

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN BERKUNJUNG KE CURUG CINULANG, KABUPATEN SUMEDANG

Dewanta Facrureza
Akademi Pariwisata Bunda Mulia
dfacrureza@bundamulia.ac.id

ABSTRACT

The background of this research is that tourist visits to Sumedang from year to year have experienced a very high growth, but it is assumed that the determinants of the factors that have a significant effect are still unknown. The purpose of this study was to determine what factors can influence tourists visiting Curug Cinulang. The type of research used is quantitative research and uses purposive sampling technique, with the criteria for a sample of consumers who have visited Curug Cinulang. The conclusion of this study is that it is important for hotels to find out which factors have the most influence on tourist visits and to immediately take corrective actions for the factors that are lacking and maximize the factors that influence the most.

Keywords: Factors, Destination development, Attractions

ABSTRAK

Latar belakang peneliti ini adalah Kunjungan wisatawan ke Sumedang dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi, namun diduga belum diketahuinya faktor apa yang menjadi penentu dan memiliki pengaruh yang signifikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi wisatawan berkunjung di Curug Cinulang, Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling, dengan kriteria sampel konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Curug Cinulang. Kesimpulan dari Penelitian ini adalah penting bagi hotel untuk mencari tahu faktor mana yang paling berpengaruh dalam kunjungan wisatawan dan segera melakukan tindakan perbaikan bagi faktor yang kurang dan memaksimalkan faktor yang paling berpengaruh.

Kata kunci: Faktor-Faktor, Pengembangan destinasi, Atraksi

*Diajukan: 26 Feb 2021
Direvisi: 05 Maret 2021*

*Diriview: 03 Maret 2021
Diterima: 05 Maret 2021*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata sebagai industri jasa yang sanbat berpotensi dan memiliki jaringan industri yang sangat lengkap memiliki rantai yang sangat panjang ke berbagai daerah dan menjangkau sektor formal maupun informal. adanya tempat wisata dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan industri karena telah menghasilkan suatu barang dan terdapat juga jasa. Menghasilkan barang yang mana sebagai cendra mata yang bisa dibeli sebagai ciri khas dari tempat wisata yang telah pengunjung datang, menghasilkan

jasa yaitu menyediakan segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh pengunjung atau wisatawan. Menurut Suwanto, (1997:27): "Industri pariwisata akan memberikan dampak terhadap peningkatan kondisi ekonomi masyarakat seperti meningkatkan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, serta dapat meningkatkan dan pemerataan pendapatan masyarakat. Dengan adanya industri pariwisata dapat membuka lapangan kerja dan lapangan berusaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik pada waktu sebelum dan sesudah berlangsungnya kegiatan kepariwisataan tersebut".

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan negara yang mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Negara

Indonesia yang memiliki komponen penting berupa kekayaan alam, pemandangan alam yang indah, sejarah, budaya dengan berbagai keunikan sangat mendukung untuk perkembangan sektor industri pariwisata di Indonesia (Noor & Marhanani, 2016).

Kunjungan turis ke Wilayah Istimewa Sumedang dari tahun ke tahun hadapi perkembangan yang lumayan pesat. Bagi rangkuman informasi statistik kepariwisataan tahun 2019, jumlah turis mancanegara yang mengunjungi Sumedang mengalami peningkatan sebesar 17,06% dibandingkan tahun 2018 sebanyak 204,675 orang. Sebaliknya jumlah turis nusantara hadapi peningkatan sebesar 48,59% dibandingkan tahun 2018 sebanyak 1.223.897 orang.

Curug Cinulang atau Air Terjun Cinulang berada di Kecamatan Sindulang, Kabupaten Bandung Timur. Tepat berbatasan dengan

Kabupaten Sumedang. Karena letaknya inilah, kadangkala curug ini disebut pula namanya dengan Curug Sindulang. Ada pula yang menyebut dengan Curug Cinulang Sumedang sebab letaknya yang berada di perbatasan Sumedang dan Bandung. Air terjun ini berada di lereng pegunungan dan masih dalam wilayah Gunung Masigit Kareumbi, yaitu Taman Bulu. Seperti air terjun lainnya yang berada di pegunungan, Curug Cinulang memiliki hawa yang sejuk serta air yang dingin. Anda yang tidak tahan terhadap dingin, sebaiknya tidak mencoba untuk berenang dan mengenakan jaket tebal saat berkunjung.



Gambar 1. Curug Cinulang

Penelitian ini diangkat dengan tujuan pihak curug cinulang dapat memahami faktor mana yang paling

mempengaruhi wisatawan berkunjung, sehingga kedepannya faktor yang paling berpengaruh dapat di maksimalkan dan faktor yang belum berpengaruh dapat di perbaiki dengan tujuan meningkatkannya wisatawan dan keuntungan bagi curug cinulang.

Adapun tujuan lainnya adalah agar penelitian ini dapat digunakan oleh pihak Curug Cinulang sehingga menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas pariwisata yang bertujuan meningkatkan kunjungan wisatawan di curug Cinulang sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar juga.

Urgensi Penelitian

Kabupaten sumedang memiliki daya tarik alam yang luar biasa yang sangat berpotensi untuk menjadi lokasi pariwisata. Namun sayangnya kurangnya usaha dalam menjaga dan menemukan lokasi wisata. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin mencari tahu factor mana yang mempengaruhi wisatawan berkunjung dengan lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian tentang “ Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Curug Cinulang, Kabupaten Sumedang”

Dari identifikasi masalah di atas, penulis membuat batasan untuk penelitian yaitu menganalisis potensi dan pengembangan pariwisata melalui Faktor yang berpengaruh dalam mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke Curug Cinulang. Penulis merumuskan masalah menjadi 1 pertanyaan:

Berdasarkan faktor-faktor keputusan berkunjung, Faktor manakah yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi wisatawan berkunjung ke Curug Cinulang?

TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka Pemikiran

Pitana (2009) mengatakan destinasi merupakan tempat yang didatangi dengan waktu yang signifikan sepanjang ekspedisi seorang dibanding dengan tempat lain yang dilalui sepanjang ekspedisi(misalnya wilayah transit). Bagi Penggolongan destinasi bagi Kusudianto dalam Pitana& Diarta (2009) merupakan semacam berikut:

1. Destinasi sumber energi alam semacam hawa, tepi laut, hutan;
2. Destinasi sumber energi budaya semacam tempat memiliki, museum, teater, serta warga lokal;
3. Sarana tamasya semacam halaman intermezo.
4. Event semacam Acara Kesenian Bali, Acara Danau Toba, pasar malam serta sebagainya.

Ditinjau dari aspek raga, Curug Cinulang tercantum destinasi wisata berwujud sumber energi alam dengan kemampuan budaya web Damarwulan. Disebutkan dalam Undang- Undang No 10 tentang Kepariwisataaan kalau faktor produk wisata ataupun destinasi paling tidak terdapat 3 ialah: Attraksi/ energi tarik wisata, Ammenities serta Aksebilities biasa disingkat 3 A pariwisata. Pengembangan destinasi wisata pada tingkatan tapak lahan paling tidak memperhitungkan 3 poin kunci tersebut. Bagi Pendit (2002), energi tarik wisata didefinisikan bagaikan seluruh suatu yang menarik serta bernilai buat didatangi serta dilihat. Energi tarik wisata disebutkan secara lebih khusus jadi 3 tipe, ialah: energi tarik wisata alam, energi tarik wisata budaya, ataupun energi tarik wisata buatan (Undang- undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan). Energi tarik wisata alam ialah seluruh suatu yang mempunyai keunikan, keelokan, keaslian dan nilai berbentuk keanekaragaman alam hasil ciptaan Tuhan YME. Sedangkan energi tarik wisata budaya merupakan seluruh suatu yang mempunyai keunikan, keelokan, keaslian dan nilai berbentuk keanekaragaman hasil budaya manusia (Undang- undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan).

Energi tarik alam bisa berwujud pegunungan, tepi laut, hutan, sungai serta sebagainya. Sebaliknya energi tarik budaya bisa berbentuk ide- ide, gagasan, nilai, ataupun norma, pola kegiatan ataupun pola aksi manusia dalam warga, ataupun benda- benda hasil karya manusia (Koenjaraningrat, 2005). Energi tarik wisata dalam riset terdahulu sudah teruji jadi salah satu aspek utama yang harus diperhitungkan dalam perencanaan destinasi wisata, sebab hendak sangat memastikan tingkatan kepuasan turis (Naidoo, Ramseook- Munhurrun, & Seegoolam, 2011). berkata kalau amenitas ialah seluruh wujud sarana yang membagikan pelayanan untuk turis buat seluruh kebutuhannya sepanjang tinggal ataupun berkunjung pada sesuatu wilayah tujuan wisata, contohnya hotel, motel, restaurant, bar, discotheques, kafe, shopping

center, souvenir shop. Perusahaan - perusahaan inilah yang berikan pelayanan apabila mereka tiba berkunjung pada sesuatu destinasi wisata. Buat penunji kebutuhan ekspedisi wisata butuh disediakan sarana, mulai dari pemenuhan kebutuhan semenjak berangkat dari tempat tinggal turis, sepanjang terletak di destinasi pariwisata, ataupun pada dikala turis kembali ke tempat semula (Suryadana, 2015). Aksesibilitas yang baik hendak memastikan gampang ataupun tidaknya posisi buat dijangkau. Tidak hanya itu Jaringan jalur pula ialah salah satu yang mempengaruhi terhadap kelancaran pelayanan universal yang sangat berarti (Sumarabawa, 2013). Aksebilitas sangat berarti dalam pengembangan destinasi wisata sebab menjamin keterjangkauan, dan efektifitas serta efisiensi untuk kunjungan turis.

Faktor- Faktor Mempengaruhi Perjalanan

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah sebagai berikut Foster, 1985 (dalam Kusuma Dewi, 2018):

- a. Profil Wisatawan (tourist Profile) Profil wisatawan dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu:
 - ✓ Karakteristik sosial ekonomi wisatawan (socio-economic characteristic) yang meliputi umur, pendidikan, tingkat pendapatan.
 - ✓ Karakteristik tingkah laku (behavioural characteristic) yang meliputi, motivasi, serta sikap dan keinginan wisatawan.
- b. Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (travel awareness) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata, ketersediaan fasilitas, ketersediaan pelayanan.
- c. Karakteristik perjalanan (trip features) yang meliputi jarak, waktu tinggal di daerah tujuan, biaya, waktu perjalanan.
- d. Sumber daya dan karakteristik daerah tujuan (resources and characteristic of destination) yang meliputi jenis atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas, ketersediaan dan kualitas pelayanan, dan kondisi lingkungan.

Menurut Suwena & Widyatmaja (2017) motivasi dikelompokkan menjadi 4 kelompok besar sebagai berikut:

1. Physical or physiological motivation yaitu motivasi yang bersifat fisiologis, antara lain untuk

relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai.

2. Cultural motivation yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya.
3. Social or interpersonal motivation yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (prestige), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan.
4. Fantasy motivation yaitu adanya motivasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis

Menurut Schiffman dan Kanuk, 1991 (dalam Adhi, Endang NP., & Shanti, 2016) sikap wisatawan merupakan ekspresi perasaan yang berasal dari dalam diri individu yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang suka atau tidak suka dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek. Sedangkan pada penelitian ini keinginan wisatawan didasarkan pada inisiatif wisatawan itu sendiri.

