terdiri dari warganegaranya sendiri tetapi juga orang asing yang terdiam di negara tersebut. Contohnya kepariwisataan yang ada di daerah-daerah dalam satu wilayah Indonesia.
 - d) Pariwisata regional-internasional adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, namun melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Seperti pada contohnya kepariwisataan di ASEAN.
 - e) Pariwisata internasional (*International tourism*) merupakan kegiatan kepariwisataan yang dapat dikembangkan di berbagai negara yang ada di dunia.
- 4) Menurut pengaruhnya terhadap neraca dalam suatu pembayaran pariwisata dibedakan sebagai berikut:
- a) Pariwisata aktif (*in bound tourism*) ialah suatu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan adanya gejala yang masuk karena terdiri dari wisatawan asing ke suatu negara tertentu yang dituju. Hal ini dapat berpengaruh positif dan menambah pemasukan devisa negara yang disinggahi dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi oleh wisatawan.
 - b) Pariwisata pasif (*out-going tourism*) merupakan kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan adanya gejala munculnya warga negara sendiri yang berkunjung ke luar

negeri sebagai wisatawan ke tempat yang dituju. Karena dilihat dari segi pemasukan devisa negara, kegiatan ini dapat merugikan negara asal wisatawan, karena uang yang digunakan untuk belanja itu dilakukan di luar negeri.

5) Adapun berdasarkan alasan/ tujuan perjalanan tertentu untuk melakukan wisata yaitu :

- a) *Business tourism* adalah jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang dengan tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar dan lain sebagainya.
- b) *Vacational tourism* adalah jenis pariwisata dimana orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti.
- c) *Educational tourism* merupakan jenis pariwisata dimana pengunjung seperti orang-orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan belajar dan mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan. Contohnya : darmawisata (study tour).
- d) *Familiarization tourism* adalah suatu perjalanan anjagsana yang dimaksudkan untuk mengenal lebih dalam lagi di bidang atau daerah yang berkaitan dengan pekerjaannya.
- e) *Scientific tourism* yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap sesuatu bidang ilmu pengetahuan.
- f) *Special Mission tourism* merupakan suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan dan maksud tertentu, contohnya misi kesenian, misi olah raga, ataupun misi lainnya.

g) *Hunting tourism* yakni suatu kunjungan wisata yang bertujuan untuk menyelenggarakan perburuan binatang dan diijinkan oleh masyarakat setempat semata-mata sebagai hiburan.

d. Bentuk Pariwisata

Pentingnya berbicara tentang dasar pemikiran dari konsep maupun jenis pariwisata dan wisatawan, maka dibutuhkan juga penjelasan tentang bentuk-bentuk pariwisata ini guna mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai industri ini.

Bentuk-bentuk pariwisata dapat dibagi berdasarkan kategori menurut dibawah ini: (Suwena dan Widyatmaja, 2017)

1) Berdasarkan jangka waktu

Kedatangan seorang wisatawan ke suatu tempat atau Negara diperhitungkan juga berdasarkan waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang dikunjungi. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata dengan jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang dimana akan berdasarkan pada ketentuan-ketentuan yang berlaku pada suatu negara guna mengukur pendek atau panjangnya waktu yang dimaksud.

2) Berdasarkan jumlah wisatawan

Kecenderungan adanya perbedaan ini dilihat berdasarkan jumlah wisatawan yang telah berkunjung, apakah para wisatawan yang datang sendiri ataukah dalam suatu rombongan. Dengan demikian dapat timbul istilah-istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

3) Berdasarkan alat angkutan yang dipergunakan

Bentuk pariwisata dilihat dari segi penggunaan alat pengangkutan yang dipergunakan oleh wisatawan, maka

kategori ini terdiri dari pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung apakah para wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta api atau bahkan kendaraan bermotor seperti mobil ataupun kendaraan roda dua seperti motor.

4) Berdasarkan asal wisatawan

Adapun bentuk wisata yang perlu diketahui terlebih dahulu darimanakah asal wisatawan yang berkunjung yaitu dari dalam atau luar negeri. Jika berasal dari dalam negeri sendiri yang berarti bahwa wisatawan tersebut hanya berpindah tempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri selama dirinya mengadakan perjalanan, maka hal ini dinamakan pariwisata domestik, sebaliknya kalau dirinya datang dari luar negeri dinamakan pariwisata internasional.

5) Berdasarkan akibatnya terhadap neraca pembayaran

Singgahnya pengunjung atau wisatawan dari luar negeri akan memberikan mata uang asing negara asalnya. Hal ini dapat menambah pemasukkan dari valuta asing ini berarti memberikan efek yang positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi wisatawan ini disebut juga pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seseorang warganegara ke luar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya. Hal ini dinamakan pariwisata pasif.

e. Sistem Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu aktivitas secara kompleks, dan dapat dilihat sebagai suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai komponen seperti ekonomi, ekologi,

politik, sosial, budaya, dan seterusnya Mill dan Morison (1985) berpendapat bahwa pariwisata berkaitan erat dengan aktivitas adanya perpindahan tempat yang merupakan sebuah sistem dimana bagian dari yang ada tidak berdiri sendiri melainkan saling terkait dengan satu sama lain seperti dapat diistilahkan jaring laba-laba (*spider's web*). Menurut Hall (2000), menggambarkan secara umum sistem pariwisata mengandung 3 bagian penting, yaitu : (Suwena dan Widyatmaja: 2017).

1. *a set of element*
2. *The set of relationship between the element*
3. *The set relationship those element and environment.*

Bagian-bagian yang penting inilah yang bisa menghasilkan suatu urutan sistem yang saling berkaitan antara satu sama lain.

Ada 4 subsistem yang terkandung di dalamnya yaitu pasar (*market*), perjalanan (*travel*), pemasaran (*marketing*) dan tujuan wisata (*destination*), dimana masing-masing komponen saling terkait satu sama lain. Mill dan Morison menerangkan bahwa pasar yakni sebuah konsumen dari bagian yang berkaitan erat dengan kegiatan perjalanan karena pasar/konsumen adalah subyek atau pelaku perjalanan, dimana pasar sangat berperan penting dalam melakukan proses pembelian dan perjalanan.

Selanjutnya Menurut Hall (2000), sistem pariwisata terdiri dari 2 bagian besar diantaranya *supply* dan *demand*, dimana masing-masing bagian merupakan subsistem yang saling berkaitan erat antara satu sama lain. subsistem *demand* (permintaan) kaitannya dengan budaya dari wisatawan sebagai individu. Latar belakang dri pola perilaku wisatawan dipengaruhi oleh adanya motivasi baik fisik, sosial, budaya,

spiritual, fantasi dan juga pelarian serta didukung oleh informasi, pengalaman sebelumnya, dan kesukaan yang akan membentuk harapan dan *image*. Motivasi, informasi, pengalaman sebelumnya, kesukaan, harapan, dan *image* wisatawan merupakan komponen dari subsistem permintaan sebagai bagian dari sistem pariwisata. *Supply* sebagai subsistem dari sistem pariwisata terdiri dari komponen seperti industri pariwisata yang berkembang, kebijakan pemerintah baik nasional, bagian regional, maupun lokal, aspek sosial budaya serta sumber daya alam, dimana masing-masing sub sistem dan sub-sub sistem sebenarnya juga merupakan sistem tersendiri yang berinteraksi ke dalam dan ke luar. Baik *supply* dan *demand* akan mempengaruhi pengalaman yang terbentuk selama melakukan aktivitas wisata.

f. Produk Pariwisata

Proses selanjutnya yaitu terdapatnya produk pariwisata yang merupakan bahan baku (*raw materials*) untuk perusahaan seperti biro perjalanan wisata (*tour operator*) guna menyusun suatu paket perjalanan dalam kegiatan pariwisata (*package tour*) dan ditawarkan kepada calon wisatawan (Yoeti, 2008:15).

Seperti yang dapat kita ketahui, terdapat paket wisata yang minimal terdiri atas dua unsur penting yang wajib tersedia yakni: *transportasi*, *akomodasi*. Adapun unsur-unsur dalam paket berwisata antara lain:

- 1) Kendaraan untuk berwisata
- 2) Akomodasi penginapan seperti hotel
- 3) Tempat makan atau *restorant* yang tersedia
- 4) *Local tour* dalam destinasi wisata yang disediakan

5) Objek dan atraksi wisata yang ada dalam destinasi wisata yang dikunjungi.

Produk pariwisata dapat dijelaskan sebagai suatu yang dihasilkan sesuai dengan yang diperlukan wisatawan mulai dari wisatawan meninggalkan tempat tinggalnya hingga kembali lagi ke tempat tinggalnya seperti semula. Produk wisata ini bersifat ada/ nyata (*tangible*) ataupun tidak nyata (*intangible*). Produk yang nyata ini dapat dilihat oleh wisatawan dan diraba secara langsung sehingga wisatawan bisa tau apakah daya tariknya sesuai yang dirasakannya atau yang diharapkan. Sebaliknya produk yang tidak nyata berupa adanya suatu pelayanan (*service*) dan dapat diberikan oleh pengelola wisata yang mampu memberikan rasa kepuasan terhadap wisatawan yang berkunjung (Isdarmanto, 2017).

g. Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Pariwisata

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan berwisata dan bagaimana pelaku wisata mampu memberikan pelayanan yang maksimal dan membuat nyaman wisatawan yang berkunjung. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kedatangan wisatawan yaitu:

- 1) *Irrasional* (adanya dorongan dari bawah kesadaran) yang meliputi lingkup pergaulan dan ikatan keluarga, tingkah laku, perasaan keagamaan, hubungan masyarakat dan promosi pariwisata, kondisi ekonomi dan penyebaran informasi tentang pariwisata.
- 2) *Rasional* (adanya dorongan yang disadari) hal ini diantaranya karena keadaan geografis, situasi politik, kondisi lingkungan masyarakat setempat terhadap orang asing, adanya fasilitas wisata dan fasilitas wisata.

Adapun fakto-faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu perjalanan wisata menurut Jackson (1989) yaitu antara lain:

- 1) *Location Climate*
 - 2) *National Promotion*
 - 3) *Retail Advertising*
 - 4) *Wholesale Marketing*
 - 5) *Special Events*
 - 6) *Incentive Schemes*
 - 7) *Visiting Friends*
 - 8) *Visiting Relatives*
 - 9) *Tourist Attractions*
 - 10) *Culture, dan*
 - 11) *Natural Environment & Man-Made Environment*
- (Suryadana dan Octavia, 2020).

2. Wisatawan

a. Pengertian wisatawan

Wisatawan merupakan orang-orang yang melakukan suatu perjalanan dengan berbagai tujuan, namun bukan untuk bekerja atau mencari pekerjaan di suatu tempat baik di dalam negeri atau diluar negeri (Piatna dan Gayatri, 2005: 43). Wisatawan (*tourist*) adalah pelaku atau seseorang yang melakukan kegiatan wisata yang melakukan perjalanan secara individu ataupun berkelompok dengan jarak sejauh minimal 80 km diwaktu lebih dari 24 jam yang bertujuan untuk mencari rasa kesenangan dan rekreasi di suatu tempat atau objek destinasi wisata tertentu (Isdarmanto, 2017). Yang termasuk wisatawan diantaranya yaitu :

- 1) Mereka yang mengadakan perjalanan sebagai keperluan bersenang-senang, mengunjungi keluarga, dan lain lain
- 2) Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena suatu tugas tertentu, seperti dalam ilmu pengetahuan, tugas negara, diplomasi, agama, olah raga dan lain lain.
- 3) Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan untuk usaha.
- 4) Mereka yang melakukan kunjungan dengan mengikuti perjalanan kapal laut, meskipun tinggal kurang dari 24 jam.

Adapun yang dianggap bukan sebagai wisatawan yakni:

- 1) Mereka yang berkunjung namun, dengan tujuan untuk mencari pekerjaan atau melakukan kegiatan usaha yang berhubungan dengan pekerjaan sehari-hari.
- 2) Mereka yang sedang berkunjung ke suatu negara dengan tujuan untuk bertempat tinggal tetap atau menetap karena perpindahan tempat.

b. Macam-macam Wisatawan

Berdasarkan pendapat Cohen (1972), terdapat macam-macam wisatawan yang diklasifikasikan menjadi empat bagian diantaranya: (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

- 1) *Drifter*, yaitu wisatawan yang berkeinginan mengunjungi daerah wisata yang sama sekali belum diketahuinya, dan berkunjung dalam jumlah yang kecil.
- 2) *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisatanya dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan tidak mau mengikuti jalan wisata pada umumnya melainkan mencari hal yang tidak umum.

3) *Individual mass tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan kegiatan wisatanya kepada agen perjalanan dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal

4) *Organized mass tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal, dengan perjalanan yang selalu dipandu oleh pemandu wisata.

c. Jika menurut Arjana (2016) jumlah wisatawan yang ada dalam negeri dan mancanegara cenderung meningkat dari tahun ke tahun yang disebabkan oleh:

- 1) Manusia memiliki kebutuhan waktu senggang, untuk mengatasi kejenuhan dari rutinitas kehidupan.
- 2) Meningkatnya ekonomi masyarakat, munculnya banyak kelas menengah.
- 3) Terkait perekonomian dunia yang membaik
- 4) Membaiknya hubungan internasional secara bilateral dan multilateral.
- 5) Terjaganya perdamaian dunia yang menghargai harkat dan martabat kemanusiaan.
- 6) Pemberian insentif berbagai perusahaan untuk karyawannya dan melakukan pariwisata berombongan.
- 7) Kecenderungan terbentuknya keluarga kecil, tiap keluarga memiliki tidak lebih dari dua anak, sebagai dampak dari *familyplanning*, di Indonesia dikenal dengan Keluarga Berencana (KB).

- 8) Semakin banyaknya negara dan berbagai daerah membenahi, membangun dan mengembangkan bidang pariwisata, dan gencar melakukan promosi.
- 9) Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berkembangnya internet secara masif di dunia dan maraknya penggunaan media sosial (*facebook, twitter, instagram, whatsapp* dan lainnya), sekaligus menjadi media promosi.
- 10) Berkembangnya teknologi transportasi darat, laut dan udara yang terjangkau, murah, aman dan nyaman.
- 11) Berkembangnya blok perdagangan regional dan perdagangan dunia yang memacu hubungan bisnis regional dan internasional, antar korporasi dan antarnegara.
- 12) Berkembangnya industri kreatif yang memperkaya atraksi wisata, berupa produk-produk wisata dan jasa wisata untuk hiburan dan cendera mata.

3. Destination Image (Citra Destinasi Wisata)

a. Pengertian Destination Image

Destination Image atau citra destinasi merupakan suatu keyakinan/kepercayaan, kesan dan ide seseorang di suatu tujuan dalam wisata (Pitana dan Putu, 2005: 64). *Destination image/citra destinasi* yaitu gambaran, pikiran, kepercayaan, perasaan dan persepsi terhadap suatu destinasi. Citra destinasi merupakan keyakinan, ide dan impresi seseorang terhadap atribut atau aktivitas disuatu destinasi yang membentuk keseluruhan gambaran destinasi tersebut (Widjianto,2019).

Destination image sangatlah penting, terdapat peranan suatu citra yang dapat dilihat menurut Buck (1993) dan Laws (1995) yang beranggapan tentang pariwisata yaitu pariwisata merupakan industri yang berbasis citra, hal ini dikarenakan citra mampu memberikan calon pengunjung atau wisatawan ke dunia (Piatna dan putu, 2005). Citra atau *image* di suatu pariwisata juga dapat memberikan kesan bahwa dalam *destination* akan memberikan adanya suatu atraksi yang berbeda sehingga dapat menumbuhkan rasa keinginan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata yang dituju tersebut.

Destination/destinasi dalam kerangka pengembangannya mencakup beberapa hal dan komponen utama. Menurut Sunaryo (2013) komponen utama tersebut terbagi menjadi lima, yakni mencakup suatu objek dan daya tarik wisata (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), amenitas (*amenities*), fasilitas pendukung (*ancillary services*), dan kelembagaan (*institutions*). Citra (*image*) pariwisata menurut Pitana dan Diarta (2009) adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli. *Destination image* tidak selalu berbentuk suatu pengalaman atau fakta, akan tetapi juga dapat dibentuk sehingga menjadi faktor motivasi dan pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata. Citra destinasi berdasarkan penilaian wisatawan dapat berbeda-beda antara satu orang dengan orang lainnya. Jadi, setiap orang atau penikmat pariwisata memiliki kesan dan nikmat tersendiri untuk merasakannya.

Menurut Nuryanti (1996) dalam buku Piatna dan Gayatri (2005), suatu *image* atau citra yang terbentuk merupakan kolaborasi diantara berbagai faktor yang berada dalam *destination*

yang mencakup seperti pemandangan alam, cuaca, kesehatan dan sanitasi, keamanan, keramahtamahan dan lain sebagainya di satu pihak dan informasi yang diterima oleh calon pengunjung atau wisatawan dari berbagai sumber di pihak lainnya atau keinginannya sendiri. Suatu keinginan fantasi meskipun tidak real atau tidak nyata namun, sangat penting dalam mempengaruhi suatu keputusan untuk berkunjung ke tempat wisata dari calon wisatawan. Berbagai *image* yang hingga saat ini masih melekat di kalangan wisatawan internasional yang memiliki pengaruh besar, seperti: wisata yang berada di Bali (*exotic and unique culture, the paradise, dll*), Guam (*the marriage island, honeymoon island*), Ibis (*the invaded paradise*).

Destination image atau citra destinasi terdiri dari beberapa karakteristik fungsional yang meliputi suatu aspek yang nyata dari destinasi yang memiliki karakteristik secara psikologis dan menyangkut aspek yang tidak berwujud. Selain itu, suatu citra destinasi dapat diatur dengan cara kontinum seperti mulai dari ciri-ciri yang digunakan sebagai pembandingan semua *destination* yang sangat unik menjadi sedikit (Jorgensen dalam Gheraldin, 2017).

Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas ini merupakan sebuah destinasi pariwisata yang dimana dalam perkembangannya tentu membutuhkan beberapa tolak ukur, yaitu salah satunya dari pihak wisatawan. Lokawisata Baturraden ini sudah lama dan terletak di bawah kaki gunung slamet dengan suasana pedesaan yang masih kuat dan asri. Dimana wisatawan merupakan hal yang penting guna menilai suatu *destination* karena wisatawan adalah penikmat jasa (layanan) yang di tawarkan oleh destinasi pariwisata.

Wisatawan menilai bahwa *destination* mengenai kepercayaan dan persepsinya, kemudian dapat disebut sebagai *destination image* (citra destinasi) di suatu tempat wisata.

b. Adapun ragam dan macam-macam *destination* dalam suatu pariwisata menurut Isdarmanto (2017) yaitu:

- 1) Destinasi pariwisata Alam dan Budaya
- 2) Destinasi pariwisata Agro
- 3) Destinasi pariwisata *Hiking*
- 4) Ekowisata
- 5) Destinasi pariwisata *Marine* atau wisata yang bernuansa pantai dan laut
- 6) Destinasi wisata *Hunting*.

