

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* TERHADAP MINAT  
KUNJUNG DI GELANGGANG INOVASI DAN KREATIVITAS  
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh :

Nama : Herlando Rahmadana  
NIM : 216459  
Program Studi : Pariwisata  
Jenjang : Strata Satu / S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**2025**

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* TERHADAP MINAT  
KUNJUNG DI GELANGGANG INOVASI DAN KREATIVITAS  
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

Herlando Rahmadana

216459

***ABSTRACT***

*Innovation and Creativity Center of Gadjah Mada University (GIK UGM) is a place created to support creative and innovative activities, especially for students, this place has a lot of potential and facilities, but the number of visits from the community is still not optimal. This study aims to determine whether the destination image can affect people's interest in visiting GIK UGM. The study was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents, consisting of students and the general public, analyzed using a simple linear regression method to see the relationship between destination image and visiting interest. The results of the statistical test showed a significant effect, with a coefficient of determination of 41.8%, which means that the destination image has a fairly strong influence on visiting interest. In conclusion, in order for more people to be interested in coming to GIK UGM, managers need to maintain and improve the image of this place through attractive promotions, good service, and comfortable facilities. That way, GIK UGM can be a place that is not only interesting to visit, but also leaves a good impression on every visitor*

***Keywords:*** *destination image, visiting interest, tourists, destination image, tourism*

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* TERHADAP MINAT  
KUNJUNG DI GELANGGANG INOVASI DAN KREATIVITAS  
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

Herlando Rahmadana

216459

**ABSTRAK**

Gelanggang Inovasi dan Kreativitas Universitas Gadjah Mada (GIK UGM) adalah tempat yang dibuat untuk mendukung kegiatan kreatif dan inovatif, terutama bagi mahasiswa, tempat ini punya banyak potensi dan fasilitas, namun jumlah kunjungan dari masyarakat masih belum maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra destinasi dapat berpengaruh terhadap minat orang untuk berkunjung ke GIK UGM. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden, terdiri dari mahasiswa dan masyarakat umum, dianalisis dengan metode regresi linier sederhana untuk melihat hubungan antara citra destinasi dan minat kunjung. Hasil uji statistik menunjukkan pengaruh yang signifikan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 41,8%, yang artinya citra destinasi punya pengaruh yang cukup kuat terhadap minat kunjung. Kesimpulannya, agar lebih banyak orang tertarik datang ke GIK UGM, pengelola perlu menjaga dan meningkatkan citra tempat ini melalui promosi yang menarik, pelayanan yang baik, serta fasilitas yang nyaman. Dengan begitu, GIK UGM bisa menjadi tempat yang tidak hanya menarik untuk dikunjungi, tapi juga meninggalkan kesan baik bagi setiap pengunjungnya

**Kata Kunci:** minat kunjung, wisatawan, citra destinasi, pariwisata

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan sebuah provinsi dengan kondisi geologi dan juga kondisi geografi yang sangat mendukung dalam segi perekonomian, Yogyakarta menjadi sebuah daerah yang memiliki kunjungan tergolong banyak. Pariwisata yang dilestarikan dan di kembangkan oleh pemerintah merupakan sebuah usaha untuk memperbaiki perekonomian lokal pada pasca perang (Marwahid, 2022). Selain itu kota dengan julukan sebagai kota pelajar tentunya bukan karena tidak ada alasan, berdirinya banyak universitas baik negeri ataupun swasta dapat dengan mudah ditemukan disini, salah satu dan juga menjadi yang terbesar di Indonesia yaitu Universitas Gadjah Mada, universitas yang sudah berdiri semenjak tahun 1949 ini lahir karena semangat juang kemerdekaan yang memiliki misi untuk menjadi sebuah universitas yang inklusif serta berorientasi pada sebuah pengabdian kepada masyarakat (Universitas Gadjah Mada, 2025)