Menurut RIPPDA 2010, Jarak tempuh antar objek dengan kota maupun dengan kabupaten \geq 36km, jarak tempuh antar objek dengan ibukota kabupaten 21- 36km, dan jarak tempuh antar objek dengan ibukota kabupaten 6- 21km. Waktu tinggal di daerah tujuan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah waktu yang dihitung sejak wisatawan sampai di tempat wisata hingga wisatawan tersebut meninggalkan tempat wisata yaitu <1 hari, 1-3 hari, 4-7 hari, >7 hari. Menurut Tjiptono, 2006 (dalam Sulistiyana, Hamid, & Azizah, 2015), indikator biaya/ harga terdiri dari keterjangkauan harga, potongan/diskon harga, dan nilai adalah kualitas yang saya dapatkan dari harga yang saya bayarkan. Waktu perjalanan adalah jumlah waktu yang diperlukan dari asal sampai pada tujuan. Menurut Smith, 1989 (dalam Suwena & Widyatmaja, 2017) waktu perjalanan dibagi sebagai berikut <1-3 hari, 4-7, hari 8-28, hari 29-91, hari 92-365 hari. Pada penelitian ini disertakan juga faktor waktu perjalanan kurang dari <1 hari.

Keempat faktor di atas dirumuskan melalui unsur penawaran (supply) dan unsur permintaan

(demand). Adanya kedua unsur yang berlawanan ini melahirkan berbagai jenis kegiatan rekreasi yang dapat dinikmati oleh pengunjung di suatu kawasan wisata. Faktor yang mendorong suatu perjalanan wisata dari daya tarik objek wisata diharapkan membentuk citra atau image. Citra wisata adalah gambaran yang diperoleh wisatawan dari berbagai kesan, pengalaman dan kenangan yang didapat sebelum, ketika dan sesudah mengunjungi objek wisata.

Untuk membentuk citra dari suatu kawasan wisata perlu adanya suatu produk wisata yang dapat mempengaruhi perjalanan seorang wisatawan. Produk tersebut dirumuskan dengan menampilkan objek yang menarik dan sarana yang mendukung sehingga mempunyai nilai kompetisi.

Aspek 4A (Accessibility, Attraction, Amenities, Ancilliary)

Menurut Cooper, et al. 1993 (dalam Anggela, Karini, & Sofia, 2017) menyatakan bahwa syarat utama agar suatu wilayah dapat digolongkan sebagai destinasi pariwisata adalah daerah tersebut harus memiliki 4A yaitu : accessibility, attraction, amenities, Ancilliary.

Accessibility (Aksesibilitas)

Accessibility merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata, yang merupakan pintu akses menuju suatu tempat wisata. Semua jenis transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam perjalanan pariwisata. Dimana wisatawan dapat kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu destinasi wisata tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang terdorong untuk mengunjungi wisata tersebut, karena akses untuk menjangkau destinasi yang sulit. Suatu daerah yang memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi.

Amenity (Fasilitas)

Amenity atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan. Dengan menggunakan prasarana yang

cocok dibangunlah sarana-sarana pariwisata seperti hotel, atraksi wisata, marina, gedung pertunjukan, dan sebagainya. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata ialah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon, dan lain-lain.

Attraction (Atraksi)

Merupakan komponen yang sangat penting dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW). Atraksi yang disediakan di Curug Cinulang tentu saja sangat beragam dan mampu untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke Curug Cinulang.

Ancilliary (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan rayamaupun di objek wisata. Ancilliary juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, tourist information, travel agent dan stakeholder yang berperan dalam kepariwisataan.

Dari hal diatas dapat diketahui bahwa kegiatan pariwisata sangat dipengaruhi oleh kelengkapan sarana prasarana pendukung kegiatan pariwisata adalah. Oleh karena itu, suatu konsep mengenai destinasi sangatlah penting dalam usaha mendukung perkembangan sektor pariwisata. Berikut ini pada gambar 2. dapat dilihat keterkaitan antar aspek dalam suatu konsep destinasi.



Gambar 2. Skema Komponen Daya Tarik Wisata

Desain Penelitian

Desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan riset pemasaran (Malhotra, 2007). Desain penelitian memberikan prosedur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah dalam penelitian. Desain penelitian merupakan dasar dalam melakukan penelitian. Oleh sebab itu, desain penelitian yang baik akan menghasilkan penelitian yang efektif dan efisien.

Desain penelitian deskriptif kualitatif merupakan merupakan studi untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat. Studi formatif dan eksploratif termasuk dalam desain penelitian deskriptif ini. Selain itu, studi untuk melukiskan secara akurat berbagai sifat dari fenomena, dan penentuan frekuensi terjadinya suatu keadaan juga termasuk dalam desain penelitian deskriptif ini.

Suatu destinasi wisata sudah seharusnya memiliki daya tarik yang dapat dijadikan sebagai salah satu faktor pendorong bagi minat para wisatawan agar tertarik untuk mengunjungi destinasi tersebut, seperti destinasi kepulauan atau bahari. Daya tarik wisata salah satunya terdiri dari atraksi dapat berbentuk sebagai keindahan alam yang disuguhkan layaknya pantai, hutan mangrove maupun taman bawah laut dan beberapa hal lainnya yang dapat menarik minat wisatawan, khususnya wisatawan lokal agar mereka dapat mempunyai minat yang tinggi untuk berkunjung ke tempat wisata dan dapat lebih mengenali dan memahami wisata kepulauan di negaranya sendiri. Kemudian destinasi wisata juga seharusnya memiliki fasilitas yang melengkapi kebutuhan para wisatawan yang berkunjung, fasilitas merupakan salah satu hal yang penting untuk diperhatikan oleh pihak-pihak yang berwenang atas hal tersebut, seperti ketersediaan air bersih maupun toilet dan tempat untuk penginapan

yang baik agar wisatawan merasa nyaman untuk berkunjung.

