

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KELENGKAPAN  
FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI  
MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI  
KASUS PENGUNJUNG DI DUSUN SEMILIR)**

Suci Septy Purnama Sari<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Universitas Pgri Semarang

Email : [suciseptypurnamasari@gmail.com](mailto:suciseptypurnamasari@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to analyze the influence of tourist attractions and completeness of facilities on visiting decisions, using intention to visit as an intervening variable. The background of this study is based on the fluctuation in the number of visitors to Dusun Semilir, which increased from 2021 to 2022, then decreased in 2023 to 633,734 people, and then decreased again in 2024 to 510,871 people. This decline is suspected to be influenced by the decline in tourist attractions, the completeness of facilities, and a decrease in interest to visit. This study used a quantitative approach with a survey method, where data were collected through questionnaires distributed to 97 respondents who had visited Dusun Semilir. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares (PLS) method using SmartPLS software. The results showed that tourist attractions significantly influenced interest to visit, while facilities did not. Tourist attractions and facilities had a significant positive effect on visiting decisions. Intention to visit also had a significant effect on visiting decisions. In addition, tourist attractions and facilities were shown to significantly influence visiting decisions, using intention to visit as an intervening variable.*

**Keywords:** *Tourist Attractions (X1), Facilities (X2), Visiting Decision (Y), And Visiting Interest (Z).*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan kelengkapan fasilitas terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fluktuasi jumlah pengunjung Dusun Semilir yang mengalami peningkatan pada tahun 2021 hingga 2022, kemudian menurun pada tahun 2023 menjadi 633.734 orang dan kembali menurun pada tahun 2024 menjadi 510.871 orang. Penurunan ini diduga dipengaruhi oleh menurunnya daya tarik wisata, kelengkapan fasilitas, serta berkurangnya minat berkunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 97 responden yang pernah mengunjungi Dusun Semilir. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, sementara fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

Daya tarik wisata dan fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Minat berkunjung juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, daya tarik wisata dan fasilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening.

**Kata Kunci:** Daya Tarik Wisata (X1), Fasilitas (X2), Keputusan Berkunjung (Y), Dan Minat Berkunjung (Z).

---

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan beragam wisata alam dan buatan. Dari sudut pandang pariwisata, negara kita mempunyai banyak hal yang bisa dibanggakan yang tidak dimiliki oleh negara lain. Pariwisata menjadi semakin penting tidak hanya untuk menghasilkan devisa di negara, tetapi juga untuk memperluas kesempatan kerja dan pendapatan di wilayah tertentu. Kemajuan kota sekaligus dapat menunjang kemajuan daya tarik wisata di suatu wilayah, dan tata kota yang baik akan memberikan pengaruh positif bagi wisatawan domestik maupun mancanegara untuk sering mengunjungi tempat wisata yang tepatnya di Kabupaten Semarang.

Berdasarkan informasi dari Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Jawa Tengah, hingga bulan Desember 2023 jumlah wisatawan domestik yang berkunjung masuk Kabupaten Semarang mencapai 3.531.786 orang. Sementara itu, jumlah wisatawan mancanegara 2.344 orang. Tempat yang kaya akan sejarah dan keindahan alam, Kabupaten Semarang terletak di Jawa Tengah, tujuan menarik yang menggabungkan budaya yang indah, budaya dan keakraban rakyatnya.

Dusun Semilir merupakan salah satu tempat wisata yang berada di Kabupaten Semarang. Dibangun dengan konsep *One Stop Leisure Park*, pengunjung dapat menikmati berbagai wahana yang sudah tersedia, menikmati keindahan alam, serta tersedia pusat oleh-oleh dan kuliner khas Dusun Semilir. Selaku perusahaan yang mengelola Dusun Semilir, PT. Desa Wisata Indonesia mengesahkan Dusun Semilir yang memiliki letak strategis yang berada di Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang pada 25 Mei 2019.

Pada awal tahun 2020 Dusun Semilir terpaksa menutup wisatanya sebab terjadinya pandemi Covid-19 dimana objek wisata diharuskan untuk tutup dalam waktu yang tidak dapat di tentukan. Dusun Semilir kemudian mengalami penurunan jumlah pengunjung. Hal ini menjadi tantangan bagi Dusun Semilir untuk mengembalikan jumlah pengunjung yang awalnya sudah tinggi menjadi terkikis. Berikut data jumlah pengunjung tempat rekreasi di Kabupaten Semarang:

**Tabel 1.1 Data Pengunjung di Tempat Rekreasi Kabupaten Semarang**

Tempat Wisata	Jumlah Pengunjung di Tempat Rekreasi di Kabupaten Semarang
---------------	--