Menurut Sulthan (2023), Universitas Gadjah Mada memiliki luas wilayah sekitar 360 hektar memiliki lingkungan yang asri dan juga memiliki wilayah hijau yang banyak, lingkungan akademik yang mendukung untuk pengembangan ilmu pengetahuan, uji coba dan juga pengambilan data. Universitas yang memiliki kurang lebih 18 fakultas, sekolah vokasi dan juga sekolah pascasarjana yang

memiliki tawaran lebih dari 250 program studi mahasiswa dengan cakupan ilmu sosial, teknik, sains dan sebagainya. Sebagai universitas yang memiliki gengsi tentunya pengetahuan dan juga prestasi sudah banyak terukir di universitas ini, sebagai universitas yang memiliki riset terkemuka di Asia Tenggara, dengan dampak yang luas pada masyarakat serta pengembangan teknologi dan juga dalam kebijakan public universitas ini menjadi kampus impian bagi calon mahasiswa (Triya, 2024)

Menurut Universitas Gadjah Mada (2025), Kampus yang memiliki *melting pot* keberagaman dengan mahasiswa yang berdomilisi daerah asal bervariasi bahkan banyak mahasiswa yang berasal dari berbagai negara melalui beasiswa internasional atau juga dari pertukaran pelajar. Ikatan yang kuat serta organisasi yang solid banyak alumni UGM yang memiliki pengaruh besar bagi lingkungan masyarakat yang terus berperan untuk mencetak generasi yang lebih memiliki integritas dan berwawasan global dengan segala pembaruan yang ada pada saat ini. Selain dari pada itu universitas ini selalu memiliki produk terbaru yang melibatkan mahasiswa dalam pengelolaannya, dorongan inovasi dan kewirausahaan dengan mendukung serta mengembangkan teknologi berbasis kearifan lokal berkomitmen sebagai pusat pendidikan dan juga badan yang memfasilitasi penelitian berdaya saing internasional dengan tujuan membangun bangsa yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan.

Dengan fasilitas yang mendukung mahasiswa mengembangkan segala bentuk kreativitas dan juga pengetahuan menghasilkan banyak produk maupun jasa yang ada di sekitar dan juga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar, nilai

manfaat yang besar serta *impact* terhadap masyarakat yang luas tentunya menjadi pertimbangan dan juga nilai kembang yang lebih oleh pihak UGM itu sendiri. Berbagai sumber daya yang sudah dimanfaatkan kembali terhadap mahasiswa yang akan dikembangkan dan disempurnakan dari sebelumnya, mahasiswa tentunya dipermudah dengan adanya banyak program yang mendukung penuh segala bentuk kebutuhan mahasiswa.

GIK UGM atau dikenal juga dengan Gelanggang Inovasi dan Kreativitas UGM menjadi salah satu bentuk sarana dan prasarana mahasiswa dalam menyalurkan minat bakat dan juga kreativitasnya sehingga dapat terealisasi dengan mudah, program yang sudah terlaksana ini memiliki segudang manfaat bagi mahasiswa maupun masyarakat umum. Mahasiswa yang memiliki kreativitas yang belum tersalurkan dapat menyalurkan bakatnya di GIK UGM. Lokasi yang dapat disebut sebagai pusatnya mahasiswa ini tidak hanya sebagai ajang pameran atau menunjukkan kemampuan saja namun mahasiswa juga dituntut dapat berwirausaha. Gedung yang dibangun juga menjadi salah satu bangunan ikonik di Kota Yogyakarta desain dan juga warna yang berbeda dari gedung lain yang ada disekitarnya tentunya menjadi perhatian khusus bagi yang melintas di lingkungan GIK.

Gedung yang menjadi pusat dari akademik dan juga riset pada bidang ilmu komputer dan juga teknologi yang dibawah oleh fakultas matematika dan ilmu pengetahuan alam UGM, gedung yang menjadi wadah dari kreativitas mahasiswa ini juga menjadi *home base* dari departemen ilmu komputer dan elektronika, departemen yang memberikan banyak tawaran dari sarjana hingga pascasarjana ini

tentunya akan memudahkan mahasiswa mengingat tujuan berdirinya kampus ini. GIK UGM yang dibuat oleh pihak pengelola dirancang sebagai sebuah fasilitas modern bagi pengguna dengan sarana dan prasarana pendukung berdasar pada teknologi tinggi yang disediakan oleh pihak UGM termasuk yaitu laboratorium, jaringan komputer, dan juga sistem tertanam. Dengan lingkungan yang dinamik, GIK menjadi sebuah wadah mahasiswa dan juga pusat inovasi serta penelitian yang memiliki kontribusi dalam pengembangan teknologi digital Indonesia, baik dalam bidang *sains*, *cyber*, robotika dan lain sebagainya.

