

**PENGARUH PROMOSI DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP
MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI OBYEK WISATA
ASIA HERITAGE PEKANBARU, RIAU**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Ibadur Rahman

NIM : 216835

Program Studi : Pariwisata

Jenjang : Strata Satu / S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2025

PENGARUH PROMOSI DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI OBYEK WISATA ASIA HERITAGE PEKANBARU, RIAU

Disusun Oleh :

Ibadur Rahman

216835

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan atraksi wisata terhadap minat kunjungan wisatawan di Obyek Wisata Asia Heritage Pekanbaru, Riau. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari 100 responden yang dipilih secara acak. Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan, khususnya dalam konteks destinasi wisata di Pekanbaru. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, sementara atraksi wisata terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan. Selain itu, uji simultan menunjukkan bahwa promosi dan atraksi wisata secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengelola destinasi wisata untuk fokus pada pengembangan atraksi wisata yang menarik, karena faktor ini lebih berpengaruh langsung terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Meskipun promosi memiliki peran, namun atraksi wisata lebih dominan dalam meningkatkan minat kunjungan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam strategi pengembangan dan pemasaran destinasi wisata di Pekanbaru, Riau.

Kata Kunci: Asia Heritage, *Atraksi Wisata*, Minat Kunjungan Wisatawan, Promosi

***THE EFFECT OF TOURISM PROMOTION AND
ATTRactions ON TOURIST VISIT INTERESTS AT ASIA
HERITAGE TOURIST OBJECTS, PEKANBARU, RIAU***

Compiled By:

Ibadur Rahman

216835

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of promotion and tourism attractions on tourists' intention to visit Asia Heritage Tourist Attraction in Pekanbaru, Riau. The research method used is quantitative with a survey approach, using questionnaires to collect data from 100 randomly selected respondents. The urgency of this research lies in understanding the factors influencing tourists' visit intentions, especially in the context of tourist destinations in Pekanbaru. The analysis results show that promotion does not have a significant effect on tourists' visit intention, while tourism attractions have a significant positive effect. Additionally, the simultaneous test indicates that both promotion and tourism attractions significantly affect tourists' intention to visit. These findings provide valuable insights for destination managers to focus on developing attractive tourism attractions, as this factor has a more direct impact on tourists' decision to visit. Although promotion plays a role, tourism attractions are more dominant in enhancing visit intentions. This study contributes to the development and marketing strategies of tourist destinations in Pekanbaru, Riau.

Kata Kunci: *Asia Heritage, Tourism Attraction, Tourist Intention, Promotion*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman yang mengarah terhadap perubahan menimbulkan persaingan global yang semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dan diidentifikasi dari setiap sektor yang mulai mengarah pada progresifitas. Salah satu sektor dengan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia adalah Industri pariwisata. Sektor pariwisata telah menjadi salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian global maupun nasional. Sektor ini menjadi tulang punggung bagi pembangunan berkelanjutan di Indonesia dengan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, hingga pelestarian budaya dan lingkungan.

Indonesia, negara yang kaya akan budaya dan sumber daya alam yang melimpah. Di sisi lain, sektor pariwisata memiliki berbagai potensi yang tersebar di seluruh daerah yang ada di Indonesia. Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia. Provinsi ini tidak hanya dikenal dengan sektor industri dan perkebunan. Akan tetapi, provinsi ini juga memiliki potensi-potensi wisata yang dapat dikembangkan serta dioptimalkan dengan baik.

Provinsi Riau dikenal dengan julukan “Kota Bertuah”, mayoritas penduduknya bersuku melayu, wisata yang ditawarkan didominasi oleh wisata budaya, religi dan buatan. Beberapa diantaranya adalah Museum

Sang Nila Utama, Candi Muara Takus, Taman Alam Mayang, dan Masjid Agung An Nur. Salah satu obyek wisata baru yang ada di Pekanbaru adalah Asia Heritage. Terletak di Jalan Yos Sudarso KM 12, Kelurahan Muara Fajar, Kecamatan Rumbai, Pekanbaru, Riau. Dibuka pada tahun 2021, dan memiliki luas 16 hektar.

