

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG YOGYAKARTA**

ARTIKEL ILMAH

Diarsipkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Apsah Maisusanti
NIM : 2307653
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu/S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI KE MUSEUM BENTENG VREDEBURG
YOGYAKARTA**

Apsah Maisusanti

230765

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of tourist attractions on the interest in revisiting, the effect of promotion on the interest in revisiting, and the effect of tourist attractions and promotions on the interest in revisiting at the Vredeburg Fort Museum. This study uses a quantitative method with descriptive analysis. The sample taken was 100 respondents then the sampling technique was simple random sampling. The analysis in this study used multiple linear regression analysis, classical assumption tests, T tests, F tests, and determination coefficient tests. The results of the study indicate that there is a positive and significant influence with a coefficient value of 0.222 on tourist attractions on the interest in revisiting, there is a positive and significant influence with a coefficient value of 0.675 on promotions on the interest in revisiting, and there is a simultaneous influence of 60.9% on tourist attractions and promotions on the interest in revisiting at the Vredeburg Fort Museum.

Keywords, Tourist Attractions, Promotion, Interest in Revisiting

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI KE MUSEUM BENTENG VREDEBURG
YOGYAKARTA**

Apsah Maisusanti

230765

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung Kembali, pengaruh promosi terhadap minat berkunjung Kembali, dan pengaruh daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung Kembali di Museum Benteng Vredeburg. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Sampel yang diambil yaitu 100 responden kemudian Teknik pengambilan sampel secara *simple random sampling*. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji uji asumsi klasik, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikansi dengan nilai koefisien 0,222 pada daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali, terdapat pengaruh secara positif dan signifikansi dengan nilai koefisien 0,675 pada promosi terhadap minat berkunjung kembali, dan terdapat pengaruh secara simultan sebesar 60,9% pada daya tarik wisata dan promosi terhadap minat berkunjung Kembali di Museum Benteng Vredeburg.

Kata Kunci, Daya Tarik Wisata, Promosi, Minat Berkunjung Kembali

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan sektor pariwisata merupakan hal terpenting bagi semua negara di seluruh dunia. Setiap negara berlomba-lomba untuk memajukan industry pariwisata di negara mereka dikarenakan pendapatan negara dari sektor pariwisata sangat menjanjikan dalam artian sangat besar. Hal ini tentu tidak terlepas dari perkembangan industry dari negara lain sehingga Tingkat pendapatan penduduk semakin tinggi dan dapat menyisihkan pendapatan mereka untuk melakukan perjalanan ke negara lain untuk bersantai setelah bekerja keras atau untuk belajar tentang seni dan budaya negara lain.

Indonesia memiliki 38 provinsi dan merupakan rumah bagi beragam kelompok etnis, budaya, sumber daya alam, dan bahasa. Keberagamannya menjadikan Indonesia semakin indah dan menarik sehingga menjadikannya salah satu negara yang paling digemari wisatawan mancanegara. Potensi besar yang dimiliki Indonesia memiliki keunggulan tersendiri pada sektor pariwisata yang merupakan salah satu sektor peningkat perekonomian negara, apalagi di era milenial saat ini. Pariwisata merupakan salah satu mesin perekonomian global dan terbukti berkontribusi terhadap kemakmuran suatu negara (Jannah *et al.*, 2023).

Perkembangan pariwisata yang pesat di negara Indonesia mendorong perkembangan fisik fasilitas pariwisata dan sarana pendukung lainnya seiring

dengan semakin banyaknya kunjungan wisatawan baik itu wisatawan mancanegara maupun domestik/lokal. Untuk itu pembentukan kebijakan-kebijakan oleh pemerintah dalam hal produk hukum sangat penting dan dibutuhkan untuk membentuk sistem pariwisata yang kondusif sehingga nyaman dan baik untuk para wisatawan maupun Masyarakat sekitar untuk daerah tempat pariwisata itu sendiri. Dengan kondusifnya keadaan pariwisata bisa menghadirkan efek positif seperti semakin banyak tamu atau wisatawan yang datang sehingga semakin menambah devisa yang didapatkan serta semakin banyak investor yang tertarik dan percaya untuk berinvestasi atau menanamkan modal di Indonesia. (Silfia *et al.*, 2021)

Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Pariwisata menciptakan permintaan konsumsi dan investasi, yang keduanya mengarah pada produksi barang dan jasa. Saat berwisata, wisatawan berbelanja, yang secara langsung menciptakan permintaan pasar terhadap barang dan jasa (*tourism final demand*). Selain itu, permintaan akhir pariwisata secara tidak langsung menghasilkan permintaan barang modal dan bahan mentah (*investment-derived demand*) untuk memenuhi permintaan pariwisata terhadap barang dan jasa tersebut. Pemenuhan permintaan pariwisata memerlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, hotel dan fasilitas akomodasi lainnya, industri kerajinan tangan, industri barang konsumsi, industri jasa, restoran, dan lain-lain. (Yakup & Haryanto, 2019)

Yogyakarta dikenal tidak hanya sebagai kota pendidikan tetapi juga sebagai tujuan wisata populer. Potensi keindahan alam Yogyakarta sangat menarik,

seperti keindahan kawasan Kaliuran dan Gunung Merapi, Ngurangelan, Puncak Suroroyo/ Perbukitan Menore, dll, serta keindahan Pantai Selatan (Kukup, Barong, Krakal) dijadikan tempat-empat ini merupakan destinasi populer bagi wisatawan yang datang ke Yogyakarta. Selain itu, situs cagar budayanya antara lain Candi Prambanan dan Candi Ratuboko, Keraton Yogyakarta Hadiningrat, Kota Lama Kotagede sebanyak, Makam Kerajaan Mataram Kotagede sebanyak, museum beserta adat istiadat dan kesenian tradisionalnya hingga saat ini, kekayaan tersebut masih terjaga sehingga terus menegaskan bahwa Yogyakarta merupakan destinasi wisata utama di Indonesia. (Sosial *et al.*, 2020)

Tabel 1. 1

Kunjungan Wisatawan di Yogyakarta

Tahun	Kunjungan Wisatawan		Total
	Domestik	Mancanegara	
2019	3.879.743	113.529	3.993.272
2020	1.384.781	-	1.384.781
2021	585.762	-	585.762
2022	7.387.877	12.124	7.400.001
2023	7.144.302	105.501	7.249.803

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2024)

Berdasarkan table 1.1 diatas, data mengenai kunjungan wisatwan domestik dan mancanegara di Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun 2019 hingga 2023, sebagaimana dilaporkan oleh Dinas Pariwisata dan kebudayaan Daerah

Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 3.993.272, pada tahun 2020 dan 2021 terjadi penurunan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan, disebabkan oleh berlakunya PPKM dalam menangani pandemi covid-19. Kebijakan ini mengakibatkan sangat sulitnya akses masuk wisatawan domestik maupun mancanegara sehingga berhentinya aktivitas wisata sementara. Namun pada tahun 2022 terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan manca negara dan domestik mencapai 7.400.001 orang.

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki beragam destinasi wisata Sejarah salah satunya yaitu Museum Benteng Vredebrug yang terletak di Jl. Margo Mulyo No.6, Ngupasan, kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Benteng Vredeburg merupakan benteng bersejarah VOC yang dibangun antara tahun hingga 1760 pada masa penjajahan Belanda untuk memantau aktivitas Keraton Yogyakarta pada tahun. Setelah beberapa lama terbengkalai, Museum Benteng Vredeburg akhirnya dibuka pada tahun 1982 oleh Daoud Yusuf sebagai Museum Sejarah Khusus dan menyimpan berbagai koleksi sejarah yang masih beroperasi hingga saat ini. Koleksi unggulan museum ini merupakan bangunan cagar budaya dengan nuansa kolonial yang kental namun memiliki pesona yang autentik. Selain, Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta memiliki koleksi naskah Soetomo dalam bentuk dokumen kertas berjumlah hingga ratus keping, serta koleksi lonceng asal Portugal sebanyak buah, sumbangan berupa mata uang, Meriam, produk keramik, ini ditemukan sekitar tahun Aceh dan tentunya mempunyai nilai

sejarah yang sangat berharga. Museum Benteng Vredeburg memiliki total lebih dari 7.500 koleksi berbeda, diantaranya tersebar di beberapa lokasi, ada yang di ruang diorama di ruang penyimpanan khusus. (Fitriana *et al.*, n.d.)

Tabel 1. 2

Kunjungan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg

Tahun	Jumlah Kunjungan
2019	471,638
2020	105,016
2021	21,380
2022	403,247
2023	509,125

Sumber: Pengelola Museum Benteng Vredeburg

Dari data dalam tabel 1.2 jumlah kunjungan wisatawan di Museum Benteng Vredeburg pada tahun 2019 mencapai 471.638 wisatawan akan tetapi menurun pada tahun 2020 dan 2021 karena adanya Covid-19 dan mulai meningkat pada tahun 2022 dan 2023 dengan jumlah kunjungan mencapai 509.125 wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka masalah yang dikaji yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung Kembali di Muesum Benteng Vredeburg?