Selain dalam bidang dasar atau akademik GIK juga menjadi sebuah wadah yang mendukung kolaborasi antara mahasiswa dengan dosen dalam segala jenis proyek yang dibuat, baik itu *start up* teknologi, kompetisi nasional, dan kompetisi internasional. Berbagai macam produk dan juga program yang ada pada GIK tentunya akan membuat ketertarikan masyarakat untuk mengetahui apa itu GIK, keingin tahuan tersebut juga akan mempengaruhi kunjungan dan juga bagaimana persepsi masyarakat dengan wajah GIK UGM pada saat ini karena sudah berbeda dan lebih berkembang dari sebelumnya. Hal tersebut adalah *destination image* yang merupakan representasi atau tangkapan persepsi yang ada pada seseorang terhadap suatu daya tarik atau tempat yang terbentuk dari pengetahuan, perasaan, keyakinan serta ekspektasi terhadap sesuatu (Tjahjono *et al.*, 2025). Persepsi yang ditangkap tidak hanya sekedar pada aspek yang terlihat atau bentuk fisik namun juga terdapat elemen pengaruh lain yaitu emosi dan psikologis, dari kedua hal tersebut akan mempengaruhi seseorang dalam memandang dan juga memberikan respon terhadap tindakan yang diterima.

*Destination image* memiliki peran sebagai wajah dari suatu destinasi bagi pengunjung yang ingin berkunjung dan menjadi citra positif yang dapat menjadi daya tarik utama sebagai faktor pendorong seseorang untuk mengunjungi lokasi atau tempat tersebut sebagai tujuan wisata, sebaliknya apabila tujuan wisata tersebut memiliki citra negatif akan menghambat minat seseorang untuk mengunjungi yang sebenarnya lokasi tersebut memiliki banyak kekuatan yang unggul. Dengan begitu dapat diartikan bahwa citra destinasi andil penting ketika memberikan gambaran kuat, lebih baik dan dapat untuk diidentifikasi melalui lokasi tertentu yang memiliki pilihan lebih besar untuk dikunjungi (Yosandri & Eviana, 2022)

*Destination image* dibentuk dengan beberapa faktor didalamnya baik itu internal ataupun eksternal, citra yang dibentuk secara internal dibangun melalui kunjungan langsung atau pengalaman yang seseorang dapatkan saat mengunjungi lokasi tersebut. Selain itu citra eksternal didapat melalui pihak kedua dan secara tidak langsung, baik dari *review* orang lain, kabar dan juga pengaruh dari orang lain yang akan membentuk ekspektasi atau persepsi tertentu tentang sebuah tujuan wisata. Pada hakikatnya persepsi adalah sebuah proses psikologis yang berkecimpung semenjak mulainya memilih, mengorganisasikan dan melakukan interpretasi yang mengakibatkan pengunjung akan memberikan pendapat atau penilaian terhadap sesuatu (Yuliani, 2018)

*Destination image* memiliki peran aktif yang sangat krusial, tidak hanya dalam meningkatkan minat kunjungan namun juga citra positif akan membangun sifat loyalitas yang ada pada pengunjung, meningkatkan perekonomian lokal,

memperkuat daya saing yang ada pada pasar global. Sedangkan destinasi yang memiliki citra negatif akan menghambat segala pertumbuhan atau perkembangan pariwisata, oleh sebab itu maka pemangku kepentingan wisata baik pelaku atau lembaga pendidikan seperti GIK UGM perlu melakukan kerjasama dengan membangun dan menciptakan citra destinasi yang baik, melalui promosi online dan langsung, peningkatan layanan serta membangun atraksi yang memiliki kesan atraktif dan menarik. Dengan DIY sebagai provinsi yang memiliki *image* sebagai provinsi yang kaya akan budaya, sejarah dan juga pendidikan perlu dimanfaatkan dengan baik oleh GIK UGM, celah menjadi manfaat yang ada perlu dikembangkan serta dapat memberikan kontribusi dalam membentuk citra destinasi yang tidak hanya kaya akan budaya namun juga dinamis, kreatif, serta relevan bagi mahasiswa atau khususnya generasi muda.