Asia Heritage merupakan salah satu obyek wisata di Pekanbaru yang membawa tema global dan berbeda dari wisata lain. Menawarkan keunikan, keindahan serta keberagaman budaya negara-negara yang ada di benua Asia, konsep wisata yang diusung adalah miniatur bangunan dan ikon dari 4 negara di Asia seperti Indonesia, Korea, Cina, dan Jepang. Konsep ini dapat dilihat dengan adanya berbagai fasilitas rekreasi, replika bangunan ikonik, Seperti *Little Kyoto*, *Floating Market*, *Jeju Village*, dan *China Town*. Konsep ini menjadi atraksi wisata yang menarik minat wisatawan domestik hingga wisatawan mancanegara. Promosi sebagai upaya untuk menyebarkan informasi terkait keberadaan wisata ini, tentunya sangat berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan. Menelaah era digital saat ini, di mana promosi wisata bisa disiarkan secara baik dan cepat dalam berbagai macam platform, maka diharapkan Asia Heritage Pekanbaru dapat dikenal lebih luas baik skala nasional bahkan internasional.

Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam upaya menarik minat wisatawan. Menurut Marbun (2022), promosi dianggap sebagai suatu informasi untuk mempengaruhi individu atau dalam skala organisasi terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan sehingga terjadi

suatu transaksi. Dalam ruang lingkup pariwisata, promosi dapat dilakukan dalam bentuk iklan, publikasi, pameran, media sosial atau aktivitas-aktivitas yang membidik target sebagai upaya memperkenalkan suatu obyek wisata kepada calon wisatawan baik domestik maupun skala internasional. Promosi yang efektif akan mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi yang akan dikunjungi. Tidak hanya itu, promosi juga membantu membentuk citra positif dari suatu destinasi. Sebagai contoh, destinasi yang memiliki reputasi baik di media sosial sering kali menjadi pilihan utama wisatawan, terutama generasi muda yang sangat bergantung pada informasi digital dalam merencanakan perjalanan mereka.

Promosi yang efektif tidak akan cukup jika atraksi yang ditawarkan oleh suatu destinasi belum memadai. Menurut Gumelar (2021), Atraksi wisata merupakan komponen penting dalam mewujudkan kehadiran pariwisata dan mendorong minat wisatawan. Atraksi wisata dapat berupa keindahan alam, warisan budaya, rekreasi, atau event khusus yang menarik minat wisatawan. Dalam konteks ini, Asia Heritage menawarkan beragam atraksi yang menggabungkan unsur budaya Asia dengan hiburan modern, seperti miniatur empat negara di Asia, kuliner khas Asia, dan fasilitas interaktif lainnya. Atraksi ini memiliki potensi dalam memberikan suguhan membekas bagi wisatawan yang datang ke wisata Asia Heritage. Pengalaman yang ditawarkan dapat memicu kunjungan yang berulang di masa mendatang.

Promosi dan atraksi yang ditawarkan oleh Asia Heritage perlu menjadi poin penting bagi pihak pengelola untuk peningkatan obyek wisata. Pihak pengelola destinasi wisata harus mampu mengelola kedua aspek tersebut lebih optimal agar tercapai keberhasilan dalam menarik dan mempertahankan minat wisatawan. Hal ini sejalan dengan kondisi saat ini, di mana wisatawan memiliki banyak pilihan obyek wisata dengan media promosi yang lebih menarik dan atraksi wisata yang lebih beragam sehingga pengelola perlu bersaing dari segi kualitas atraksi dan strategi promosi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, promosi melalui media digital, seperti media sosial, website resmi, dan *influencer marketing*, menjadi sebuah alternatif penting. Promosi yang menarik dan tepat sasaran akan menjadi daya tarik wisatawan. Mengingat media sosial merupakan alat promosi yang sangat krusial, maka pengelola Asia Heritage Pekanbaru perlu meningkatkan keaktifan media sosial seperti Instagram dengan membuat *postingan* yang sedang tren dan *hype*. Sementara itu, atraksi perlu adanya pembaharuan, dikembangkan serta dioptimalkan, seperti fasilitas umum yang lebih lengkap dan memadai, ramah untuk lansia dan disabilitas. Dikembangkan dengan cara menambah event yang lebih edukatif sesuai dengan konsep yang diusung. Harapannya wisata Asia Heritage dapat menjadi salah satu ikon pariwisata di Pekanbaru. Dengan catatan bahwa pengelola mampu memaksimalkan serta mengoptimalkan strategi promosi dan terus aktif, kreatif serta berinovasi dalam pengembangan atraksi wisata, demi meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Minat Berkunjung wisatawan dapat diartikan sama dengan minat dalam membeli sebuah produk karena pada dasarnya seseorang yang telah memakai produk baik itu fisik ataupun non fisik. Sama halnya memakai sebuah produk wisata dengan berwisata ke tempat wisata tersebut. Maka minat pembeli adalah respons konsumen terhadap sebuah produk yang menunjukkan keinginan konsumen untuk memilikinya. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengenai pengaruh promosi dan atraksi wisata terhadap minat mengunjungi wisata di obyek wisata Asia Heritage sangat penting dilakukan agar pihak pengelola Asia Heritage Pekanbaru dapat mengetahui seberapa penting promosi dan atraksi dapat mempengaruhi minat kunjung wisatawan.