Dalam pengembangan suatu *destination* dalam pariwisata tersebut adanya daya dukung pariwisata tak cukup hanya pada jumlah kunjungan, namun juga dari aspek-aspek pendukung lainnya seperti kapasitas ekologi atau kemampuan suatu lingkungan alam yang memenuhi kebutuhan pada wisatawan, kapasitas fisik yang meliputi bagaimana kemampuan suatu sarana dan prasarana guna memenuhi kebutuhan wisatawan, kapasitas sosial seperti adanya kemampuan dari daerah tujuan untuk menjadikan pariwisata tanpa menimbulkan adanya suatu dampak negatif dalam masyarakat local dan kapasitas ekonomi seperti kemampuan daerah yang dituju bisa menyerap usaha-usaha yang komersial namun tetap mampu memenuhi kepentingan ekonomi lokal tersebut.

c. Faktor-faktor yang utama guna mempengaruhi keberhasilan suatu pembangunan *destination* dalam pariwisata yaitu sebagai berikut (Isdarmanto, 2017:74):

- 1) *Sustainable Competitive Growth*: Pengembangan *destination* berkelanjutan dan koparatif dengan mengikuti setiap perubahan trend dan mampu mengikuti perkembangan kebutuhan setiap wisatawan dalam aktivitas wisata di suatu destinasi sehingga dapat menciptakan suatu kepuasan pada diri wisatawan.
 - 2) *Integrated Tourism Ecosystem*: Pengembangan *destination* dalam wisata dengan meningkatkan promosi destinasi, mengembangkan *tourism products & services*, *tourism system enablers* dan *tourism sector enablers* seperti menciptakan inovasi suatu produk, memberikan pelayanan yang berkualitas dan adanya lingkungan ekowisata.
 - 3) *Government Support- Industry Led* : pengembangan ini meliputi fasilitas yang memadai, tata kelola suatu destinasi wisata seperti DMO (*Destination Management Organization*), fasilitasi pengembangan budaya daerah dan fasilitasi promosi wisata yang potensial, pembangunan sarana dan prasarana dalam pariwisata.
- d. Adapun menurut Coban (2012) yang mengungkapkan bahwa *destination image* terdiri dari dua indikator, yaitu meliputi :
- 1) Citra kognitif yaitu suatu citra atau *image* yang menggambarkan kepercayaan dan informasi yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu dalam destinasi dalam pariwisata.
 - 2) Citra afektif yaitu suatu *image* yang menggambarkan perasaan dan emosi seseorang terhadap suatu dalam obyek destinasi wisat.
- e. Konsep-konsep suatu citra destinasi sebagai harapan dari semua pengetahuan yang obyektif, imajinasi, prasangka dan

pikiran emosional seseorang atau kelompok mengenai lokasi tertentu (Lopes, 2011). Berikut ini merupakan kerangka kerja yang menerangkan pengembangan suatu citra yang utama dalam destinasi pariwisata yaitu:

- a. *Push* atau dorongan untuk melakukan perjalanan. Hal ini meliputi adanya keamanan, psikologis, aktualisasi diri, cinta yang dimiliki.
- b. *Pull* atau suatu rasa ketertarikan untuk melakukan perjalanan.

Adanya
motivasi
perjalanan

Gambaran
yang
utama

Gambar 2 *construction of the primary Image (Adapted from lubbe, 1998)*

Dari gambar paparan teori yang telah disajikan diatas dijelaskan bahwa *destination image* atau citra destinasi adalah suatu kesan dari seseorang terhadap suatu objek wisata yang sedang dinikmati dan dirasakan oleh para wisatawan.

Menurut penelitian Beerlin dan Martin (2004) menyatakan bahwa ada Sembilan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi suatu *destination Image* atau citra destinasi diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Faktor ilmiah
- 2) Adanya suatu kemampuan wisatawan untuk bersenang-senang dan berekreasi
- 3) Lingkungan ilmiah
- 4) Tersedianya fasilitas umum
- 5) Sejarah, budaya dan seni
- 6) Lingkungan sosial
- 7) Infrastruktur pariwisata
- 8) Faktor politik dan ekonomi

9) Suasana destinasi dalam tempat wisata yang nyaman

Hal diatas dapat mempengaruhi hasil persepsi yang subyektif bagi wisatawan dan berpengaruh juga terhadap pemilihan suatu destinasi dari wisatawan tersebut. Sehingga citra destinasi sangat berpengaruh terhadap pemilihan destinasi wisatawan di waktu yang akan datang.

4. Daya Tarik dan Wahana Wisata

a. Pengertian Daya Tarik Wahana Wisata

Daya tarik merupakan sesuatu yang memiliki unsur sebuah keunikan, keanekaragaman alam atau budaya dan keindahan yang menjadi sasaran utama. Daya tarik wisata mempunyai komponen tersendiri yang menjadi kekuatan suatu produk pariwisata karena dapat menumbuhkan suatu motivasi untuk pengunjung atau wisatawan dan menarik seseorang atau wisatawan untuk berkunjung dan melakukan perjalanan wisata (Isdarmanto, 2017).

Pariwisata adalah aktivitas/kegiatan perubahan tempat tinggal sementara seseorang ke luar tempat tinggalnya sehari-hari bersifat sementara dengan suatu alasan apapun kecuali melakukan kegiatan yang menghasilkan upah atau gaji (Muljadi dan Warman, 2016: 8). Adapun wahana wisata dapat diartikan sebagai sesuatu hal yang berfungsi memenuhi kebutuhan wisatawan yang sedang berkunjung dimana mereka dapat bersantai untuk menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, 2003). Daya tarik wahana wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik guna dilihat dan juga dinikmati di suatu tempat wisata atau pariwisata serta layak untuk dijual ke pasar wisata (Zaenuri, 2012).

Daya tarik wisata menurut Revida, dkk (2020) adalah segala hal atau sesuatu yang dapat dilihat dan dirasakan (*tangible*) atau yang tidak dapat dilihat dan dirasakan (*intangible*) yang menjadikan faktor pendorong bagi wisatawan untuk datang dan berkunjung ke tempat wisata yang dituju. Daya tarik pariwisata termasuk dalam golongan produk wisata atau suatu hal yang dipersembahkan oleh pengelola tempat wisata kepada pengunjung atau wisatawan dengan harapan wisatawan bisa menikmatinya.

Daya tarik wahana wisata terbentuk oleh delapan unsur seperti harga, kelebihan produk, ketersediaan produk pendukung, jasa dan aksesoris, baik buruknya *review* mengenai produk, keuntungan relative dan level standarisasi (Tjiptono, 1997). Dapat dikatakan produk dalam wisata yaitu suatu paket yang tidak hanya tentang keindahan atau eksotisme dalam suatu tempat wisata tetapi juga dalam arti yang lebih luas. Produk wisata mencakup fasilitas dalam saat berwisata, daya tarik, akses menuju tempat tersebut (Ali, 2012).

Daya tarik wisata adalah suatu motivasi yang pokok dan paling utama yang ada pada diri pengunjung atau wisatawan yang akan berkunjung ke tempat wisata (Basiyah dan Rozak, 2012). Jadi daya tarik wisata yaitu suatu hal yang menarik yang dapat dilihat dan dapat dinikmati sehingga bisa mempengaruhi pengunjung atau calon wisatawan untuk melakukan suatu kunjungan ke lokasi wisata yang dituju.

b. Suwanto (2004) mengemukakan beberapa faktor-faktor penentu untuk dijadikan sebagai dasar adanya daya tarik wisata yakni diantaranya adalah :

- 1) Tersedianya sumber daya yang menciptakan rasa senang nyaman, indah dan bersih
- 2) Akses yang mudah
- 3) Terdapat ciri khusus yang memiliki sifat langka atau jarang
- 4) Sarana dan prasarana untuk wisatawan
- 5) Daya tarik keindahan alam, sungai, pegunungan, pantai, hutan, pasir dan lainnya
- 6) Obyek wisata budaya seperti atraksi, kesenian, nilai-nilai luhur dan upacara adat
- 7) Adanya kelayakan finansial

c. Selain itu menurut Yoeti (2012) terdapat macam-macam indikator dalam pengembangan suatu pariwisata yaitu antara lain:

- 1) Adanya Atraksi (*Attraction*)
- 2) Mudah dicapai atau *accessibility* seperti keadaan jalan yang ditempuh untuk sampai ke lokasi tujuan wisata.
- 3) Fasilitas yang lengkap dan cukup untuk wisatawan seperti keamanan, restoran atau tempat makan, toilet dan air yang bersih, akomodasi penginapan atau hotel, komunikasi yang baik serta adanya hiburan.

d. Jenis-jenis daya tarik pariwisata

Daya tarik wisata menurut Fandeli (1995) ada beberapa jenis atau kategori daya tarik wisata diantaranya:

- 1) Daya Tarik Alam

Yaitu daya tarik dengan menyajikan keunikan alamnya seperti gunung, danau, laut, air terjun dan obyek wisata lainnya yang bernuansa alam sekitar.

2) Daya Tarik Budaya

Daya tarik budaya yang terkandung dalam suatu tempat wisata diantaranya seperti tempat-tempat yang memiliki keunikan dan ciri khasnya contohnya candi-candi, kraton-kraton seperti yang ada di Yogyakarta dan obyek wisata budaya lainnya.

3) Daya Tarik Minat Khusus

Wisatawan yang mengunjungi suatu obyek wisata sesuai dengan minat yang ada pada diri sendiri misalnya wisata kuliner, wisata rohani, wisata dengan niat belanja dan masih banyak lagi.

e. Prinsip-prinsip Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata memiliki beberapa prinsip yang dapat mempengaruhi kepariwisataan daya tarik wisata dapat menarik wisatawan apabila terdapat sifat-sifat atau prinsip seperti dibawah ini:

- 1) Keunikan pada tempat wisata yang dikelola atau dituju oleh wisatawan.
- 2) Asli atau keaslian yaitu memiliki nilai-nilai yang asli dan tidak terkontaminasi atau nilai yang berbeda dari aslinya.
- 3) Kelangkaan yaitu suatu yang sulit untuk dijumpai atau ditemui ditempat lainnya.
- 4) Memberikan nilai-nilai yang baik sehingga menumbuhkan semangat pada wisatawan untuk berkunjung atau berwisata.

Adapun menurut Hapsari (2022) dalam daya tarik wisata disuatu daerah tempat wisata yang layak untuk dikunjungi oleh calon pengunjung wisatawan jika memiliki tiga kegiatan-

kegiatan yang dapat dilakukan dilokasi tersebut yaitu diantaranya:

- 1) Ada sesuatu yang dapat di lihat (*Something to see*), misalnya keindahan alam yang ada, bangunan-bangunan yang bersejarah, kesenian dan budaya setempat.
- 2) Ada yang dikerjakan (*Something to do*), misalnya membeli makanan tradisional, menaiki wahana-wahana yang disajikan di tempat wisata.
- 3) Ada yang dibeli atau souvenir (*Something to buy*), misalnya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan berwisata seperti oleh-oleh, kerajinan dan belanjaan lainnya.

f. Syarat-Syarat Daya Tarik Wisata

- 1) Kelayakan finansial yang menyangkut perhitungan pembangunan secara komersial suatu obyek wisata tersebut seperti pada contohnya perhiraan adanya untung dan rugi yang sudah harus dipersiapkan dari awal dan jangka waktu untuk balik modal yang harus sudah diperkirakan sejak awal.
- 2) Kelayakan ekonomi sosial regional, hal ini dilakukan guna melihat adanya investasi yang ditanamkan untuk pembangunan yang ada kaitannya dengan obyek wisata yang memberikan dampak soaial dan ekonomi secara rasional sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan, dapat meningkatkan devisa dan di sektor lainnya seperti perdagangan, perindustrian, pertanian dan pajak.
- 3) Layak Teknis, adanya pembangunan wisata yang juga harus dipertanggungjawabkan dengan melihat daya dukung yang ada.

- 4) Layak lingkungan hal ini dapat dilihat dari adanya pembangunan obyek wisata yang mengakibatkan kerusakan lingkungan.

5. Atraksi Wisata

a. Pengertian Atraksi Wisata

Atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan, atraksi adalah modal utama (*tourism resources*) atau sumber dari kepariwisataan (Suwena dan Widyatmaja, 2010). Atraksi wisata dapat didefinisikan sebagai terjemahan dari kata *attraction* dalam bahasa Inggris yang dapat diartikan sebagai sesuatu yang memiliki daya tarik sendiri dalam pariwisata bisa berbentuk fisik, benda ataupun bisa juga berupa keindahan yang ada dalam tempat wisata tersebut ataupun keunikan alam, budaya masyarakat sekitar, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan manusia seperti sarana permainan dan hiburan (Isdarmanto, 2017:31). Dengan demikian atraksi dapat dilestarikan dan dikelola dengan baik agar dapat menarik minat kunjungan pada wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, atraksi wisata bisa dijelaskan sebagai pertunjukan atau tontonan yang disajikan di tempat pariwisata yang bertujuan sebagai daya tarik yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata.

Atraksi wisata ini dapat berupa suatu kejadian-kejadian yang tidak tetap, kejadian-kejadian tradisional dan masih ada yang lainnya. Beberapa atraksi wisata yang ada di Indonesia yang sering dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan lokal ataupun non lokal seperti turis-turis dari luar negeri yaitu

contohnya upacara Ngaben di Bali, Perayaan Sekaten di Yogyakarta dan pekan raya di Jakarta (*Jakarta Fair*) (Muksin, 2016).

Atraksi juga dapat diartikan suatu destinasi yang membentuk citra pada pikiran wisatawan, artinya sesuatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dilihat, dinikmati dan dapat mengedukasi wisatawan sehingga menarik wisatawan agar berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas. Dengan adanya atraksi wisata, maka Lokawisata Baturraden ini bisa memberikan daya tarik sehingga dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas, rasa nyaman, dan rasa nikmat pada wisatawan yang melihatnya atau melaksanakannya. Hal yang dapat berupa daya tarik alam, budaya, dan daya tarik buatan manusia yang menjadi ciri khas wisata tersebut agar wisatawan memiliki rasa ingin berkunjung ke tempat tersebut. Oleh karena itu, di Lokawisata Baturraden terdapat beberapa wahana wisata yang dapat memberikan rasa kepuasan dan menyenangkan bagi pengunjung yang datang ke tempat wisata tersebut.

Adapun menurut Isdarmanto (2017) yang menjelaskan suatu penjabaran dari atraksi (*attraction*) yaitu :

- 1) Atraksi Ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berupa sesuatu keindahan alam, gunung, danau, hutan, pantai dan sebagainya.
- 2) Atraksi karya Manusia atau buatan Manusia berupa suatu budaya yang terdiri dari (kebudayaan, adat istiadat, kerajinan seperti patung, upacara tradisional, wayang kulit dan lain sebagainya.

- 3) Obyek pariwisata yang tetap (*site attraction*) berupa panorama gunung, peninggalan keratin, candi-candi dan yang lain sebagainya yang tidak dapat dipindahkan.
- 4) Obyeknya suatu dalam pariwisata (*event attraction*) meliputi festival kesenian, event-event yang diselenggarakan oleh pihak dari wisata.

b. Indikator- indikator Atraksi Wisata

Menurut Maryani (dalam Ningsih, 2020) terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi adanya suatu Atraksi wisata yaitu:

- 1) Daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*)
Suatu hal yang mengisyaratkan bahwa daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, contohnya pemandian alam, kegiatan atau kesenian.
- 2) Aktivitas Wisata yang dapat dilakukan (*what to do*)
Suatu hal yang mengisyaratkan bahwa tempat wisata dapat menyaksikan sesuatu menarik.
- 3) Sesuatu yang dapat dibeli (*what to Buy*)
Suatu hal yang mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata meskipun menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja.

c. Pengembangan Atraksi Wisata

Atraksi wisata di Indonesia sangatlah bermacam-macam setiap tempat wisata yang menyajikan adanya atraksi wisata juga berbeda-beda setiap lokasi wisatanya. Karena banyak sekali hal-hal yang dapat dijadikan atraksi wisatanya, seperti contohnya (Yoeti, 2007) :

- 1) *Show* atau pertunjukan
- 2) *Tourist object* atau objek yang dapat dilihat

3) Komersialisasi kebudayaan atau kesenian rakyat setempat

d. Elemen-elemen suatu produk dalam atraksi wisata

Elemen yang dimaksudkan adalah hal-hal pada suatu atraksi wisata yang secara luas dapat menentukan pilihan konsumen sehingga mempengaruhi suatu kepuasan pada wisatawan yang berkunjung diantaranya: (Isdarmanto, 2016).

- 1) Atraksi wisata Alam, contohnya seperti bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya.
- 2) Atraksi Wisata Budaya seperti contohnya ejarah dan cerita rakyat legenda), agama dan seni ,teater music, tari dan pertunjukkan lain, dan museum. Sehingga bisa dikembangkan menjadi suatu even khusus, festival, dan karnaval.
- 3) Atraksi Wisata Sosial seperti pandangan hidup disuatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.
- 4) Atraksi wisata buatan atau binaan Manusia yang diantaranya seperti angunan dan infrastruktur pada pariwisata termasuk juga arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat kepurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema.

6. Pengertian Minat Berkunjung

a. Pengertian Minat Berkunjung

Minat dapat didefinisikan sebagai probabilitas suatu subjek individu bahwa dirinya akan melakukan suatu hal atau perilaku tertentu. Adapun minat berkunjung merupakan suatu kegiatan wisatawan untuk mengunjungi suatu tujuan wisata dan

merupakan suatu tindakan untuk mengunjungi tempat wisata tertentu (Wang dan Chiu, 2015 dalam jurnal Maharani, 2019). Selain minat berkunjung, adapun minat wisata yang merupakan suatu kegiatan perjalanan seseorang atau kelompok dengan tujuan untuk rekreasi dan mencari hiburan dan memiliki persiapan untuk kegiatan tersebut (Miarsih dan Anwani, 2018).

Minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk dapat berkunjung ke objek wisata (Asdi, 2018). Minat ialah rasa ingin yang dimiliki seseorang untuk melakukan hal/sesuatu, dimana didasari oleh adanya dorongan untuk melakukannya (Rizka, 2016). Ada juga menurut Kotler dan Keller (2009) yaitu ada dua unsur eksternal yang berpengaruh terhadap minat beli seseorang. Salah satunya, sikap orang lain yakni sikap yang berpengaruh pada minat tergantung pada dua hal, diantaranya besarnya pengaruh sikap negative seseorang pada pilihan yang diinginkan oleh seseorang, dan juga motivasi seseorang agar terpengaruh orang lain yang berhubungan dengan minatnya. Selain itu, adapun keadaan yang tidak terkecualan yaitu situasi dimana muncul secara tiba-tiba tidak langsung dapat merubah minat seseorang.