Dengan hal tersebut *destination image* tidak hanya sekedar gambaran statis mengenai suatu objek, namun suatu konsep kompleks yang dinamis dan terus berkembang mengikuti segala jenis bentuk perubahan baik dari pengalaman, informasi, serta ekspektasi dari pengunjung, membentuk sebuah citra dan juga ekspektasi memerlukan sebuah upaya kolaboratif berkelanjutan dari berbagai pihak yang ada, termasuk pada lembaga pendidikan yang dimana dalam bahasan ini adalah UGM, untuk memastikan jika suatu destinasi tersebut tetap menarik dan memberikan rasa kompetitif pada pesaingannya serta memberikan kesan yang baik bagi pengunjung, terutama pada pengunjung muda yang dimana dalam era saat ini mereka menjadi pelopor sekaligus pelaku terbesar dalam berwisata. Generasi muda dinilai menjadi generasi yang memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi dan dianggap

berani dalam mengambil sebuah resiko dengan berbagai pertimbangan, mereka memiliki banyak ide yang menarik dengan karakter yang lebih produktif (Hudiono, 2024)

Dengan berbagai macam keunggulan yang disajikan akan menarik banyak minat untuk berkunjung yang mengacu pada suatu hal yang menarik untuk dikunjungi. Sebuah ketertarikan ini menimbulkan minat yang merupakan sebuah tahapan awal dari memutuskan sebelum melakukan perjalanan. Minat untuk mengunjungi tidak hanya sebuah keinginan yang ada secara tiba-tiba, namun juga melalui pertimbangan rasional dan dipengaruhi emosional, dengan berbagai faktor yang dicari seperti informasi yang ada, pengalaman yang sudah dilakukan, lalu motivasi pribadi yang disimpulkan kedalam persepsi terhadap suatu destinasi. Dalam pariwisata minat kunjung menjadi sebuah indikator yang sangat penting dan dapat diprediksi potensinya ke suatu destinasi, sehingga pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi minat kunjungan diperlukan guna melakukan pengembangan didalamnya agar menjadi suatu destinasi yang dapat memenuhi segala bentuk kebutuhan kunjungan.

Menurut Harsono (2017), motivasi merupakan sebuah keadaan pada diri dan sikap setelahnya yang terdorong oleh energi untuk melakukan sebuah kegiatan. minat kunjung terbentuk dengan proses yang lebih kompleks, didalamnya melibatkan interaksi antara faktor internal dengan eksternal, secara internal minat kunjung dipengaruhi oleh motivasi dari diri pribadi baik dari kebutuhan, mencari sebuah pengalaman, atau keinginan lain. Secara eksternal, dipengaruhi oleh faktor luar dari diri sendiri yang mereka terima.

Dalam sebuah konteks pariwisata yang modern sebuah minat kunjung akan dipengaruhi oleh generasi yang ada pada zaman tersebut pada saat ini tren dan preferensi terkini dipengaruhi oleh generasi milenial dan generasi Z yang cenderung memiliki minat pada sesuatu yang unik dan selalu *up to date* yang lebih mudah terpengaruh oleh faktor eksternal. Minat kunjung tidak hanya penting sebagai indikator potensi, namun juga untuk dasar merencanakan sebuah strategi pengembangan. Dengan memahami berbagai faktor dan juga indikator yang ada pemangku kepentingan dapat membuat perencanaan yang tepat untuk menarik pengunjung lebih banyak lagi. Dalam pembahasan ini Gelanggang Inovasi dan Kreativitas UGM memiliki peran yang sangat penting, dengan berbagai macam program yang diberikan guna memfasilitasi pengguna baik mahasiswa ataupun pengunjung tentunya kontribusi ini akan mempengaruhi minat kunjung terutama pengunjung dalam usia muda ke Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, rumusan masalah di penelitian ini yaitu apakah *destination image* berpengaruh terhadap minat kunjung di GIK UGM?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui apakah *destination image* memiliki pengaruh terhadap minat kunjung di GIK UGM.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoretis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru guna pengembangan teori mengenai *destination image* terhadap minat kunjungan yang pada bahasan ini khususnya pada sektor kreatif dan inovatif di GIK UGM. Penelitian ini mempelajari tentang beberapa faktor dalam pembentuk minat kunjung dan selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan dengan tujuan untuk pengembangan sebuah daya tarik wisata dengan hasil dapat menjadi dasar untuk pengembangan pada model penelitian baru serta dapat memberikan kontribusi pada literatur pariwisata.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan praktis dan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang menggunakan. Penelitian ini bermanfaat bagi pengelola GIK UGM dengan memberikan saran rekomendasi guna meningkatkan citra dari destinasi dan minat kunjung melalui program promosi yang lebih efisien. Penelitian ini dapat menjadi acuan ketika pemerintah akan merumuskan kebijakan pengembangan dalam dunia pariwisata dengan berbasis pada inovasi dan kreativitas. Penelitian ini juga memberikan wawasan bagi pelaku industri pariwisata mengenai preferensi sehingga penyocokan produk dengan kebutuhan pengunjung akan sama. Sedangkan bagi pengunjung, dengan adanya penelitian ini mereka dapat meningkatkan kualitas pengalaman pada saat berkunjung ke GIK UGM.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, diantaranya sebagai berikut;

