



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KUNJUNG  
WISATAWAN KE DESTINASI PDIKM PADANG PANJANG**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Pada Program  
Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar*

Oleh:  
**Preselia Anggelita Aron**  
**NIM. 2130406020**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR  
2025**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Preselia Anggelita Aron  
NIM : 2130406020  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Pariwisata Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul  
**“ Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Wisatawan Ke Destinasi PDIKM Padang Panjang”** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, Januari 2025

Saya yang menyatakan,



Preselia Anggelita Aron

NIM. 2130406020

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Pembimbing skripsi atas nama **Preselia Anggelita Aron**, NIM **2130406020** dengan judul "**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Wisatawan Ke Destinasi PDIKM Padang Panjang**". Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, Juli 2024

**Ketua Program Studi  
Pariwisata Syariah**

**Pembimbing**



Siska Febriyanti S., M.Pd.E  
NIP. 201702012018

Revi Candra, S.Pd., M.Ak  
NIP. 198702242018011001

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus  
Batusangkar






Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP  
NIP. 197310072002121001

### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Preselia Anggelita Aron , NIM. 2130406020 Judul: "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Wisatawan Ke Destinasi PDIKM Pandang Panjang "telah diuji dalam Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, yang dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 04 Februari 2025 dan dinyatakan telah lulus dan dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) program strata Satu (S1) dalam Program Studi Pariwisata Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama Penguji	Keterangan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Revi Candra, S.Pd.,M.Ak NIP. 198702242018011001	Ketua Sidang/ Pembimbing		11/2-25
3	Harry Yulianda, M.M.Par NIP. 199807132019031005	Penguji I		11/2-25
4	Siska Febriyanti, S.Pd.,M.Pd.E NIP. 201702012018	Penguji II		11/2/25

Batusangkar Februari 2025  
Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam



Dr. H. Rizal, M.Ag.CRP  
NIP. 197310072002121001

## ABSTRAK

**Preselia Anggelita Aron NIM 2130406020, Judul Skripsi “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Wisatawan Ke Destinasi PDIKM Padang Panjang”** Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Masalah pokok dalam penelitian ini berdasarkan observasi lapangan bahwasanya minat kunjungan wisata destinasi PDIKM Padang Panjang masih rendah dibandingkan dengan wisata lain serta kreativitas dan manajemen dalam pengelolaan wisata belum maksimal untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. Tujuan penelitian untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat kunjung wisatawan ke destinasi PDIKM Padang Panjang.

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field reaserch*) dengan cara langsung kelapangan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dimana metode ini menggambarkan serta menjelaskan keadaan sebenarnya secara sistematis dan akurat mengenai seberapa besar faktor yang mempengaruhi minat kunjung wisatawan ke destinasi PDIKM Padang Panjang.

Hasil penelitian ini secara uji parsial melalui uji statistik-t menunjukkan bahwa atraksi berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan, fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan, promosi berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan, informasi berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan, tarif berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Berdasarkan secara uji simultan (*statistic-f*) menunjukkan bahwasanya atraksi, fasilitas, promosi, informasi, tarif, dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang.

**Kata Kunci:** Atraksi, Fasilitas, Promosi, Informasi, Tarif, Aksesibilitas dan Minat Berkunjung.

## ABSTRACT

**Preselia Anggelita Aron, NIM 2130406020, Title of Thesis: "Analysis of Factors Affecting Tourist Interest in Visiting PDIKM Padang Panjang Destination" "وجهة زيارة في السياح رغبة على المؤثرة العوامل تحليل" "باتانجانغ بادانغ".** Sharia Tourism Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University Mahmud Yunus Batusangkar.

The main problem in this research is based on field observations, which show that tourist interest in visiting PDIKM Padang Panjang destination is still low compared to other tourist destinations, and the creativity and management in tourist management have not been maximized to attract tourists. The purpose of this research is to analyze the factors that influence tourist interest in visiting PDIKM Padang Panjang destination.

This research uses a quantitative descriptive approach, which describes and explains the actual conditions systematically and accurately regarding the extent to which factors influence tourist interest in visiting PDIKM Padang Panjang destination.

The results of this research show that attractions, facilities, promotions, information, tariffs, and accessibility partially affect tourist interest in visiting PDIKM Padang Panjang destination. Simultaneously, these factors also affect tourist interest in visiting PDIKM Padang Panjang destination.

**Keywords:** Attractions, Facilities, Promotions, Information, Tariffs, Accessibility, and Tourist Interest.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian Dan Luaran Penelitian .....	11
G. Defenisi Operasional.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
A. Kajian Teori .....	15
1. Minat Berkunjung Wisatawan.....	15
2. Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan....	16
B. Penelitian yang Relevan.....	22
C. Kerangka Konseptual.....	27
D. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel .....	31
D. Pengembangan Istrumen.....	33

E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum PDIKM Padang Panjang .....	41
1. Profil Singkat PDIKM Padang Panjang .....	41
B. Analisis Hasil Penelitian .....	42
1. Analisis Deskriptif .....	42
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	44
3. Uji Asumsi Klasik .....	49
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
5. Uji Hipotesis.....	53
6. Uji Determinasi (Uji R).....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di PDIKM Padang Panjang .....	7
Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Istano Basa Pagaruyuang .....	8
Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian .....	31
Tabel 3. 2 Penilaian Skala Likert .....	33
Tabel 3. 3 Indikator Penelitian .....	33
Tabel 4. 1 Uji Statistik Deskriptif .....	42
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Atraksi (X1) .....	45
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2) .....	46
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Promosi (X3) .....	46
Tabel 4. 5 Uji Validitas Variabel Informasi (X4) .....	47
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Tarif (X5).....	47
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Aksesblitas (X6) .....	47
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung (Y) .....	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Releabilitas Variabel Atraksi (X1), Fasilitas (X2), Promosi (X3), Informasi (X4), Tarif (X5), Aksesblitas (X6) dan Minat Berkunjung (Y)...	48
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4. 12 Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4. 13 Uji Parsial (Uji Statistik-t) .....	53
Tabel 4. 14 Uji Simultan (Uji Statistik-f) .....	55
Tabel 4. 15 Uji Determinasi (Uji R).....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4. 1 Uji Heterokedasitas .....	51

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan suatu aktivitas manusia berupa perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk bertamasya maupun rekreasi. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki ragam objek wisata yang disebabkan oleh budaya, adat istiadat, kepercayaan, musim, suku dan lainnya. salah satu kebudayaan yang dapat kita rasakan yaitu tetap melestarikan peninggalan leluhur, unsur budaya juga dapat kita lihat dari tempat destinasi yang memiliki nilai unsur budayanya misalkan PDIKM yang memiliki unsur budaya minang dari segi bangunan, peninggalan foto, pakaian, senjata dan lain-lain di dalam rumah gadangnya, selain itu unsur budaya juga dapat dilihat dari pakaian adat yang disewakan. Pariwisata tercantum dalam konstitusi yaitu pada Undang-Undang Republik Indonesia nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata pasal 1 butir 3 yaitu: “pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut”. (Andina, 2021).