Pada dasarnya minat berkunjung merupakan suatu perasaan yang ada pada diri seseorang yang memiliki niat ingin mengunjungi tempat wisata tertentu atau tempat wisata lainnya yang menarik untuk dikunjungi. Pada hal ini teori minat berkunjung dapat diaplikasikan sebagai minat beli (Putra, dkk, 2015). Hal ini didasarkan karena minat adalah suatu dorongan yang memotivasi seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Adapun menurut Kotler dan Keller (2009:242) menjelaskan bahwa minat membeli merupakan aktivitas yang dilakukan dan

timbul karena adanya perasaan dan pikiran pada sesuatu baik berbentuk barang maupun jasa yang diinginkan.

b. Faktor-faktor pendorong

Adapun faktor-faktor yang mendorong suatu minat berkunjung menurut Isdarmanto (2017) yaitu diantaranya:

- 1) Adanya suatu perjalanan pariwisata yaitu adanya waktu yang luang.
- 2) Tersedianya biaya yang cukup
- 3) Adanya suatu minat atau keinginan untuk melakukan suatu perjalanan wisata

c. Faktor yang mempengaruhi terwujudnya suatu minat berkunjung

Selain terdapat faktor pendorong terdapat pula faktor yang mempengaruhi terwujudnya suatu perjalanan wisata yakni:

- 1) Menetapkan daerah yang dituju untuk berwisata
- 2) Sumber daya manusia yang sudah terpenuhi
- 3) Informasi yang berhubungan dengan perjalanan wisata yang akan dilakukan
- 4) Aksesibilitas dan sarana prasarana yang ada

d. Indikator minat berkunjung

Ada beberapa indikator minat berkunjung yaitu terbagi menjadi empat yaitu diantaranya : (Nivranti dan Tumbel, 2016)

- 1) Minat Eksploratif yakni suatu minat yang menggambarkan adanya perilaku seseorang yang selalu mencari informasi
- 2) Minat transaksional yaitu suatu kecenderungan untuk membeli suatu produk

- 3) Minat preferensial adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama dalam suatu hal
- 4) Minat referensial adalah suatu kecenderungan dalam mereferensikannya kepada orang lain

B. Landasan Teologis

Wisatawan menilai suatu destinasi melalui kepercayaan dan persepsinya, yang kemudian dapat disebut sebagai destination image atau citra destinasi. Pariwisata meliputi banyak sektor-sektor seperti, transportasi, jasa penyelenggara hiburan atau jasa rekreasi, jasa perjalanan, akomodasi dan banyak lainnya. Sehingga sektor pariwisata menjadi bisnis yang menjanjikan dan menarik banyak minat para pengusaha serta pemerintah dan juga pemerintah daerah (Syamsu, 2016). Pariwisata dalam Islam merupakan suatu hal untuk melakukan perjalanan guna menikmati adanya keindahan ciptaan Allah SWT dan merasakan indahnya alam sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah SWT dan motivasi dalam menjalani hidup.

Dalam konsep islam perjalanan manusia dengan maksud dan keperluan tertentu dipermukaan bumi (berpariwisata), harus diiringi dengan keharusan untuk memperhatikan dan mengambil pelajaran dari hasil pengamatan dalam perjalanannya. Sementara itu, dalam kaitannya dengan nilai-nilai ideal dari kepariwisataan bagi islam adalah bagaimana umatnya mengambil i'tibar atau pelajaran dari hasil pengamatan dalam perjalanan yang dilakukan sebagai di isyaratkan dalam Al-Qur'an QS. Saba' ayat 18 :

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَرَكْنَا فِيهَا قُرًى ظَهْرًا وَقَدَّرْنَا فِيهَا
السَّيْرَ سِيرُوا فِيهَا لَيَالِيَ وَأَيَّامًا ءَامِنِينَ ﴿١٨﴾

Artinya : Dan kami jadikan antara mereka dan antara negerinegeri yang kami limpahkan berkat kepadanya, beberapa negeri yang berdekatan dan kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak-jarak) perjalanan. Berjalanlah kamu di kota-kota itu pada malam hari dan siang hari dengan dengan aman.

Penjelasan dari ayat di atas yaitu perjalanan manusia dengan tujuan dan keperluan tertentu di permukaan bumi harus dan diiringi dengan sikap kehati-hatian. Islam pada dasarnya menjelaskan mengenai masalah hubungan terhadap tiga pokok yaitu; Tuhan, alam, dan manusia atau teologi, kosmologi, antropologi. Oleh karena itu, agama yang meliputi segala hal atau kaffah, memberikan pertimbangan terhadap kegiatan atau aktivitas kehidupan dunia modern yang tidak bisa terlepas dari tiga hal pokok tadi, termasuk dunia kepariwisataan. Dunia kepariwisataan termasuk sub sistem kehidupan yang merupakan salah satu aspek dari muamalah, atau kehidupan dalam sosial kemasyarakatan, ekonomi dan budaya. Berwisata juga mengenal keagungan Allah SWT. Berwisata melihat keagungan-Nya, berwisata mengenal betapa keindahan dan kekayaan dunia yang sebenarnya yang telah Allah SWT ciptakan. Wisata juga ditujukan sebagai sebuah cermin mempelajari sebab-sebab kemajuan dan kemunduran; baik pelajaran itu melalui cermin diri atau kisah orang lain. Pada waktunya, barangkali nanti kita dapat melakukan hijrah; hijrah dari kejahilan menuju kearifan, hijrah dari keangkuhan dan menjadi kerendahan hati, hijrah dari kemaksiatan kepada kesalehan. Keindahan rasa dekat dengan Allah SWT. Sang Maha

Segala-galanya dan kebahagiaan dunia dan akhirat merupakan harapan yang penting bagi setiap insan di bumi ini (Nasution, 2006).

Adapun beberapa dalil dalam Al-Qur'an terkait dengan pariwisata, berikut ini dalil adalah dalil tentang pariwisata yang terdapat pada QS. Al-An'am: 11 berbunyi:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

Artinya : *Katakanlah (Nabi Muhammad), "Jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana akhir orang-orang yang mendustakan itu."*

Dari ayat diatas mengandung makna yaitu orang yang tidak beriman dan menyekutukan Allah dan kemudian, diperintahkan untuk menganalisis bagaimana nasib orang-orang sebelum mereka mengingkari perintah Allah SWT. Maka oleh karena itu, Allah mengutuskan kepada Nabi Muhammad SAW untuk mengatakan kepada manusia yang telah menyekutukan Allah dan enggan untuk beriman kepada-Nya, "Jelajahilah bumi, dengan mengunjungi jejak para Nabi dan menelaah kisah umat-umat terdahulu, kemudian perhatikanlah dengan cermat melalui pikiran yang jernih dan hati yang bersih, bagaimana kesudahan, perjalanan hidup dan nasib orang-orang yang mendustakan ajaran Rasulullah itu di dunia?".

Makna dari sebuah perjalanan yang dilakukan di dunia dalam rangka mendapatkan pemahaman dan hikmah dari apa yang Allah SWT ajarkan ke umat manusia dalam firman-Nya yang terkandung dalam Al-Qur'an yaitu dalam (QS. An-Naml: 69):

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ

Artinya : *Katakanlah (Nabi Muhammad), “ Berjalanlah di bumi, lalu perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang berdosa.”* (QS. An-Naml: 69).

Maksud dari ayat diatas yakni menjelaskan bagaimana islam adalah agama (jalan hidup) dengan kepedulian yang mendalam terhadap lingkungan dan keberlanjutan hidup di dunia. Islam sangat memahami tentang bagaimana konservasi itu juga harus dijaga dengan melakukan berbagai kegiatan seperti, melestarikan alam lingkungan dan menyelematkan baik hewan atau tumbuhan yang hampir punah di bumi. Hal ini adalah sebuah proses yang bisa diambil dari konsep menjaga ekologi dalam upaya perlindungan terhadap lingkungan (Sumantri, 2010).

Adapun dalam kajian Islam, wisata dapat dikelompokkan menjadi dua aspek, diantaranya yaitu:

a. Wisata Rohani

Wisata rohani yaitu suatu perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang dilakukan untuk sementara waktu dengan tujuan untuk mencari kepuasan sekaligus mendekatkan diri kepada sang pencipta. Seperti contoh wisata rohani adalah masjid yang dijadikan obyek wisata rohani atau religi.

b. Wisata Jasmani

Wisata jasmani yaitu suatu kegiatan berwisata seperti menyaksikan keajaiban fenomena alam dan penyusunan keindahan buatan yang sangat tepat dan serasi diantaranya semuanya, manusia bisa mengungkap keagungan, kebesaran, kebijaksanaan, pengetahuan Sang Pencipta. Lalu kemudian dia akan merasa takjub dan terpesona, memuji dengan pujian yang paling dalam.

Selain itu adapula ayat yang menjelaskan tentang keindahan alam semesta ini yang sangat berkaitan dengan suatu *destination image* atau citra destinasi dalam berwisata dalam firman Allah SWT yang tercantum di QS. Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi:

التُّشُورُ وَالْيَهُ رَزَقَهُ مِنْ وَكُلُوا مَنَّاكِهَا فِي فَا مَشُوا ذُلُولا الْأَرْضَ لَكُمْ جَعَلَ الَّذِي هُوَ

Artinya : *Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.* (Q.S. Al Mulk: 15)

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT yang maha halus serta maha luas pengetahuan-Nya dan bagaimana kuasa-Nya yang menjadikan bumi untuk di jelajahi oleh umatnya dan melakukan berbagai aktifitas yang bermanfaat. Selain itu Allah SWT menegaskan umatnya untuk menjelajahi di segala penjuru dan berkelanalah ke seluruh pelosok serta nikmatilah sebagian dari rezeki-Nya yang sudah menyediakannya serta bersyukurlah atas segala karunia-Nya karena pada akhirnya hanya kepada-Nya lah kamu kembali setelah dibangkitkan. Jadi, dengan adanya keindahan-keindahan dalam pariwisata Allah SWT menganjurkan agar kita bisa menikmatinya. Penjelasan mengenai keindahan alam semesta juga dijelaskan dalam firman-Nya yang terkandung dalam QS. As-Saffat ayat 6 yaitu :

إِنَّا زَيَّيْنَا السَّمَاءَ الدُّنْيَا بِزِينَةِ الْكَوَاكِبِ

Artinya: “*Sesungguhnya Kami telah menghiasi langit dunia (yang terdekat) dengan hiasan (berupa) bintang-bintang.*” (QS. As-Saffat: 6).

Ayat ini menjelaskan Allah SWT telah menciptakan dan menghias langit-langit di dunia yang berdekatan dengan bumi. Selain itu Allah SWT juga menciptakan berbagai jenis binatang-binatang dan planet-planet yang begitu indah. Maka manusia harus bersyukur karena Allah SWT menciptakan hal untuk dinikmati di bumi (Kemenag RI).

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan daftar deretan referensi atau jurnal yang sudah ada, seperti pada jurnal, artikel, ataupun penelitian-penelitian terdahulu. Adapun kajian pustaka atau penelitian yang terkait dan membahas tentang bagaimana bagaimana pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas yaitu berdasarkan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang relevan artinya menyangkut hasil penelitian terdahulu tentang permasalahan yang akan diteliti. Peneliti mengungkapkan dengan jelas bahwa permasalahan yang akan diteliti belum pernah dibahas sebelumnya atau berbeda dengan penelitian sebelumnya yang sudah ada (Zuhairi, 2016).

Pertama, jurnal penelitian Syakir Kamil Ainul Fitroh, dkk. Pada tahun 2017 yang berjudul *Pengaruh Atraksi Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen)*. Penelitian ini menjelaskan tentang Atraksi wisata mampu mempengaruhi keputusan berkunjung ke wisata alam, dibuktikan melalui aspek-aspek yang diteliti dari sebuah atraksi wisata. Dalam hal ini pengunjung menganggap adanya sumber-sumber

yang menyebabkan timbulnya perasaan kesenangan didalam diri pengunjung, seperti keindahan, bersih, dan kenyamanan jika melakukan kunjungan ke Taman Wisata Alam (TWA) Kawah Ijen. Dalam hal aksesibilitas di Kawah Ijen, pengunjung menganggap adanya kemudahan atau (aksesibilitas yang baik) untuk dapat mengunjungi Kawah Ijen, kemudahan akses dalam menjangkau kawasan Taman Wisata Alam Kawah Ijen juga menjadi pertimbangan pengunjung dalam memutuskan untuk berkunjung ke Kawah Ijen. Terdapatnya ciri-ciri yang khusus atau secara spesifikasi yang bersifat langka, dalam hal ini keunikan. Hasil analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, dengan variabel atraksi wisata, motivasi wisatawan menghasilkan pengaruh yang signifikan baik secara bersamaan dan individu terhadap keputusan berkunjung wisatawan, juga hasil analisis berhasil menunjukan variabel motivasi wisatawan memiliki pengaruh yang dominan.

Kedua, jurnal penelitian Mega Mirasaputri Cahyanti dan Widiya Dewi Anjaningrum pada tahun 2017 yang berjudul *Meningkatkan niat berkunjung pada generasi muda melalui citra destinasi dan daya tarik kampung wisata*. Penelitian ini menjelaskan tentang hasil dari data dan analisis regresi berganda dengan menggunakan teknik spss 23 yang menunjukan kedua variabel bebas dalam penelitian ini, yakni citra destinasi, daya tarik wisata menunjukan pengaruh yang signifikan untuk menciptakan niat generasi muda mengunjungi kampung wisata Tridi. Berdasarkan uji regresi berganda yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel bebas yaitu citra destinasi dan daya tarik wisatawan mempengaruhi niatan para wisatawan yang tergolong dalam generasi muda untuk mengunjungi Kampung Wisata Tridi.

Ketiga, jurnal penelitian Budi Susanto dan Puji Astutik pada tahun 2020 yang berjudul *Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya*

Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. Penelitian ini berisi tentang promosi media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di wisata edukasi Manyung. Besarnya nilai t_{hitung} yang dimiliki promosi media sosial dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali wisata adalah sebesar 6.124. promosi media sosial dan daya tarik sangat berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di wisata edukasi Manyung besarnya nilai f_{hitung} promosi media sosial dan daya tarik wisata di dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan yaitu sebesar 64.875. dari nilai koefisien determinasi dapat menunjukkan dimana kemampuan promosi media sosial dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali sebesar 62,2%. Sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah mengunjungi wisata edukasi Manyung. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dari hasil tersebut menunjukkan bahwa promosi media sosial berpengaruh signifikan dan positif juga daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di obyek wisata Manyung.

Keempat, jurnal penelitian Siti Fatimah tahun 2019 yang berjudul *Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali.* Penelitian ini berisi tentang citra destinasi berpengaruh paling dominan terhadap minat berkunjung kembali ledok sambi eco playground. Berdasarkan hasil analisis metode stepwise dengan nilai t 3,239 dengan tingkat probabilitas 0,002 dan berdasarkan hasil analisis uji koefisien determinasi besarnya koefisien determinasi adalah 0,411 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (citra destinasi dan lokasi) terhadap variabel dependen (minat berkunjung kembali) adalah 41,1%. Sedangkan 58,9% dipengaruhi oleh variabel lain selain citra destinasi dan lokasi.

Kelima, jurnal penelitian Yanuar Fahmi Abdillah pada tahun 2017 yang berjudul *Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Wisata B29 Lumajang*. Penelitian ini menjelaskan tentang secara parsial citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan citra destinasi dan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara parsial citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Keenam, jurnal penelitian Leylita Novita Rossadi pada tahun 2018 yang berjudul *Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas, amenities dan atraksi wisata secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong Waterpark. Hal tersebut terbukti dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,439 > 2,70$).

Ketujuh, penelitian Maria Trisana Aso, dkk. Tahun 2020 yang berjudul *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan baik secara parsial maupun simultan yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjungan wisatawan. Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo.

Tabel 2
Penelitian Terdahlu

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	<p>Syakir Kamil Ainul Fitroh, dkk (2017) (Pengaruh atraksi Wisata dan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung (Survei pada pengunjung wisata Alam Kawah Ijen))</p>	<p>Membahas tentang bagaimana pengaruh atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung. Variable yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Alam Kawah Ijen.</p>	<p>a. Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan yang saat ini diteliti oleh penulis adalah ada variable yang sama yaitu pengaruh atraksi wisata.</p> <p>b. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini variable citra destinasi, dan event pariwisata disajikan juga untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat berkunjung. Terdapat perbedaan objek penelitian dengan berbeda lokasi yang diteliti.</p>

2.	<p>Mega Mirasaputri Cahyanti dan Widiya Dewi Anjaningrum, (2017)</p> <p>(Meningkatkan niat berkunjung pada generasi muda melalui citra destinasi dan daya tarik kampung wisata Tridi).</p>	<p>Berdasarkan uji regresi berganda yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel bebas yaitu citra destinasi dan daya tarik wisata mempengaruhi niatan para wisatawan yang tergolong dalam generasi muda untuk mengunjungi Kampung Wisata Tridi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaannya adalah ada variable citra destinasi yang sedang diteliti oleh penulis atau penelitian ini. • Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut memuat dua variable, objek lokasi juga berbeda dengan yang sedang diteliti.
3.	<p>Budi Susanto dan Puji Astutik. (2020), (Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung).</p>	<p>Secara bersamaan membuktikan bahwasannya variabel promosi media sosial dan daya tarik wisata secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat berkunjung kembali di wisata edukasi Manyung.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaannya yaitu adanya variabel promosi media sosial dan daya tarik wisata yang di teliti. • Perbedaannya pada variabel minat berkunjung kembali dan lokasi penelitian.

4.	Siti Fatimah, (2019) (Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali.)	Berdasarkan hasil analisis citra destinasi dan lokasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaannya terdapat variable citra destinasi yang sedang diteliti. • Perbedaannya adalah terdapat variable lokasi.
5.	Yanuar Fahmi Abdillah ,(2017) (Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Wisata B29 Lumajang.)	Secara simultan citra destinasi dan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara parsial citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaannya adalah variable yang diteliti yaitu citra destinasi. • Perbedaannya yaitu pada variabel daya tarik wisata. Lokasi objek penelitian juga berbeda dengan yang sedang diteliti.
6.	Leylita Novita Rossadi (2018) (Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat	Variabel aksesibilitas, amenities dan atraksi wisata secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaanya terdapat pada variabel atraksi wisata yang merupakan variabel yang sedang diteliti.

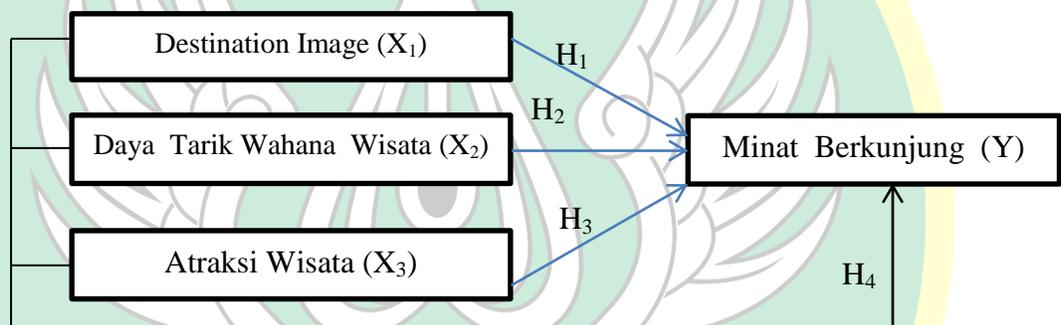
	Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta).	ke wahana air Balong Waterpark.	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaannya yaitu terdapat pada variabel lainnya dan lokasi penelitian.
7.	Maria Trisana Aso dkk (2020) (Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo).	Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo.	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaannya terdapat pada variabel daya tarik wisata karna dalam penelitian yang sedang diteliti terdapat variabel tersebut. • Perbedaannya terdapat pada objek wisatayaitu di Lokaisata Baturraden.

Dalam deskripsi penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas menerangkan bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul “*Pengaruh Destination Image, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas*” belum pernah di teliti sebelumnya.

D. Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan antara variable yang akan diteliti (Sugiyono, 2019 : 95). Variable yang diteliti adalah *destination image*, daya tarik wahana wisata, dan atraksi wisata sebagai variable bebas serta minat berkunjung sebagai variable terikat. Guna mempermudah dalam memahami penelitian maka penulis menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 3
Kerangka Pemikiran Teoritis
Pengaruh Faktor X terhadap Faktor Y



Keterangan : Pengaruh Secara Simultan
 Pengaruh Secara Parsial

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu suatu jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian, dimana masalah dalam penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dan berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2019: 99).