Setelah itu terdapat juga aksesibilitas yang tidak kalah penting dalam suatu destinasi wisata, karena suatu tempat yang mudah dicapai akan membuat wisatawan lebih tertarik untuk berkunjung dibandingkan dengan destinasi yang memiliki akses yang rumit, seperti kendaraan umum yang memadai dan memudahkan akses untuk mencapai destinasi tersebut. Satu hal lainnya lagi yang penting untuk diperhatikan adalah tingkat ketertarikan atau partisipasi dari kelembagaan setempat dalam memberikan layanan tambahan terhadap suatu destinasi wisata. Jika faktor-faktor tersebut dapat diperhatikan dengan baik untuk mengembangkan daya tarik wisata, maka diharapkan bahwa minat kunjungan dari wisatawan akan semakin meningkat untuk berwisata ke Curug Cinulang.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dibuat paradigma penelitian sebagai berikut yang menunjukkan daya tarik sebagai variabel X yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan sebagai variabel Y. dimana dalam daya tarik wisata terdapat empat dimensi yaitu attractions, accessibilities, amenities dan ancillary service.

METODE PENELITIAN

Prosedur Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif dan hubungan yang digunakan adalah hubungan kausal. Hubungan kausal digunakan untuk melihat (sebab-akibat) antara variabel bebas (penyebab munculnya variabel terikat) dengan variabel terikat (menjadi akibat karena adanya variabel bebas). Dalam penelitian ini pendekatan asosiatif ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke Curug Cinulang.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, karena adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2014) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data

menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Ada pula pihak-pihak yang jadi *keyperson* dalam penentuan nilai judgement merupakan orang-orang yang memegang peran penting dalam pengembangan lokasi pariwisata.

Pengembangan Instrumen

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data menurut sumbernya maka sumber data dibedakan menjadi dua, yaitu:

Data Primer

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017: 137) Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara:

Kuesioner

Definisi dari kuesioner dijelaskan oleh Sugiyono (2016:142) sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang akan digunakan merupakan kuesioner tertutup seperti yang didefinisikan oleh Kriyantono (2014:96) kuesioner tertutup adalah Suatu angket dimana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh periset. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya.

Penggunaan kuesioner dipilih oleh penulis dengan alasan beberapa kelebihan yang dimiliki yaitu penyebaran yang dapat dilakukan dalam skala yang luas dengan waktu yang singkat karena tidak membutuhkan waktu yang lama bagi responden untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner. Penyebaran kuesioner akan ditujukan kepada wisatawan Curug Cinulang sebagai target untuk diambil responnya dengan menggunakan bantuan dari berbagai media sosial. Kuesioner yang diberikan kepada responden merupakan kuesioner elektrik melalui google form sehingga dapat diakses dimanapun dan kapanpun secara online dan hasilnya akan langsung terkumpul, hal ini dilakukan karena adanya keterbatasan untuk berkunjung langsung ke lokasi penelitian.

Wawancara

Sugiyono (2016:137) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dalam jumlah respondennya sedikit/kecil.

Pengumpulan data dengan menggunakan wawancara ini dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan beberapa informasi tambahan yang bisa diperoleh.

2.Data Sekunder

Sumber sekunder menurut Sugiyono (2016:193) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Pengumpulan data ini bertujuan untuk melangkapi data-data primer.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dimana data-data ini diperoleh dari berbagai literatur yang memiliki hubungan dengan penelitian berupa seperti buku, jurnal, dan artikel dalam website yang berkaitan dengan daya tarik dan minat kunjungan.

Populasi dan Sampel

Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas, kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan teori tersebut, maka populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Curug Cinulang

Sampel

Sugiyono (2017) mengungkapkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sedangkan menurut Arikunto (2013:174) sampel

adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Maka dapat dikatakan bahwa sampel adalah sebagian yang mewakili populasi sehingga sampel yang diambil harus betul-betul representative atau mewakili.

Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini maka teknik yang dipilih merupakan non probability sampling dengan jenis purposive sampling dimana definisi non probability sampling berdasarkan Sugiyono (2012:117) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan purposive sampling menurut Sugiyono (2016:85) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Purposive sampling dipilih oleh penulis

Teknik Analisis Data

Pengolahan data untuk penelitian ini adalah peneliti menggunakan alat bantu statistik, yaitu perangkat lunak SPSS 25 (Statistical Product and Service Solution). Analisis data diawali dengan dua tahapan, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua pengujian ini diterapkan terhadap butir-butir pertanyaan kuesioner dengan menyerbarkan kuesioner sehingga dapat menentukan kelayakan kuesioner tersebut.

Jika butir-butir pertanyaan kuesioner hasilnya valid dan reliabel, maka kuesioner ini layak untuk digunakan. Namun, jika hasilnya tidak valid dan tidak reliabel, maka kuesioner tersebut harus direvisi sehingga semua butir pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tersebut valid dan reliabel.