Pariwisata merupakan sektor yang terus menerus dikembangkan pemerintah sebagai pilar pembangunan nasional karena mampu menopang perekonomian nasional pada saat dunia sedang mengalami krisis. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (Selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009) menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global. Potensi pariwisata yang ada di Indonesia sangat beraneka ragam, potensi sumber daya alam dan potensi budaya yang dimiliki Indonesia merupakan daya tarik wisata yang diunggulkan di dalam pengembangan kegiatan kepariwisataan.

PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau) yang terletak di Kota Padang Panjang Provinsi Sumatra Barat PDIKM terletak di kelurahan Silaing Bawah, dengan jarak lebih kurang 500 M dari jalan raya Padang Panjang-Padang, dan lokasinya bertetangga dengan MIFAN *Waterpark*. Objek wisata pendidikan tersebut didirikan tahun 1988 oleh Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau, yang diketuai oleh Bapak Bustanil Arifin, mantan Menteri Koperasi Republik Indonesia. PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau) dibangun dengan bentuk rumah gadang Minangkabau yang didalamnya disediakan berbagai fasilitas penunjangnya, seperti buku-buku tentang Kebudayaan Minangkabau, foto- foto lama tentang fasilitas masyarakat Minangkabau seperti mesjid dan rumah adat tua di Minangkabau, dll. Disamping itu, PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau) dilengkapi dengan taman yang luas dan asri. Tempat ini sering dijadikan untuk berbagai aktifitas oleh pihakk-pihak terkait, misalnya tempat shooting film, lagu, dan tempat untuk camping. Sejak didirikan tahu 1998 sampai tahun 2007, PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau) langsung dikelola oleh Yayasan, namun karen Yayasan tidak mampu mengelolanya, maka tahun 2007 pengelolaannya diserahkan kepada Pemda Padang Panjang dalam hal ini Kantor Kebudayaan dan Pariwisata. Sejak dikelola oleh Pemerintah Daerah, PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau) banyak dikunjungi oleh tamu dari berbagai kalangan. Diantara mereka ada yang berasal dari kalangan dosen, guru dan pelajar serta dari turis dalam dan luar negeri, sepert dari Malaysia, Singapore, Brunei, bahkan juga ada dari Eropah dan Australia (Harun2, 2014).

Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi, (Kotler dan Keller,2014) menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Berdasarkan data dari

Disparpora Padang Panjang jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke PDIKM Padang Panjang tercatat sebanyak 133,554 orang dari tahun 2019-2023, dimana wisatawan asing berjumlah 36,717 orang dari tahun 2019-2023, sedangkan wisatawan dalam negeri 96,837 orang dari tahun 2019-2023. Minat berkunjung wisatawan ke PDIKM masih rendah di bandingkan dengan beberapa destinasi yang sama sebagai contoh seperti di Istano Baso Pagaruyuang yang memiliki tempat destinasi wisata yang serupa hal ini terbukti dari jumlah kunjungan wisatawan ke Pagaruyuan pada tahun 2019-2023 sebanyak 1,454,502 orang . Beberapa hal yang menjadi penyebab kurangnya minat berkunjung wisatawan bisa karena atraksi yang masih kurang menarik, fasilitas yang masih sedikit, promosi yang masih kurang, informasi yang kurang, tarif yang mahal, dan aksesibilitas yang tidak bagus untuk menuju ke destinasinya.

Observasi awal yang peneliti lakukan di lapangan nampak memang ada beberapa faktor yang menyebabkan tingkat kunjungan wisatawan ke PDIKM Padang Panjang ini masih rendah, berdasarkan wawancara dengan Aro selaku pengelola di PDIKM Padang Panjang, penulis bertanya ‘‘kenapa minat berkunjung wisatawan masih rendah dibandingkan dengan destinasi wisata yang sama seperti Istano Baso Pagaruyuang’’, Aro menjawab alasannya ada dua hal yang pertama disebabkan karena PDIKM Padang Panjang ini tidak masuk dalam tour itinerary tour & travel agent besar sehingga menyebabkan wisatawan yang datang berkunjung sedikit dibandingkan dengan destinasi yang sama. Alasan kedua disebabkan karena adanya perubahan harga atau tarif tiket masuk yang naik awal tahun sehingga menyebabkan tour & travel agent maupun wisatawan memperlmasalahkan terkait kenaikan harga tarif tersebut.

Wawancara selanjutnya yang dilakukan dengan Suita selaku pengelola di PDIKM Padang Panjang, penulis bertanya ‘‘kenapa minat berkunjung wisatawan masih rendah dibandingkan dengan destinasi wisata yang sama seperti Istano Baso Pagaruyuang’’, Suita menjawab alasan pertama disebabkan karena adanya perubahan harga atau tarif tiket masuk yang naik

awal tahun sehingga menyebabkan tour & travel agent maupun wisatawan memperlakukan kenaikan tersebut. Alasan kedua karena masalah internal yang mana kurang baik dalam pelayanan tamu, terdapat beberapa kali kompleinan dari para tamu yang dituliskan dalam buku tamu di antara kompleinnanya yaitu kurang friendly dan kurang kemas dari tamu dari malaysia.

Wawancara selanjutnya yang dilakukan dengan Rani dan Dina selaku pengelola di PDIKM Padang Panjang, penulis bertanya ‘‘kenapa minat berkunjung wisatawan masih rendah dibandingkan dengan destinasi wisata yang sama seperti Istano Baso Pagaruyuang’’? Rani menjawab atraksi wisata yang kurang karena dibandingkan dengan destinasi yang sama, atraksi yang ada di PDIKM Padang Panjang kurang dari segi event dan kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan. Dina menjawab Selain itu terdapat kekurangan lainnya yaitu dari sistem promosi yang mana ke naikan dan sistem promosi yang dilakukan di PDIKM Padang Panjang baru mulai meningkat dari 2022 melalui postingan dan insatstory media sosial seperti di istagram, facebook dan juga tiktok PDIKM Padang Panjang dan wisata Padang Panjang.

Sedangkan berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan kepada beberapa wisatawan yang datang berkunjung ke PDIKM Padang Panjang , yaitu kepada Mega , Ainy dan Arya Nando penulis bertanya ‘‘apa menurut wisatawan kekurangan yang terdapat di PDIKM Padang panjang ini dari segi minat kunjung wisatawan?’’ ketiga pengunjung menjawab beberapa kekurangan dari PDIKM Padang Panjang salah satunya yaitu tarif yang dianggap terlalu mahal untuk wisatawan domestik yaitu Rp.10.000/orang dan salah satu permasalahan lainnya yaitu fasilitas nya seperti air wc yang kadang-kadang mati secara tiba-tiba.

Sebagaimana yang di jelaskan dari jbaran di atas kalau dalam pariwisata ini terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu Aktrasi wisata adalah adanya daya tarik yang besar dari suatu pertunjukkan atau tontonan. Munculnya daya tarik yang besar ini, karena hal-hal tersebut di luar kebiasaan masyarakat sehingga menimbulkan rasa ingin tahu yang besar.