2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat berkunjung Kembali di museum Benteng Vredeburg?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung Kembali di Muesum Benteng Vredeburg.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat berkunjung Kembali di museum Benteng Vredeburg.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat melengkapi menambah dan memperluas wawasan peneliti sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pariwisata.
 - b. Bagi peneliti lain, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat sebagai sumber refrensi dalam melaksamnakan penelitian lanjutan dengan variabel-variabel yang berbeda.
 - c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan pemahaman serta pengetahuan terhadap pengaruh daya tarik dan promosi terhadap minat berkunjung Kembali wistawan.

2. Manfaat praktis

Bagi pengelola, dapat membantu pengelola destinasi menjadi lebih baik, pengelola dapat menyesuaikan atau meningkatkan daya tarik wisata dan promosi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Pengelola juga dapat memanfaatkan temuan dari penelitian ini untuk merancang inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan jumlah kunjungan serta memastikan Museum Benteng Vredenburg berkembang secara berkelanjutan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, dan berikut ini adalah uraian singkat mengenai struktur penulisan tersebut, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, akan dijelaskan secara singkat gambaran umum penelitian, latar belakang, rumusan masalah yang akan membentuk hipotesis. Bab ini juga akan memaparkan tujuan penelitian, manfaat, dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab kajian Pustaka, akan diuraikan mengenai dasar teori mengenai daya tarik wisata, promosi serta minat berkunjung Kembali, yang akan menjadi dasar dalam Menyusun argument untuk mendukung hipotesis yang akan diajukan. Pada bab ini

juga akan membahas variable-variabel yang sedang diteliti, disertai dengan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini akan dijelaskan mengenai jenis penelitian yang diterapkan, Lokasi dan periode waktu dimana penelitian dilakukan. Bab ini juga menjelaskan operasional variable, populasi, dan sampel yang digunakan, alat pengukuran, metode pengumpulan data dari responden, uji instrument, dan prosedur analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan, akan dipaparkan informasi mengenai tampilan umum Lokasi penelitian, karakteristik responden, pengujian instrumen penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup, berisis mengenai rangkuman berdasarkan penelitian dan rekomendasi yang diajukan kepada pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, serta pihak-pihak lainnya untuk studi lanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi pada Minat Berkunjung Kembali di Museum.

Benteng Vredeburg oleh karena itu dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Daya Tarik Wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat berkunjung Kembali dengan nilai koefisien yaitu 0,222 dan nilai signifikan yaitu 0,001. Hal ini mengindikasikan bahwa bahwa semakin tinggi pengaruh daya tarik wisata dan promosi maka semakin tinggi juga minat berkunjung Kembali di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.
2. Variabel Daya Tarik Wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat berkunjung Kembali dengan nilai koefisien yaitu 0,765 dan nilai signifikan yaitu 0,001. Hal ini mengindikasikan bahwa bahwa semakin tinggi pengaruh daya tarik wisata dan promosi maka semakin tinggi juga minat berkunjung Kembali di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.
3. Variabel daya tarik wisata dan promosi berpengaruh secara simultan (Bersama-sama) terhadap variabel minat berkunjung kembali yang didasarkan nilai signifikan uji f yaitu 0,001 dan uji koefisien determinasi

60,9%. Dalam pembahasan ini, uji koefisien determinasi mencapai 60,9%, yang dimana mengindikasikan bahwa semakin kuat pengaruh daya tarik wisata dan promosi, maka minat berkunjung Kembali di Museum benteng Vredeburg semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan Kesimpulan maka penulis dapat memberikan beberapa saran yaitu:

1. Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung Kembali di Museum Benteng Vredeburg berpengaruh secara positif sehingga untuk terus berada diposisi tersebut pengelola atau pemerintah Kota Yogyakarta harus tetap mempertahankan atau mengembangkan (ugrade) daya tarik wisata seperti aktivitas, fasilitas dalam lain-lain, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung Kembali. Jika semua terpenuhi maka minat berkunjung Kembali wisatawan juga akan terus meningkat dengan adanya pembaruan wisata.
2. Pendapat dan ulasan orang lain di media sosial dan internet mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi orang lain terhadap Museum Benteng Vredeburg. Oleh karena itu, destinasi wisata ini tetap positif, sebaiknya pihak pengelola dan pemerintah menciptakan kesan yang baik terhadap destinasi wisata tersebut dan terus menciptakan konten promosi positif melalui media internet maupun secara langsung. Tujuannya adalah untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke lokasi ini, dan