	2021	2022	2023	2024
Cimory On The Valley	76.821	472.924	316.957	395.313
Taman Bunga Celosia	15.875	165.096	375.777	339.959
Dusun Semilir	391.568	736.176	633.734	510.871

Sumber : Badan Statistik Kabupaten Semarang

Berdasarkan tabel 1.1 diatas jumlah pengunjung di Dusun Semilir mengalami naik turunnya pengunjung. Pada tahun 2021 masa pandemi sudah mulai mereda pengunjung yang datang 391.568 orang, kemudian pada tahun 2022 wisatawan yang berkunjung di Dusun Semilir mengalami peningkatan yang sangat signifikan, yakni mencapai 736.176 orang. Peningkatan ini kemungkinan besar disebabkan oleh adanya kebijakan pembatasan sosial pasaca pandemi COVID-19, serta membuat minat masyarakat untuk kembali berwisata setelah adanya pembatasan selama beberapa tahun sebelumnya. Namun pengunjung di Dusun Semilir mengalami penurunan pada tahun 2023 dengan jumlah pengunjung 633.734 orang, disusul penurunan kembali pada tahun 2024 menjadi 510.871 orang. Penurunan ini dapat disebabkan adanya pergeseran dalam keputusan berkunjung wisatawan, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya daya tarik wisata ataupun kualitas fasilitas.

Penelitian yang dilakukan (Pundissing, 2021) daya tarik berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Pongtorra, sedangkan hasil yang berbeda ditemukan oleh (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021) menunjukkan bahwa daya tarik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

fasilitas wisata adalah pelayanan pendukung yang selalu siap dimanfaatkan mutu dan harga sesuai dengan kebutuhan wisatawan. (Poli et al., 2023) bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Minat berkunjung merupakan proses untuk mencari informasi suatu destinasi wisata yang dianggap menarik. Informasi yang didapat tersebut dapat menimbulkan rasa senang atau tidak senang, penilain positif atau negatif destinasi wisata yang diminatinya. Informasi tersebut akan digunakan wisatawan memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi wisata (Yuliyani & Suharto, 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian yang lebih dalam mengenai **“Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengunjung Di Dusun Semilir)”**.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode pada penelitian ini adalah angket atau kuisioner yang berisi pertanyaan seputar identitas responden dan pertanyaan seputar objek penelitian. Kuisioner tersebut akan disebarluaskan secara daring melalui media sosial Whatsapp dan Instagram menggunakan media Google Form.

### **Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2022) populasi merupakan objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh seorang peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Berdasarkan populasi tersebut, maka populasinya adalah pengujung di Dusun Semilir.

### **Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan populasi yang mempunyai karakter tertentu (Sugiono, 2022). Penelitian ini tidak mengetahui berapa banyak populasi yang akan diteliti, oleh karena itu penentuan jumlah sampel yang akan digunakan penelitian sesuai dengan rumus Rao Purba yakni sebagai berikut:

$$N = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

N = Ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam menentukan sampel 95% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi di sini ditetapkan sebesar 10%

Dengan rumus tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$
$$N = \frac{3,8416}{0,04}$$
$$N = 96,04$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi sebanyak 96,04 orang dibulatkan 97 responden.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Menggunakan metode *purposive sampling* yang berarti sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu untuk memastikan bahwa suatu sampel memiliki karakteristik yang diinginkan. Pengambilan sampel ini memiliki kriteria yaitu pengunjung sudah pernah berkunjung ke Dusun Semilir.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pada teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan sumber data primer dilakukan dari jawaban responden melalui google form secara tidak langsung.

### **Teknik Analisis Data**

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas menentukan valid atau tidaknya suatu data koesioner, dengan mengevaluasi hasil *Outer Loading* setiap indikator. *Average Variance Extracted* (AVE) masing-masing item dinyatakan lolos apabila nilainya  $>0.50$ . sedangkan *Outer Loading* dalam ujivaliditas dinyatakan setiap item lolos apabila nilainya  $>0.70$ .

#### **2. Uji Reliabilitas**

Merupakan alat untuk mengukur konsistensi suatu kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel. Jika nilai koefisien reliabilitas  $>0,6$  maka instrumen tersebut reliabel dan dapat diandalkan. Nilai koefisien reabilitas  $<0,6$  berarti instrumen tersebut tidak reliabel dan tidak dapat diandalkan.

### **Model Struktur**

#### **1. Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)**

Koefisien jalur memiliki nilai yang berkisar anatar -1 hingga 1. Nilai dalam rentang 0 hingga 1 dapat ditetapkan sebagai positif, dan nilai rentang -1 hingga 0 dapat ditetapkan sebagai negatif.