1. **BAB I** didalam bab ini berisi mengenai pengantar dari penelitian yang mengenalkan tema atau topik yang dibahas dan menguraikan latar belakang masalah yang ada pada bahasan. Bab I terdiri dari beberapa komponen yaitu latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.
2. **BAB II** pada artikel ilmiah merupakan bab yang berisi tentang literatur serta teori dari beberapa jurnal atau artikel maupun buku yang digunakan, komponen dalam Bab II ini terdiri dari Kajian Literatur, Kajian Teori, Kerangka Berpikir, dan Hipotesis.
3. **BAB III** pada artikel ini menjelaskan bagaimana penelitian ini dilaksanakan dengan metode yang digunakan, serta alasan penulis menggunakan metode yang dipilih, elemen yang biasa digunakan dalam Bab III yaitu Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Uji Validasi dan Uji Reliabilitas, Teknik Analisis Data.
4. **BAB IV** didalam artikel ilmiah ini membahas tentang hasil penelitian atau analisis yang sudah dilakukan penulis di GIK UGM dengan didalamnya terdapat elemen Hasil dan Pembahasan.
5. **BAB V** didalamnya berisikan tentang penutup yang menyimpulkan temuan dari penelitiannya di GIK UGM serta memberikan saran atau rekomendasi

sesuai yang sudah dilaksanakan, didalam Bab V terdapat komponen berupa Kesimpulan dan Saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5. Simpulan**

Hasil pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi memiliki peran penting dalam membentuk minat masyarakat untuk berkunjung ke Gelanggang Inovasi dan Kreativitas Universitas Gadjah Mada (GIK UGM). Gambaran positif terhadap GIK sebagai sebuah tempat yang edukatif dan inovatif tampak berpengaruh terhadap ketertarikan responden untuk datang ke lokasi tersebut. Beberapa aspek utama yang membentuk citra positif ini antara lain ketersediaan fasilitas yang lengkap dan fungsional, kondisi lingkungan yang bersih dan tertata rapi, serta kemudahan akses menuju lokasi. Ketiga hal ini memberikan kenyamanan bagi pengunjung dan membentuk kesan awal yang baik terhadap destinasi.

Selain itu, desain bangunan yang unik dan kegiatan yang diselenggarakan di dalamnya dinilai memiliki daya tarik tersendiri. Hal ini memicu rasa penasaran dan mendorong masyarakat, khususnya generasi muda, untuk datang dan mengenal lebih jauh tempat tersebut. Pengalaman positif yang dirasakan selama kunjungan, seperti perasaan senang, aman, dan nyaman, juga memperkuat keinginan pengunjung untuk datang kembali dan menyarankan tempat ini kepada orang lain. Dengan kata lain, citra destinasi tidak hanya membentuk persepsi awal tentang tempat, tetapi juga memainkan peran besar dalam menciptakan pengalaman berkesan yang berujung pada peningkatan minat kunjung.

