

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, DAYA TARIK DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATAWAN
PANTAI PARANGKUSUMO BANTUL**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Diki Tri Saputro
NIM : 2307658
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu/S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, DAYA TARIK DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATAWAN
PANTAI PARANGKUSUMO BANTUL**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Diki Tri Saputro
NIM : 2307658
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu/S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, DAYA TARIK DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATAWAN
PANTAI PARANGKUSUMO BANTUL**

Diki Tri Saputro

2307658

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, daya tarik, dan fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan di Pantai Parangkusumo, Bantul. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 100 responden yang berkunjung ke Pantai Parangkusumo pada bulan September dan Oktober. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial (variabel X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan (variabel Y), dengan nilai signifikansi 0,024. Daya tarik wisata (variabel X2) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dengan nilai signifikansi 0,000. Selain itu, fasilitas (variabel X3) berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai signifikansi 0,006. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berkontribusi sebesar 75,7% terhadap keputusan kunjungan wisatawan, sedangkan sisanya 24,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa media sosial, daya tarik, dan fasilitas secara simultan mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan di Pantai Parangkusumo. Oleh karena itu, disarankan kepada pengelola daya tarik wisata untuk meningkatkan promosi melalui media sosial, memperbaiki daya tarik wisata, dan menyediakan fasilitas yang lebih baik untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: media sosial, daya tarik, fasilitas, keputusan kunjungan, Pantai Parangkusumo.

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, ATTRACTIVENESS
AND FACILITIES ON TOURIST VISIT DECISIONS TO
PARANGKUSUMO BEACH BANTUL**

Diki Tri Saputro

2307658

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media, attraction, and facilities on tourists' visiting decisions at Parangkusumo Beach, Bantul. The research employs a quantitative approach with a survey method, involving 100 respondents who visited Parangkusumo Beach in September and October. Data analysis was conducted using descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and the coefficient of determination. The results indicate that social media (variable X1) has a positive and significant effect on tourists' visiting decisions (variable Y), with a significance value of 0.024. The tourist attraction (variable X2) also shows a positive and significant influence, with a significance value of 0.000. Additionally, facilities (variable X3) have a positive and significant impact, with a significance value of 0.006. The coefficient of determination analysis reveals that the three independent variables contribute 75.7% to tourists' visiting decisions, while the remaining 24.3% is influenced by other factors not examined in this study. The conclusion of this research is that social media, attraction, and facilities simultaneously affect tourists' visiting decisions at Parangkusumo Beach. Therefore, it is recommended for destination managers to enhance promotions through social media, improve tourist attractions, and provide better facilities to increase the number of tourist visits.

Keywords: social media, attraction, facilities, visiting decisions, Parangkusumo Beach.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah salah satu destinasi wisata paling populer di Indonesia, terkenal dengan kekayaan potensi wisatanya yang melimpah dan beragam Prayudi & Wicaksono (2023). DIY menawarkan berbagai jenis wisata yang mampu memikat hati wisatawan, baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Destinasi wisatanya pun terkenal indah dan beragam, wisata yang ditawarkan mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah hingga wisata kulinernya Widayati (2022). Keanekaragaman wisata yang dimiliki Kota Yogyakarta merupakan potensi untuk menarik para wisatawan agar mereka berkunjung, potensi wisata yang ada di Kota Yogyakarta mengakibatkan jumlah kunjungan wisatawan semakin naik dari tahun ketahun.

Tabel 1. 1 Kunjungan Wisatawan ke Kota Yogyakarta tahun 2020-2022

Tahun	Mancanegara	Nusantara	Jumlah Total
2020	40.571	1.344.211	1.384.782
2021	1.066	1.275.402	1.276.468
2022	106.219	7.338.675	7.444.893

(Sumber: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2023)

Bantul, sebuah kabupaten yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta, memiliki daya tarik wisata wisata yang semakin populer di

kalangan wisatawan dengan tujuan wisata yang terletak di garis lintang selatan dan terkenal dengan wisata bahari serta wisata religinya (Imanina et al., 2023). Dikutip dari Traveloka (2020) Pantai Parangkusumo, terletak di Kabupaten Bantul, sekitar 27 kilometer dari pusat Kota Yogyakarta, yang menjadi tujuan wisatawan yang menawarkan kombinasi unik antara keindahan alam dan nilai budaya. Pantai Parangkusumo juga menawarkan pemandangan indah dengan hamparan pasir hitam yang luas dan ombak yang menantang, cocok untuk bersantai dan menikmati suasana pantai selatan Jawa. Berikut dapat dilihat tingkat kunjungan wisatawan di Kawasan Pantai Parangtritis dan Depok yang di dalamnya termasuk Pantai Parangkusumo.