#### **2. R-Square**

Digunakan untuk mengevaluasi masing-masing variabel laten endogen sebagai kontrol yang tepat terhadap pertunjukan dasar. Nilai R-Squared 0,75 dapat dijelaskan sebagai kuat. Nilai 0.5 dapat disimpulkan sedang dan nilai 0.25 dapat disebut memiliki nilai yang lemah (Ghozali, 2021).

#### **3. F-Square**

*F-Square* merupakan ukuran untuk mengetahui pengaruh relatif variabel eksogen (yang mempengaruhi) terhadap variabel endogen (yang terpengaruhi). Nilai *f-square* dibedakan menjadi tiga yaitu nilai 0,02 dapat diartikan sebagai indikator variabel *laten* yang mempunyai pengaruh lemah, nilai 0,15 dapat diartikan sebagai indikator variabel *laten* yang mempunyai pengaruh sedang atau langsung dan nilai 0,35 dapat diartikan sebagai variabel *laten* yang memiliki pengaruh besar.

### Uji Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian tesis dilakukan untuk melihat apakah variabel memiliki pengaruh langsung yang didasarkan pada nilai p. Hubungan ini didasarkan pada variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk mengetahui apakah variabel intermediasi cocok untuk mengintervensi variabel yang diteliti. Nilai p sebesar 0,05 maka tesis diterima, sedangkan nilai  $p > 0,5$  maka tesis ditolak. Titik yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui titik bootstrapping. Sebelum pengujian ini dilakukan, terlebih dahulu harus dipastikan bahwa model memiliki validitas dan dapat dipercaya dengan pointer yang baik dan tervalidasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini hasil jawaban responden mengenai jenis kelamin pengunjung Dusun Semilir.

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	30	30,9%
Perempuan	67	69,1%
Total	97	100%

Sumber: Data Kuesioner yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang terlihat pada tabel 4.1, karakteristik jenis kelamin dari responden menunjukkan bahwa 69,1% di antaranya adalah perempuan, sedangkan 30,9% adalah laki-laki. Dari analisis tersebut, terlihat bahwa perempuan lebih suka melakukan perjalanan dan berwisata dibandingkan laki-laki.

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah berkunjung

Hasil karakteristik berdasarkan pernah berkunjung sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung**

Pernah Berkunjung	Frekuensi	Presentase
Pernah Berkunjung	97	100%
Belum Pernah Berkunjung	0	0,0%
Total	97	100%

Sumber data : Data primer yang telah diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.2, terungkap bahwa responden pernah melakukan kunjungan di Dusun Semilir. Oleh karena itu, maka dapat memberikan tanggapan-tanggapan pada pertanyaan mengenai wisata Dusun Semilir yang digunakan dalam penelitian ini.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kota/Kabupaten

Hasil karakteristik berdasarkan kota/kabupaten sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota/Kabupaten**

Nama Kota/Kabupaten	Frekuensi	Presentase
Demak	9	9,28%
Kota Semarang	39	40,20%
Pati	8	8,25%
Kab. Semarang	13	13,40%
Kendal	5	5,15%
Magelang	5	5,15%
Pemalang	2	2,06%
Purwodadi	1	1,03%
Kab. Kendal	1	1,03%
Jepara	1	1,03%
Karawang	1	1,03%
Purwodadi/Grobogan	1	1,03%
Tulungagung	1	1,03%
Boyolali	1	1,03%
Grobogan	1	1,03%
Rembang	1	1,03%
Kab. Demak	1	1,03%
Sleman	1	1,03%
Brebes	1	1,03%
Kuningan	1	1,03%
Banyumas	1	1,03%
Batang	1	1,03%
Kab. Pati	1	1,03%
Total	97	100%

Sumber data : Data kuesionel diolah, 2025

Berdasarkan data karakteristik responden berdasarkan asal Kota/Kabupaten pada tabel 4.3 diketahui bahwa asal daerah responden sebanyak 97 orang, mayoritas pengunjung Dusun Semilir berasal dari wilayah Kota Semarang (40,20%), dan Kab. Semarang (13,40%). Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata Dusun Semilir masih dominan oleh wisatawan lokal. Terdapat pula responden dari daerah lain meskipun dalam jumlah kecil, seperti Demak, Pati, Kendal, dan beberapa kota di luar Jawa Tengah, yang mengindikasikan adanya potensi perluasan pasar.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan

Hasil karakteristik berdasarkan kota/kabupaten sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjung**

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
1 Kali	47	40,45%
2 Kali	33	34,02%
3 Kali	13	13,40%
4 Kali	1	1,03%
5 Kali	3	3,09%
Total	97	100%