Ketika pengunjung merasa puas dan harapannya terpenuhi, maka potensi mereka untuk merekomendasikan dan melakukan kunjungan ulang akan semakin besar. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi yang positif yang terbentuk melalui fasilitas, kenyamanan, keunikan, dan pengalaman emosional mampu mendorong masyarakat untuk berkunjung ke GIK UGM dan menjadi faktor kunci dalam menarik minat kunjung secara berkelanjutan

## 5.1 Saran

Saran penulis terhadap penelitian ini yang mengalami kondisi langsung di lapangan, penulis ingin menyampaikan beberapa saran dengan harapan GIK UGM bisa terus tumbuh menjadi destinasi yang tidak hanya dikunjungi, tapi juga dikenang. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *destination image* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjung ke GIK UGM, maka disarankan agar pengelola GIK UGM terus berfokus pada upaya peningkatan citra yang positif. Citra destinasi bukan hanya dibentuk dari aspek fisik, namun juga dari pengalaman pengunjung secara keseluruhan, termasuk pelayanan yang ramah, kebersihan fasilitas, kemudahan akses, serta program-program yang menarik dan relevan dengan minat generasi muda.

Selain itu, GIK UGM dapat mengoptimalkan potensi sebagai destinasi berbasis edukasi dan kreativitas dengan mengadakan event berkala, kolaborasi dengan komunitas, serta promosi yang menyentuh sisi emosional dan aspiratif mahasiswa serta masyarakat umum. Citra yang kuat akan menciptakan loyalitas dan daya tarik berkelanjutan. Untuk pihak pemerintah dan institusi pendidikan, penelitian ini dapat

menjadi masukan dalam merancang strategi pengembangan wisata edukatif berbasis kampus, yang tidak hanya sebagai tempat belajar, tapi juga sebagai ruang publik yang kreatif, interaktif, dan terbuka.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti pengaruh media sosial, kepuasan pengunjung, atau loyalitas, agar dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjung ke GIK UGM.

Pengelola mengetahui sejauh mana citra destinasi telah terbentuk di masyarakat, maka dibutuhkan evaluasi rutin yang sistematis. Salah satunya dengan menyebarkan survei atau kuesioner singkat kepada pengunjung setelah mereka selesai mengakses fasilitas GIK. Umpan balik ini penting sebagai data untuk perbaikan dan sekaligus sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi komunikasi dan pengembangan program ke depannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrian, Y., Wardi, Y., Abror, A., Dwita, V., & Evanita, S. (2023). Pengalaman Wisata dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(2), 125–138.  
<https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.347>
- Ali, Mm., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populsi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Andiaresmi, P., & Pramono, R. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Destination Image Terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor. *Jayapangus Press Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(4), 373–381.  
<https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/metta>
- Andriyani Triya. (2024, August 29). *GIK Diperuntukan untuk Memfasilitasi Kegiatan Kemahasiswaan*. Universitas Gadjah Mada.
- Anggraini, D., Rahayu, S., & Supraptini, N. (2025). Pengaruh Citra Destinasi, Digital Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kecamatan Bandungan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 8(1), 15–25.  
<https://doi.org/10.32493/drb.v8i1.45601>
- Arif, Sukaryadi, & Fatimaturrahmi. (2017). Pengaruh Ketersediaan Sumber Belajar Di Perpustakaan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Terpadu SMP NEGERI 1 PRAYA BARAT. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 1(2), 108–116.
- Faoziyah, F., Setiadi, R., & Sucipto, H. (2022). Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4801–4810.
- Fatmawati, & Lubis, A. S. (2020). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Manajerial Pada Pedagang Pakaian Pasar Pusat Pasar Kota Medan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–9.  
<https://doi.org/10.24853/jmmb.1.1.1-10>
- Gelanggang Inovasi dan Kreativitas UGM. (2025, June 16). *Grand Opening UGM Shop*. Universitas Gadjah Mada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). badan penerbit UNDIP.