Atraksi wisata adalah daya tarik dari suatu objek wisata atau hasil kesenian suatu daerah tertentu yang dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Atraksi budaya adalah atraksi yang berbasiskan pada segala sesuatu yang dihasilkan dari aktivitas manusia. Contoh atraksi budaya diantaranya arkeologi, keramah-tamahan penduduk setempat, situs budaya dan sejarah, museum, festival budaya dan lain-lain. (noho, 2018).

Atraksi wisata yang ada di PDIKM Padang Panjang yaitu menggunakan pakaian adat khas minang kabau, melihat pemandangan yang hijau karna di halaman PDIKM Padang Panjang terdapat taman yang sangat indah, selain itu kita juga dapat melihat pemandangan alam dan gunung singalang yang sangat sejuk, selain itu wisatawan juga dapat menikmati live streaming musik.

Fasilitas pengunjung pariwisata yaitu sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga wisatawan terpenuhi apapun kebutuhan selama mengunjungi. Fasilitas yang timbul karena adanya daya tarik antara lain fasilitas pengunjung terdiri dari fasilitas sekunder dan fasilitas konvensional. Fasilitas penunjangnya yang terdapat di PDIKM Padang Panjang, seperti buku-buku tentang Kebudayaan Minangkabau yang terdapat di dalam perpustakaan di dalam rumah gadang, foto-foto lama tentang fasilitas masyarakat Minangkabau seperti mesjid dan rumah adat tua di Minangkabau, ukiran, suntiang, alat-alat musik tradisional, perhiasan anting, gelang dan kalung untuk hiasan pengantin wanita dahulu, wc, mushola, terdapat tempat berkumpul yaitu medan nan bapaneh, rangkiang yang berbentuk seperti rumah gadang dan terdapat juga tempatpenjual oleh-oleh dll.

Promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan

adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi untuk berkomunikasi dengan konsumen. (ch.wolah, 2016)

Promosi yang dilakukan di PDIKM Padang Panjang melalui media sosial yang mana menargetkan wisatawan dapat mengetahui dan mengakses PDIKM Padang Panjang dengan mudah ,karna dari kebanyakan wisatawan mengetahui ataupun mengenal sebuah barang atau tempat melalui media sosial,oleh karena itu sistem promosinya melalui istagram , tiktok, maupun promosi dari mulut ke mulut.

Informasi yang mudah didapatkan di PDIKM Padang Panjang yaitu kita dapat mengetahui sejarah rumah adat minangkabau ini yang akan di jelaskan oleh pemandu yang sudah bertugas di PDIKM Padang Panjang, selain itu kita juga dapat informasi dari TIC (*Tourist Information Centre*) di PDIKM. TIC (*Tourist Information Centre*) sendiri lebih mempromosikan dan menginformasikan terkait PDIKM Padang Panjang yang di butuhkan oleh wisatawan. selain itu TIC juga bertugas sebagai penjaga keamanan barang-barang wisatawan yang ditiptkan sekaligus memantau CCTV yang telah dipasang di segala sudut agar kenyamanan dan keamanan wisatawan dapat terjamin.

Tarif merupakan harga atau nilai sesuatu yang telah diperhitungkan dan ditetapkan yang harus dibayarkan oleh konsumen dengan nilai uang tertentu untuk mendapatkan suatu komoditi yaitu berupa barang atau jasa (mahmudah, 2016). Tarif atau biaya tiket masuk untuk di PDIKM Padang Panjang yaitu untuk tiket anak-anak Rp. 5.000\_ ,tiket masuk untuk dewasa Rp. 10.000\_ sedangkan untuk tiket wisatawan mancanegara Rp. 25.000\_. sedangkan untuk tiket parkir kendaraan roda dua Rp. 2.000\_,parkir roda 4 Rp. 5.000\_ dan untuk roda 6 atau lebih Rp. 10.000\_.

Aksesibilitas yang mudah dijangkau Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai suatu tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal ini menjadi penting diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas semakin mudah untuk dijangkau dan semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung.

(Nabila,2016). Keberadaan tujuan wisata selain menjadi daya tarik yang dapat menarik wisatawan, juga membutuhkan fasilitas dan infrastruktur yang memadai untuk menunjang kenyamanan wisatawan. Salah satu bentuk kenyamanan yang dibutuhkan oleh wisatawan adalah kemudahan aksesibilitas pariwisata. Aksesibilitas dikatakan sebagai salah satu tolok ukur kenyamanan dalam arti infrastruktur terhubung dengan mudah dan tidak sulit bagi seseorang untuk mencapai lokasi yang ingin mereka jangkau dari sistem transportasi yang ada. Dengan alasan diatas maka peneliti mendefinisikan akses sangat diperlukan untuk kemudahan serta kenyamanan buat para pengunjung yang datang berkunjung . akses untuk mengunjungi PDIKM Padang Panjang sangat bagus dapat dilewati oleh semua jenis transportasi yang ada baik sepeda motor, mobil, dan bus . Akses menuju pdikm padang panjang dapat dilalui via solok-batusangkar- bukittinggi-padang. Semua akses jalan yang menuju ke PDIKM padang panjang sudah beraspal bagus dan dapat dengan mudah dilewati oleh para pengunjung yang ingin mengunjungi PDIKM padang Panjang ini . (Sam'un Jaja Raharja, 2019).

Berikut data kunjungan wisatawan di kota Padang Panjang :

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan di PDIKM Padang Panjang**

<b>Jenis</b>	<b>Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di PDIKM Padang Panjang</b>				
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Wisatawan Mancanegara	<b>23.729</b>	<b>893</b>	<b>6</b>	<b>314</b>	<b>11.775</b>
Wisatawan Nusantara	<b>11.814</b>	<b>12.437</b>	<b>11.484</b>	<b>26.259</b>	<b>34.843</b>

*Sumber data: Disporapar Padang Panjang*

Berikut data minat kunjungan wisatawan terkhususnya di Tanah Datar :

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan di Istano Basa Pagaruyuang**

Jenis Wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di Istano Basa Pagaruyuang (Orang)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Wisatawan mancanegara	16.605	3.508	11	1.436	17.033
Wisatawan Nusantara	379.193	188.246	217.670	320.137	327.696

*Sumber data: UPT Parpora Tanah Datar*

Berdasarkan keterangan Data kunjungan wisatawan PDIKM diatas masih rendah dibandingkan dengan destinasi yang sama dalam hal ini saya membandingkannya dengan data kunjungan di Istano Basa Pagaruyuang terlihat jelas dari tahun ke tahun mulai dari 2019-2023 menunjukkan angka kunjungan wisatawan ke PDIKM jauh lebih rendah dari pada kunjungan ke Istano Baso Pagaruyuang sebagai contoh tahun terakhir atau pun tahun 2023 lalu wisatawan mancanegara ke PDIKM 11,775 sedangkan ke Istano Baso Pagaruyuang 17,033 wisatawan nusantara ke PDIKM 34,843 Sedangkan wisatawan nusantara ke Istano Baso Pagaruyuang 327,696 hal ini tentu menjadi permasalahan besar bagi PDIKM Padang Panjang.

Kesimpulan sementara Mengingat bahwa PDIKM padang panjang adalah salah satu tempat wisata budaya yang memilii kearifan lokal minang kabau, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian degan judul "*Analisis faktor yang mempengaruhi minat kunjung wisatawan ke Destinasi PDIKM Padang Panjang*".