Data yang telah terkumpul selanjutnya akan diolah yang kemudian akan disajikan dalam susunan yang rapih dan benar. Data hasil kuesioner kemudian diolah untuk mendapatkan nilai persentase. Tahap-tahap pengelolaannya adalah sebagai berikut Invalid source specified.:

1. Penyuntingan. Semua data kuesioner yang berhasil dikumpulkan baik secara online maupun fisik. Selanjutnya akan diperiksa terlebih dahulu kemudian dikelompokkan berdasarkan jenis dan variabelnya.
2. Pemberian Kode. Biasanya untuk setiap variabel diberi kode dengan huruf, dan data diberi kode dengan angka. Indikator untuk setiap variabel diberi

indeks sesuai dengan variabel yang bersangkutan. Data untuk setiap variabel/indikator diberi kode angka dengan memperhatikan skala pengukuran pada variabel yang bersangkutan. Karena itu angka-angka yang dipakai sebagai kode perlu diberi penjelasan, dengan nilai terendah satu.

3. Penyusunan dan Perhitungan Data. Penyusunan dan perhitungan data dilakukan secara manual dengan menggunakan alat bantu perangkat lunak, yaitu Microsoft excel.
4. Tabulasi. Data yang telah disusun dan dihitung, selanjutnya akan disajikan dalam bentuk tabel. Pembuatan tabel tersebut dilakukan dengan cara tabulasi langsung karena data langsung dipindahkan dari data ke kerangka tabel yang telah disiapkan tanpa proses perantara lainnya.

Metode Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Berdasarkan pernyataan Rully Indrawan (2014:123) validitas menguji instrument yang dipilih, apakah memiliki tingkat ketepatan, untuk mengukur apa yang semestinya diukur atau tidak". Kemudian menurut Sugiyono (2016, hlm. 172) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Menurut Arikunto (2013:211) rumus korelasi yang digunakan untuk menguji validitas instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Sugiyono (2016:172) memaparkan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan, atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu.

Metode Statistika Yang Digunakan

Menurut Juliandi, et al. (2016) untuk melakukan Analisis Regresi Linear Berganda, ada langkah-langkah analisis yang diperlukan sebagai persyaratan yaitu memnentukan asumsi klasik regresi berganda atau yang dikenal juga sebagai BLUE (Best Linear Unbiased Estimation), dimana uji yang dilakukan

adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokesdatisitas, dan Uji Autokorelasi (data time series).

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan dengan cara parsial yaitu menggunakan uji T dan simultan menggunakan uji F Menurut Priyatno (2012:139) Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Menurut Priyatno (2012:137) Uji F atau koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama- sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Budi Susetyo (2010:122) menjelaskan koefisien determinasi merupakan proporsi untuk menentukan terjadinya presentase variansi bersama antara variabel X dengan variabel Y jika dikalikan dengan 100%. Oleh karena itu besarnya koefisien determinasi adalah ($0 \leq r^2 \leq 1$ dan tidak ada koefisien determinasi yang negatif karena dikuadratkan. Sedangkan Suharyadi dan Purwanto (2011:162) memaparkan Koefisien determinasi adalah kemampuan variabel X (variabel independen) memengaruhi variabel Y (variabel terikat). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:188), rumus determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Regresi

Kemudian untuk menghitung kemampuan variable bebas terhadap variable terikat secara parsial dilakukan analisa koefisien determinasi parsial dengan rumus menurut Gujarati dalam Sharon, et al. (2019) yaitu sebagai berikut:

$$KD = \text{Beta} \times \text{zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

B = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero order = matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan pernyataan Sugiyono (2016), Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk meramalkan bagaimana naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi nilainya.

Persamaan regresi linear berganda menurut Sugiyono & Susanto (2015:303) yang digunakan pada penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

- ✓ Y = Minat Kunjungan
- ✓ alfa = Konstanta
- ✓ X1 = Attractions X2 = Accesibilities X3 = Amenities
- ✓ X4 = Ancillary Services
- ✓ $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien regresi ε = Residual error.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Hasil dan Luaran yang Dicapai

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu faktor apa yang paling kuat yang membuat para wisatawan untuk berkunjung ke Curug Cinulang, yang dimana jika sudah diketahui, maka akan mudah dalam membuat strategi pengembangan untuk kedepannya. Adapun strategi yang tengah dirampungkan berdasarkan stragetegi SWOT di penelitian sebelumnya adalah seperti berikut:

1. Strategi SO (Strength Oppurtunity) merumuskan strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada, menghasilkan: inventarisasi daya tarik wisata yang ada di Propinsi Jawa Barat, khususnya curug cinulang yang memiliki hutan dan perbukitan yang alami, kemudian melakukan pengelolaan yang berwawasan lingkungan dengan merawat asset berupa hutan dan perbukitan tersebut, kemudian harus juga memaksimalkan kemudahan aksesibilitas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan transportasi, seperti memperbaiki jalan yang sudah dapat terbaca oleh google maps, sehingga mempermudah turis mencapai lokasi. Berikutnya adalah ,mengoptimalkan ketersediaan fasilitas umum serta membuat kebijakan-kebijakan terkait dengan penyelenggaraan pariwisata, melibatkan masyarakat setempat dalam mewujudkan kepariwisataan.
2. Strategi WO (Weaknesess Oppurtunity) merumuskan strategi dengan cara mengatasi segala kelemahan dalam rangka menggunakan peluang yang ada, menghasilkan: mengoptimalkan pengelolaan kawasan tersebut yang berwawasan lingkungan dengan memaksimalkan potensi yang ada, perbaikan segala sarana dan prasarana terkait dengan memudahkan aksesibilitas menuju kawasan, mengoptimalkan koordinasi antara para masyarakat setempat dalam menentukan kebijakan terkait peningkatan kegiatan pariwisata, memberikan pengarahan terhadap masyarakat untuk kesiapan mereka dalam berpariwisata. Termasuk didalamnya adalah kesiapan untuk menghadapi intaian bencana alam seperti longsor, yang mengingat lokasi curug cinulang ditengah hutan dan perbukitan. Kesiapan disini dapat berbentuk pembuatan prosedur jika terjadi bencana alam, juga pemberian sosialisasi menghadapi bencana serta cara menghindarnya.
3. Strategi ST (Strength Threats) merumuskan strategi dalam rangka memanfaatkan segala kekuatan untuk menghadapi ancaman, menghasilkan: memaksimalkan pengelolaan kawasan dengan menonjolkan kekuatan yang ada serta mengelolasegalafasilitas,sarana dan prasarana kepariwisataan untuk memenuhi pasar, penentuan kebijakan yang jelas terkait dengan pengelolaan pariwisata dengan segala komponennya, mengajak seluruh komponen masyarakat untuk bersama-sama menciptakan situasi yang aman dan kondusif demi berlangsungnya kegiatan pariwisata. Dimaksudkan disini adalah pengelolaan tempat untuk berwirausaha bagi para penduduk setempat, harus dikelola dengan baik sesuai dengan pernyataan diatas.
4. Strategi WT (Weaknesses Threats), merumuskan strategi dalam rangka mengatasi kelemahan untuk mengantisipasi ancaman, menghasilkan: mengoptimalkan daya tarik yang ada dan segala fasilitas pariwisata yang tersedia untuk dapat