Berdasarkan kajian pustaka dan teori yang telah dijelaskan oleh penulis berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis dan

kesimpulan yang bersifat sementara dapat dibuktikan kebenarannya bahwa :

1) Pengaruh Destination Image Terhadap Minat Berkunjung

Menurut teori Suwena dan I Gusti (2017) faktor yang menyebabkan seseorang untuk memutuskan tidak melakukan perjalanan wisata yaitu salah satunya yakni tidak adanya minat. Adapun hal yang menyebabkan tidak adanya minat seseorang untuk memutuskan tidak melakukan perjalanan adalah kurangnya informasi terkait tempat wisata yang dituju. Destination image memiliki peran penting dalam memberikan gambaran dimana wisata yang ingin dituju oleh wisatawan dapat memberikan situasi destinasi wisata tertarik dan memiliki rasa ingin berkunjung ke suatu tempat wisata. Didukung dengan adanya penelitian terdahulu dari Noni Kusumawardani(2021) yang menyatakan bahwa destination image/citra dstinasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung. Oleh karena itu, dapat dinyatakan hipotesis pertama dari penelitian ini dirumuskan:

H1 : *Destination image* berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

2) Pengaruh Daya Tarik Wahana Wisata Terhadap Minat Berkunjung

Menurut teori dari oleh Zaenuri (2012) dayatarik wahana wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik guna dilihat dan juga dinikmati di suatu tempat wisata atau pariwisata serta layak untuk dinikmati. Dengan adanya daya tarik wahana wisata wisatawan akan tertarik dan ingin mengunjunginya karena tempat wisata tersebut memiliki makna tertentu. Didukung dengan penelitian dari Dena (2019) menyatakan bahwa daya tarik wahana wisata berpengaruh signifikan positif. Dapat dinyatakan hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Daya tarik wahana wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

3) Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Minat Berkunjung.

Menurut teori Isdarmanto pada tahun 2016 menjelaskan tentang kepariwisataan yang terdapat faktor di dalamnya yaitu tentang penawaran jasa pariwisata yang bersifat absolute yang sangat mempengaruhi wisatawan adalah attraction/ atraksi. Atraksi wisata memiliki kekuatan sebagai aspek dalam penawaran karena dapat memunculkan suatu keinginan wisatawan sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung. Didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Leylita dan Endang (2018) menyatakan bahwa atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan hal ini dibuktikan dengan adanya variable atraksi wisata yang nilainya positif. Dengan demikian hipotesis ke tiga dari penelitian ini dapat dirumuskan:

H3 : Atraksi Wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

4) Pengaruh Destination Image, Daya Tarik Wahana Wisata, dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung.

Dalam teori yang dikemukakan oleh Isdarmanto (2017) dalam hal pengembangan pariwisata harus menerapkan konsep juga peraturan dan panduan agar bisa mempertahankan bahkan bisa meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Jadi, untuk menarik minat berkunjung menjadi hal yang perlu diperhatikan. Didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Jushendriawati (2021) yang menyatakan dalam penelitiannya yaitu atraksi wisata, citra destinasi, dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Sehingga hopotesis keempat dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4 : *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari destination image, daya tarik wahana wisata, dan atraksi wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. Jadi penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2019:16).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini, lokasi yang digunakan untuk penelitian mengambil sampel yaitu di tempat Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. Adapun waktu penelitian yang direncanakan pada tanggal 1 Agustus- 31 Desember 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah kumpulan dari semua element yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian. Element dari poplasi adalah setiap anggota dari populasi yang diamati (Tarjo,2019)

Populasi merupakan keseluruhan dari objek atau subjek yang berada disuatu wilayah juga memenuhi syarat tertentu yang ada kaitannya dengan permasalahan di suatu penelitian. Adapun populasi

dalam penelitian ini adalah menggunakan jumlah pengunjung pada tahun 2021 yaitu sebanyak 178.589 pengunjung di Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah suatu bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2019:127). Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah dengan teknik non probability menggunakan metode purposive sampling yakni peneliti membuat kriteria- kriteria tertentu/khusus siapa saja yang dapat dijadikan sebagai responden penelitian. Kriteria dari sampel ini yakni pengunjung/ wisatawan yang pernah dan mengetahui atau berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas dan berumur diatas 17 tahun, terhitung saat dilakukannya pengisian kuisioner. Adapun penelitian menggunakan rumus Slovin dikarenakan sampel harus representative (perwakilan) jumlahnya untuk menyimpulkan hasil penelitian dan perhitungannya ini tidak memerlukan tabel jumlah sampel, tetapi dapat dilakukan dengan menggunakan rumus dan perhitungan yang sederhana. Karena populasi pada penelitian ini menggunakan jumlah pengunjung pada tahun 2021 yaitu sebanyak 178.589 pengunjung. Oleh karena itu, presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan keatas untuk memastikan kelayakan. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\
 &= \frac{178.589}{1+178.589(0,1)^2} \\
 &= \frac{178.589}{1.786,89} = 99,94 = 100 \text{ (pembulatan dari 99,94)}
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = yaitu ukuran sampel/jumlah responden

N = yaitu ukuran suatu populasi

e = batas toleransi atau kelonggaran kesalahan (0,1).

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

5) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian. Data primer pada penelitian ini adalah hasil kuesioner yang diisi oleh wisatawan yang pernah berkunjung ke Lokawisata Baturraden yang bersedia menjadi responden.

6) Data Sekunder

Data sekunder merupakan bentuk data dokumentasi atau data yang bisa digunakan oleh sebuah instansi (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku maupun penelitian lain yang masih berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan, serta data yang diperoleh melalui internet.

E. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) subyek dalam penelitian adalah suatu atribut, sifat, ataupun nilai dari seseorang dan obyek atau suatu kegiatan yang memiliki variabel tertentu dan juga ditetapkan guna dipelajarinya. Subyek yang dituju dan diteliti oleh penulis adalah staff dan pengelola tempat wisata, masyarakat atau pengunjung yang

pernah berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian menurut Arikunto (2013) merupakan suatu variabel yang akan diteliti atau menjadi suatu titik yang ingin diteliti oleh penulis. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah *destination image*, daya tarik wahana wisata dan atraksi wisata di Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas.

F. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel *independent* atau biasa disebut variabel bebas yaitu variable yang mempengaruhi berubahnya variable dependent atau biasa disebut variable terikat (Sugiyono, 2019:39). Dalam penelitian ini, variable independennya meliputi variable *destination image* (X1), daya tarik wahana wisata (X2) dan atraksi wisata (X3).

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel *dependent* adalah variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat dari variable independent atau variable bebas (Sugiyono, 2019:39). Adapun variable dependent dalam penelitian ini yaitu minat berkunjung wisata (Y).

2. Indikator Penelitian

Indikator dalam penelitian ini yaitu *destination image*, daya tarik wahana wisata, dan atraksi wisata yang mempengaruhi minat berkunjung wisata.

Tabel 3
Indikator Penelitian

Variable	Indikator
<i>Destination Image</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kenyamanan wisatawan saat berkunjung 2) Keramah tamahan 3) Kesejukan suasana 4) Kesan kualitas 5) Keamanan 6) Ketertiban 7) Pelayanan 8) Kebersihan tempat wisata 9) Harga
Daya Tarik Wahana Wisata	<ol style="list-style-type: none"> 1) Fasilitas 2) Spot foto 3) Kolam renang & pemandian air panas 4) Wahana permainan 5) Wahana air 6) Tempat parkir kendaraan 7) Warung atau tempat makan 8) Kuliner 9) Taman bermain 10) Adanya toilet umum
Atraksi Wisata	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keindahan suasana alam 2) Tempat wisata yang sangat luas 3) Kondisi lingkungan objek wisata

	<ul style="list-style-type: none"> 4) Keunikan atraksi budaya contohnya kenthongan 5) Kebersihan lingkungan sekitar tempat wisata
Minat Berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> 1) Keinginan untuk melakukan kunjungan wisata 2) Keinginan untuk mengajak orang lain untuk berkunjung 3) Keinginan merekomendasikan tempat wisata kepada orang lain 4) Pertimbangan berkunjung ke tempat wisata lain

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket atau Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data menggunakan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis langsung ataupun online kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019:199). Jenis koesioner pada penelitian ini merupakan koesioner tertutup. Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini merupakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan guna mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang mengenai suatu hal/fenomena sosial (Sugiyono, 2019: 146). Dalam penelitian ini menggunakan alternatif 5 jawaban menggunakan skor, yaitu:

Tabel 4
Skor Penilaian Skala Likert 1-5

Preferensi	Skor
Sangat Setuju (ST)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Angket yakni suatu teknik pengumpulan data menggunakan cara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis ataupun online untuk dijawab responden. Adapun angket yaitu sebuah pertanyaan yang tertulis yang digunakan guna mendapatkan informasi dari responden tentang Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.

2. Observasi atau Pengamatan

Observasi merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dengan metode ini peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam yang di amati (Sugiyono, 2019: 203). Penulis melakukan observasi dengan cara mendatangi Lokawisata Baturraden yang beralamat di Jl. Raya Baturraden No. 174, Dusun I Karangmangu Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas untuk mengetahui produk wisata yang ada didalamnya.

3. Telusur Pustaka

Telusur pustaka merupakan metode penelusuran data secara daring atau *online* dengan proses yang dilakukan adalah pencarian informasi menggunakan media sosial atau *online* seperti internet dan literatur berupa jurnal-jurnal ilmiah. Dengan metode ini bisa memungkinkan mempermudah peneliti untuk mencari informasi atau data yang dibutuhkan secara online dengan cepat dan efisien (Bungin, 2005).

H. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menganalisis data yang menggunakan hipotesis yaitu analisis regresi, yang dimana variable destination image (X1), daya tarik wahana wisata (X2), dan atraksi wisata (X3) diuji apakah berpengaruh terhadap minat berkunjung wisata (Y) berdasarkan skor yang diperoleh dari data koesioner atau angket menggunakan analisis statistik menggunakan SPSS yang dinyatakan dalam bentuk angka atau numeric sehingga dapat memperoleh hasil dari hipotesis (H1) diterima atau ditolak, dapat berpengaruh atau tidak.

1. Adapun teknik pengujian yang digunakan yaitu :

a. Uji Validitas

Uji Validitas ini diartikan suatu ukuran keefektifan dari tingkat keabsahan di suatu instrument. Instrument dapat dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang diinginkan dan juga mewakili data dari variable yang sedang diteliti (Arikunto, 2013: 211). Pada penelitian ini uji validitas yang dilakukan dengan uji korelasi pearson menggunakan SPSS. Berikut adapun rumus korelasi pearson :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : korelasi *product Momen*.

$\sum X$: jumlah skor masing-masing item (total).

$\sum Y$: jumlah skor seluruh item (total).

$\sum X^2$: kuadrat dari jumlah skor tiap item.

$\sum Y^2$: kuadrat dari skor total.

n : jumlah subyek yang diamati.

b. Uji Reliabilitas

Dari instrumen yang bisa dikatakan reliabel jika suatu instrument tersebut cukup baik untuk mendeteksi data yang reliabel. Reliabilitas menunjuk pada pemahaman bahwa instrumen cukup andal untuk digunakan sebagai alat penghasil data karena sudah cukup baik (Arikunto, 2013: 221). Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas suatu instrument yaitu rumus Alpha Cronbach :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Varians butir

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melakukan suatu pengujian apakah dalam nilai residual yang telah terstandarisasi pada bentuk dan model regresi hasilnya

berdistribusi normal atau tidak. Adapun menurut Basuki & Imanudin guna menguji normalitas dalam suatu penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov -Smirnov (K-S) dengan ketentuan jika nilai sig >0,05 maka residual memiliki distribusi normal, jika sig < 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal (Fathurrahman, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu kondisi yang terdapat adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas (Rachmat, 2019). Uji multikolinieritas menggunakan metode Variance Imflation Faktor (VIF). Ketentuannya sebagai adalah berikut :

- 1) Jika suatu nilai VIF ≥ 10 , maka antara variabel bebas bisa terjadi persoalan multikolinearitas.
- 2) Jika suatu nilai VIF < 10 , maka antar variabel bebas tidak terjadi persoalan multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Pendapat dari Wijaya bahwa uji heterokedastisitas merupakan varian variabel yang berbeda untuk semua pengamatan/observasi (Sarjono, 2011). Pada penelitian ini menggunakan uji Glejser untuk mengetahui apakah ada terjadi heterokedastisitas. Jika thitung \geq ttabel maka terjadi heterokedastisitas, jika thitung \leq ttabel maka sebaliknya tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikannya $\geq 0,05$ maka tidak ada heterokedastisitas sebaliknya jika $\leq 0,05$ maka ada heterokedastisitas. Adapun persamaan yang digunakan dalam pengujian Glejser :

$$|U_{-1}| = \alpha + \beta X_{-1} + U_i$$

Keterangan:

$|U_{-1}|$ = Nilai residual mutlak

X_i = Variabel bebas

Jika β signifikan maka ada pengaruh variabel bebas terhadap nilai residual mutlak dan dinyatakan terdapat gejala heterokedastisitas dan juga sebaliknya (Suliyanto, 2011).

3. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda menjelaskan variabel yang di pengaruhi oleh dua atau lebih variabel independen sehingga hubungan fungsional antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X_1, X_2) (Suliyanto, 2018). Berikut adalah persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan seperti pada rumus dibawah ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Minat Berkunjung

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi untuk X_1

b_2 = Koefisien regresi untuk X_2

b_3 = Koefisien regresi untuk X_3

X_1 = Destination Image

X_2 = Daya Tarik Wahana Wisata

X_3 = Atraksi Wisata

4. Uji Hopotesis

Dari hasil uji regresi linear berganda, adapun hasilyang harus dianalisis dan dibahas menggunakan :

a. Uji Persial (Uji T)

Adapun uji Parsial dapat digunakan dalam menguji suatu avariabel independen apakah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Suatu variabel dikatakan memiliki pengaruh apabila t hitung lebih besar dari t tabel

(Suliyanto, 2018). Adapun kriteria dalam uji t satu arah positif yaitu :

- 1) H_0 diterima atau H_a ditolak jika : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, dan $sig. > 0,05$.
- 2) H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan $sig. \leq 0,05$ arah koefisien yang positif.

Ada juga kriteria uji t satu arah negatif yaitu :

- 1) H_0 diterima atau H_a ditolak jika : $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dan $sig. > 0,05$.
- 2) H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan $sig. \leq 0,05$ arah koefisien negative.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dapat digunakan untuk menguji suatu variabel independen yang digunakan apakah mampu untuk menyimpulkan model masuk dalam kategori yang cocok atau tidak (Suliyanto, 2018). Berikut cara menghitung besarnya F hitung yang digunakan rumusnya yaitu :

$$F = \frac{R^2 / (K-1)}{(1-R^2) / (n-3)}$$

Keterangannya :

F = Nilai F Hitung

R² = Koefisien Determinasi

k = Jumlah Variabel independen ditambah intercept dari suatu model persamaan.

n = Jumlah Pengamatan (Ukuran Sampel)

Kriteria uji simultan (uji f) dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) H_0 diterima atau H_3 ditolak jika : $f_{hitung} < f_{tabel}$, dan $sig. > 0,05$.
- 2) H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $f_{hitung} > f_{tabel}$, dan $sig. \leq 0,05$.

5. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan guna mencari tahu tentang bagaimana besaran pengaruh dari variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersamaan terhadap variabel dependen (Y) (Suharjo, 2013). Adapun menurut teori Santoso (dalam Konsultan Statistik, 2011) yang menerangkan bahwa model yang digunakan regresi yaitu lebih dari dua variabel independen digunakan Adjusted R^2 sebagai koefisien determinasi. Nilai Adjusted R Square dapat naik atau turun dengan adanya penambahan suatu variabel baru, tergantung bagaimana korelasi antara variabel independen tambahan dengan variabel dependennya. Persyaratan yang harus terpenuhi agar dapat memaknai nilai koefisien determinasi adalah hasil uji F dalam analisis regresi linier berganda bernilai signifikan, yang berarti bahwa ada pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y . Sebaliknya, jika hasil analisis uji F tidak signifikan maka nilai koefisien determinasi tidak dapat digunakan atau dipakai untuk memprediksi kontribusi pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y .

Nilai Adjusted R^2 menampilkan besaran variasi dari variabel terikat

dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Jika $Adj.R^2 = 0$, maka variasi dari variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Jika

$Adj.R^2 = 1$, maka variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Semua titik observasi berada tepat pada garis regresi jika $Adj.R^2 = 1$.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Lokawisata Baturraden

Lokawisata Baturraden merupakan salah satu destinasi wisata yang berlokasi di Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Lokawisata Baturraden termasuk dalam tempat wisata yang berada di pegunungan karena berada di kaki Gunung Slamet dengan tinggi sekitar 640 meter di atas permukaan laut dan lokasi tepatnya beralamat di Dusun I Karangmangu Kecamatan Baturraden Kab. Banyumas, Jawa Tengah. Lokawisata Baturraden memiliki sejarah dan legenda yang menjadi sejarah berdirinya Lokawisata Baturraden. Salah satu sejarah yang terkenal adalah adanya Kadipaten Kutalima yang konon berada tak jauh dari Lokawisata Baturraden yang berlokasi di 10 km tepatnya berada di sebelah barat dari kaki Gunung Slamet yang didalamnya ada seorang Adipati Kutalima yang hidup bersama sang istri dan putrinya yang memiliki paras yang cantik, adapun abdi dalem dan Batur Gamel adalah seorang pembantu dalam rumah tangga dan memiliki tugas mengurus kuda milik Adipati Kutalima. Batur Gamel adalah seorang pemuda yang sangat gagah, tekun dan bertanggung jawab atas pekerjaannya (Koesoemo, 1988: 70).

Pada saat Batur Gamel sedang mencari pakan kuda untuk Adipati Kutalima dengan menyusuri hutan karena dihutan terdapat banyak rumput yang tinggi-tinggi dan lebat. Pada saat Batur Gamel sedang memotong-motong rumput, ada suara dan Batur Gamel mendengarnya terdapat suara jeritan seseorang yang meminta tolong tidak jauh dari tempat Batur Gamel memotong rumput. Lalu, ia

langsung bergegas menuju ketempat sumber adanya jeritan minta tolong tersebut. Setelah itu, ternyata terdapat seorang wanita yang sedang ketakutan karena didekatnya ada seekor ular yang besar yang sepertinya akan menyerang wanita itu. Batur Gamel segera menolong wanita tersebut dan melawan ular dengan cara memotong kepala ular tersebut atau *kudi* (jenis gaman atau parang). Setelah itu, Batur Gamel baru menyadari bahwa seorang wanita yang meminta tolong adalah putri dari Adipati Kutalima dan ia berterimakasih karena Batur Gamel sudah menolong dan menyelamatkannya dari ular besar.

Setelah pertemuan itu, Batur Gamel dan Putri Adipati lebih sering dan banyak bertemu lalu lama-lama ada benih-benih perasaan cinta diantara Batur dan Putri dari Adipati. Akan tetapi, dilihat dari status sosial diantara mereka yang berbeda, mereka menjalani hubungan cinta mereka secara diam-diam hal ini dikarenakan pada dahulu kala jika pernikahan berbeda kasta adalah sama saja sebuah aib bagi keluarga. Semakin hari cinta mereka semakin kuat dan besar lalu tanpa disadari mereka sudah melampaui batas hingga akhirnya putri dari Adipati Kutalima hamil.