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat didefinisikan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Berdasarkan data dari Disparpora Padang Panjang jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke PDIKM Padang Panjang tercatat sebanyak 133,554 orang dari tahun 2019-2023, dimana wisatawan asing berjumlah 36,717 orang dari tahun 2019-2023, sedangkan wisatawan dalam negeri 96,837 orang dari tahun 2019-2023. Minat berkunjung wisatawan ke PDIKM masih rendah di bandingkan dengan beberapa destinasi yang sama sebagai contoh seperti di Istano Baso Pagaruyuang yang memiliki tempat destinasi wisata yang serupa hal ini terbukti dari jumlah kunjungan wisatawan ke Pagaruyuan pada tahun 2019-2023 sebanyak 1,454,502 orang .
2. Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang. Beberapa hal yang menjadi penyebab kurangnya minat berkunjung wisatawan bisa karena atraksi yang masih kurang menarik, fasilitas yang masih sedikit, promosi yang masih kurang, informasi yang kurang, tarif yang mahal, dan aksesibilitas yang tidak bagus untuk menuju ke destinasinya.

## **C. Batasan Masalah**

Agar permasalahan yang dikaji dapat lebih berfokus, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan membahas :

1. Pengaruh Atraksi wisata terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
2. Pengaruh Aksesibilitas yang mudah dijangkau terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
3. Pengaruh Fasilitas penunjang terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
4. Pengaruh Informasi yang mudah didapatkan dari seorang guide / TIC

terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.

5. Pengaruh Tarif masuk terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
6. Pengaruh Promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas dapat ditemukan rumusan masalah yang membahas Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Destinasi PDIKM Padang Panjang adalah sebagai berikut:

1. Apakah Atraksi wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang?
2. Apakah aksesibilitas yang mudah dijangkau berpengaruh terhadap Minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang?
3. Apakah Fasilitas penunjang berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang?
4. Apakah Informasi yang mudah didapatkan berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang?
5. Apakah Tarif masuk berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang?
6. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang?
7. Apakah minat wisatawan berpengaruh terhadap atraksi wisata, aksesibilitas, fasilitas penunjang, informasi yang mudah didapatkan, tarif dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat di ambil tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Atraksi wisata terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
2. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas yang mudah dijangkau terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas penunjang terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
4. Untuk mengetahui pengaruh informasi yang mudah didapatkan terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
5. Untuk mengetahui pengaruh tarif/harga masuk terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
6. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.

## **F. Manfaat Penelitian Dan Luaran Penelitian**

### **1. Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Tempat Destinasi**

Memberikan saran cara peningkatan mutu wisatawan untuk berkunjung ke PDIKM Padang Panjang, sehingga dapat memberikan manfaat bagi tempat destinasi untuk menentukan cara dan strategi lebih lanjut dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke PDIKM Padang Panjang kedepannya sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan .

#### **b. Bagi Kampus**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wacana ilmiah tentang peningkatan mutu wisatawan untuk berkunjung wisatawan dan dapat menjadi koleksi kepustakaan yang dapat berguna sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya,. Bagi ilmu pariwisata, , penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai peningkatan mutu wisatawan dalam peningkatan minat wisatawa untuk berkunjung.

c. Bagi Peneliti Lainnya

Menjadi bahan referensi bagi peneliti lainnya yang lebih dalam dengan menggunakan atau menambah variabel lain sehingga hasilnya menjadi lebih baik dari peneliti sebelumnya.

d. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk pengembangan diri dan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktek yang sesungguhnya serta menambah wawasan baru mengenai masalah yang diteliti.

2. Luaran Penelitian

Adapun manfaat luaran dari penelitian ini adalah sebagai asset penelitian Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar dalam bentuk skripsi dan akan dikembangkan dalam bentuk jurnal penelitian ilmiah.

## **G. Defenisi Operasional**

1. Minat Berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi (Kotler dan Keller,2014) menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Menurut Ferdinand (2014:8) indikator minat meliputi:
  - a. Minat transaksional yaitu keinginan seseorang untuk membeli produk yang ditawarkan.
  - b. Minat referensial yaitu kecenderungan minat yang di cenderung direferensikan oleh orang lain
  - c. Minat preferensial yaitu minat seseorang berdasarkan perbandingan produk sejenisnya dengan melalui beberapa penilaian
  - d. Minat eksploratif yaitu keinginan seseorang yang ingin mencari sesuatu informasi yang lebih lanjut mengenai suatu hal yang dicarinya. (Irawan, 2021)

2. Atraksi wisata adalah adanya daya tarik yang besar dari suatu pertunjukkan atau tontonan. Munculnya daya tarik yang besar ini, karena hal-hal tersebut di luar kebiasaan masyarakat sehingga menimbulkan rasa ingin tahu yang besar. Contoh atraksi budaya diantaranya arkeologi, keramah-tamahan penduduk setempat, situs budaya dan sejarah, museum, festival budaya dan lain-lain. (noho, 2018). Adapun Yoeti membagi atraksi wisata tersebut ke dalam tiga indikator, yaitu :
  - a. Natural Attractions
  - b. Build Attraction
  - c. Cultural Attraction
3. Fasilitas penunjang pariwisata yaitu sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga wisatawan terpenuhi apapun kebutuhan selama mengunjungi. Fasilitas yang timbul karena adanya daya tarik antara lain fasilitas pengunjung seperti buku-buku tentang Kebudayaan Minangkabau, foto-foto lama tentang fasilitas masyarakat Minangkabau seperti mesjid dan rumah adat tua di Minangkabau, wc, terdapat tempat berkumpul yaitu medan nan bapaneh, dan terdapat juga tempat untuk membeli oleh-oleh (Harun2, 2014). Menurut Tjiptono (2014:317) indikator fasilitas:
  - a. Pertimbangan atau perencanaan spasial
  - b. Perencanaan ruangan
  - c. Pelengkapan atau perabotan
  - d. Tata cahaya dan warna (Irawan, 2021)
4. Promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. (ch.wolah,2016). Sistem promosi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan media sosial seperti istagram dan facebook sebagai media promosi dari PDIKM Padang Panjang.
5. Informasi yang mudah didapatkan yaitu salah satu bentuk pelayanan dimana jika wisatwan butuh informasi maka dapat dengan mudah didapatkan di PDIKM Padang Panjang yaitu kita dapat mengetahui sejarah

rumah adat minangkabau ini yang akan di jelaskan oleh pemandu yang sudah bertugas di PDIKM, selain itu kita juga dapat informasi dari TIC (*Tourist Information Centre*) dan pemandu atau Guide di PDIKM Padang Panjang. Indikatornya TIC dan Guide.