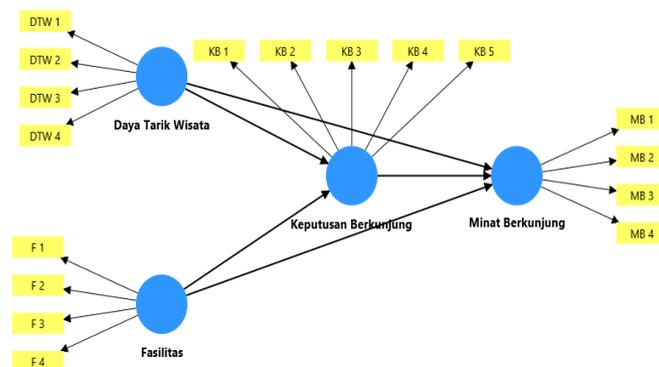
Sumber data : Data kuesioner diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.4, sebagian besar responden 48,45% merupakan pengunjung yang baru pertama kali datang ke lokasi. Responden yang pernah berkunjung dua kali mencapai 34,02%, sedangkan yang sudah 3 kali sebanyak 13,40%. Sisanya hanya sebagian kecil yang telah berkunjung empat atau lima kali.

### Hasil Uji Validitas dan Releabilitas

#### 1) Model Pengukuran (*Outer Model*)

Langkah pertama dalam analisis kuadrat terkecil parsial (PLS) adalah mengukur outer model. Tanpa evaluasi model pengukuran (*outer model*) memerlukan pengujian instrumen penelitian dan terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Tujuan pengujian ini adalah untuk menunjukkan keseriusan setiap indikator terhadap variabel penelitian. Model external di uji menggunakan uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas.



**Gambar 4.1 Outer Model**

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

**2) Uji Validitas**

(Hatta Setiabudhi, S.E et al., 2025) *Outer loading* merupakan suatu nilai yang menerangkan hubungan (korelasi) antara suatu indikator dan variabel latennya. Semakin tinggi *outer loading*, semakin erat hubungan antara suatu indikator dan variabel latennya. Nilai *outer loading* > 0,7 dapat diterima. Sementara nilai *outer loading* < 0,4 selalu dieliminasi dari proses analisis. Nilai *outer loading* > 0,7, berarti  $0,72 \approx 50\%$  variabilitas dari suatu indikator dapat dijelaskan atau diserap oleh variabel latennya.

**Tabel 4.10 Outer Loading**

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Daya Tarik Wisata	DTW 1	0,814	Valid
	DTW 2	0,804	Valid
	DTW 3	0,882	Valid
	DTW 4	0,812	Valid
Fasilitas	F 1	0,776	Valid
	F 2	0,863	Valid
	F 3	0,843	Valid
	F 4	0,859	Valid
Keputusan Berkunjung	KB 1	0,734	Valid
	KB 2	0,881	Valid
	KB 3	0,753	Valid
	KB 4	0,771	Valid
	KB 5	0,722	Valid
Minat Berkunjung	MB 1	0,871	Valid
	MB 2	0,854	Valid
	MB 3	0,856	Valid
	MB 4	0,935	Valid

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

Berdasarkan hasil tabel 4.10, diketahui seluruh nilai *outer loading* > 0,7 yang berarti seluruh indikator dipertahankan dalam proses analisis selanjutnya. Selain *outer loading*, untuk mengetahui validitas indikator maka perlu mengetahui nilai AVE (Average Variance Extracted) juga digunakan dalam uji validitas.

**Tabel 4.11 Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0,686	Valid

Fasilitas	0,699	Valid
Keputusan Berkunjung	0,599	Valid
Minat Berkunjung	0,774	Valid

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

Dari hasil tabel 4.11, terlihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*) semua variabel sudah berada di atas 0,5 sehingga pengujiannya dapat dilanjutkan.

### 3) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian secara konsisten mengukur variabel yang dituju. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa setiap variabel dapat diukur secara stabil oleh indikatornya. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji melalui nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, dengan kriteria  $\geq 0,70$ .

**Tabel 4.12 Nilai Composite Reliability**

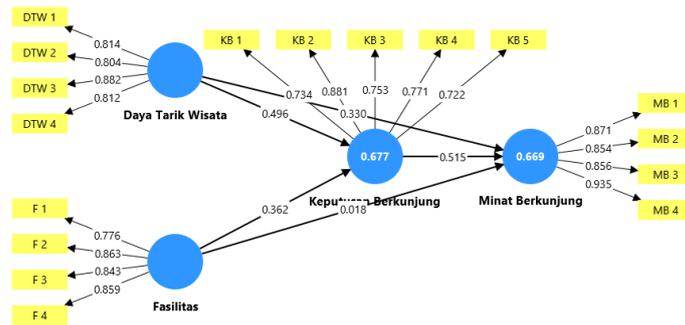
Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0,848	0,897	Reliabel
Fasilitas	0,856	0,903	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,831	0,881	Reliabel
Minat Berkunjung	0,902	0,932	Reliabel

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

Berdasarkan hasil tabel 4.12, dapat dilihat bahwa seluruh konstruk (variabel laten) dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang berada di atas batas minimum 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator yang membentuk masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang sangat baik.