menarik para wisatawan, memudahkan aksesibilitas, memaksimalkan keterlibatan pihak terkait dalam penyelenggaraan pariwisata, memberikan pelatihan serta pengertian terhadap masyarakat mengenai pentingnya kegiatan pariwisata tersebut untuk kesejahteraan mereka sendiri.

Keempat poin diatas adalah gambaran stategi yang akan dilakukan, berikutnya adalah mencari tahu faktor apa yang paling signifikan dalam mendorong datangnya wisatawan ke curug Cinulang Sumedang, adapun penulis telah melakukan beberapa uji seperti dibawah ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan dari melakukan analisis regresi linear berganda adalah untuk meramalkan bagaimana naik turunnya variabel terikat apabila nilai dari dua atau lebih variabel bebas dimanipulasi. Rumus yang digunakan pada persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dengan keterangan: Y = Minat Kunjungan A = Konstanta

X1 = Attractions

X2 = Accesibilities X3 = Amenities

X4 = Ancillary Services

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien regresi

ϵ = Residual error

Maka persamaan regresi dalam penelitian ini apabila dilihat berdasarkan tabel diatas yaitu hasil uji regresi linear berganda adalah:

$$Y = -1,228 + 1,505X_1 + 1,028X_2 + 0,902X_3 + 1,058X_4$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut maka dapat diartikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi dari attractions adalah sebesar 1,505 yang berarti apabila nilai dari dimensi attractions mengalami peningkatan satuan skor, maka akan meningkatkan minat kunjungan sebesar 1,505. Hal ini menunjukkan bahwa attractions berpengaruh positif dan berbanding lurus dengan minat kunjungan ke Curug Cinulang.
2. Koefisien regresi dari accesibilities adalah sebesar 1,028 yang berarti apabila nilai dari dimensi accesibilities mengalami peningkatan satuan skor, maka akan meningkatkan minat kunjungan sebesar 1,028. Hal ini menunjukkan bahwa accesibilities berpengaruh positif dan berbanding lurus dengan minat kunjungan ke Curug Cinulang.
3. Koefisien regresi dari amenities adalah sebesar 0,902 yang berarti apabila nilai dari dimensi amenities mengalami peningkatan satuan skor, maka akan meningkatkan minat kunjungan

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Berganda

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.228	1.545		-.795	.429
	Attractions	1.505	.079	.461	19.140	.000
	Accesibilities	1.028	.102	.209	10.114	.000
	Amenities	.902	.095	.247	9.470	.000
	Ancillary Services	1.058	.085	.254	12.447	.000

a. Dependent Variabel: Minat Kunjung

Sumber: Pengolahan data primer 2020

sebesar 0,902. Hal ini menunjukkan bahwa amenities berpengaruh positif dan berbanding lurus dengan minat kunjungan ke Curug Cinulang.

Koefisien regresi dari ancillary services adalah sebesar 1,058 yang berarti apabila nilai dari dimensi ancillary services mengalami peningkatan satuan skor, maka akan meningkatkan minat kunjungan sebesar 1,058. Hal ini menunjukkan bahwa ancillary services berpengaruh positif dan berbanding lurus dengan minat kunjungan ke Curug Cinulang.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besaran kemampuan variabel terikat dalam mempengaruhi variabel bebas dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD= Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Regresi

HASIL KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.988 ^a	.977	.976	1.828

Sumber: Pengolahan data primer 2020

Berdasarkan tabel berikut, didapatkan hasil pada koefisien determinasi atau R Square yaitu sebesar 0,976. Maka hal ini dapat diartikan bahwa angka tersebut menunjukkan besaran kontribusi dari attractions, accessibilities, amenities, dan ancillary services terhadap minat kunjungan ke Curug Cinulang sebesar 97,6%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 2,4% minat kunjungan dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Untuk mengetahui besaran kontribusi masing-masing dimensi terhadap minat kunjungan, maka dilakukan perhitungan koefisien determinasi secara parsial dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

1	Attractions	.461	.897
	Ancillary Services	.254	.747

Hasil Koefisien Determinasi Parsial

Model		Standardized Coefficients	
		Beta	Correlation
1	Attractions	.461	.897
	Ancillary Services	.254	.747
	Accessibilities	.209	.761
	Amenities	.247	.871