6. Tarif adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa. Tariff yang terjangkau dengan harga Rp 5.000, (dewasa), Rp. 3.000, (anak-anak) parkir roda 2 Rp. 2.000, dan roda 4 Rp. 4.000, Mini Bus Rp.5000, Dan Bis Rp. 10.000. Ada beberapa indikator yang mempresepsikan harga, diantaranya adalah:
  - a. Keterjangkauan harga
  - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
  - c. Kesesuaian harga dengan manfaat produk ( Kotler dan Amstrong, 2012)
7. Aksesibilitas yang mudah dijangkau Yaitu merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainya melalui sistem transportasi. Akses menuju pdikm padang panjang dapat dilalui via solok-batusangkar-bukittinggi-padang. Semua akses jalan yang menuju ke PDIKM padang panjang sudah beraspal bagus dan dapat dengan mudah dilewati oleh para pengunjung yang ingin mengunjungi PDIKM padang Panjang ini . (Sam'un Jaja Raharja, 2019). Indikator dari sebuah aksesibilitas yaitu:
  - a. Akses informasi
  - b. Akses kondisi jalan menuju objek wisata
  - c. Akses akhir perjalanan (Hapsara, 2022)

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Minat Berkunjung Wisatawan**

Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi (Kotler dan Keller, 2014) menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Keindahan alam Sumatera Barat dengan objek-objek yang masih alamiah, yang tidak kalah dari objek wisata daerah lain, kurang diketahui oleh calon wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan luar negeri. Para pelaku usaha dan pemerintah belum intensif mengembangkan sistem promosi terintegrasi yang melibatkan banyak pihak. Belum terintegrasinya seni budaya dengan paket-paket wisata yang ditawarkan oleh biro-biro perjalanan sehingga wisatawan tidak mendapatkan sajian yang menarik dari kunjungannya. Akibatnya lama tinggal wisatawan yang datang masih tetap rendah. Oleh karena itu dimasa datang pengembangan pariwisata harus dikemas dalam suatu bentuk program pengembangan.

Menurut Ferdinand (2014:8) indikator minat meliputi:

- a. Minat transaksional yaitu keinginan seseorang untuk membeli produk yang ditawarkan.
- b. Minat referensial yaitu kecenderungan minat yang di cenderung direferensikan oleh orang lain
- c. Minat preferensial yaitu minat seseorang berdasarkan perbandingan produk sejenisnya dengan melalui beberapa penilaian
- d. Minat eksploratif yaitu keinginan seseorang yang ingin mencari sesuatu informasi yang lebih lanjut mengenai suatu hal yang dicarinya. (Irawan, 2021)

## 2. Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan

### a. Atraksi Wisata

Menurut Keller (2003) *destination brand* adalah suatu merek yang mewakili suatu destinasi wisata dan memberikan pengalaman unik bagi wisatawan, *destination brand* yang terkait dengan atraksi wisata (Keller, 2003). Kotler dan Keller mendefinisikan atraksi wisata sebagai suatu tempat atau kegiatan yang menawarkan pengalaman unik dan memuaskan bagi wisatawan. Sedangkan Menurut Yoeti (2002), daya tarik atau atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (Priatmoko, 2017). Sedangkan Menurut Rossadi dan Widayati (2018) Atraksi atau daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (UU No.10 tahun 2009). Sementara itu menurut Gunn (1998) yang dikutip dari Nasution (2018) menjelaskan bahwa Atraksi atau daya tarik wisata dapat dipilih berdasarkan karakter khas nya.

Daya tarik tersebut terikat pada lokasi dan tidak dapat dipindahkan dan hanya dapat dinikmati di tempat keberadaannya serta dapat dilihat dan dinikmati tanpa dipersiapkan terlebih dahulu. Sementara itu, *world tourism organization* (UNWTO,2018) memaparkan bahwa atraksi wisata merupakan sebuah daya tarik yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata. Atraksi tersebut merupakan daya tarik yang bersifat lokal dari suatu destinasi, yang dalam artinya daya tarik tersebut mempunyai sesuatu hal unik yang dapat menarik kunjungan wisatawan. Yoeti (2008) menyatakan bahwa daya tarik wisata atau atraksi wisata merupakan suatu objek yang dapat ditawarkan kepada wisatawan agar nantinya mereka berminat untuk mengunjungi suatu daerah atau negara tertentu untuk bersenang-senang. Atraksi wisata yang ada di PDIKM Padang Panjang

yaitu menggunakan pakaian adat khas minang kabau, melihat pemandangan yang hijau karna di halaman PDIKM Padang Panjang terdapat taman yang sangat indah, selain itu kita juga dapat melihat pemandangan alam dan gunung singalang yang sangat sejuk, selain itu wisatawan juga dapat menikmati live streaming musik.

Adapun Yoeti membagi atraksi wisata tersebut ke dalam tiga indikator, yaitu :

#### 1) Natural Attractions

Merupakan jenis atraksi wisata yang berhubungan dengan alam, atau hal-hal yang melibatkan SDA di dalamnya, adapun atraksi wisata yang tergolong dalam kelompok ini ialah pemandangan (*landscape*), laut (*sea*), pantai (*shore*), danau (*lakes*), taman nasional (*national park*), hutan lindung (*conservation forest*), air terjun (*waterfall*) serta keberagaman flora dan fauna yang ada di suatu objek wisata.

#### 2) Build Attractions

Build attraction merupakan jenis atraksi wisata yang berhubungan dengan suatu bangunan atau hasil karya manusia, baik yang bersifat tradisional maupun modern. Hal ini termasuk rumah adat, atau bangunan yang menjadi ikon dari suatu daerah tujuan wisata, seperti Jam Gadang di Bukittinggi, Tongkonan di Tana Toraja dan Monas di Jakarta.

#### 3) Cultural Attractions

Kelompok ini diantaranya ialah tradisi, kesenian serta peninggalan sejarah yang ada di suatu objek wisata, termasuk juga di dalamnya cerita rakyat (*folklore*) contohnya tradisi lompat batu di Nias, cerita Tangkuban Perahu di Jawa Barat dan kesenian Randai di Sumatera Barat. (Pratama, 2023).

### **b. Fasilitas Penunjang Pariwisata Yang Lengkap**

Menurut kotler dan Keller (2017), mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak

penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Harfika, 2017).

Menurut Bismark (2010) menyatakan kelengkapan fasilitas merupakan salah satu instrumen yang diamati dan di pertimbangkan ketika akan mengunjungi destinasi wisata. Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka hal ini akan menarik wisatawan untuk berkunjung kembali ketempat wisata tersebut.

Menurut Tjiptono (2014:317) indikator fasilitas:

- 1) Pertimbangan atau perencanaan spasial
- 2) Perencanaan ruangan
- 3) Pelengkapan atau perabotan
- 4) Tata cahaya dan warna (Irawan, 2021)

PDIKM dibangun dengan bentuk rumah gadang Minangkabau yang didalamnya memiliki fasilitas penunjangnya yang terdapat di PDIKM Padang Panjang, seperti buku-buku tentang Kebudayaan Minangkabau yang terdapat di dalam perpustakaan di dalam rumah gadang, foto-foto lama tentang fasilitas masyarakat Minangkabau seperti mesjid dan rumah adat tua di Minangkabau, ukiran, suntiang, alat-alat musik tradisonal, perhiasan anting, gelang dan kalung untuk hiasan pengantin wanita dahulu, wc, mushola , terdapat tempat berkumpul yaitu medan nan bapaneh, rangkiang yang berbentuk seperti rum dan terdapat juga tempat untuk membeli oleh-oleh dll. Disamping itu, PDIKM dilengkapi dengan taman yang luas dan asri. Tempat ini sering dijadikan untuk berbagai aktifitas oleh pihak-pihak terkait, misalnya tempat shooting film, lagu, dan tempat untuk camping. (Harun2, 2014).