### 4) Hasil Analisis Data Struktural (*Inner Model*)

*Iner Model Partial Least Square analysis* dapat diketakui dengan melihat nilai *R-Square* dan uji *Path Coefficient*.



**Gambar 4.2 Hasil Analisis Data Struktural (Inner Model)**

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

**R-Square**

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4, nilai *R-Square* yang diperoleh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Nilai R-Square**

Variabel	R-Square	R-Square adjusted
Keputusan Berkunjung	0,677	0,670
Minat Berkunjung	0,669	0,658

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.13, nilai *R-Square* untuk variabel Keputusan Berkunjung adalah 0,677 (67,7%). Nilai tersebut termasuk dalam kategori cukup kuat. Sedangkan nilai Minat Berkunjung adalah 0,669 (66,9%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai *R-Square* memiliki pengaruh yang relatif cukup kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara daya tarik wisata, fasilitas terhadap keputusan berkunjung dengan memediasi minat berkunjung.

**F-Square**

*F-Square* adalah ukuran yang digunakan untuk menilai pengaruh relatif antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai *F-Square* diukur dengan kriteria 0,02 dianggap kecil, 0,15 dianggap moderat, dan 0,35 dianggap besar (Raudhatul Hikmah, Achmad Fauzi, 2025). Berikut adalah nilai *F-Square*:

**Tabel 4.14 Nilai F-Square**

Variabel	Keputusan Berkunjung	Minat Berkunjung
Daya Tarik Wisata	0,235	0,082
Fasilitas	0,125	0,000

Keputusan Berkunjung		0,259
Minat Berkunjung		

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.14, daya tarik wisata memberikan pengaruh cukup kuat terhadap keputusan berkunjung dengan nilai 0,235, tetapi pengaruh kecil terhadap minat berkunjung dengan nilai 0,082. Sementara itu fasilitas hanya berpengaruh kecil terhadap keputusan berkunjung dengan nilai 0,125, dan tidak berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung dengan nilai 0,000, sementara variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan berkunjung adalah minat berkunjung dengan nilai 0,259.

### Uji Path Coefficient

*Path Coefficient* digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antar variabel pada penelitian ini dengan mengevaluasi nilai estimasi dalam hal tanda (arah) dan besaran. Nilai original sample yang berada anatara -1 sampai dengan +1 diindikasikan sebagai variabel yang mempunyai hubungan negatif sampai dengan positif. Nilai t-statistic harus memiliki nilai di atas 1,96 atau p-value di bawah 0,05 untuk dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan (Hair dkk, 2014) dalam (Ervina et al., 2023).

#### a. Uji Pengaruh Langsung

**Tabel 4.15 Pengaruh Langsung**

	Original sample	Sample mean	Standard deviation	T statistics	P values
Daya Tarik Wisata → Keputusan Berkunjung	0,496	0,494	0,094	5,257	0,000
Daya Tarik Wisata → Minat Berkunjung	0,330	0,330	0,146	2,250	0,024
Fasilitas → Keputusan Berkunjung	0,362	0,358	0,111	3,259	0,001
Fasilitas → Minat Berkunjung	0,018	0,029	0,136	0,135	0,893

Keputusan Berkunjung → Minat Berkunjung	0,515	0,503	0,134	3,850	0,000
---	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

Berdasarkan tael 4.15, Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung dengan nilai t-statistic 5,257 dan p-value 0,000 dan juga Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung dengan nilai t-satistic 2,250 dan p-value 0,024. Sementara Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung dengan nilai t-statistic 3,259 dan p-value 0,001, namun untuk Fasilitas terhadap Minat Berkunjung tidak berpengaruh signifikan nilai t-statistic 0,135 p-value 0,893, untuk Keputusan Berkunjung terhadap Minat Berkunjung signifikan nilai t-statistic 3,850 dan p-value 0,000.