Setelah beberapa hal yang terjadi diantara Batur Gamel dan Putri Adipati, dengan keberanian Gamel pun memberanikan diri untuk menghadap Adipati Kutalima untuk bertanggung jawab dan melamar putrinya. Akan tetapi, mendengar hal yang terjadi Adipati Kutalima menjadi murka dan marah besar karena beliau merasa kehormatan, nama baik dan kewajibannya sudah dinodai putrinya dan pembantunya sendiri. Pada akhirnya Adipati Kutalima tidak ingin melihat putrid dan pembantunya berada dirumahnya sehingga mereka di usir dan harus meninggalkan Kadipaten dan kedua orang tuanya.

Akhirnya Batur Gamel dan Putri Adipati pergi dan keluar dari Kadipaten Kutalima, mereka pergi berjalan ke utara dan tidak

memiliki tujuan yang jelas. Mereka berjalan keluar masuk hutan dan melewati gunung bersama-sama tak terasa merekapun mulai melupakan Kadipaten. Hingga pada suatu hari, merekapun beristirahat di dekat sungai yang airnya sangat jernih, saat itu putri sedang hamil dan usia kehamilannya tengah genap. Lalu putri merasa kesakitan dan pertanda bahwa putri akan segera melahirkan. Tak lama kemudian, putripun melahirkan bayi yang berjenis laki-laki dan sangat tampan, sejak itu sungai yang disinggahi Gamel dan Putri dinamakan *Kali Putra*. Lalu setelah kelahiran putranya, Gamel dan putri menemukan tempat tinggal yang dirasa aman untuk dijadikan tempat tinggal. Batur Gamel memanfaatkan sumber yang ada di hutan guna menafkahi istri dan anaknya.

Di Kadipaten Kotalima di tempat tinggal sang Adipati Kotalima bersama istrinya mereka hidup menjadi sosok yang selalu murung dan tidak bahagia semenjak kejadian yang dialami oleh putrinya. Adipati Kotalima selalu mengingat anaknya yaitu sang putri kesayangannya dan seiring berjalannya waktu Adipati mulai menyesali perbuatannya karena sudah mengusir putrinya dari Kadipaten Kotalima. Lalu, ia memutuskan abdi dalemnya untuk membujuk dan mencari putrinya untuk dibawa kembali ke Kadipaten Kotalima. Setelah lama mencari-cari, abdi dalem suruhan Adipatipun menemukan putri Adipati di hutan dan menyampaikan apa maksud dari kedatangannya lalu menceritakan adanya rasa penyesalan pada ayahnya karena telah mengusirnya. Adipati Kotalima menginginkan putrinya kembali ke rumah. Namun, sesudah berfikir keras sang putri memutuskan untuk tidak kembali lagi ke Kadipaten Kotalima karena putri pun merasa malu karena telah mencemarkan nama baik kedua orang tuanya. Batur Gamel dan Putri Adipati serta anaknya tetap tinggal di rumah yang sederhana sebagai hukuman dari perbuatannya,

tempat tinggal yang mereka tempati memiliki udara yang sejuk, segar dan juga berada di lereng Gunung Slamet lalu dinamakan *Baturraden*. Nama *Baturraden* memiliki arti nama yang mengandung arti dari bahasa jawa yaitu *Batur* adalah seorang pembantu yakni Batur Gamel dan *Raden* adalah suatu julukan atau gelar kebangsawanan dari Jawa untuk anak turunan bangsawan yaitu Putri Adipati Kotalima.

Dari sejarah tersebut, dapat beberapa pelajaran yang dipetik yaitu bahwa segala hal dan sesuatu yang berlebih-lebihan itu sangat tidak baik dan segala sesuatu yang telah kita lakukan baik dan buruk kita harus bertanggung jawab dan berani menanggung semuanya.

2. Letak Geografis obyek Lokawisata Baturraden

Lokawisata Baturraden mulai dikenal sejak pada tahun 1914 sampai 1928 dikenal sebagai tempat peristirahatan dan rekreasi untuk sebagian besar kelompok atau warga berkebangsaan Belanda yang pada saat itu mereka menguasai Pabrik Gula Kalibagor, dan pada saat itu Baturraden sudah memiliki suasana udara yang segar dan sejuk dengan suhu udara antara 18°C – 25°C dan pemandangan serta keindahan alam yang tak kalah menarik. Lokawisata Baturraden terletak pada posisi selatan kaki Gunung Slamet yang ketinggiannya mencapai 610-700 mdpl. Baturraden berada di sekitar 14 km arah Utara dari Kota Purwokerto yang dihubungkan melalui jalan yang sangat memadai.

Baturraden adalah tempat wisata yang sangat terkenal di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Lokawisata Baturraden beralamat di Dusun I Karangmangu Kec. Baturraden Kab. Banyumas. Lokawisata Baturraden yakni suatu objek wisata yang bernuansa alam dan berbatasan dengan hutan pinus dan damar yang dimiliki

oleh perhutani BKPH Banyumas Timur serta sungai Serayu Kuno dan sungai Terunggula. Lokawisata Baturraden merupakan daerah disekitar perbukitan, sungai dan jurang yang memiliki kemiringan tanah yang curam. Lokawisata Baturraden ini berbatasan dengan Desa Karangmangu Kecamatan Baturraden (sebelah selatan), Desa Limpakuwus Kec. Sumbang (sebelah timur), Dukuh Kalipagu Desa Ketenger Kec. Baturraden (sebelah barat) dan Daerah diluar Karisidengan Pekalongan (sebelah utara).

3. Organisasi di Lokawisata Baturraden

a. Visi dan Misi organisasi Unit Pelaksana Teknis (UPT)

Lokawisata Baturraden adalah sebagai berikut:

Visi : Lokawisata Baturraden menjadi objek wisata terindah, terlengkap dan ternyaman di Jawa Tengah.

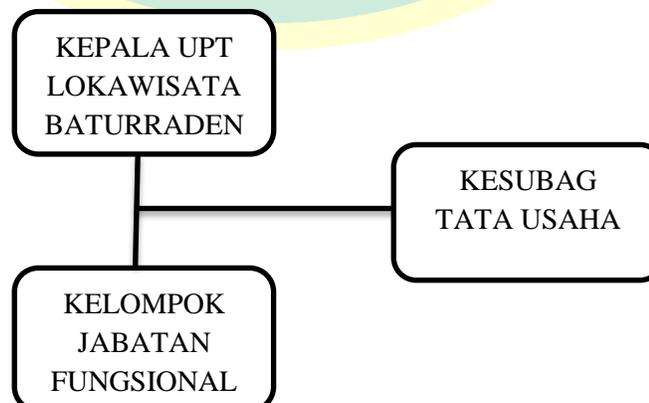
Misi : Melestarikan, merawat, mengembangkan dan memberdayakan keindahan alam Baturraden tetap asli dan asri sebagai wisata alam.

Meningkatkan pelayanan terhadap pengunjung sehingga diharapkan pengunjung dapat berkunjung kembali dan menginfokan ke masyarakat “*getok tular*”.

b. Adapun bagan struktur organisasi di Lokawisata Baturraden yaitu:

Gambar 4

Struktur Organisasi Unit Pelaksana Teknis (UPT)



c. Fungsi dan Tugas Pokok dari organisasi di Lokawisata Baturraden

Unit Pelaksana Teknis Lokawisata Baturraden mempunyai berbagai macam tugas yang sebagian kegiatan dan teknis oprasional Dinas Pemuda, Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata yang mengelola dan ikut mengembangkan Lokawisata Baturraden. Adapun tugas pokok yang dimiliki oleh kepala UPT yang sesuai dengan peraturan Bupati Banyumas No. 07 pada tahun 2010 yaitu sebagai berikut :

- 1) Memimpin perumusan kebijakan teknis pengelola UPT di Lokawisata Baturraden
- 2) Memimpin penyelenggaraan kegiatan, keamanan dan ketertiban serta kebersihan dan pertamanan, parkir, penempatan pedagang dan jasa usaha pariwisata di lingkungan obyek wisata, pemungutan tertribusi di lingkungan sekitar UPT Lokawisata Baturraden dan juga pentas seni budaya, promosi secara periodik
- 3) Memimpin pembinaan keamanan dan ketertiban, kebersihan dan pertamanan dan parkir, penempatan pedagangserta jasa usaha pariwisata di lingkungan sekitar Lokawisata Baturraden
- 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan yaitu (Dinas Pemuda, Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata) sesuai dengan tugasnya.

d. Jam Oprasional dan Harga Tiket Lokawisata Baturraden

Lokawisata Baturraden mempunyai jam oprasional yaitu buka pada jam 07:00 pagi dan tutup jam 16:00 WIB. Harga tiket masuk Lokawisata Baturraden yaitu setiap wisatawan yang berkunjung akan dikenakan biaya atau wajib membeli tiket masuk. Agar bisa masuk ke Lokawisata Baturraden wisatawan

harus membayar tiket masuk yang relatif murah dan berlaku untuk semua usia.

Tabel 5

Harga Tiket Masuk Lokawisata Baturraden	
Tiket Masuk Weekday	Rp. 20.000
Tiket Masuk Weekend	Rp. 25.000

Adapun beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan oleh wisatawan :

- 1) Anak usia 0- 5 tahun tidak dipungut biaya tiket masuk atau gratis.
 - 2) Anak usia 5- 12 tahun dikenakan tiket masuk sebesar 50% atau setengah harga dari tiket masuk normal.
 - 3) Pembelian tiket masuk di loket tiket yang berada di depan atau sebelah pintu masuk Lokawisata Baturraden.
 - 4) Jika sudah membeli tiket masuk, wisatawan dapat menikmati wahana air seperti kolam renang, pemandian air hangat belerang, sepeda air, air mancur Sendang Mulya dan kolam renang papan luncur.
- e. Macam-macam Produk Wisata yang Disajikan di Lokawisata Baturraden
- 1) Wahana kolam renang yang menyajikan keindahan alam sekitar tempat wisata dan bernuansa alam yang sejuk dan dingin. Kolam berenang dapat dinikmati oleh anak-anak hingga dewasa. Disekitar kolam renang juga disajikan tempat untuk menunggu dan tempat menyimpan barang bawaan.

- 2) Danau air mancur di Lokawisata Baturraden yang tersedia untuk pengunjung yang tidak ingin basah-basahan dan bisa tetap menikmati indahnya pemandangan air mancur di danau sambil bersantai dan menikmati wahana bebek-bebekan yang disediakan dan bisa disewa selain itu juga pengunjung bisa melihat dan memberi makan ikan yang tak kalah menyenangkan
- 3) Adanya pemandian air panas seperti pancuran pancuran telu dan pancuran pitu yang merupakan pemandian air panas yang mengandung belerang dan dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang ke Lokawisata Baturraden.
- 4) Terdapat banyak wahana permainan baik untuk dewasa maupun untuk anak-anak, spot foto yang tersedia juga banyak yang menyajikan suasana alam sekitar Baturraden.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu berdasarkan dari identitas responden yang diantaranya adalah umur dan jenis kelamin yang diperoleh dari kuisioner yang sudah disebar kepada 100 responden. Adapun hasil dari jawaban kuisioner yang telah diisi oleh responden yaitu:

1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data klasifikasi responden dari umur dapat disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 6
Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	17-19 Tahun	8	8%
2	20-22 Tahun	33	33%
3	23-25 Tahun	43	43%
4	>25 Tahun	18	18%
	Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah pada 2022

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah dari responden yaitu 100 orang diantaranya adalah responden yang berumur 17-19 tahun berjumlah 8 responden (8%), selain itu yang berusia 20-22 tahun berjumlah 33 responden (33%), yang berusia 23-25 tahun berjumlah 43 responden (48%) dan yang berusia > 25 tahun berjumlah 18 responden (18%). Jadi, kesimpulan dari data responden tersebut adalah responden yang paling banyak yaitu di usia

2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 7
Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
-----	---------------	------------------	----------------

1	Laki-Laki	28	28%
2	Perempuan	72	72%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah pada 2022.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa data jumlah dari responden yaitu sebanyak 100 orang yang diantaranya terdiri dari 28 responden (28%) yang berjenis kelamin laki-laki dan 72 responden (72%) yang berjenis kelamin perempuan.

3. Distribusi Tanggapan Responden

Pengaruh *destination image*, daya tarik wahana wisata dan atraksi wisata terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas dapat diketahui dari tanggapan responden berdasarkan dari pernyataan yang sudah diajukan dan sesuai dengan variabel yang diujikan dalam penelitian. Pernyataan disebarluaskan melalui *google form* yang berbentuk kuisioner secara *online* menggunakan teknik skala likert 1-5 untuk mewakili hasil jawaban dari responden yang sesuai dengan pengalaman dan pemikiran dari masing-masing responden. Berikut ini skala likert yang mewakili jawaban dari responden yaitu diantaranya adalah:

1. Sangat Setuju : Skor 5
2. Setuju : Skor 4
3. Cukup Setuju : Skor 3
4. Tidak Setuju : Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju : Skor 1

Adapun tanggapan diatas akan dirinci secara keseluruhan berikut ini adalah hasil dari rincian tanggapan-tanggapan dari responden:

a. Variabel *Destination Image*

Tabel 8
Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel
Destination Image

Pernyataan	Frekuensi					Total Skor	Rata-Rata
	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)		
Butir 1	21	55	22	2	0	395	3,95
Butir 2	8	39	49	4	0	351	3,51
Butir 3	43	35	21	1	0	420	4,2
Butir 4	35	39	24	2	0	407	4,07
Butir 5	17	45	33	5	0	374	3,74
Butir 6	18	39	38	5	0	370	3,7
Butir 7	21	38	39	2	0	378	3,78
Butir 8	22	39	37	2	0	381	3,81
Butir 9	17	42	39	1	1	373	3,73
Total	202	371	302	24	1	3449	3,832

Sumber: Data Kuesioner Penelitian.

Pada tabel diatas dapat disimpulkan rata-rata jawaban dari responden yaitu 3,832 dan dibulatkan menjadi 4 sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang setuju pada pernyataan yang berkaitan dengan variabel *destination image*.

b. Variabel Daya Tarik Wahana Wisata

Tabel 9
Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel
Daya Tarik Wahana Wisata

Pernyataan	Frekuensi					Total Skor	Rata - Rata
	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)		
Butir 1	19	36	42	3	0	371	3,71
Butir 2	41	37	20	2	0	417	4,17
Butir 3	46	39	15	0	0	431	4,31
Butir 4	33	38	28	0	1	402	4,02
Butir 5	49	34	17	0	0	432	4,32
Butir 6	24	33	42	0	1	379	3,79
Butir 7	37	33	30	0	0	407	4,07
Butir 8	37	39	24	0	0	413	4,13
Butir 9	22	52	26	0	0	396	3,96
Butir 10	18	41	40	1	0	376	3,76
Total	326	382	284	6	2	4024	4,02

Sumber: Data Kuesioner Penelitian.

Pada tabel 8 diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari jawaban responden adalah 4,02 jadi, responden yang setuju terhadap pernyataan yang berkaitan dengan variabel daya tarik wahana wisata.

c. Variabel Atraksi Wisata

Tabel 10
Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel
Atraksi Wisata

Pernyataan	Frekuensi					Total Skor	Rata-Rata
	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)		
Butir 1	30	44	26	0	0	404	4,04
Butir 2	25	43	32	0	0	393	3,93
Butir 3	41	40	17	1	1	419	4,19
Butir 4	44	36	17	1	2	419	4,19
Butir 5	42	40	18	0	0	424	4,24
Total	182	203	110	2	3	2059	4,118

Sumber: Data Kuesioner Penelitian.

Dari tabel 9 total jumlah rata-rata jawaban dari responden adalah 4,11 jadi, dapat disimpulkan responden yang setuju terhadap pernyataan terkait dengan variabel atraksi wisata.

d. Variabel Minat Berkunjung

Tabel 11
Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Variabel
Minat Berkunjung

Pernyataan	Frekuensi					Total Skor	Rata-Rata
	SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)		
Butir 1	21	36	38	5	0	373	3,73
Butir 2	24	43	31	2	0	389	3,89
Butir 3	39	45	14	2	0	421	4,21
Butir 4	36	29	29	5	1	394	3,94

Total	120	153	112	14	1	1577	3,942
-------	-----	-----	-----	----	---	------	-------

Sumber: Data Kuesioner Penelitian.

Dari tabel 10 total jumlah rata-rata jawaban dari responden adalah 3,94 dan dibulatkan menjadi 4 sehingga dapat disimpulkan responden yang setuju terhadap pernyataan terkait dengan variabel atraksi wisata.

C. Analisis Data Penelitian

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran keefektifan dari tingkat keabsahan suatu instrument. Instrument dapat dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang diinginkan dan juga mewakili data dari variabel yang sedang diteliti (Arikunto, 2013:211). Uji validitas dari instrument dilakukan dengan rumus perhitungan *pearson product moment*. Untuk pengujian validitas, kriteria yang dipakai ialah α (alpha=0,05) dengan r hitung $>$ r tabel sehingga dapat dinyatakan item-item pernyataan atau indikator tersebut valid dan memiliki nilai positif, begitupun sebaliknya. Uji Validitas pada korelasi *product moment* memiliki derajat kebebasan atau *degree of freedom* ($df = N - 2$). N artinya jumlah sampel, pada penelitian ini jumlah sampelnya ialah 100 responden. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas instrumen dalam penelitian :

1) Variabel *Destination Image* (X1)**Tabel 12****Data Validitas Variabel *Destination Image***

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,657	0,165	Valid
X1.2	0,637	0,165	Valid
X1.3	0,673	0,165	Valid
X1.4	0,610	0,165	Valid
X1.5	0,654	0,165	Valid
X1.6	0,673	0,165	Valid
X1.7	0,566	0,165	Valid
X1.8	0,631	0,165	Valid
X1.9	0,460	0,165	Valid

Sumber: Data Primer dari Output SPSS 2022.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X1 sesuai tabel diatas dapat diketahui bahwa semua data item 1-9 memperoleh nilai indek validitas lebih besar dari 0,165 jadi data pada butir tersebut dapat dikatakan valid. Hal ini didasarkan karena pada kriteria jika koefisien korelasi $r > 0,165$, maka item dinyatakan valid.

2) Variabel Daya Tarik Wahana Wisata (X2)

Tabel 13**Data Validitas Variabel Daya Tarik Wahana Wisata**

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,588	0,165	Valid
X2.2	0,542	0,165	Valid

X2.3	0,688	0,165	Valid
X2.4	0,635	0,165	Valid
X2.5	0,620	0,165	Valid
X2.6	0,627	0,165	Valid
X2.7	0,705	0,165	Valid
X2.8	0,657	0,165	Valid
X2.9	0,660	0,165	Valid
X2.10	0,560	0,165	Valid

Sumber: Data Primer dari Output SPSS 2022.

Dalam tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas yang diolah adalah seluruh nilai r hitung item butir kuesioner kualitas produk nilai nya lebih besar dari nilai r tabel. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa seluruh item butir kuesioner variabel kualitas produk berstatus valid.

3) Variabel Atraksi Wisata (X3)

Tabel 14
Data Validitas Variabel Atraksi Wisata

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,637	0,165	Valid
X3.2	0,707	0,165	Valid
X3.3	0,827	0,165	Valid
X3.4	0,693	0,165	Valid
X3.5	0,310	0,165	Valid

Sumber: Data Primer dari Output SPSS 2022.

Berdasarkan tabel 13 diatas dapat dilihat bahwa keseluruhan pernyataan pada variabel atraksi wisata dapat

dinyatakan valid karena item pernyataan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan yang diajukan kepada responden pada variabel atraksi mengukur apa yang diinginkan oleh responden.