### **c. Promosi**

Promosi yaitu bahwa promosi mengacu pada kegiatan berkomunikasi dengan manfaat dari produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2014).

Menurut Damardi (2013:1) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kita.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:432) indikator promosi meliputi:

- 1) Periklanan
- 2) Promosi penjualan
- 3) Penjualan perorangan
- 4) Hubungan masyarakat
- 5) Penjualan langsung (Irawan, 2021)

Promosi yaitu komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi untuk berkomunikasi dengan konsumen. (ch.wolah, 2016). Promosi yang dilakukan di PDIKM Padang Panjang melalui media sosial yang mana menargetkan wisatawan dapat mengetahui dan mengakses PDIKM Padang Panjang dengan mudah ,karna dari kebanyakan wisatawan mengetahui ataupun mengenal sebuah barang atau tempat melalui media sosial,oleh karena itu sistem promosinya melalui istagram , tiktok, maupun promosi dari mulut ke mulut.

#### **d. Informasi Yang Mudah Didapatkan**

Menurut Kotler (2007) penjualan merupakan proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan (Abdurahman, 20017) Menurut kusrini dan Andri Koniyo (2017:7) informasi adalah data yang sudah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi pengguna, yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini ata mendukung sumber informasi. Infirmasi yang mudah didapatkan yaitu salah satu bentuk pelayanan dimana jika wisatawan butuh informasi maka dapat dengan mudah didapatkan dengan bertanya ke pada tor guide atau pemandu dan juga dapat ditanyakan ke bagian TIC (*Torist information centre*). Informasi yang mudah didapatkan di PDIKM Padang Panjang yaitu kita dapat mengetahui sejarah rumah adat minangkabau ini yang akan di jelaskan oleh pemandu yang sudah bertugas di PDIKM Padang Panjang, selain itu kita juga dapat informasi dari TIC (*Tourist Information Centre*) di PDIKM. TIC (*Tourist Information Centre*) sendiri lebih mempromosikan dan menginformasikan terkait PDIKM Padang Panjang yang di butuhkan oleh wisatawan.

Indikator dari sebuah informasi salah satunya yaitu guide dan TIC agar wisatawan dapat mengetahui informasi tanpa harus datang berkunjung terlebih dahulu ke destinasinya

#### **e. Tarif / Harga**

Harga merupakan bagian penentu yang ada dalam suatu penjualan, dan setiap produk yang dijual pasti memiliki harga yang dicantumkan. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau pengguna atas sebuah produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2016).

Tarif merupakan harga atau nilai sesuatu yang telah diperhitungkandan ditetapkan yang harus dibayarkan oleh konsumen

dengan nilai uang tertentu untuk mendapatkan suatu komoditi yaitu berupa barang atau jasa (mahmudah, 2016). penetapan tarif (*price*) terhadap suatu produk yang diberikan berhubungan dengan kualitas dan mutu suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen. Penetapan tarif yang sesuai dengan prosu yang diberikan akan membuat konsumen menjadi percaya terhadap suatu produk. *Brand Image* suatu produk diperoleh apabila konsumen merasa puas terhadap tarif yang ditetapkan pada suatu produk. Tarif atau biaya tiket masuk untuk di PDIKM Padang Panjang yaitu untuk tiket anak-anak Rp. 5.000\_ , tiket masuk untuk dewasa Rp. 10.000\_ sedangkan untuk tiket wisatawan mancanegara Rp. 25.000\_. sedangkan untuk tiket parkir kendaraan roda dua Rp. 2.000\_ , parkir roda 4 Rp. 5.000\_ dan untuk roda 6 atau lebih Rp. 10.000\_.

Ada beberapa indikator yang mempresepsikan harga, diantaranya adalah:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Kesesuaian harga dengan manfaat produk ( Kotler dan Amstrong, 2012)

#### **f. Aksesibilitas Yang Mudah Dijangkau**

Aksesibilitas menurut Bambang Susantono (2004:24) merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan. (Dewintaarystiana, 2021)

Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai suatu tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal ini menjadi penting diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas semakin mudah untuk dijangkau dan semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung. (Nabila, 2016).

Secara geografis, Kota Padang Panjang terletak antara 0° 27"- 0° 30" Lintang Selatan dan 100° 20" - 100° 27" Bujur Timur (BPS),

atau terletak pada 0026 48,30 Lintang Selatan sampai dengan 0029“ 31,94 Lintang Selatan dan 100 020 sampai dengan 1000 20,, Bujur Timur sampai dengan 1000 27,, Bujur Timur (data peta RTRW). Posisi Kota Padang Panjang sangat strategis karena terletak pada lintasan regional yang menghubungkan Kota Padang dengan Kota Bukittinggi, Kota Payakumbuh, Kota Solok dan Batusangkar. Disamping itu Kota Padang Panjang juga berada dijalur perlintasan yang menghubungkan Provinsi Sumatera Barat dengan Provinsi Sumatera Utara dan Provinsi Riau. Pemerinta Kota Padang Panjang untuk dapat memanfaatkan ruang secara efektif dan efisien. Kota Padang Panjang memiliki potensi dan kekhasan tersendiri dibandingkan dengan kota-kota lain di Sumatera Barat. Kota berpenduduk lebih kurang 52.000 jiwa ini berada pada ketinggian lebih kurang 600-800 mdpl memiliki iklim yang sejuk, dengan suhu 17,4 – 28,8 derajat celcius, pemandangan kota yang indah, dengan view Gunung Merapi di Utara, Gunung Singgalang/Tandikek di Barat, Bukit Barisan di Selatan, dan Danau Singkarak di Timur. (Panjang, 2019).

Indikator dari sebuah aksesibilitas yaitu:

- 1) Akses informasi
- 2) Akses kondisi jalan menuju objek wisata
- 3) Akses akhir perjalanan (Hapsara, 2022)

## **B. Penelitian yang Relevan**

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan penulis sebagai berikut:

No	Peneliti dan Tahun	Judul Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian Terdahulu
1	RINI FEBRIANTI 2023M/1444	Strategi Pemerintah Kota Padang Panjang Dalam Pengembangan Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minangkabau (Pdikm) Sebagai Destinasi Wisata Sejarah Unggulan Di Kota Padang Panjang	Peneliti ini sama-sama membahas tentang Pengembangan Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minangkabau (Pdikm) Sebagai Destinasi Wisata Sejarah Unggulan Di Kota Padang Panjang	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu membahas mengenai strategi kota padang panjang dalam pengembangan PDIKM sebagai destinasi wisata unggulan di kota padang panjang ,sedangkan penelitian yang peneliti lakukan mengenai faktor-faktor yang dapat menjadi pendukung dalam penunjang wisatawan untuk dapat berkunjung ke PDIKM (Febrianti, 2023).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa destinasi pdikm (pusat dokumentasi informasi kebudayaan minangkabau) merupakan destinasi wisata bersejarah unggulan Kota Padang Panjang.
2	Gani Surya Miarsih 2018	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid	Peneliti ini sama-sama membahas tentang Analisis yang dilakukan dengan pendekatan observasi langsung dan menyebarkan <i>questioner</i> ke para wisatawan yang	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu membahas Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Accidental Sampling</i> , adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan,	Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat dilihat bahwa objek dan atraksi wisata memiliki