Peneliti mengambil obyek penelitian ini karena melihat bahwa Asia Heritage mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi obyek wisata yang lebih baik kedepannya, kemudian meskipun peneliti melihat ada potensi tersebut tapi tingkat kunjungan wisatawan di Asia Heritage masih cukup rendah di samping potensi yang dimiliki, ternyata berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti ditemukan beberapa masalah yang diindikasikan menjadi penyebab rendahnya kunjungan wisatawan di Asia Heritage Pekanbaru, masalah yang ditemukan yaitu karena kurangnya promosi dari pihak pengelola sehingga banyak masyarakat yang kurang tau akan keberadaan Asia Heritage Pekanbaru. Hal lainnya yang menyebabkan semakin menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Asia Heritage Pekanbaru adalah Keberagaman atraksi wisata

yang dimiliki Asia Heritage Pekanbaru diindikasikan sebagai tolak ukur dari kualitas sebuah destinasi wisata. Namun ternyata tidak diiringi dengan promosi wisata dan pemeliharaan yang baik, maka kualitas daya tarik atau atraksi wisata semakin lama akan semakin menurun. Tentu penurunan kualitas daya tarik wisata di Asia Heritage Pekanbaru akan berdampak pada kunjungan wisata, mengingat atraksi dan promosi merupakan faktor yang menentukan minat berkunjung wisatawan.

Peneliti melihat peluang promosi dan atraksi di Asia Heritage jika dikembangkan maka akan meningkatkan minat kunjungan wisatawan yang ada di Asia Heritage, Motivasi penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas promosi dan daya tarik atraksi yang ditawarkan dalam menarik minat kunjungan wisatawan, serta memberikan rekomendasi bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas promosi dan pengembangan atraksi agar lebih kompetitif di industri pariwisata. Maka dari itu peneliti memberi judul **“PENGARUH PROMOSI DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI OBYEK WISATA ASIA HERITAGE PEKANBARU, RIAU”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka bisa dirumuskan masalah sebagai berikut :

- 1.2.1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di wisata Asia Heritage Pekanbaru?
- 1.2.2. Apakah atraksi berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di wisata Asia Heritage Pekanbaru?
- 1.2.3. Apakah promosi dan atraksi berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjungan wisatawan di Asia Heritage Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan juga rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat kunjungan wisatawan di wisata Asia Heritage Pekanbaru.
- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh atraksi terhadap minat kunjungan wisatawan di wisata Asia Heritage Pekanbaru.
- 1.3.3. Untuk mengetahui promosi dan atraksi berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjungan wisatawan di Asia Heritage Pekanbaru?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik langsung maupun tidak langsung terhadap penulis, pembaca, dan instansi. Adapun manfaat yang akan diuraikan, diantaranya:

1.4.1. Manfaat Teoretis

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini berfungsi sebagai bahan edukasi dan diskusi terkait ilmu pariwisata, khususnya keterkaitannya dengan media promosi dan atraksi wisata di berbagai wilayah di Indonesia guna meningkatkan daya tarik wisatawan.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Wawasan dan pengalaman baru yang diperoleh, dengan melakukan penelitian, dapat menjadi bahan pembelajaran yang optimal sehingga akan mengetahui tentang pengaruh promosi dan atraksi terhadap minat kunjungan wisatawan di Asia Heritage Pekanbaru, Riau.

2. Bagi Masyarakat

Menjadi bahan informasi baru, terkait objek wisata Asia Heritage, sehingga akan menjadi referensi untuk berwisata.

3. Bagi Pemerintah

Menjadi bahan kajian bagi dinas pariwisata setempat dan instansi lainnya sebagai bentuk kebijakan dalam bidang pariwisata dan sebagai panduan untuk mengembangkan obyek wisata agar menjadi unggulan di mata wisatawan.

4. Bagi Institusi

Menjadi bahan pertimbangan dan bahan pengembangan bagi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM) Yogyakarta sehingga dapat meningkatkan reputasi lembaga dari hasil penelitian yang dapat berpengaruh di masyarakat umum.