Tabel 1. 2 Kunjungan Wisatawan Kawasan Parangtritis dan Depok

Tahun	Jumlah Kunjungan
2019	2.796.934
2020	1.463.420
2021	1.182.000
2022	2.363.900
2023	2.219.880
2024 (Batas 24 Oktober)	1.637.665

(Sumber: Dinas Pariwisata Kab. Bantul, 2024)

Menurut Nufus & Handayani (2022) media sosial saat ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan wisatawan dalam

memilih daya tarik wisata kunjungan. Platform seperti Instagram dan TikTok menjadi sumber utama inspirasi dan informasi bagi banyak orang ketika merencanakan perjalanan. Wisatawan cenderung tertarik untuk mengunjungi daya tarik wisata yang populer di media sosial, terutama jika tempat tersebut sering muncul dalam unggahan dengan pemandangan yang indah atau aktivitas menarik. Selain itu, *review*, ulasan, dan rekomendasi dari pengguna lain di media sosial seringkali menjadi faktor penentu dalam keputusan berkunjung, karena dianggap lebih otentik dan dapat dipercaya dibandingkan iklan tradisional.

Akibatnya, daya tarik wisata wisata yang mampu memanfaatkan media sosial dengan baik, baik melalui kampanye promosi maupun dukungan dari *influencer*, cenderung mengalami peningkatan jumlah kunjungan secara signifikan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga untuk mempermudah interaksi antara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan sebagai sarana untuk membangun profil seseorang, dan juga dapat dimanfaatkan wisatawan mengikuti jejak mereka Eksitasari & Rahmatin (2023).

Rokhayah & Andriana (2021) menyatakan pengembangan daya tarik wisata dan penyediaan fasilitas di Pantai Parangkusumo menjadikan pantai ini semakin ramai dikunjungi wisatawan. Terdapat tiga faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu daya tarik wisata. Pertama, daya tarik yang merupakan komponen penting yang harus dimiliki oleh setiap daya tarik wisata, baik yang bersumber dari keindahan alam maupun daya tarik buatan

manusia. Kedua, aksesibilitas yang memudahkan wisatawan untuk mencapai daya tarik wisata tersebut dengan lebih nyaman dan cepat. Ketiga, fasilitas yang mencakup sarana dan prasarana yang harus disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengunjung selama berada di daya tarik wisata. Pantai Parangkusumo memenuhi ketiga faktor ini, sehingga terus menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan menikmati pesonanya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di pantai Parangkusumo menyebabkan peneliti ingin mengetahui pengaruh dari media sosial, daya tarik dan fasilitas wisata terhadap keputusan wisatawan dalam memutuskan berkunjung ke Pantai Parangkusumo.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul?
2. Apakah daya tarik berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul?
4. Apakah media sosial, daya tarik, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah media sosial berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul
2. Untuk mengetahui apakah daya tarik berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul
3. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul
4. Untuk mengetahui apakah media sosial, daya tarik, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan baru di bidang pariwisata terkait pengaruh media sosial, daya tarik, dan fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pantai Parangkusumo Bantul

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam dan menerapkan teori yang didapatkan selama studi ini.

b. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan literatur yang melengkapi koleksi di perpustakaan STIPRAM,

khususnya tentang bagaimana media sosial, daya tarik, dan fasilitas yang tersedia dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Pantai Parangkusumo di Bantul.

c. Bagi Pengelola Pantai Parangkusumo

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pihak Pengelola Pantai Parangkusumo dalam mengembangkan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

1.5. Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan artikel ilmiah dalam penelitian ini :

1. BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi penjelasan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II Kajian Literatur Dan Kajian Teori

Dalam bab ini menjelaskan kajian literatur yang berisi tentang bagian dari penelitian yang berfungsi untuk mengulas penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang diteliti, lalu berisi kajian teori yang berisi tentang bagian yang menyajikan teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, kerangka berpikir yang menggambarkan alur pemikiran yang digunakan dalam penelitian, dan Hipotesis atau dugaan sementara yang diajukan untuk menjelaskan suatu fenomena atau hubungan antar variabel dalam penelitian.

3. BAB III Metodologi Penelitian

Bagian ini membahas mengenai metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas teknik analisis data.

4. BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini merupakan bagian pembahasan yang berisikan representasi data beserta hasil analisis yang dihubungkan dengan teori yang berlaku serta pengujian hipotesis.

5. BAB V Penutup

Bab ini adalah bagian terakhir yang memuat kesimpulan yang diambil dari hasil analisis bab sebelumnya serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel Sosial Media (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,223 dengan nilai t sebesar 2,293 dan nilai Sig. sebesar 0,024. Karena nilai Sig. lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sosial Media (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan kunjungan wisatawan (Y). Dengan demikian, pengujian hipotesis H1 diterima. Artinya, nilai koefisien regresi untuk variabel Sosial Media bernilai positif, yang menunjukkan bahwa semakin aktif dan efektif penggunaan media sosial dalam mempromosikan daya tarik wisata Pantai Parangkusumo, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Peningkatan strategi promosi melalui platform media sosial dapat meningkatkan ketertarikan dan minat kunjungan wisatawan ke pantai tersebut.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel Daya Tarik (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,459 dengan nilai t sebesar 6,416 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Karena nilai Sig. lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan kunjungan wisatawan (Y).