4) Variabel Minat Berkunjung (Y)

Tabel 15

Data Validitas Variabel Minat Berkunjung

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,790	0,165	Valid
Y2	0,744	0,165	Valid
Y3	0,790	0,165	Valid
Y4	0,711	0,165	Valid

Sumber: Data Primer dari Output SPSS 2022.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Y pada tabel 14 diatas dapat diketahui bahwa semua data pada item 1-4 diperoleh nilai indek validitas lebih besar dari 0,165 jadi, data butir tersebut valid. Hal ini didasarkan pada kriteria apabila koefisien korelasi $r_{hitung} > 0,165$, maka item dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Dari instrumen yang bisa dikatakan reliabel jika suatu instrument tersebut cukup baik untuk mendeteksi data yang reliabel. Reliabilitas menunjuk pada pemahaman bahwa instrumen cukup andal untuk digunakan sebagai alat penghasil data karena sudah cukup baik (Arikunto, 2013: 221). Kriteria dalam uji reliabilitas teknik pengukuran yang digunakan yaitu *Cronbach's Alpha* dengan IBM SPSS Versi 24 karena melalui

nilai *Cronbach's Alpha* yang $> 0,60$ maka bisa diketahui reliabelnya suatu penelitian pada pernyataan maupun pertanyaan dalam kuesioner (Ghozali, 2016).

Tabel 16
Data Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Destination Image</i> (X1)	0,805	0,60	Sangat Reliabel
Daya Tarik Wahana Wisata (X2)	0,832	0,60	Sangat Reliabel
Atraksi Wisata (X3)	0,682	0,60	Sangat Reliabel
Minat Berkunjung (Y)	0,746	0,60	Sangat Reliabel

Sumber : Pengolahan data primer dari SPSS 25, 2022.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,805 untuk variabel *Destination Image* (X1), variabel Daya Tarik Wahana Wisata (X2) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,832, adapun 0,682 untuk variabel Atraksi Wisata (X3) dan variabel Minat Berkunjung (Y) sebesar 0,746. Jadi dari perolehan elemen pernyataan pada kuesioner dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* pada semua variabel dikatakan sangat reliabel dan memperoleh data yang konsisten sesuai dengan koefisien

Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, karena nilai Cronbach's Alpha yang didapat pada keseluruhan variabel menunjukkan hasil $> 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam analisis uji normalitas digunakan untuk melakukan suatu pengujian apakah dalam nilai residual yang telah terstandarisasi dalam bentuk dan model regresi yang hasilnya berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan ketentuan jika nilai sig $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, namun jika sig $< 0,05$ maka data residual tidak normal (Fathurrahman, 2018).

Tabel 17
Hasil dari Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Untandardized Residual
N		100
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	-.0087124
	Std. Deviation	1.03915625
Most Extreme Differences	Absolute	.149
	Positive	.092
	Negative	-.149
Test Statistic		.149
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.020 ^d
99% Confidence Interval (2-tailed)	Lower Bound	.017
	Upper Bound	.024

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil pengolahan data primer dari SPSS 25, 2022

Adapun berdasarkan dari hasil uji normalitas yang telah disajikan pada tabel diatas adalah terlihat dari nilai *test statistic* yaitu 0,149 dimana nilai yang tersaji adalah lebih besar daro 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan data penelitian uji normalitas berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu kondisi yang terdapat adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas (Rachmat, 2019). Uji multikolinieritas menggunakan metode Variance Imflation Faktor (VIF). Ketentuannya sebagai adalah berikut :

- 1) Jika suatu nilai $VIF \geq 10$, maka antara variabel bebas bisa terjadi persoalan multikolinearitas.
- 2) Jika suatu nilai $VIF < 10$, maka antar variabel bebas tidak terjadi persoalan multikolinearias.

Tabel 18

Data Hasil Uji Multikolienaritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Destination</i>	.462	2.164
	<i>Image</i>		
	Daya Tarik	.406	2.463
	Wahana		
	Wisata		
	Atraksi Wisata	.570	1.754

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

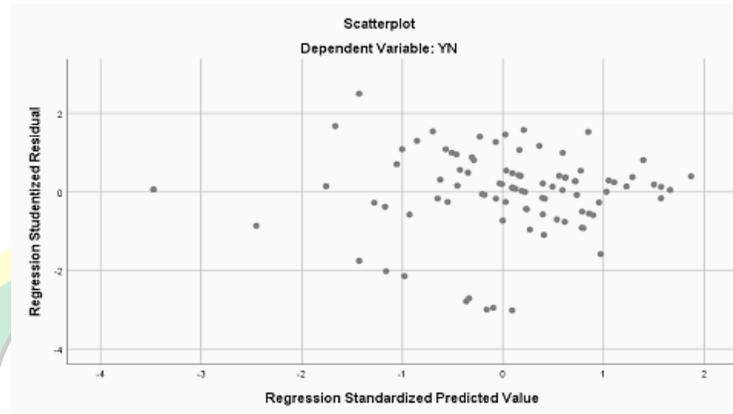
Sumber : Hasil data primer dari SPSS 25, 2022.

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factors (VIF) untuk masing-masing variabel penelitian yaitu dimana nilai *tolerance* pada variabel *destination image* adalah 0,462 dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) adalah 2,164, *tolerance* variabel daya tarik wahana wisata yaitu 0,406 dan *tolerance* pada variabel atraksi wisata sebesar 0,570 jadi, apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka variabel tidak mengalami gejala multikolinieritas, pada output diatas diperoleh nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factors (VIF) adalah $2,164 < 10$ artinya variabel kualitas pelayanan tidak mengalami gejala multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Pendapat dari Wijaya bahwa uji heterokedastisitas merupakan varian variabel yang berbeda untuk semua pengamatan/observasi (Sarjono, 2011). Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara ZRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandarisasi. Dibawah ini adalah grafik pola penyebaran titik (*scatterplot*) dari hasil uji heteroskedastisitas yang terdapat pada gambar berikut ini :

Gambar 5
Grafik *Scatterplots*



Sumber: Hasil data primer dari SPSS 25, 2022.

Berdasarkan gambar *Scatterplots* diatas dapat diketahui bahwa titik-titik terlihat menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan karena dalam penelitian ini terdapat variabel yang lebih dari satu variabel independent dan satu variabel dependen. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah variabel dependen dengan variabel independen serta untuk mengukur kekuatan suatu hubungan antara dua variabel atau bisa lebih. Hasil dari uji analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi software IBM SPSS 25.

Tabel 19
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,467	1,793		0,260	0,795		
1 Destination Image	0,166	0,060	0,287	2,777	0,007	0,552	1,811
1 Daya Tarik Wahana Wisata	0,098	0,065	0,191	1,523	0,131	0,374	2,672
1 Atraksi Wisata	0,273	0,107	0,283	2,564	0,012	0,484	2,067

a. Dependent Variable: Y (minat berkunjung)

Sumber: Hasil pengolahan data primer dari SPSS 25, 2022.

Berdasarkan tabel 15 diatas dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \\
 &= 0,467 + 0,166 + 0,098 + 0,273 \\
 &= 1,004.
 \end{aligned}$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien konstanta yang diperoleh dari hasil persamaan regresi penelitian yaitu 0,460. Artinya jika nilai pada variabel *Destination Image* (X1) , Daya Tarik Wahana Wisata (X2) dan Atraksi Wisata (X3) dianggap tetap atau konstan, jadi nilai variabel Minat Berkunjung (Y) ke Lokawisata Baturraden Banyumas adalah sebesar sebesar 0,460.
- b. $b_1 = 0,166$

Nilai koefisien regresi pada variabel *Destintion Image* (X1) sebesar 0,166 dan bernilai positif. Artinya jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan variabel *Destintion Image* (X1), maka minat berkunjung (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,166 dengan asumsi variabel independent yang lain tetap atau konstan.

c. $b_2=0,098$

Nilai koefisien regresi pada variabel Daya Tarik Wahana Wisata (X2) sebesar 0,098 dan bernilai positif. Artinya jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan variabel Daya Tarik Wahana Wisata (X2) maka minat berkunjung (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,098 dengan asumsi variabel independent yang lain tetap atau konstan.

d. $b_3=0,273$

Nilai koefisien regresi pada variabel Atraksi Wisata (X3) sebesar 0,273 dan bernilai positif. Artinya jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan variabel Atraksi Wisata (X1), maka minat berkunjung (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,273 dengan asumsi variabel independent yang lain tetap atau konstan.

D. Uji Hipotesis

a. Uji Persial (Uji T)

Uji persial (uji T) dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara persial dapa variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dan perbandingan nilai yang signifikan. Dengan $t_{tabel} = (\alpha/0,05; df= n-k-1)$.

$$\alpha = 0,05$$

$$df = n-k-1 = 100- 3- 1 = 96.$$

$$t_{tabel} = 1.66088$$

Jika nilai *sig* lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sebaliknya jika nilai *sig* lebih besar dari 0,05 maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Berikut ini adalah hasil statistik uji t dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 20
Hasil Uji Persial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0,467	1,793		0,260	0,795
	<i>Destination Image</i>	0,166	0,060	0,287	2,777	0,007
	Daya Tarik Wahana Wisata	0,098	0,065	0,191	1,523	0,131
	Atraksi Wisata	0,273	0,107	0,283	2,564	0,012

a. Dependen variabel Y (minat berkunjung)

Sumber : Hasil pengolahan data primer dari SPSS 25,2022.

Berdasarkan tabel diatas, dapat menunjukkan hasil dari Uji T yaitu:

- 1) Nilai *Sig* $X_1 = 0,007 < 0,05$ dan berdasarkan hasil uji $t_{hitung} = 2,777$ dan $t_{tabel} = 1,6608$. Maka dapat diambil hasil yang diperoleh yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_1 diterima maka, pada variabel *destination image* berpengaruh dan signifikan terhadap variabel minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas (Y)
- 2) Nilai *Sig* $X_2 = 0,131 > 0,05$ dan berdasarkan hasil uji $t_{hitung} = 1,523$ dan $t_{tabel} = 1,6608$. Maka dapat diambil hasil yang diperoleh yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H_2 ditolak maka, pada variabel daya tarik wahana wisata tidak berpengaruh terhadap

variabel minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas(Y).

- 3) Nilai $Sig\ X3 = 0,012 < 0,05$ dan berdasarkan hasil uji $t_{hitung}=2,564$ dan $t_{tabel} = 1,6608$. Maka dapat diambil hasil yang diperoleh yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H3 diterima maka, pada variabel atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas(Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang sudah dimasukkan ke dalam model regresi dapat memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah tabel hasil analisis uji statistik F menggunakan SPSS 25

Tabel 21
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	279,756	3	93,252	24,597	.000 ^b
	Residual	363,954	96	3,791		
	Total	643,710	99			

a. Dependen Variabel Y (Minat Berkunjung)

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Hasil pengolahan data primer dari SPSS 25,2022.

Berdasarkan data pada tabel 17 diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikasi F sebesar 0,000. Dapat diketahui berdasarkan

kriteria pengujian menentukan jika nilai probabilitas atau *Sig* < 0,05, jadi hipotesis diterima. Oleh karena itu nilai 0,000 < 0,05 dapat diartikan bahwa variabel independen *destination image*, daya tarik wahana wisata dan atraksi wisata berpengaruh secara simultan atau bersamaan dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung.

e. Analisis Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan analisis yang mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Pada nilai R^2 yang menunjukkan *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung. Hasil dari koefisien determinasi sebagai berikut ini:

Tabel 22
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.659 ^a	0,435	0,417	1,94710	1,721

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y (Minat Berkunjung)

Sumber : pengolahan data primer dari SPSS 25,2022.

Berdasarkan data 18 hasil dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* = 0,417 atau 41,7%. Maka total dari variasi pada variabel minat berkunjung dipengaruhi oleh variabel *destination image*, daya tarik wahana wisata dan atraksi wisata sebesar 41,7%. Sedangkan selebihnya sebesar 58,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak bisa dijelaskan dalam penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah diteliti oleh penulis maka dapat diperoleh suatu hasil dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh *Destination Image* (X1) Terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

Hasil penelitian analisis statistik uji t diperoleh Nilai sig. $X1 = 0,007$. Hasil tersebut diketahui lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$), artinya H1 diterima H0 ditolak, dapat dilihat dari variabel *destination image* secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas. *Destination image* merupakan faktor yang sangat penting untuk dikelola dalam suatu perusahaan kepariwisataan. Hal ini menunjukkan bahwa Lokawisata Baturraden Banyumas mempunyai citra yang baik, sehingga mampu untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Lokawisata Baturraden. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan hasil temuan bahwa *destination image* berpengaruh signifikan positif terhadap minat berkunjung.

Berdasarkan penjabaran diatas dapat disimpulkan pada penelitian ini terdapat pengaruh antara *Destination Image* Terhadap Minat Berkunjung Ke Lokawisata Baturraden Banyumas. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh *Destination image* sangatlah penting, terdapat peranan suatu citra yang dapat dilihat menurut Buck (1993) dan Laws (1995) yang beranggapan tentang pariwisata yaitu pariwisata merupakan industri yang berbasis citra, hal ini dikarenakan citra mampu memberikan calon pengunjung atau wisatawan ke dunia (Piatna dan putu, 2005). Hasil dari penelitian diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riyanto, dkk (2019)

yang berjudul Pengaruh *Destination Image* dan *Destination Branding* Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur. Penelitian tersebut menunjukkan hasil dari penelitiannya yang menyatakan bahwa *destination image* berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung. Dengan demikian, dalam penelitian ini mempunyai hasil bahwa minat berkunjung dapat dipengaruhi oleh *destination image* yang mempunyai citra suatu destinasi di Lokawisata Baturraden yang baik, sehingga mampu untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

2. Pengaruh Daya Tarik Wahana Wisata (X2) Terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

Hasil penelitian analisis statistik uji t diperoleh nilai $Sig_{X2} = 0,131 > 0,05$ dan berdasarkan hasil uji $t_{hitung} = 1,523$ dan $t_{tabel} = 1,6608$. Maka dapat diambil hasil yang diperoleh yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H2 ditolak maka, pada variabel daya tarik wahana wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas(Y). Sehingga dapat kita ketahui hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak. Jadi, kesimpulannya adalah H2 ditolak dan H0 diterima. Menurut hasil temuan peneliti yaitu berdasarkan jawaban dari responden melalui pengisian kuisioner, hal tersebut dikarenakan daya tarik wahana wisata di Lokawisata Baturraden tidak cukup lengkap fasilitas yang tersedia sehingga wisatawan yang berkunjung tidak cukup puas. Adanya spot foto di tempat wisata tersebut tidak cukup memberikan rasa puas dan senang kepada wisatawan yang berkunjung karena terdapat beberapa spot foto yang dipungut biaya apabila ingin berfoto di spot foto tersebut. Adanya wahana wisata yang masih banyak belum di perbaharui dan lahan parkir yang kurang tertata dngan rapi.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan dari pembahasan diatas adalah wisatawan yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden akan tetap berkunjung dengan adanya niat dan rasa ingin berkunjung serta ekspektasi sebelumnya meskipun tidak terdapat adanya daya tarik wahana wisata yang baik di Lokawisata Baturraden. Hal ini dipicu karena pengunjung yang datang untuk berlibur dan berwisata ke Lokawisata Baturraden lebih mengutamakan keinginan melihat, merasakan dan menikmati daya tarik yang diharapkan sesuai dengan ekspektasinya dan berdampak terhadap adanya minat untuk berkunjung wisatawan. Disamping itu pengunjung juga lebih mengutamakan fasilitas yang ditawarkan di Lokawisata Baturraden. Hal ini tentu juga tidak sesuai dengan teori yang ada. Daya tarik wahana wisata merupakan sesuatu yang memiliki unsur sebuah keunikan, keanekaragaman alam atau budaya dan keindahan yang menjadi sasaran utama. Daya tarik wahana wisata terbentuk oleh delapan unsur seperti harga, kelebihan produk, ketersediaan produk pendukung, jasa dan aksesoris, baik buruknya *review* mengenai produk, keuntungan relative dan level standarisasi (Tjiptono, 1997). Dapat dikatakan produk dalam wisata yaitu suatu paket yang tidak hanya tentang keindahan atau eksotisme dalam suatu tempat wisata tetapi juga dalam arti yang lebih luas.

Hasil dari penelitian diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Dewanto (2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa variabel daya tarik wahana wisata tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung dimana kondisi daya tarik wahana wisata berupa berbagai macam wahana yang tersedia dan dapat dinikmati oleh

pengunjung yang dilalui serta sarana dan fasilitas yang tersedia juga cukup lengkap maka semakin tersuguhkan dengan baik, maka rasa ingin berkunjung ke tempat wisata akan mengalami penurunan. Jadi berdasarkan pemaparan hasil pengujian, teori yang mendukung dan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang sedang diteliti maka dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi adanya daya tarik wahana wisata yang tersedia di tempat wisata yang ditawarkan maka rasa ingin berkunjung atau tumbuhnya minat berkunjung wisatawan akan mengalami peningkatan.

3. Pengaruh Atraksi Wisata (X3) Terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

Berdasarkan hasil dari pengujian korelasi *Product Moment* dan hasil perhitungan hipotesis secara parsial (uji-t), diketahui nilai $Sig\ X3 = 0,012 < 0,05$ dan berdasarkan hasil uji $t_{hitung} = 2,564$ dan $t_{tabel} = 1,6608$. Maka dapat diambil hasil yang diperoleh yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H3 diterima maka, pada variabel atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel atraksi wisata (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Jadi, kesimpulannya adalah H3 diterima dan H₀ ditolak. Hal ini didasarkan berdasarkan jawaban dari responden melalui pengisian kuisioner, hal tersebut dikarenakan pengunjung atau wisatawan menganggap Lokawisata Baturraden memiliki atraksi wisata yang baik. Atraksi wisata merupakan salah satu faktor yang mendukung pengunjung atau wisatawan merasa puas setelah berkunjung ke objek wisata. Hal ini dipicu karena rata-

rata pengunjung yang berkunjung berusia remaja, sehingga apa yang disuguhkan oleh Lokawisata Baturraden sangat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh kalangan muda yang senang menikmati tempat wisata yang unik sekaligus bisa dijadikan sebagai kebutuhan sosial mereka bersama kerabat dan teman-temannya.

Adapun menurut teori Witt & Mountinho (1994) atraksi wisata merupakan faktor utama bagi para wisatawan dalam merasakan kesenangan atau kepuasan dalam berwisata (Jushendriawati, 2021). Hal ini sejalan dengan pendapat Atraksi wisata dapat didefinisikan sebagai terjemahan dari kata *attraction* dalam bahasa Inggris yang dapat diartikan sebagai suatu yang memiliki suatu daya tarik sendiri dalam pariwisata bisa berbentuk fisik, benda ataupun bisa juga berupa keindahan yang ada dalam tempat wisata tersebut ataupun keunikan alam, budaya masyarakat sekitar, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan manusia seperti sarana permainan dan hiburan (Isdarmanto, 2017:31). Dalam penelitian ini, sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh pakar ilmu pariwisata diatas bahwa atraksi merupakan faktor utama yang menjadi daya tarik yang menjadikan wisatawan merasa senang dan puas berkunjung ke Lokawisata Baturraden.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syakir Kamil, Djamhur Hamid dan Luchman Hakim (2017) dengan judul penelitiannya “*Pengaruh Atraksi Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen)*”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa atraksi wisata

menunjukkan hasil pengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kawah Ijen.