**b. Uji Pengaruh Tidak Langsung**

**Tabel 4.16 Pengaruh Tidak Langsung**

	Original sample	Sample mean	Standard deviation	T statistics	P values
Daya Tarik Wiasata → Keputusan Berkunjung → Minat Berkunjung	0,255	0,249	0,086	2,982	0,003
Fasilitas → Keputusan Berkunjung → Minat Berkunjung	0,186	0,177	0,069	2,692	0,007

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.16, kedua variabel, daya tarik wisata → keputusan berkunjung → minat berkunjung dan fasilitas → keputusan berkunjung → minat berkunjung secara tidak langsung berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistic >1,96 dan p-value < 0,05.

### Hasil pengujian Hipotesis

Data yang diolah sesuai urutan pemrosesan menggunakan aplikasi SmartPLS dengan teknik bootstrapping menghasilkan hipotesis dengan standar nilai uji yang memenuhi kriteria. Jika P- value <0,05 dan T-statistik >1,96 maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh signifikan, namun jika P-value >0,05 dan T-sttistik <1,96 maka hipotesis ditolak dan tidak terdapat pengaruh signifikan.

**Tabel 4.17 Hasil Hipotesis Penelitian**

Hipotesis	Pengaruh	T statistics	P values	Kesimpulan
H1	Daya tarik wisata → Minat Berkunjung	2,250	0,024	Diterima
H2	Fasilitas → Minat Berkunjung	0,135	0,893	Ditolak
H3	Daya Tarik Wiasata → Keputusan Berkunjung	5,257	0,000	Diterima
H4	Fasilitas → Keputusan Berkunjung	3,259	0,001	Diterima
H5	Keputusan Berkunjung → Minat Berkunjung	3,850	0,000	Diterima
H6	Daya Tarik Wiasata → Keputusan Berkunjung → Minat Berkunjung	2,982	0,003	Diterima
H7	Fasilitas → Keputusan Berkunjung → Minat Berkunjung	2,692	0,007	Diterima

Sumber : data primer diolah Smart PLS 4, 2025

Pada data tersebut, diperoleh penjelasan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung. Hal ini didukung oleh nilai P-value  $0,024 < 0,05$  dan T- statistic  $2,250 > 1,96$  dengan demikian hipotesis 1 diterima.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung. Hal ini didukung oleh nilai P-value  $0,839 > 0,05$  dan T- statistic  $0,135 < 1,96$  dengan demikian hipotesis 2 ditolak.

3. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini didukung oleh nilai P-value  $0,000 < 0,05$  dan T- statistic  $5,257 > 1,96$  dengan demikian hipotesis 3 diterima.

4. Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis 4 menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini didukung oleh nilai P-value  $0,001 < 0,05$  dan T- statistic  $3,259 > 1,96$  dengan demikian hipotesis 4 diterima.

5. Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis 5 menyatakan bahwa keputusan berkunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung. Hal ini didukung oleh nilai P-value  $0,000 < 0,05$  dan T- statistic  $3,850 > 1,96$  dengan demikian hipotesis 5 diterima.

6. Pengujian Hipotesis 6

Hipotesis 6 menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung. Hal ini didukung oleh nilai P-value  $0,003 < 0,05$  dan T- statistic  $2,982 > 1,96$  dengan demikian hipotesis 6 diterima.

7. Pengujian Hipotesis 7

Hipotesis 7 menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung. Hal ini didukung oleh nilai P-value  $0,007 < 0,05$  dan T- statistic  $2,692 > 1,96$  dengan demikian hipotesis 7 diterima.

## **Pembahasan**

Berdasarkan hasil uraian penelitian di atas, maka secara lanjut pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

### **1) Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung**

Menurut penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung di Dusun Semilir. Hasil penelitian menunjukkan bilai P-value  $0,024 < 0,05$  dan nilai T-statistic  $2,250 > 1,96$  yang artinya hipotesis pada penelitian diterima. Motif utama para wisatawan mengunjungi suatu tempat adalah karena Dusun Semilir memiliki atraksi yang menarik, memiliki desain arsitektur yang unik dan menarik, elemen budaya lokal seperti makanan tradisional dan mendukung aktivitas bersama keluarga atau teman. Dapat meningkatkan seseorang berencana untuk membeli tiket yang di tawarkan di Dusun Semilir, meningkatkan seseorang untuk mengajak teman atau keluarga, hingga menjadi preferensi utama ketika berada di sekitar Kabupaten Semarang dan semakin banyak daya tarik yang dimiliki oleh Dusun Semilir, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung ke sana.

Berdasarkan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Hasil ini sependapat dengan pendapat sebelumnya yaitu (Dahmiri & Bhayangkari, 2022), (Mony & Prasetyo, 2024) dan (Muhammad Nur Mialfi Salim et al., 2022) yang hasilnya membuktikan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung.