		Gedhe Kauman Yogyakarta	berkunjung atau wisatawan yang pernah berkunjung ke Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta.	yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti maka seseorang itu dapat digunakan sebagai sampel apabila di pandang orang yang kebetulan ditemui oleh peneliti itu cocok sebagai sumber data, sedangkan peneliti dengan menggunakan metode kuantitatif dan observasi langsung (Miarsih, 2018 )	pengaruh positif dan signifikan pada minat turis yang berkunjung . aksesibilitas memiliki efek positif pada minat turis yang berkunjung.
3	Sabila Almas Andina, Istijabatul Aliyah (2021)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur	Peneliti ini sama-sama membahas tentang mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi wisata budaya Candi Borobudur. Rancangan penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuisisioner online	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi wisata budaya Candi Borobudur ialah yang utama disebabkan oleh atrasi wisata atau daya Tarik wisata sedangkan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi wisata budaya Candi Borobudur ialah yang utama disebabkan oleh atraksi

				<p>peneliti menggunakan metode observasi langsung dan wawancara, selain itu penelitian ini disebabkan karena beberapa faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan untuk datang berkunjung. (Sabila Almas Andina, 2021)</p>	<p>wisata atau daya tarik wisata, selain itu juga dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya yaitu dari minat berwisata yang tinggi, informasi yang mudah didapatkan, fasilitas penunjang pariwisata serta tarif yang relative murah</p>
4	Ivo Novitaningtyas (2022)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur	Peneliti ini sama-sama membahas tentang mengetahui pengaruh daya tarik wisata, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap minat berkunjung wisatawan di kawasan Balkondes	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dari 100 responden berdasarkan metode convenience sampling. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, berbeda dengan peneliti yang menggunakan metode	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata justru tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan, sedangkan kualitas

			Borobudur, maupun minat berkunjung di PDIKM Padang Panjang.	kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu kuisisioner, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, linear bergada dan hipotesis (Novitaningtyas1, 2016)	pelayanan dan kepercayaan dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan.
5	Nurul Farida (2021)	Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisata Berkunjung Di Kampung Coklat Kademangan Kabupaten Blitar.	Peneliti ini sama-sama membahas tentang mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, dan fasilitas baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat wisata berkunjung di Kampung Coklat.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu Populasi sebagai subyek penelitian adalah merupakan seluruh wisatawan yang berkunjung di Kampung Coklat sedangkan peneliti subyek penelitian yaitu semua wisatawan yang datang berkunjung ke PDIKM Padang Panjang. Peneliti nantinya akan menggunakan pengembangan instrumen yang mana	Hasil penelitian membuktikan bahwa, secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli

				metode dalam analisis data penelitian ini yaitu analisis data statistik deskriptif (Farida,2022).	
--	--	--	--	---	--

### C. Kerangka Konseptual

#### 1. Hubungan Atraksi Wisata Dengan Minat Berkunjung Wisatawan

Menurut (Gunn,1988) menyatakan bahwa atraksi berasal dari kata „*strshere*” yang berarti menarik, jadi karakteristik destinasi wisata harus mempertimbangkan daya tarik wisata dan tentu harus memiliki bentukan-bentukan yang menarik bagi wisatawan potensial. Adanya minat wisatawan maka ada pula penembangan atas suatu objek daya tarik dari pariwisata adalah kategori atraksi wisata (Ali, 2016).

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh (haeri ramanda ,2023), menunjukkan bahwa atraksi wisata yang terdapat di tempat wisata scientia square park memiliki pengaruh besar kepada minat berkunjung dan berdasarkan hasil pengujian terdapat pengaruh antara variabel (x) atraksi wisata terhadap variabel (y) minat berkunjung. (Ramanda, 2023).

#### 2. Hubungan Fasilitas Penunjang Dengan Minat Berkunjung Wisatawan

Kunjungan ulang akan dilakukan wisatawan, apabila tersedia fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhan wisatawan sealama menikmati destinasi wisata tersebut (Zaenuri,2012).

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh (Didin syarifuddin & dkk,2020) menunjukkan bahwa semua pengalaman ini menumbuhkan keinginan wisatawan untuk tinggal lebih lama serta menumbuhkan keinginan untuk melakukan kunjungan ulang, artinya bahwa membangun fasilitas berdampak pada peningkatan kunjungan ulang wisatawan ke villa kancil kampoeng soenda. (Syarifuddin, 2020).

### **3. Hubungan Promosi Dengan Minat Berkunjung Wisatawan**

Kegiatan promosi menurut Kotler (2002:42) adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan yang menonjolkan keistimewaan produknya yang membujuk konsumen agar membelinya.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh (Dina Octaviani, 2020) menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan (simultan) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (Octaviani, 2020).

### **4. Hubungan Informasi Yang Mudah Didapatkan Dengan Minat Berkunjung Wisatawan**

Informasi menurut Barry E. Cushing dalam (Fauzi, 2017:10) bahwa informasi adalah sebuah informasi menunjukkan hasil dari pengolahan data yang diorganisasikan dan berguna kepada orang yang menerimanya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Zahra Arum Fatimah dkk, 2018) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara intensitas mengakses informasi pariwisata dengan minat wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia. (Fatimah, 2018).

### **5. Hubungan Tarif Dengan Minat Berkunjung Wisatawan**

Tarif adalah nilai suatu jasa pelayanan yang ditetapkan dengan ukuran sejumlah uang berdasarkan pertimbangan bahwa dengan nilai uang tersebut sebuah perusahaan bersedia memberikan jasa kepada pelanggannya (Gani, 1995).