Berdasarkan table berikut, didapatkan hasil beta dan zero order pada masing-masing dimensi yang dilakukan perhitungan dan menghasilkan nilai sebagai berikut:

- ✓ Attractions: $0,461 \times 0,897 = 0,413$ atau 41,3%
- ✓ Accessibilities: $0,209 \times 0,761 = 0,159$ atau 15,9%
- ✓ Amenities: $0,247 \times 0,871 = 0,215$ atau 21,5%
- ✓ Ancillary services: $0,254 \times 0,747 = 0,189$ atau 18,9%

Maka dapat disimpulkan dari keempat dimensi, yang memberikan besaran kontribusi terbesar terhadap minat kunjungan wisatawan di Curug Cinulang adalah dimensi attractions dengan besaran nilai sebesar 41,3%. Kemudian terdapat dimensi amenities dengan besaran kontribusi sebesar 21,5%, dan dimensi ancillary services dengan besaran kontribusi sebesar 18,9% sehingga menjadikan dimensi accessibilities sebagai dimensi dengan besaran kontribusi terendah yaitu sebesar 15,9%.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang mewakili jumlah populasi dari wisatawan yang pernah berkunjung ke Curug Cinulang. Melalui data yang diperoleh, didapatkan karakteristik wisatawan Curug Cinulang yang didominasi oleh wisatawan berjenis kelamin perempuan, dengan rentang usia yang didominasi dengan kisaran umur 17 – 25 tahun, sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta dan mayoritas bertempat tinggal di daerah Sumedang dan sekitarnya

1. Pengaruh Attractions terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Pada hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari dimensi attractions terhadap minat kunjungan wisatawan di Curug Cinulang. Dari jawaban kuesioner yang diperoleh, kondisi objek wisata terjaga dengan baik dan terdapat beberapa fasilitas-fasilitas lainnya yang membuat kegiatan wisata di Curug Cinulang berjalan dengan baik.
2. Pengaruh Accesibilities terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Pada hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari dimensi accessibilities terhadap minat kunjungan wisatawan di Curug Cinulang. Dari jawaban kuesioner yang diperoleh, jarak untuk mencapai Curug Cinulang sangatlah dekat dan hanya membutuhkan waktu yang singkat sehingga membuat pulau tersebut mudah dicapai, juga dengan alat dan fasilitas transportasi yang mendukung.
3. Pengaruh Amenities terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Pada hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari dimensi amenities terhadap minat kunjungan wisatawan di Curug Cinulang. Dari jawaban kuesioner yang diperoleh, tersedianya fasilitas seperti penginapan, makanan dan minuman, maupun fasilitas umum lainnya dalam kondisi yang baik.
4. Pengaruh Ancillary Services terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Pada hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari dimensi ancillary services terhadap minat kunjungan wisatawan di Curug Cinulang. Dari jawaban kuesioner yang diperoleh, adanya organisasi Kelompok Sadar Wisata dan tourist information center yang membantu dengan memberikan informasi-informasi terkait Curug Cinulang dan kegiatan wisata yang dimiliki.
5. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang terdiri dari dimensi attractions, accessibilities, amenities dan ancillary services secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan di Curug Cinulang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis yaitu diantaranya adalah:

- a. Attractions memiliki kontribusi yang terbesar yang mempengaruhi wisatawan berminat untuk mengunjungi Curug Cinulang, maka akan lebih baik apabila objek wisata maupun kegiatan wisata di Curug Cinulang tetap dijaga, dikelola dengan baik dan segera diperbaiki apabila terjadi kerusakan sehingga atraksi yang dimiliki dapat bertahan lama dan berkelanjutan yang akan semakin meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.
- b. Accesibility memiliki kontribusi yang paling rendah untuk mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke Curug Cinulang, maka ada baiknya pemerintah setempat lebih memperhatikan mengenai akses informasi yang dapat diperoleh wisatawan dan akses transportasi ke Curug Cinulang maupun sebaliknya seperti beberapa transportasi umum yang memiliki keberangkatan ke Curug Cinulang.
- c. Mengenai dimensi Amenities, ada baiknya apabila fasilitas penginapan sudah terdata agar bisa dikelola dan beroperasi dengan standar yang baik yang telah ditentukan sehingga membuat wisatawan dapat tinggal dengan nyaman dan merasa aman. Untuk fasilitas makanan dan minuman ada baiknya jika tertata dengan rapih, juga diperbanyak tanda atau arah penunjuk untuk fasilitas umum lainnya sehingga memudahkan wisatawan.
- d. Mengenai dimensi Ancillary Services, disarankan agar Tourist Information Center diperhatikan lebih baik dengan menempatkan petugas yang selalu berjaga agar dapat membantu wisatawan yang baru pertama kali berkunjung untuk menjelaskan mengenai objek wisata dan kegiatan-kegiatan lainnya yang bisa dilakukan. Kelompok Sadar Wisata juga diharapkan agar terus berinovatif dalam menyelenggarakan kegiatan wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.
- e. Bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dan menambah wawasan terkait minat kunjungan di Curug Cinulang beserta variable yang mempengaruhinya. Apabila melakukan penelitian berikutnya dengan topik yang menyerupai, ada baiknya melakukan penelitian dengan variable lain ataupun dimensi dan