1.5 Sistematika Penulisan

Format atau sistematika dibuat agar penulisan dapat tersusun dengan baik, dan penyampaiannya dapat dimengerti dengan jelas oleh para pembaca, berikut ini adalah susunan sistematika penulisannya, seperti berikut ini:

1.5.1. BAB I

Bab ini merupakan landasan dasar yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

1.5.2. BAB II

Tinjauan pustaka menjadi dasar penguat data dan bab ii akan menjadi kajian kerangka pemikiran dalam mendukung penelitian ini dan hubungan antara teori dengan tema artikel ilmiah.

1.5.3. BAB III

Pada bagian bab iii ini akan mengkaji tentang data dan cara pengumpulannya sebelum masuk pada pembahasan, serta metode untuk mengkaji semua aspek berdasarkan rincian yang telah ditentukan.

1.5.4. BAB IV

Pada bab ini terdapat output yang diperoleh dari seluruh data yang diolah secara tervalidasi, faktual, dan dapat dipercaya dalam bahasa pembahasan.

1.5.5. BAB V

Hasil akhir dari penelitian diuraikan dalam bab ini dan diberikan tempat untuk memberikan masukan atau saran yang nantinya dapat menjadi inisiasi bagi pembaca dalam penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Promosi yang dilakukan oleh pengelola Asia Heritage Pekanbaru tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (t-test) yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,360 ($> 0,05$), sehingga upaya promosi yang ada belum mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan secara nyata.
2. Atraksi wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), yang mengindikasikan bahwa kualitas dan keberagaman atraksi yang ditawarkan di Asia Heritage berperan penting dalam menarik minat kunjungan wisatawan.
3. Promosi dan atraksi wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Uji simultan (uji F) menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), menunjukkan bahwa kombinasi antara aktivitas promosi dan penyediaan atraksi wisata bersama-sama mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.
4. Besarnya Kontribusi Promosi dan Atraksi Wisata terhadap Minat Kunjungan Wisatawan promosi dan atraksi wisata memberikan

kontribusi sebesar 74,1% terhadap perubahan minat kunjungan wisatawan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R Square). Adapun sisanya sebesar 25,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti di Asia Heritage, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan rekomendasi untuk meningkatkan manfaat ke depan. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel yang diteliti, seperti menambahkan faktor harga tiket, aksesibilitas, pelayanan, atau pengalaman wisata sebagai variabel pendukung.
2. Pihak pengelola perlu melakukan inovasi terhadap atraksi wisata yang ada, baik dari segi variasi atraksi, keunikan pengalaman yang ditawarkan, maupun kenyamanan fasilitas pendukung. Menambahkan elemen interaktif, edukatif, atau budaya lokal dalam atraksi juga berpotensi meningkatkan minat kunjungan, terutama di kalangan wisatawan generasi muda dan keluarga.
3. Pengelola Asia Heritage disarankan untuk meningkatkan kualitas promosi yang lebih tepat sasaran, baik melalui media sosial, kerja sama dengan agen perjalanan, maupun melalui platform digital lainnya. Selain itu, penyajian konten promosi harus dibuat lebih menarik, interaktif, dan informatif agar mampu menarik perhatian calon

wisatawan. Penguatan identitas destinasi serta *storytelling* visual juga dapat menjadi strategi untuk menumbuhkan rasa penasaran dan keinginan berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Chigbu, U. E., Atiku, S. O., & Du Plessis, C. C. (2023). The Science Of Literature Reviews: Searching, Identifying, Selecting, And Synthesising. *Publications, 11 (1)*.
- Ghazali, A., & Zulmaita, Z. (2022). Pengaruh pengungkapan environmental, social, and governance (esg) terhadap tingkat profitabilitas perusahaan (studi pada perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di bursa efek indonesia). In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 3)*.
- Gumelar, G. K. (2021). Kebijakan Pariwisata Yang Responsif Dalam Wujud Penyediaan Sarana Aksesibilitas Bagi Wisatawan Penyandang Disabilitas Di Kota Surakarta. *Jurnal Teknik Sipil dan Arsitektur, 26(1)*, 32-40.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harahap, S. A. & Rahmi, D. H. (2020). Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata Budaya terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kotagede. *Gema wisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata, 16(2)*, 118-129.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss, 8(2)*, 99-102.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Andover: Cengage Learning EMEA
- Himawan, A. (2024). Pengaruh atraksi, aksesibilitas dan amenitas terhadap minat kunjungan wisatawan ke kawasan ekonomi khusus (KEK) pariwisata Tanjung Lesung Banten. *Journal of Economic Resilience and Sustainable Development, 1(1)*.
- Ismail, I., & Al-Bahri, F. P. (2019). WebQual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA): Eksplorasi Kualitas Situs Web e-Kuesioner. *Jurnal JTIK(Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi), 3(2)*, 52-58.