kami berharap minat ini terus tumbuh melalui feedback positif di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, F., & Wibawanto, D. S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Online Stie Putra Bangsa Kebumen*, 05(02), 50–55. <http://www.jurnal.uts.ac.id/fr>
- Adinda, S., dan Pangestuti, A. 2019. Pengaruh Media Sosial Instagram @exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi (survey pada Followers @exploremalang)
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). *PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KOTA PADANG. VIII* (1), 179–188.
- Ariyani, R. M., Dhameria, V., & Suyitno, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 133–147. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p133-147>
- Cooper, D. R. and S. (1995)., *Pamela S (2003 Bussiness Reaserch Method. Mc Grow Hill. New York).*
- Devi, K. (2019). *Pengaruh Faktor Psikologi Dan Sosial Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Kspops Bmt Al-Ittihad Tasikmalaya. Thesis. Universitas Siliwangi.*
- Di, B., Air, D., Dan, T., & Serangga, D. (2020). *PENGARUH FASILITAS WISATA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI DUNIA AIR TAWAR DAN DUNIA SERANGGA TMII Cicilia Iswidyamarsha 1, Yudhiet Fajar Dewantara 2.* 3(2), 72–80.
- Ekonomi, J., Jesit, T., Ekonomi, F., Kristen, U., Toraja, I., & Pundissing, R. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pongtorra ' Toraja Utara.* 2(1), 71–84.
- Fitriana, A., Rieswansyah, P., & Fitriyanti, D. (n.d.). *Kegiatan preservasi di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta sebagai salah satu upaya pelestarian pengetahuan masa lampau.* 79–90.
- Fadli Faturrahman. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Promosi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Objek Wisata Pantai. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(1), 68–75. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i1.3132>
- Fokus, J., & Bisnis, M. (2021). *PENGARUH MEDIA SOSIA, EVENT PARIWISATA , DAN FASILITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG.* 11(1), 74–94.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. Yogyakarta : CAPS.*
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan.

Ecopreneur. 12, 4(2), 122. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>

- Jannah, R., Rohman, N., Kiswanto, A., Hayatri, M. A. S., & Ashartono, R. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Gunung Api Purba Nglanggeran Gunungkidul. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 361–369. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.60942>
- Jonathan, K., & Istriani, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia - e-ISSN 3026-4499*, 1, 55–71. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1463>
- Khotimah, Devi. 2019. Pengaruh Faktor Psikologi Dan Sosial Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Kspps Bmt Al-Ittihad Tasikmalaya. *Thesis*. Universitas Siliwangi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th arg.)*. pearson education.
- Minat, T., Kembali, B., Pada, W., Wisata, O., Wayu, P., Layanan, F., & Kembali, M. B. (2022). *Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan*. 8(3), 204–210.
- Pelayanan, P. K., & Tarik, D. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan, daya tarik, dan promosi terhadap minat berkunjung kembali pada umbul siblarak sidowayah polanharjo*.
- Pembelian, K., Indomie, K., & Pt, P. (2021). *Jurnal manajemen*. 7, 49–64.
- Rafida, N. (2023). *PENGARUH CITRA DESTINASI DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN (STUDI PADA MONUMEN SIMPANG LIMA GUMUL KEDIRI)*.
- Silfia, B., Utami, A., & Kafabih, A. (2021). *Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19*. 4(1), 8–14.
- Slamet, R. dan H. A. Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sosial, D., Pariwisata, B., Majemuk, M., Dan, K., Sosial, I., & Yogyakarta, D. I. (2020). *Dampak sosial budaya pariwisata: masyarakat majemuk, konflik dan integrasi sosial di yogyakarta*. 7(2), 92–105.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Risk : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 36–46.

- Suwena, I. K. (2021). *KE MUSEUM SURABAYA*. 9(1), 54–62.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.
- Syaputra, A. (2022). *Implementasi Metode Random Sampling Pada Animasi Motion Graphic Herbisida dan Fungisida*. 11, 142–147.
- Terhadap, P., Berkunjung, M., Manggar, P., Sari, S., Saputro, W. E., & Indriastuty, N. (2020). *Wahyu Eko Saputro 1 , Sukimin 2 , Nina Indriastuty 3 l. 11*, 56–73.
- Wibisono, A., Rofik, M., & Purwanto, E. (2019). *Penerapan Analisis Regresi Linier Berganda dalam Penyelesaian Skripsi Mahasiswa*. 3(1), 30–35.
- Wisata, D. T., & Online, P. (2021). *Daya tarik wisata, promosi online, dan transportasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan*. 2(2), 273–292.
- Yakup, A. P., & Haryanto, T. (2019). *Pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di indonesia*. 23(2),