Dalam Islam juga dijelaskan tentang wisata, sebagaimana tertuang dalam QS. Al-An'am ayat 11, sebagai berikut:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

Artinya “*Jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagai-mana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.*”
Sumber (Kemenag RI).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa kita di anjurkan untuk melakukan sebuah perjalanan dengan tujuannya bukan semata-mata hanya untuk melakukan wisata tapi agar kita melihat dengan sendirinya bagaimana kuasan Allah SWT yang mana merupakan hasil peninggalan dari beberapa generasi terdahulu yang telah ada sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan dari hasil pengujian, teori- teori yang mendukung dan penelitian terdahulu yang mempunyai hasil yang sama dengan penelitian ini jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi atraksi wisata yang ditawarkan maka akan semakin mendorong juga dilihat dari tingginya rasa ingin berkunjung atau minat berkunjung pada wisatawan, namun sebaliknya jika atraksi wisata yang ditawarkan tidak dijaga, dikembangkan dan bahkan tidak diperhatikan dengan baik maka rasa ingin berkunjung atau minat berkunjung wisatawan masyarakat untuk berkunjung ke Lokawisata Baturraden akan ikut mengalami penurunan juga.

4. Pengaruh *Destination Image* (X1), Daya Tarik Wahana Wisata (X2) dan Atraksi Wisata (X3) Terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

Berdasarkan dari hasil perhitungan menggunakan SPSS 25 menunjukkan uji simultan (uji f) menunjukkan nilai signifikansi f sebesar 0,000. Dapat diketahui berdasarkan kriteria pengujian menentukan jika nilai probabilitas atau *Sig* < 0,05, jadi hipotesis diterima. Oleh karena itu nilai 0,000 < 0,05 dapat diartikan bahwa variabel independen *destination image*, daya tarik wahana wisata dan atraksi wisata berpengaruh secara simultan atau bersamaan dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung sehingga hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Jushendriawati (2021) yang berjudul “*Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Warung Terapung (water) Amassangan Kecamatan Malangke Barat.*” Hasil dari penelitiannya menyimpulkan bahwa atraksi wisata, citra destinasi dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Wisata Warung Terapung (water) Amassangan Kecamatan Malangke Barat.

Adapun menurut teori *behaviorisme* belajar yaitu tentang perubahan tingkah laku sebagai hasil pengalaman. Belajar merupakan akibat dari adanya interaksi antara stimulus dan respon. Seseorang akan dianggap sudah belajar dari sesuatu hal jika dapat menunjukkan perubahan perilaku (Zulhammi, 2015). Jika dikaitkan dengan penelitian ini dimana stimulus yang dimaksud disini yakni *destination image*, daya tarik wahana wisata dan atraksi wisata Sedangkan respon yang diberikan adalah dalam bentuk meningkatnya minat berkunjung dari masyarakat. Minat adalah rasa ingin seseorang melakukan

sesuatu, yang mana dikarenakan adanya rangsangan untuk melakukan tersebut (Rizka, 2016). Minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke objek wisata (Asdi, 2018).



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis data uji asumsi klasik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh antara *Destination Image* (X1) terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas.

Hal ini telah dibuktikan dengan hasil Uji Parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung > t tabel analisis statistik uji t diperoleh Nilai sig. X1 = 0,007. Hasil tersebut diketahui lebih kecil dari 0,05 (0,007 < 0,05), artinya variabel *destination image* secara parsial atau individu berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa **H0 ditolak dan H1 diterima** yang artinya *Destination Image*(X1) memiliki hubungan yang kuat yang berarti semakin baik *Destination Image* yang disajikan maka akan semakin tinggi Minat berkunjung (Y). Dengan demikian untuk variabel *Destination Image* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Daya Tarik Wahana Wisata terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas.

Hal ini telah dibuktikan dengan hasil Uji Parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian analisis statistik uji t diperoleh nilai Sig X2 = 0,131 > 0,05 dan berdasarkan hasil uji $t_{hitung} = 1,523$ dan $t_{tabel} = 1,6608$ Maka dapat diambil hasil yang diperoleh yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya **H0 diterima dan H2 ditolak** maka, pada variabel daya tarik wahana wisata tidak berpengaruh

positif dan signifikan terhadap variabel minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas(Y). Sehingga dapat kita ketahui hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak. Dengan demikian untuk variabel Daya Tarik Wahana Wisata tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

3. Terdapat pengaruh antara Atraksi Wisata (X1) terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas.

Hal ini telah dibuktikan dengan hasil Uji Parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan hipotesis secara parsial (uji-t), diketahui nilai $Sig\ X3 = 0,012 < 0,05$ dan berdasarkan hasil uji $t_{hitung}=2,564$ dan $t_{tabel} = 1,6608$. Maka dapat diambil hasil yang diperoleh yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H3 diterima maka, pada variabel atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas(Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel atraksi wisata (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Jadi, kesimpulannya adalah **H3 diterima dan H₀ ditolak**. Dengan demikian untuk variabel Atraksi Wisata terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

4. Terdapat pengaruh antara *Destination Image* (X1), Daya Tarik Wahana Wisata (X2) dan Atraksi Wisata (X3) terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Lokawisata Baturraden Banyumas.

Hal ini telah dibuktikan dengan hasil perhitungan yang menunjukkan uji simultan (uji f) menunjukkan nilai signifikansi f sebesar 0,000. Dapat diketahui berdasarkan kriteria pengujian menentukan jika nilai probabilitas atau $Sig < 0,05$, jadi hipotesis diterima. Oleh karena itu nilai $0,000 < 0,05$ dapat diartikan bahwa

variabel independen *destination image*, daya tarik wahana wisata dan atraksi wisata berpengaruh secara simultan atau bersamaan dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung sehingga hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, untuk memberi gambaran sekaligus menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, berikut ini beberapa saran yang dapat peneliti kemukakan :

1. Bagi Perusahaan Pengelola wisata Lokawisata Baturraden

Perusahaan diharapkan dapat lebih berinovasi yang berbeda dan banyak menciptakan hal yang baru seperti daya tarik wahana wisata lebih diperbanyak dan ciri khas kesenian tradisionalnya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, pengelola wisata diharapkan memperbaiki dan meningkatkan sarana prasarana serta fasilitas wisata secara terusmenerus guna menciptakan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan yang berkunjung dan selepas berkunjung ke Lokawisata Baturraden Baturraden. Diharapkan dengan usaha yang dilakukan tersebut dapat menciptakan dan meningkatkan kepuasan wisatawan yang pada akhirnya dapat meningkatkan profit bagi perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel yang lain yang juga yang dapat mempengaruhi variabel minat berkunjung agar menambah keakuratan penelitian seperti dengan menggunakan variabel-variabel lain contohnya harga, pelayanan, lokasi dan lain-lainnya.

Daftar Pustaka

- Abdulhaji, dkk. 2016. “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Dikota Ternate”. *Jurnal Pendidikan Humano*. Vol 7. No 2.
- Ahmad, H. 2003. *Pengantar Teologi Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Husna.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arjana, I Gusti Bagus. 2015. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Asdi. 2018. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Alam Malino di Kabupaten Gowa”. *Jurnal Ilmiah Pena*, 1.
- Azhar, Ratih Mukti, dkk. 2017. “Pengembangan Model Bisnis pada Lokawisata Baturraden Menggunakan *Business Model Canvas*”. *Jurnal Manajemen*. Vol. 12. No. 2.
- Basiyah, R., dan Rozak, H. A. 2012. “Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*. Vol. XI, No.2 : 1-12.
- Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka 2017-2021(Data Diolah Penulis Pada 1 Oktober 2022).
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Darmawan, Dimas Setya. 2019. “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung”, dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 8, No. 1. Malang : Universitas Brawijaya
- Dena, A.P.D. 2019. “Pengaruh Daya Tarik Wahana Wisata Dan Kualitas Layanan Wisata Terhadap Loyalitas Dengan Keputusan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengunjung Taman

- Rekreasi Sengkaling UMM)”. *Jurnal manajemen Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty Offset, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gheraldin. Bella Aviolitasona. 2017. “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali”. Surakarta: IAIN Surakarta Jawa Tengah.
- Ghozali, I. 2018. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hapsari, Nandita. 2022. “Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Hutan Mngrove Kabupaten Rembang”. Kudus : IAIN Kudus.
- Statistik, Konsultan. 2011. “Koefisien Determinasi pada Regresi Linear”. Diakses pada tanggal 12 Desember 2022 dari <https://www.konsultanstatistik.com/2011/07/koefisien-determinasipadaregrsi.html>. 2022 pada pukul 15:30 WIB.
- Isdarmanto. 2016. *Dasar-Dasar Kepariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara Dan Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta.
- Isdarmanto, 2017. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara Dan STiPrAm Yogyakarta.
- Jumanto, Irman. 2017. “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran, Lampung.” *Tesis Tidak Diterbitkan. Bandar Lampung: Universitas Lampung*.
- Jushendriawati. 2021. “Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Warung Terapung (*Water*) Amassangan Kecamatan Malangke Barat”. Makasar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar.

- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Leylita, N.R. dan Endang, W. 2018. “Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta”. *Journal Of Tourism And Economic*. Vol. 1, No. 2, 2018.
- Mangold, W. Glynn dan David J. Faulds. 2009. “Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix.” *Business Horizons* 52(4):357-65.
- Miarsih, G. Surya dan Anwani. 2018. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta”. *Journal of Tourism and Economic* 1. No.2.
- Muchtar, Alfia. H.D. 2020. “Manajemen Lokawisata Baturraden Dalam Mempertahankan Eksistensinya (Studi Deskriptif Analitis Wisata Berdasarkan Prinsip Syariah)”. Purwokerto: Skripsi. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Muksin, I Ketut. 2016. “Daya Tarik Wisata”. Bali: Universitas Udayana Bali.
- Muljadi, A.J dan H. Andri Warman. 2016. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Edisi 2, Cetakan 5. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana
- Nifita, Ade Titi dan Edy Arisondha. 2018. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Marangin”. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 7:13-14.
- Ningsih, Sita Sari. 2020. “Pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Wisatawan ke Destinasi Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan Kepuasan

Sebagai Variabel Intervening”, *Skripsi*. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi Medan

Nivranti, Sondakh P.M dan Tumbel Altjie. 2016. “Pelayanan, Kemanan, dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon”. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16. No.1.

Nofiana, Mufida. 2018. “Manfaat Lokawisata Baturraden Dalam Pengembangan Program Pendidikan Berbasis Keunggulan Lokal (PBKL)”. *Jurnal Pendidikan Biologi Universitas Muhammadiyah Metro*.

Kusumawardani, Noni. 2021. “Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pendaki Gunung Prau Via Patak Banteng)”. *Jurnal magement STIE Putra Bangsa Kebumen*.

Putra, Gagah Bimo Setyo. Dkk. 2015. “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 26 No.2.

Pitana, G. dan Diarta K.S., (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Pitana, I Gde dan Gayatri, Putu.G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.

Rizka, R. 2016. “Persepsi Konsumen Tentang Wisata Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung.” *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suharjo, Bambang. 2013. *Statistika Terapan Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi.

- Sumantri, A. 2010. *Kesehatan Lingkungan*. Jakarta: Kencana
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2020. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sutopo, Ilham Surgawi. 2016. “Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang”. *Jurnal Manajemen*. Vol. 5, No. 4 (2337-3792).
- Suwena dkk. 2010. *Pengetahuan dasar Ilmu Pariwisata*. Cetakan pertama. Udayana University Press.
- Suwena, dkk. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.
- Syamsu, D. 2016. *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Retribusi Sektor Pariwisata*. Serang: IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Zaenuri, Muchammad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: e-Gov Publishing.
- Zulhammi. 2015. “Teori Belajar Behavioristik dan Humanistik dalam Perspektif Pendidikan Islam”. *Jurnal Darul Ilmi*. Vol.3. No.1 Hal.105-127.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Tanggal :/...../2022

Nomor Kuisisioner :

Kepada Yth

Pengunjung Lokawisata Baturraden Kabupaten Banyumas

Di Baturraden

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Ike Tiyani, mahasiswi semester akhir dengan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir skripsi guna memenuhi gelar Sarjana. Dalam rangka pengumpulan data penelitian guna penyusunan tugas akhir skripsi mengenai "Pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden Banyumas". Dengan ini saya mohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner penelitian saya.

Adapun kriteria responden yaitu :

1. Pernah berkunjung ke Lokawisata Baturraden minimal 1 (satu) kali
2. Berusia minimal 17 tahun

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan saudara/I meluangkan waktunya untuk melengkapi kuesioner ini. Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian akademis, sehingga semua informasi yang saudara/i berikan akan terjamin kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari responden yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas kesediaan dan partisipasi yang saudara/i berikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto,..... Desember 2022

Hormat Saya,



Ike Tiyani

A. IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda silang (X) jawaban yang sesuai dari pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Nama Lengkap :
2. Email/ Nomor WA :
3. Alamat :
4. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
5. Usia :
 - a. 17-19 Tahun
 - b. 20-22 Tahun
 - c. 23-25 Tahun
 - d. > 25 Tahun

B. PETUNJUK PENGISIAN DAN PERNYATAAN

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia. Adapun skala responden sebagai berikut:

- 1 = STS : Sangat Tidak Setuju
 2 = TS : Tidak Setuju
 3 = CS : Cukup Setuju
 4 = S : Setuju
 5 = SS : Sangat Setuju

1. *Destination Image/ Citra Destinasi (X1)*

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya merasa nyaman dan senang ketika berkunjung ke Lokawisata Baturraden karena suasana dan tempatnya jauh dari perkotaan					
2.	Wisatawan yang berkunjung ke Lokawisata Baturraden ramah dan sopan					
3.	Suasana yang masih asri dan sejuk bernuansa alam dan					

	pegunungan karena Lokawisata Baturraden terletak di lereng kaki gunung Slamet					
4.	Lokawisata Baturraden yaitu tempat wisata yang memiliki sejarah dan legenda yang terkenal memberikan kualitas tempat menjadi populer					
5.	Saya merasa aman dan tenang ketika sedang berkunjung ke Lokawisata Baturraden karena terdapat kelembagaan yang memastikan keselamatan wisatawan					
6.	Semua yang ada di Lokawisata Baturraden tertata rapi dan teratur sehingga wisatawan tidak merasa kebingungan					
7.	Petugas dan pedagang yang ada di Lokawisata Baturraden sangat baik dan sopan pelayanannya sehingga wisatawan tidak merasa sungkan.					
8.	Area Lokawisata Baturraden terlihat bersih karena kebersihan lingkungan sekitarnya terjaga dengan baik					
9.	Harga tiket masuk Lokawisata Baturraden sangat terjangkau					

2. Daya Tarik Wahana Wisata (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
10.	Adanya fasilitas yang tersedia di Lokawisata Baturraden sudah sangat lengkap					

	sehingga memudahkan wisatawan yang berkunjung					
11.	Terdapat berbagai macam spot foto yang ada di Lokawisata Baturaden memberikan rasa puas dan senang kepada setiap wisatawan					
12.	Terdapat kolam renang dan pemandian air panas yang bisa dinikmati oleh para wisatawan					
13.	Terdapat banyak wahana permainan seperti ayunan gantung dan seeped gantung yang mempesona dengan menyajikan pemandangan alam yang indah sekitar tempat wisata					
14.	Di Lokawisata Baturraden juga terdapat banyak wahana air yang tersedia seperti bebek-bebekan dan terapi ikan untuk merelaksasi jiwa					
15.	Tersedia lahan parkir yang luas di Lokawisata Baturraden					
16.	Tersedia banyak warung dan tempat makanan serta berbagai macam pedagang aksesoris yang menarik di Lokawisata Baturraden					
17.	Terdapat berbagai macam kuliner khas Banyumas di Lokawisata Baturraden					
18.	Tersedia banyak taman bermain untuk anak-anak di					

	sekitar Lokawisata Baturraden					
19.	Tersedia banyak toilet umum di Lokawisata Baturraden sehingga dapat memudahkan wisatawan yang sedang berkunjung					

3. Atraksi Wisata (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
20.	Lokawisata Baturraden menyajikan pemandangan alam seperti bukit dan pegunungan yang cocok untuk berfoto dan <i>hilling</i>					
21.	Area tempat wisata yang luas sehingga wisatawan bisa sangat puas dan leluasa saat berkunjung					
22.	Kondisi lingkungan yang bersih dan masih asri serta udaranya sejuk dan dingin karena terletak di dataran tinggi					
23.	Di Lokawisata Baturraden terdapat berbagai macam hiburan dan pertunjukan seperti kenthongan, pertunjukan calung, pementasan tari-tarian khas Banyumas dan Theater Alam dalam pesawat terbang Fokker F28 milik Garuda Indonesia					
24.	Adanya kebersihan tempat wisata dan tong sampah yang					

	banyak memberikan rasa nyaman ke pengunjung yang ada di Lokawisata Baturraden					
--	---	--	--	--	--	--

4. Minat Berkunjung (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
25.	Saya akan berkunjung berkunjung ke Lokawisata Baturraden pada waktu libur bersama keluarga atau kerabat dekat					
26.	Saya akan mengajak orang lain untuk berkunjung ke Lokawisata Baturraden karena terdapat berbagai macam wahana dan suasana alamnya cocok untuk berlibur					
27.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke Lokawisata Baturraden terutama bagi orang yang belum pernah kesana					
28.	Saya akan mencari informasi terkait Lokawisata Baturraden sebelum melakukan kunjungan					

Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden Data Ordinal

Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel *Destination Image* (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
4	3	5	4	4	4	4	4	4	36
5	3	5	4	4	3	3	5	3	35
4	3	5	3	3	2	3	3	4	30
4	3	5	4	4	5	4	4	5	38
4	3	4	4	3	2	4	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	3	4	5	4	4	4	3	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	5	3	4	3	5	4	3	33
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
4	4	5	4	4	4	3	4	3	35
5	4	5	5	5	4	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
4	5	5	4	5	5	5	5	5	43
4	3	5	5	3	3	4	4	4	35
4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
5	4	5	5	4	4	4	4	4	39
4	4	4	5	4	4	3	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	5	2	3	4	5	3	33
5	3	4	5	3	3	4	3	3	33
4	4	4	5	4	4	3	4	5	37
5	5	5	4	4	5	4	5	5	42
4	3	5	4	4	2	3	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	4	5	5	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	5	3	37
4	3	5	4	4	4	4	4	3	35
5	4	5	5	5	4	3	4	5	40
4	4	5	5	4	5	5	5	4	41
4	4	4	5	5	5	5	4	4	40
4	4	4	3	3	4	3	3	4	32
4	4	5	5	3	4	4	4	3	36
5	4	5	5	5	3	5	5	4	41
4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	5	5	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	5	3	36
5	2	5	4	4	3	3	4	3	33

3	3	4	4	3	5	3	3	4	32
5	4	5	5	5	4	3	3	5	39
4	3	5	3	3	3	3	4	3	31
3	3	3	4	3	2	3	2	3	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	4	2	2	3	2	3	3	25
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	3	4	3	3	4	4	3	3	30
4	4	4	4	3	3	5	5	1	33
5	3	3	3	2	2	3	3	4	28
2	3	2	4	3	3	2	4	4	27
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	5	5	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
5	4	5	4	4	4	4	5	5	40
3	3	5	5	5	5	5	3	4	38
4	3	3	5	3	5	3	4	3	33
5	4	4	4	4	4	3	3	3	34
4	3	4	5	4	3	4	3	3	33
4	3	5	3	3	5	5	5	4	37
4	3	5	5	3	5	4	3	4	36
3	3	3	5	3	4	5	5	4	35
4	4	5	4	5	5	3	3	4	37
5	3	5	5	4	4	3	5	3	37
4	3	5	5	5	3	3	3	5	36
3	2	3	3	2	4	5	5	4	31
3	3	3	2	4	3	3	3	2	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	4	3	4	4	4	37
5	3	3	5	5	5	3	3	3	35
3	2	4	3	3	5	5	3	4	32
4	3	3	3	3	3	3	4	4	30
2	3	5	4	4	3	4	3	5	33
3	3	3	4	4	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
3	3	3	3	4	3	5	3	3	30
3	3	3	4	3	3	3	2	3	27
3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
4	3	3	3	4	3	3	3	3	29
4	3	4	5	3	3	3	4	3	32