## **2) Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung**

Hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas tidak signifikan mempengaruhi minat berkunjung dengan hasil P-value 0,893 dan T-statistic 0,135. Artinya meskipun fasilitas di Dusun Semilir sudah lengkap seperti toilet, mushola dapat digunakan dan tidak adanya kesulitan saat menggunakan fasilitas yang ada hingga alat-alat yang di gunakan memenuhi standar keamanan dan kenyamanan, faktor ini tidak cukup untuk menarik minat pengunjung secara langsung. Minat berkunjung lebih ditentukan oleh hal-hal lain seperti daya tarik wisata yang unik dan menarik, menjadi preferensi utama ketika berada di sekitar Kabupaten Semarang, dapat berkunjung dengan teman atau keluarga hingga melakukan pembelian tiket yang ditawarkan oleh Dusun Semilir. Fasilitas lebih berfungsi sebagai penunjang kenyamanan selama berada di destinasi, bukan sebagai hal yang memicu keinginan untuk berkunjung.

Hasil penelitian ini sependapat dengan (Lestyaningsih & Pramudyo, 2023) yang menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung dan kali ini berbeda dengan (Arevin, 2024), (Salma & Manurung, 2023) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung.

## **3) Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa daya tarik wisata mempengaruhi keputusan berkunjung secara signifikan dengan P-value 0,000 dan T-statistic 5,257. Hal ini menegaskan bahwa semakin menarik atraksi, budaya lokal seperti makanan tradisional, dan suasana di Dusun Semilir tidak hanya menumbuhkan minat, tetapi juga mendorong wisatawan untuk memutuskan berkunjung. Daya tarik wisata di Dusun Semilir terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan, karena Dusun Semilir sebagai destinasi unggulan dan menarik, serta menggunakan media sosial untuk mencari informasi, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka untuk datang di waktu luang.

Hasil penelitian ini saya dengan penelitian sebelumnya (Nurchomariyah et al., 2023), (Tengku Putri Lindung Bulan et al., 2021) dan (Purwanto et al., 2021) yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

## **4) Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan hasil analisis, fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Dusun Semilir dengan nilai P-value  $0,001 < 0,05$  dan T- statistic  $3,259 > 1,96$ . Ini menunjukkan bahwa ketersediaan dan kelengkapan fasilitas seperti area toilet, mushola, memengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan untuk berkunjung. Fasilitas yang memadai memberi rasa nyaman dan kemudahan bagi pengunjung, sehingga meningkatkan keyakinan mereka untuk memilih Dusun Semilir sebagai tujuan wisata.

Hasil penelitian ini selaras dengan (Poli et al., 2023), (Sri et al., 2025) dan (Hardina & Sudarusman, 2021) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya, fasilitas yang tersedia harus dalam kondisi baik, terawat dan lengkap agar pengunjung mudah dalam menggunakan fasilitas.

#### **5) Minat Berkunjung terhadap Keputusan Berkunjung**

Hasil analisis menunjukkan bahwa minat berkunjung memengaruhi secara signifikan keputusan berkunjung dengan P-value 0,000 dan T-statistic 3,850. Artinya, ketika seseorang memiliki minat kuat seperti ingin membeli tiket, mengajak orang lain untuk berkunjung, atau memilih Dusun Semilir sebagai tujuan utama, maka minat tersebut cenderung dalam bentuk keputusan berkunjung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan (Hapsara & Ahmadi, 2022) (Rahmansyah et al., 2022), (Setianingsih & Setiawan, 2023) yang menyatakan bahwa minat berkunjung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

#### **6) Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung**

Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung P-value 0,003 dan T-statistic 2,982. Artinya, bahwa ketika pengunjung menilai daya tarik Dusun Semilir seperti keunikan arsitektur, keberagaman atraksi, dan nuansa budaya lokal secara positif, maka cenderung memiliki minat tinggi untuk berkunjung. Minat ini kemudian berkembang menjadi keputusan untung datang ke lokasi, dimana minat yang terbentuk dari ketertarikan akan destinasi benar-benar mendorong seseorang membuat keputusan berkunjung. Hasil penelitian yang sependapat yaitu (Purwanto et al., 2021), (Rahmansyah et al., 2022) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yang memediasi minat berkunjung.