- Harsono, N. R. (2017). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 4(1), 1–15.
- Haryanto, E. (2019). *ANALISIS MOTIVASI PENDORONG WISATAWAN MANCANEGARA BERKUNJUNG KE YOGYAKARTA*.
- Hudiono, R. (2024). Wisatawan Muda dan Destinasi Wisata: Sebuah Kajian Kuantitatif. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosisal (JMIPS)*, 5(3), 688–695. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3>
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Vonseica, B. R. (2021a). Pengaruh destination image terhadap revisit intention dan intention to recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 176–187. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5820>
- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Vonseica, B. R. (2021b). Pengaruh destination image terhadap revisit intention dan intention to recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 176–187. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5820>
- Kencana, J. G., & Facrureza, D. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung di Museum Sejarah Kota Tua Jakarta. *Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(1), 78–88.
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Marwahid, H. (2022). Membangun Kembali Pariwisata Yogyakarta: Strategi Dan Upaya Pemerintah Melalui Badan Tourisme (Batour) 1954-1959. *Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 8(1), 105–134. <https://doi.org/10.36424/jpsb.v8i1.309>
- Muhaer, A., Rahim, A., Kamaruddin, C. A., & Hastuti, D. R. D. (2024). Analisis Minat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai Biru Kota Makassar Dengan Pendekatan Cased Studies. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(2), 132–140. <https://jurnal.stie-lpi.ac.id/index.php/neraca>
- Olivia, C. (2024). Analisis Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali di Wisata Kuliner Malioboro. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 7(2), 1141–1152. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i2.10656>
- Salsabila Ramadanti, A., Natta Santosa, D., & Cahyaningsih, Y. (2023). *Pengaruh Tingkat Eefektivitas Konten TikTok*.

- Setyorini, A. D., & Sugiharto, T. (2021a). Pengaruh Destination Image dan Kunjungan Wisatawan terhadap Lokasi Wisata Baru. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(3), 693. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i03.p13>
- Setyorini, A. D., & Sugiharto, T. (2021b). Pengaruh Destination Image dan Kunjungan Wisatawan terhadap Lokasi Wisata Baru. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(3), 693. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i03.p13>
- Subahan, A., Dista, D. X., & Witarsa, R. (2021). admin,+7.+Artikel+Alpi,+Dini,+Ramdhan+untuk+JRPP+. *Jurnal JRPP*, 4(1), 2–9.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA,CV.
- Suhartapa, & Sulisty, A. (2021). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 115–122. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.10579>
- Sulisty, A. (2021). Journal of Tourism Destination and Attraction Penerapan Tourism Marketing 3.0 Pada Desa Wisata Tinalah Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Wisata (Tourism Marketing 3.0 In Tinalah Tourist Village In An Effort To Increase The Quality Of Tourist Products). *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 9, 2–8.
- Sulthan S. (2023, November 13). *UGM's Green Oasis: A Vast Array of Open Spaces Across Campus*. Universitas Gadjah Mada.
- Syaiful, H., Wibowo, A. E., & Nasution, M. N. A. (2023). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Mancanegara: Perspektif Faktor Penarik (Studi Destinasi Wisata Religi Masjid Di Kota Batam). *Jurnal Manner*, 2(1), 54–76.
- Tjahjono, E., Wibowo, F. G., Andreani, F., Aprilia, A., & Kunto, Y. S. (2025). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kota Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 19, 60–71. <https://doi.org/10.9744.pemasaran.19.1.60-71>
- Universitas Gadjah Mada. (2025). *Sejarah Tentang UGM*. <https://Ugm.Ac.Id/Id/Tentang-Ugm/1356-Sejarah/>.
- Utami, A. A., Putri, A. D., & Suhandi, N. (2017). Pengaruh Wisatawan Mancanegara Terhadap Jumlah Hunian Hotel Di Kota Palembang Menggunakan Regresi Linear. *Jurnal Ilmiah Informatika Global*, 8(2), 19–23.

- Wahono, & Prasetyo, heri. (2024). Pengaruh Faktor Yang Mempengaruhi Minatberkunjung Ke Obyek Wisata Puncak Pinus Becici Bantul Yogyakarta. *Jurnal Competency Of Business*, 8(1), 155–169.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.  
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(1), 14–27.  
<https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1>
- Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan. *Edu Turisma An International Journal of Tourism and Education*, 7(1), 1–23.
- Yuliani. (2018). Presepsidan Ekspektasi Wisatawan Terhadap Kualitas Jasa Di Candi Prambanan. *Jurnal Nusantara*, 1(1), 12–20.
- Yusuf, M. A., Herman, H, T., Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*, 06(02), 13332–13344.