indikator lain yang mempunyai pengaruh terhadap minat kunjung wisatawan sehingga dapat diperoleh hasil penelitian baru yang berbeda dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Chamdani, U. (2018). *Pengembangan Wisata Bahari yang Berkelanjutan*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Gaol, H. L. (2018). *Optimalisasi Potensi Nilai Kesejarahan di Kawasan Pesisir Marunda, Jakarta Utara sebagai Daya Tarik Wisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata* (D. Herfan (ed.)). Jakarta: PT Grasindo.
- Lemy, D. M. (2018). *Jasa Pariwisata*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Explore.
- Kusmayadi dan Endar Sugiato (2000). *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusmayadi (2004). *Statistika Pariwisata Deskriptif*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 11. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Simanjuntak, B. A., & Flores Tanjung, R. N. (2017). *Sejarah Pariwisata: Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Edisi Pertama. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Zebua, M. (2016). *Pemasaran Pariwisata (Menuju Festival Sail Daerah)*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- (2020). *Kabupaten Kepulauan Seribu Dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kepulauan Seribu.
- Jurnal
- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2017). Pengaruh atraksi, aksesibilitas dan fasilitas terhadap citra objek wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Humano: Jurnal Penelitian*, Vol. 7(No. 2), 134-148.
- Adinda, S., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Padafollowers@ Exploremalang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 72(No. 1), 176-183.
- Anggela, M. M., Karini, N. M. O., & Wijaya, N. M. S. (2017). Persepsi dan motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Jembong di kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA p-ISSN*, Vol. 5(No. 2).
- Anwani, & Lisfiyati, F. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung di Pantai Glagah Indah Yogyakarta. *Skripsi - Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Api*.
- Aprilia, F. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 24(No. 1).
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1.
- Aropah, S. (2017). Pengaruh stres kerja terhadap kinerja karyawan pada pt. Pln (persero) area bulungan Jakarta Selatan. Universitas Pamulang, Tangerang Selatan
- Danty, I. H. N. (2017). Strategi Promosi Paket Wisata Bahari Divisi Humas Pt. Peln (Persero) Di Jakarta. *Skripsi - Universitas Prof. Dr. Moestopo*.
- Fajriyanti, F., Ida Suraida, S. E., MSi, A., CA, P. I., & Annisa Adha, M. (2019). Pengaruh Pengalaman Auditor Dan Skeptisisme Profesional Auditor Terhadap Pemberian Opini Auditor (Studi Penelitian Pada Badan pemeriksaan Keuangan Perwakilan Provinsi Jawa Barat) (Doctoral dissertation, Perpustakaan FEB Unpas).
- Fauzi, M. K. (2017). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Prediksi Kebangkrutan (Studi pada Perusahaan Jasa Perhotelan, Restoran, dan Pariwisata yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia) (Doctoral

- dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Handayani, S. (2016). Pengaruh perhatian orangtua dan minat belajar matematika terhadap prestasi belajar matematika siswa. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, Vol. 6(No. 2).
- Husain, B. A. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Bintaro). *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, Vol. 1(No. 1).
- Ihsan, F., & Rusliati, E. (2018). Pengaruh Market Value Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Holding Period (Studi Pada Indeks Lq45 Periode 2012- 2016) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Kastolani, W., Rosita, R., & Yunita, Y. Pengembangan Rumah Bersejarah Inggit Garnasih Sebagai Atraksi Wisata Budaya Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, Vol. 13(No. 1)
- Kusuma, R. A. (2017). Pengaruh Metode Pembelajaran Change Of Pairs Terhadap Keaktifan Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi (Sub Tema Kerjasama Ekonomi Internasional di Kelas XI IIS 2 SMA Negeri 26 Bandung) (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Logahan, J., & Purnomo, M. (2019). Pengaruh keselamatan kapal dan kompetensi terhadap kepuasan kerja awak kapal (studi pada kapal-kapal charter pt. pertamina (pesero). *JMBA Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5(No. 2), 1-14.
- Natalia, D. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Fun Park Water Boom Permata. *Skripsi - Universitas Bunda Mulia*.
- Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Word of Mouth (WOM) dan Produk Pembiayaan Syariah terhadap Minat dan Keputusan menjadi Anggota (Nasabah) pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 17(No. 3), 163-184.
- Purnawijaya, F. M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Agora*, Vol. 7(No. 1).
- Putra, M. S. (2019). Persepsi Generasi Milenial Terhadap Makanan Tradisional Semanggi Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra).
- Ramadhan, A. H. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Kota Surabaya 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 28(No. 2).
- Rinaldie, M. A. (2017). Pengaruh Model Pembelajaran Learning Cycle Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Pelajaran Ekonomi (Sub Pokok Bahasan Mekanisme Debit dan Kredit Kelas XI IPS 1 SMA Pasundan 2 Kota Cimahi Tahun Pelajaran 2016/2017) (Doctoral dissertation, FKIP Unpas).
- Samon, S. D. (2019). Profil Kepercayaan Diri Siswa Dan Implikasinya Bagi Pengembangan Program Bimbingan Pribadi (Studi Deskriptif Kuantitatif pada Siswa Kelas VIIID SMP Negeri 1 Kupang Tahun Pelajaran 2018/2019) (Doctoral dissertation, Unika Widya Mandira).
- Setiawina, N. D., & Yuliarmi, N. N. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan kembali wisatawan pada daya tarik wisata di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 7, 279-308.
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan pembelian Perumahan Pt. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol. 8(No. 1), 43-49.
- Syanita, R. J., & Sitorus, P. M. (2020). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil Dan Garmen

Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 4(No. 3), 326-340.

Syarifuddin, D., Noor, C. M., & Rohendi, A. (2018). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1(No. 1)

Yolanda, F., Yuliana, Y., & Pramudia, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan

Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. *E-Journal Home Economic and Tourism*, Vol. 15(No. 2).

Yuliana, G. S., & Latrini, M. Y. (2016). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Spiritual, Kecerdasan Intelektual dan Independensi pada Kinerja Auditor. *E-Jurnal Akuntansi*, Vol. 16(No. 2), 1034-1062.

m@ya