#### **7) Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung**

Berdasarkan hasil analisis, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung dengan nilai P-value 0,007 dan T-statistic 2,692. Ini menunjukkan bahwa meskipun secara langsung fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung, namun secara tidak langsung fasilitas yang baik tetap dapat mendorong keputusan berkunjung melalui minat. Dengan kata lain, fasilitas seperti toilet, mushola dan standar keamanan menjadi faktor pendukung kenyamanan yang memperkuat pengalaman positif di destinasi. Ketika fasilitas dianggap memadai, maka minat berkunjung cenderung meningkat pada akhirnya mendorong keputusan seseorang untuk berkunjung. Hasil penelitian ini sependapat dengan (Aan Kartika Pangesty, Hary Purwanto, 2023), yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dan minat berkunjung.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 97 responden pengunjung Dusun Semilir dan analisis data menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*), berikut beberapa kesimpulan yang dapat di tarik:

1. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa keunikan, keindahan, dan nilai budaya yang dimiliki Dusun Semilir mampu meningkatkan ketertarikan calon pengunjung.
2. Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Meskipun fasilitas sudah dinilai baik, namun belum menjadi faktor utama dalam membentuk minat pengunjung untuk datang.
3. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Semakin tinggi daya tarik yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan wisatawan memutuskan untuk berkunjung ke Dusun Semilir.
4. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Ketersediaan dan kualitas fasilitas yang baik turut mendukung pengambilan keputusan untuk berwisata ke Dusun Semilir.
5. Minat berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Ketertarikan dan keinginan untuk berkunjung mendorong pengunjung mengambil keputusan untuk datang ke destinasi.
6. Daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung. Ini menandakan bahwa daya tarik tidak hanya memengaruhi keputusan secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan minat berkunjung.
7. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung. Meskipun secara langsung tidak berpengaruh terhadap minat. Fasilitas yang baik tetap mendukung keputusan berkunjung melalui peningkatan pengalaman wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- aan kartika pangesty, hary purwanto, hendra setiawan. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata the Lawu Park. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 6, September*.
- Arevin, A. T. (2024). Analysis of the Effect of Prices and Quality of Facilities on Tourist Visit Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12(3)*, 893–900.
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2022). Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 11(04)*, 1069–1079. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21858>

- Ervina, E., Ferdinand, F., & Meitiana, M. (2023). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Pos Indonesia Kantor Pos Palangka Raya. *Ednomics Journal*, 4(2), 144–166. <https://doi.org/10.37304/ej.v4i2.10027>
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 85–100. <https://doi.org/10.35917/cb.v2i1.236>
- Hatta Setiabudhi, S.E, M. A., Suwono, S.E, M. S., Yudi Agus Setiawan, S.S, M. ., & Syahrul Karim, M. S. (2025). Kuantitatif dengan smart pls. *Ebooks.Borneonovelty.Com*, 1–115.
- Lestyaningsih, D., & Pramudyo, A. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(2), 167–177. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.171>
- Mony, R., & Prasetyo, H. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Media Sosial Dan Nilai Terhadap Minat Berkunjung Ke Desa Wisata Hutan Mangrove Kulon Progo Yogyakarta. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(1), 51–79. <https://doi.org/10.61476/spvxg605>
- Muhammad Nur Mialfi Salim, Indah Dewi Mulyani, & Nur Khojin. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 113–126. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i4.156>
- Nurchomariyah, U., Liliyan, A., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S., & Abstrak, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355.
- Poli, P. Y. C., Lapian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 821–832. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46555>
- Pundissing, R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pongtorra' Toraja Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 2(1), 71–84. <https://doi.org/10.47178/jesit.v2i1.1239>
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh daya tarik dan E-WOM terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. *Management and Business Review*, 5(2), 251–264. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5867>

- Rahmansyah, M., Kusnadi, E., & Harisandi, Y. (2022). Pengaruh Ewom Dan Daya Tarik Wisata Dalam Menentukan Keputusan Berkunjung Pada Ekowisata Kampung Blekok Di Kabupaten Situbondo Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(1), 137. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i1.1850>
- Raudhatul Hikmah, Achmad Fauzi, dan D. S. (2025). *Efisiensi : Jurnal Penelitian dan Pengembangan Ilmu Manajemen Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Kerja Terhadap*. 1(2), 63–87.
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Salma, F., & Manurung, T. M. S. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Dunia Fantasi (DUFAN). *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 4(2), 51–60. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v4i2.1821>
- Setianingsih, P. W., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengunjung Pasar Pundensari Wilayah Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5, 1–13.
- Sri, R., Asti, R., & Sukriadi, E. H. (2025). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DI DESA WISATA LAMAJANG KABUPATEN BANDUNG ( THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND FACILITIES FOR VISITING DECISIONS IN LAMAJANG TOURISM VILLAGE , BANDUNG REGENCY)*. 4(April), 1–23.
- Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M.Herdit Maitama. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Yuliyani, & Suharto. (2022). Pengaruh ewom di Instagram terhadap minat berkunjung dan dampaknya terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Yogyakarta (studi kasus pada akun @explorejogja). *Journal Of Tourism And Economic*, 5(2), 161–177. <https://doi.org/10.36594/jtec/ez5brw89>