- Jannah, F., & Pratono, R. (2021). Pengaruh gender, tipe kepribadian, tingkat pendidikan, dan pengalaman audit terhadap skeptisme auditor internal pemerintah (studi empiris pada inspektorat provinsi Jawa Timur). *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(2), 158-177.
- Juliangkary, E., & Pujilestari, P. (2022). Kajian Literatur Metode Tanya Jawab Pada Pembelajaran Matematika. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3).
- Latan, H. (2018). *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan LISREL 8.80*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Mahaputra, M. Rizky, M. Ridho Mahaputra, Andri Yandi, (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan, (*Literature Review*) *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(1), 17-20.
- Maliada, A., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. (2023). Pengaruh Promosi Online Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Lambangan Pauno Di Desa Kendek. *Productivity*, 4(5), 616-624.
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian*.
- Mamesah, P. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Lucky Inn Manado. *Productivity*, 1(1), 46-52
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727.
- Marhendi, M. (2021, December). Pengaruh Promosi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Wisatawan Di Kabupaten Semarang. In *Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)* (Vol. 1, No. 1, pp. 166-172).
- Miftahulhasanah, L. (2023). Pengaruh Promosi dan Media Sosial Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Event Gelar Jepang UI. *Comserva: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(03), 798-809.

- Neuman, W. L. (2020). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (8th ed.). London: Pearson
- Octaviani, D. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung kembali wisatawan di kabupaten kubu kalimantan barat (studi kasus pada wisatawan di qubu resort). *E-Jurnal Equilibrium Manajemen*, 6(1), 1-6.
- Octaviani, L. K., & Kesuma, W. P. (2024). The Effect of Attractions, Amenities, Accessibility on Tourist Satisfaction at Garuda Wisnu Kencana Bali. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 5(2), 81-93.
- Pasaribu, A. P., & Ismayuni, T. U. (2023). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden 100. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1), 510-524.
- Ratnaningtyas, H., Amrullah, A., & Ingkadijaya, R. (2023). Pengaruh Atraksi dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung dan Peningkatan Pelaku Wirausaha di Danau Cipondoh. *Jurnal Pariwisata*, 10(2), 91-99.
- Sabon, V. L., Perdana, M. T. P., Koropit, P. C. S., & Pierre, W. C. D. (2018). Strategi Peningkatan Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia Pada *Asean Economic Community*. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 163-176
- Septyadi, Muhammad Abdul Kohar, Mukhayati Salamah, and Siti Nujiyatillah. "Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 301-313.
- Sinaga, O. S., Candra, V., & Putri, D. E. (2020, September). Peran fasilitas dan harga untuk mendorong minat berkunjung dalam situasi covid 19 (Studi pada Taman Hewan Kota Pematangsiantar). In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 5, No. 1, pp. 431-438).
- Sugiyono. (2018). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". Bandung :Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". Bandung

:Alfabeta.

- Sunaryo, T. B. (2021). Seni Pertunjukan Ritual Sebagai Bahan Refleksi Kepariwisata dalam Menghadapi Dampak Covid-19.
- Sunaryo, T. B., & Masjhoer, J. M. (2023). Pergeseran Fungsi Bregada Prajurit Keraton Surakarta. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 25(1).
- Susanto, D. R., & Kiswantoro, A. (2020). Strategi Pengelolaan Wisata Susur Sungai Mahakam Berbasis Ekowisata Di Samarinda. *Journal Of Tourism And Economic*, 3(1), 1-10.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa Stit Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3), 43–56.
- Syamsu, M. N. (2019). Studi Kelayakan Nggembor Sebagai Destinasi Wisata Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata*, Vol 12, No. 3 (2019):71-84.
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14-27.
- Widarjono, A. (2020). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis* (4th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wijaya, L. F., Dharmanto, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Promosi Online Instagram Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Transera Waterpark Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 3103-3118.
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14-27.
- Yusuf, S. A., & Khasanah, U. (2019). Kajian literatur dan teori sosial dalam penelitian. *Metode penelitian ekonomi syariah*, 80, 1-23.