3	3	3	3	5	3	5	3	3	31
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	4	3	4	4	3	3	3	3	30
4	3	4	5	5	3	3	4	3	34
5	3	5	3	4	4	3	5	5	37
4	4	5	5	3	3	3	5	5	37
4	3	5	5	4	4	4	4	4	37
4	5	3	3	5	5	3	3	3	34
5	5	5	4	5	4	5	4	5	42
4	4	5	5	3	3	3	3	5	35
5	5	4	3	3	4	5	5	3	37
3	3	3	3	2	3	4	5	4	30
3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
4	4	5	3	3	3	3	3	4	32
3	2	4	5	4	4	4	3	3	32
4	4	4	4	3	3	3	3	3	31

Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Daya Tarik Wahana Wisata (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
3	4	5	3	5	4	5	4	3	3	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	4	1	5	1	4	5	4	3	36
3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	43
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	41
4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	43
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	47
2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	30
3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	39
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47

3	5	4	4	4	3	3	4	4	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	45
3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	38
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
2	3	4	5	5	4	3	4	4	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	44
5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	46
3	5	4	3	5	3	4	5	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	45
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	3	5	5	4	3	45
3	4	5	3	5	5	4	4	4	4	41
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	2	4	3	3	3	4	4	3	2	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	46
4	3	5	4	5	3	5	5	4	3	41
2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	31
3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	45
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	44
3	5	5	5	5	3	5	5	4	4	44
3	3	4	5	3	5	5	5	5	3	41
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	42
3	5	5	5	5	3	3	4	4	5	42
3	4	5	5	5	3	3	5	4	3	40
5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	43
5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
5	5	5	4	5	5	3	5	3	4	44

3	3	5	5	4	5	5	3	4	4	41
3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	41
3	3	5	5	5	3	5	4	5	4	42
5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	41
3	5	5	4	4	3	3	3	4	4	38
3	3	3	3	5	3	5	5	3	3	36
3	5	4	4	4	3	3	3	4	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	33
3	5	5	3	3	3	3	4	5	3	37
4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	38
3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	38
5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	38
4	4	4	3	5	4	5	5	4	3	41
5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	40
5	5	3	3	3	4	3	3	3	3	35
3	4	5	5	5	3	3	3	4	3	38
3	3	4	5	5	3	5	3	3	3	37
3	4	3	4	5	3	5	3	5	4	39
3	3	5	3	4	5	4	5	5	3	40
3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	44
4	5	5	5	5	3	3	5	3	3	41
3	3	3	4	5	5	5	4	4	3	39
5	5	5	3	5	3	3	5	5	3	42
3	5	3	3	5	4	4	3	3	5	38
3	5	5	3	4	3	3	4	4	4	38
3	3	4	4	5	3	5	5	3	3	38
3	4	5	4	5	3	3	3	3	3	36
3	4	3	3	3	4	4	5	5	5	39
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32

Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Atraksi Wisata (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
4	4	4	4	4	20
4	3	4	5	4	20
5	4	5	3	4	21
4	4	4	3	3	18
5	5	4	1	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19

5	5	5	5	5	25
3	4	5	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	3	4	5	5	22
4	3	4	3	4	18
4	3	4	4	4	19
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	3	2	2	4	15
4	5	5	5	3	22
3	4	4	5	4	20
5	3	5	5	4	22
5	4	5	5	5	24
5	4	5	4	4	22
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	3	5	5	4	22
5	5	5	5	3	23
5	3	5	3	3	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	18
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	4	22
4	3	1	1	5	14
3	3	3	4	4	17

4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	4	22
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
4	3	5	5	5	22
5	3	3	5	5	21
3	4	4	4	4	19
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	5	20
4	5	5	5	5	24
3	3	4	5	5	20
3	5	5	4	4	21
5	5	4	4	4	22
4	3	3	5	5	20
4	3	5	5	5	22
4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	4	17
3	3	5	5	5	21
4	3	5	5	5	22
4	4	3	3	3	17
3	3	4	4	4	18
5	3	3	4	4	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
4	4	3	5	3	19
3	3	5	5	5	21
3	4	4	5	5	21
3	3	4	5	5	20
3	3	3	3	5	17
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
3	3	4	5	5	20
4	4	3	3	5	19
3	4	5	5	4	21
4	5	3	3	3	18
5	5	4	4	5	23
3	4	5	5	5	22
4	4	5	3	3	19
3	5	5	4	5	22
3	3	3	5	5	19
4	4	5	5	5	23

4	5	5	3	3	20
5	5	5	5	3	23
5	3	3	4	3	18
3	3	4	3	5	18

Tabel Tabulasi Jawaban Responden Variabel Minat Berkunjung (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y
3	4	4	5	16
3	4	4	5	16
4	4	5	3	16
3	4	4	2	13
4	4	4	1	13
3	2	2	2	9
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
2	3	3	3	11
5	5	5	4	19
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
3	4	5	5	17
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	5	5	5	18
3	3	4	5	15
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16

4	3	3	3	13
3	3	4	3	13
5	4	4	4	17
5	5	3	4	17
3	3	4	5	15
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
2	3	3	2	10
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	4	5	4	16
2	4	3	3	12
2	4	2	2	10
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	5	5	18
3	4	4	2	13
4	5	5	3	17
5	5	5	3	18
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	3	5	5	17
4	3	5	3	15
3	4	5	3	15
3	3	4	3	13
4	4	5	5	18
4	3	5	5	17
3	2	5	5	15
2	4	5	3	14
4	4	4	3	15
4	5	4	4	17
5	3	4	5	17
3	3	5	5	16
4	3	4	3	14
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14

5	5	5	3	18
4	3	5	5	17
3	4	4	5	16
3	3	4	3	13
5	5	5	5	20
3	3	4	5	15
5	5	4	3	17
3	3	4	5	15
5	5	5	3	18
3	4	5	3	15
3	4	4	4	15
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
3	3	5	5	16
4	4	5	3	16
3	4	5	5	17
3	3	4	4	14
4	3	5	3	15
4	3	4	3	14
3	3	3	4	13

Lampiran 3. Hasil Analisis Data

Hasil Uji Validitas

1. *Desination Image (X1)*

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.472**	.509**	.367**	.365**	.249**	0,069	.389**	.244**	.657**
	Sig. (1-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,248	0,000	0,007	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.472**	1	.282**	.200*	.418**	.372**	.238**	.353**	.341**	.637**
	Sig. (1-tailed)	0,000		0,002	0,023	0,000	0,000	0,009	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.509**	.282**	1	.408**	.365**	.290**	.242**	.327**	.436**	.673**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,002		0,000	0,000	0,002	0,008	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.367**	.200*	.408**	1	.398**	.301**	.178*	.221*	.279**	.610**

X2.2	Pearson Correlation	.427**	1	.459**	.216*	.306**	0,125	0,088	.236**	.243**	.346**	.542**
	Sig. (1-tailed)	0,000		0,000	0,016	0,001	0,107	0,193	0,009	0,007	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.347**	.459**	1	.490**	.506**	.241**	.254**	.344**	.348**	.250**	.688**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,008	0,005	0,000	0,000	0,006	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.172*	.216*	.490**	1	.486**	.362**	.379**	.182*	.313**	.358**	.635**
	Sig. (1-tailed)	0,043	0,016	0,000		0,000	0,000	0,000	0,035	0,001	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.188*	.306**	.506**	.486**	1	0,155	.439**	.310**	.180*	.209*	.620**
	Sig. (1-tailed)	0,031	0,001	0,000	0,000		0,062	0,000	0,001	0,037	0,019	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.265**	0,125	.241**	.362**	0,155	1	.547**	.351**	.485**	.555**	.627**
	Sig. (1-tailed)	0,004	0,107	0,008	0,000	0,062		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.306**	0,088	.254**	.379**	.439**	.547**	1	.511**	.484**	.387**	.705**
	Sig. (1-tailed)	0,001	0,193	0,005	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.352**	.236**	.344**	.182*	.310**	.351**	.511**	1	.498**	.244**	.657**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,009	0,000	0,035	0,001	0,000	0,000		0,000	0,007	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.285**	.243**	.348**	.313**	.180*	.485**	.484**	.498**	1	.502**	.660**
	Sig. (1-tailed)	0,002	0,007	0,000	0,001	0,037	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.333**	.346**	.250**	.358**	.209*	.555**	.387**	.244**	.502**	1	.560**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,006	0,000	0,019	0,000	0,000	0,007	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.588**	.542**	.688**	.635**	.620**	.627**	.705**	.657**	.660**	.560**	1

	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).												

3. Atraksi Wisata (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.450**	.297**	0,154	0,092	.637**
	Sig. (1-tailed)		0,000	0,001	0,063	0,182	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.450**	1	.475**	.169*	0,066	.707**
	Sig. (1-tailed)	0,000		0,000	0,046	0,256	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.297**	.475**	1	.566**	.255**	.827**
	Sig. (1-tailed)	0,001	0,000		0,000	0,005	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	0,154	.169*	.566**	1	.433**	.693**
	Sig. (1-tailed)	0,063	0,046	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	0,092	0,066	.255**	.433**	1	.310**
	Sig. (1-tailed)	0,182	0,256	0,005	0,000		0,001
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.637**	.707**	.827**	.693**	.310**	1
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).							

4. Minat Berkunjung (Y)

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.616**	.481**	.322**	.790**
	Sig. (1-tailed)		0,000	0,000	0,001	0,000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.616**	1	.462**	.241**	.744**
	Sig. (1-tailed)	0,000		0,000	0,008	0,000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.481**	.462**	1	.498**	.790**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.322**	.241**	.498**	1	.711**
	Sig. (1-tailed)	0,001	0,008	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.790**	.744**	.790**	.711**	1
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Lampiran 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda , Uji Reliabilitas, Uji Normalitas dan Uji Multikolinearitas

1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,467	1,793		0,260	0,795		
	<i>Destination Image</i>	0,166	0,060	0,287	2,777	0,007	0,552	1,811

Daya Tarik Wahana Wisata	0,098	0,065	0,191	1,523	0,131	0,374	2,672
Atraksi Wisata	0,273	0,107	0,283	2,564	0,012	0,484	2,067
a. Dependent Variable: Y							

2. Hasil Uji Reliabilitas

a. Destination Image (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,805	0,806	9

b. Daya Tarik Wahana Wisata (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,832	0,834	10

c. Atraksi Wisata (X3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,682	0,677	5

d. Minat Berkunjung (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,746	0,756	4

3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Untandardized Residual
N		100
Normal	Mean	-.0087124
Parameter	Std. Deviation	1.03915625
$s^{a,b}$		
Most	Absolute	.149
Extreme	Positive	.092
Differenc	Negative	-.149
es		
Test Statistic		.149
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Monte	Sig.	.020 ^d
Carlo Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.017
	Upper Bound	.024

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil pengolahan data primer dari SPSS 25, 2022

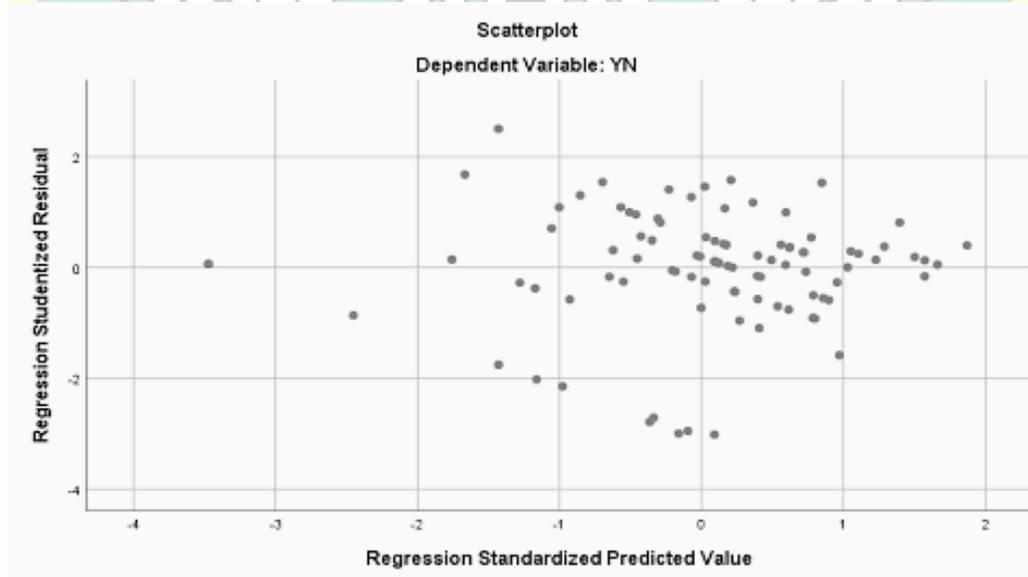
4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	<i>Destination</i>	.462	2.164
	<i>Image</i>		
	Daya Tarik	.406	2.463
	Wahana		
	Wisata		
	Atraksi Wisata	.570	1.754

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber : Hasil data primer dari SPSS 25, 2022.

Lampiran 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 6. Hasil Uji Persial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji f)

1. Uji Persial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,467	1,793		0,260	0,795
	<i>Destination Image</i>	0,166	0,060	0,287	2,777	0,007
	Daya Tarik Wahana Wisata	0,098	0,065	0,191	1,523	0,131
	Atraksi Wisata	0,273	0,107	0,283	2,564	0,012

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

2. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	279,756	3	93,252	24,597	.000 ^b
	Residual	363,954	96	3,791		
	Total	643,710	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.659 ^a	0,435	0,417	1,94710	1,721

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y (Minat Berkunjung)

Lampiran 8. Gambar Lokawisata Baturraden



**Nampak Depan pintu masuk
Lokawisata Baturraden**



Wahana Kolam Renang



Spot Air Mancur



Pancuran pitu/ pemandian air panas



Spot Air Terjun



Spot foto



Mozaik Lokawisata Baturraden



Spot foto



Theater dalam Pesawat



Pertunjukan salah satu kesenian
Lampiran 9. Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



Loket masuk



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 3503/Un.19/FEBI.J.E.S.PP.009/10/2022 Purwokerto, 14 Oktober 2022
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
Yth. H. Sochimim, Lc., M.Si.
Dosen Tetap FEBI UIN SAIZU
Di

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekono~~m~~o Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 19 Juli 2022 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 19 Juli 2022 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Ike Tiyani
NIM : 1817201063
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.



Koordinator, Prodi Ekonomi Syariah

Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 3503/ Un.19/FEBI.J.E.S.PP.009/10/2022 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Ike Tiyani NIM : 1817201063
 Judul Skripsi : Pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 14 Oktober 2022

H. Sochimim, Lc., M.Si.
 NIP. 19691009 200312 1 001

Catatan: *Coret yang tidak perlu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 3859/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/11/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Ike Tiyani
NIM : 1817201063
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : H. Sochimim, Lc., M.Si
Judul : Pengaruh Destination Image, Daya Tarik Wahana Wisata, dan Atraksi Wisata terhadap Minat Berkunjung ke Lokawisata Baturraden, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas

Pada tanggal 7 November 2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 10 November 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 4038/Un.19/FEBI.J.ES/PP.018/11/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa

Mahasiswa atas nama:

Nama : Ike Tiyani
 NIM : 1817201063
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 16/11/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,
 dengan nilai : **71 / B**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal **17 November 2022**
 Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilvatin, S.E., M.S.I

NIP. 19851112 200912 2 007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 3659/Un.19/FEBI.J.ES.PP.009/11/2022

Purwokerto, 8 November 2022

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.
 Manager Oprasional Lokawisata Baturraden
 Di
 Baturraden

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Ike Tiyani
2. NIM : 1817201063
3. Semester / Program Studi : IX / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022/2023
5. Alamat : Jl. Sunan Ampel No.25 Pabuaran Kec. Purwokerto Utara
6. Judul Skripsi : Pengaruh Destination Image, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Lokawisata Baturraden

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek Yang di Observasi : Pengaruh Destination Image, Daya Tarik Wahana Wisata dan Atraksi Wisata
2. Tempat/ Lokasi : Lokawisata Baturraden Banyumas
3. Waktu Penelitian : 1 Agustus s/d 31 Desember
4. Metode Penilitia : Observasi dan Pengamatan

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
 NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan Yth.
 1. Wakil Dekan I
 2. Kasubbag Akademik
 3. Arsip

Lampiran 13. Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febl.uinsatzu.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Ike Tiyani
 NIM : 1817201063

Prodi/semester : Ekonomi Syariah/ IX

Dosen Pembimbing : H. Soehimin, Lc., M.Si.

Judul Skripsi : Pengaruh *Destination Image*, Daya Tarik Wahana Wisata, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Lokawisata Baturraden Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Agustus	Kamis/04	1. Revisi variabel dari judul 2. Rumusan masalah 3. Tujuan dalam penelitian		
2	Agustus	Selasa/09	1. Latar belakang masalah ditambah data pendukung 2. Metode dalam penelitian ditambah 1. Revisi hipotesis penelitian dan ditambah rujukan		
3	Agustus	Selasa/30	2. Revisi kata-kata typo 3. Revisi spasi pada daftar pustaka		
4	Oktober	Selasa/11	1. Kerangka pemikiran 2. Ace Seminar Proposal		
5	November	Kamis/24	1. Revisi setelah seminar proposal		



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: telu.uinsatzu.ac.id

			2. Bab I		
6	Desember	Jum'at/ 2	1. Bab II 2. Revisi Bab II	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	Desember	Jum'at/ 9	1. Revisi bab 2 bagian landasan teori, 2. Revisi teori-teori yang masih kurang	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	Desember	Rabu/ 14	1. Bab III 2. Revisi bab III	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
9	Desember	Rabu/ 21	1. Lanjut Bab IV 2. Revisi kuesioner penelitian	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
10	Januari	Jum'at/ 6	1. Bab IV dan Bab V 2. Abstrak	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
**) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 6 Januari 2023
Pembimbing,

[Signature]
H. Soedimih, Ie., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

1. Nama : Ike Tiyani
2. NIM : 1817201063
3. Tempat, Tgl. Lahir : Purwokerto, 8 Desember 1999
4. Email : tiyaniike08@gmail.com
5. Alamat : Jl. Sunan Ampel No. 25 Pabuaran Kecamatan
Purwokerto Utara Kabupaten Banyumas.
6. Nama Orang Tua
 Nama Ayah : Daryanto
 Nama Ibu : Teti Setiawati

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Teratai (2006-2007)
 - b. SDN Cigugur Tengah Cimahi (2007-2012)
 - c. SMP Muhammadiyah 3 Purwokerto (2012- 2015)
 - d. SMA N 1 Baturraden (2016-2018)
 - e. UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri (2018-2023)
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Al- Amin Pabuaran (2018)
 - b. Pondok Pesantren Mahasiswa Nurussyifa Purwokerto (2019)

C. Pengalaman Organisasi

1. UKM Olahraga UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
2. UKM EASA (*English Arabic Student Association*)

Purwokerto, 6 Januari 2023



Ike Tiyani