Dengan demikian, pengujian hipotesis H2 diterima. Semakin menarik daya tarik yang ditawarkan oleh Pantai Parangkusumo, seperti keunikan, keindahan alam, dan atraksi yang tersedia, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

3. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel Fasilitas (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,292 dengan nilai t sebesar 2,838 dan nilai Sig. sebesar 0,006. Karena nilai Sig. lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan kunjungan wisatawan (Y). Dengan demikian, pengujian hipotesis H3 diterima. Artinya, semakin lengkap dan memadai fasilitas yang tersedia di Pantai Parangkusumo, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.
4. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 99,881 yang lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 pada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tepat dan menunjukkan bahwa hipotesis H4 diterima. Artinya, variabel Sosial Media (X1), Daya Tarik (X2), dan Fasilitas (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan (Y) di Pantai Parangkusumo Bantul. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,748 mengindikasikan bahwa pengaruh ketiga variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara

keseluruhan adalah sebesar 74,8%, sedangkan sisanya sebesar 25,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh penulis antara lain:

1. Disarankan agar pengelola daya tarik wisata meningkatkan strategi promosi melalui media sosial dengan konten yang menarik dan informatif, serta memanfaatkan berbagai platform populer untuk menarik minat wisatawan. Selain itu, meningkatkan kualitas daya tarik, seperti penambahan atraksi yang unik, serta melengkapi fasilitas di pantai, akan berkontribusi positif pada keputusan wisatawan untuk berkunjung.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini menyarankan agar penelitian lebih lanjut mengeksplorasi variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan, seperti faktor promosi melalui media sosial spesifik seperti TikTok, penawaran produk wisata yang lebih beragam, pelayanan, serta motivasi wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zain. <http://penerbitzaini.com>
- Alnawati, D. E., Nurhidayah, & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(1).
- Apriyanti, E. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Umbul Sibirak Sidowayah Polanharjo*.
- Azzaura, T. (2024). *Pengaruh Potensi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Ke Kota Banda Aceh*.
- Eksitasari, A. D., & Rahmatin, L. S. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram dan Atraksi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Puncak Pinus Becici, Yogyakarta. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 4(5). <http://jkpbp.ppj.unp.ac.id/>
- Esmeralda, E., Pongtuluran, A. K., & Pagiu, C. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Word Of Mouth dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Sawah Kalimbuang Kabupaten Toraja Utara. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2), 101–117. <https://doi.org/10.59024/semnas.v2i2.244>
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI. <http://penerbitzaini.com>
- Ghorban, G. (2018). *Pengaruh Sosial Media dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Citra Destinasi Pada Pengunjung Objek Wisata Dieng Kabupaten Wonosobo*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ilhami, M., Nugraha, A., & Firdaus, H. (2017). Visualisasi Peta Fasilitas Penunjang Wisata Religi Kabupaten Demak Menggunakan Aplikasi Carrymap (Studi Kasus Masjid Agung Demak Dan Makam Kadilangu). *Jurnal Geodesi Undip*, 6(4), 219–225.
- Imanina, A. N., Fifiyanti, D., & Taufik, M. L. (2023). Identifikasi Destinasi Pariwisata di Kecamatan Srandakan, DPD Segoro Kidul, Kabupaten Bantul,

- Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(3).
- Kelana, A. E. (2022). *Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Di Sukadanaham Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Puncak Mas)*.
- Krisnayani, N. K., Liestiandre, H. K., & Pranjaya, I. G. P. A. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Kepariwisataan*, 20(2), 134–143. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i2.496>
- Mony, R., & Prasetyo, H. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Media Sosial Dan Nilai Terhadap Minat Berkunjung Ke Desa Wisata Hutan Mangrove Kulon Progo Yogyakarta. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(1), 51–79. <https://doi.org/10.61476/spvxg605>
- Nasrullah, R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual di Media Sosial. *Jurnal Sositologi*, 17(2).
- Ningrum, S., Monoarfa, A. M. S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1). <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Prayudi, M. A., & Wicaksono, A. (2023). Potensi Wisata Jogja Planning Gallery. *Edutourism Journal of Tourism Research*, 5(2).
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1).
- Putri, G. A., Nofirda, F. A., & Siregar, D. I. (2023). Pengaruh Sosial Media Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram Di Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana

- Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Sari, L. (2024). *Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, Fasilitas Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan*.
- Traveloka. (2020). *Pantai Parangkusumo, Keindahan Panorama Berbalut Legenda*. <https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/pantai-parangkusumo-keindahan-panorama-berbalut-legenda/15863>.
- Wahyudi, I. (2018). Pengembangan Sarana dan Prasarana Daya Tarik Wisata. *Ceo Inspire Group, 1*.
- Wani, I. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Destination Image Wisata Halal Terhadap Keputusan Wisatawan Berwisata Ke Kota Banda Aceh*.
- Widayati, E., & Widiastuti. Yoga Pradana. (2022). Pengaruh atraksi, lokasi, dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Hutan Pinus Pengger Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(2), 199–218. <https://doi.org/10.36594/jtec/n2azd666>
- Yusuf, S. A., & Khasanah, U. (2019). Kajian Literatur dan Teori Sosial dalam Penelitian. *Metode Penelitian Ekonomi Syariah*, 80, 1–23.