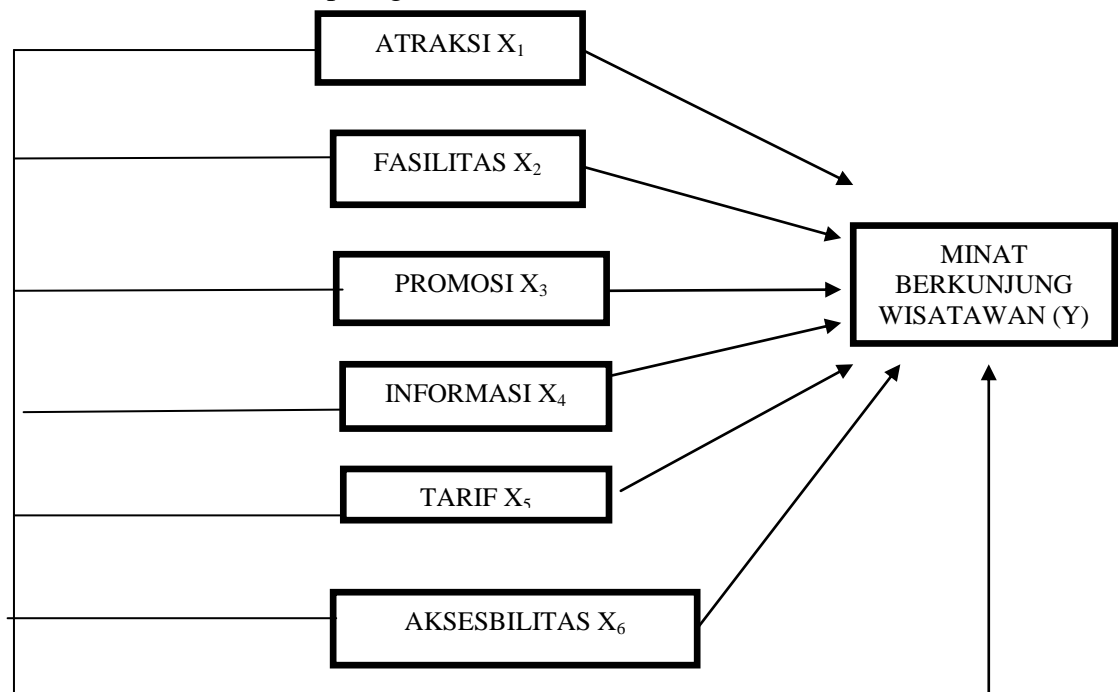
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Umy Hani Shalamah, 2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara bauran pemasaran produk, harga, promosi, tempat, proses, dan bukti fisik terhadap minat kunjungan ulang layanan kesehatan di balikesmas wilayah Ambarawa. (Shalamah, 2020).

### **6. Hubungan Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Wisatawan**

Menurut Tjiptono (2014:159), Aksesibilitas adalah lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum. Menurut Hadiwijoyo (2018:40), Aksesibilitas adalah faktor-faktor yang mendukung kemudahan wisatawan untuk mencapai desa, seperti papan petunjuk jalan

(signane), transportasi yang dapat dimanfaatkan wisatawan menjangkau berbagai daya tarik yang dimiliki desa, dan kondisi jalan menuju desa yang baik. Selain kondisi jalan yang bagus aksesibilitas menuju pdikm dapat dijangkau dari berbagai arah baik dari arah padang, bukittinggi maupun batusangkar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Halimatussaddiah Marpaung,2017) menunjukkan bahwa aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (Halimatussaddiah Marpaung, 2017).



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir**

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis menurut Sugiyono (1994:39) mengungkapkan bahwa hipotesis merupakan jawaban teoritis karena belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini :

$H_{o_1}$  : Atraksi tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau).

- Ha1 : Atraksi mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ho2 : Fasilitas tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ha2 : Fasilitas mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ho3 : Promosi tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ha3 : Promosi mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ho4 : Informasi tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ha4 : Informasi mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ho5 : Tarif tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ha5 : Tarif mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ho6 : Aksesibilitas tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ha6 : Aksesibilitas mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- H07 : Atraksi, Fasilitas, Promosi, informasi, tarif dan aksesibilitas tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).
- Ha7 : Atraksi, Fasilitas, Promosi, informasi, tarif dan Aksesibilitas mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang).

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan karena peneliti berusaha secara mendalam dan berupaya menemukan pola untuk membuktikan teori.

Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (Wiratna Sujarweni,2014:39).

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini bertempat di PDIKM, Kota Padang Panjang, Sumatra Barat. Sedangkan waktu penelitian yaitu pada bulan November 2024.

**Tabel 3. 1  
Rancangan Waktu Penelitian**

kegiatan	2024										2025	
	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Penyusunan proposal skripsi												
Bimbingan proposal skripsi												
Seminar												
Perbaikan setelah seminar												
Penelitian bimbingan skripsi												
Sidang Munaqasyah												

#### C. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke PDIKM Padang Panjang

## 2. Sampel

Sugiyono (2011:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi yang dijadikan pada penelitian ini yaitu pengunjung atau wisatawan di PDIKM Padang Panjang.

Sampel yang diambil dari populasi penelitian harus bersifat representatif (mewakili). Jika jumlah sampel tidak representatif, maka hasil penelitian tidak bisa mewakili populasi. Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas (*Infinite Population*). Adapun Rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

z = Skor x pada kepercayaan 95% = 1,96 p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapatkan adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 97. (Setiawan, 2022).

#### D. Pengembangan Instrumen

Istrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Angket ini digunakan untuk mengetahui bagaimana analisis tentang minat wisatawan untuk berkunjung ke PDIKM Padang Panjang, skala yang cocok dengan kuisisioner adalah dengan menggunakan skala likert, skala likert merupakan skala penelitian yang di pakai untuk mengukur sikap dan pendapat. skala inidigunakan untuk melengkapi kuisisioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang di pakai untuk penelitian dan ditetapkan secara spesifik.

Berikut adalah tabel penilaian skala:

**Tabel 3. 2**  
**Penilaian Skala Likert**

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Berikut ini merupakan instrumen penelitian yang berdasarkan pada variabel penelitian dengan menggunakan skala likert :

**Tabel 3. 3**  
**Indikator Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Butir Pernyataan	Jumlah
1	Atraksi X <sub>1</sub>	Natural Attraction	1. Pemandangan yang bagus 2. Keasrian hutan	1,2	2

		Build Attraction	1. Bentuk Bangunan yang unik 2. Memiliki seni ukiran	3,4	2
		Cultural Attraction	1. Terdapat peninggalan sejarah 2. Mengetahui nilai sejarah 3. Pakaian adat	5,7	3
2	Fasilitas X <sub>2</sub>	Perencanaan ruangan	1. Ruangan yang rapi 2. Ruangan yang menarik	8,9	2
		Perlengkapan	1. Fasilitas umum 2. Bisa digunakan 3. Bersih	10,11,12	3
		Tata Cahaya dan warna	1. Pencahayaan 2. Ventilasi udara 3. Warna	13,14,15	3
3	promosi	Iklan	1. Media sosial 2. Iklan yang menarik	16,17	2
		Hubungan Masyarakat	1. Word of mouth 2. Postingan sosial	18,19	2
4	Informasi	Tic	1. Sumber informasi 2. Pengawasan	20,21	2
		Guide	1. Terdapat guide 2. Informasi sejarah	22,23	2
5	Tarif	Price	1. Keterjangkauan	24,25,26,27	4

			<p>harga</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>3. Daya saing harga</p> <p>4. Potongan harga /diskon</p>		
6	Aksesibilitas	<p>Akses informasi</p> <p>Kondisi jalan</p>	<p>1. Mudah ditemukan</p> <p>2. Akses jalan lancar</p> <p>3. Dapat dilalui kendaraan besar</p>	28,29,30	<p>1</p> <p>1</p>
		Tempat akhir perjalanan	1. Tempat parkir	31	1
7	Minat wisatawan	Minat transaksional	<p>1. Kepercayaan produk</p> <p>2. Sesuai dengan harapan</p>	32,33	2
		Minat referensial	<p>1. Kepuasan secara keseluruhan</p> <p>2. Rekomendasi</p> <p>3. Menjadi konsumen</p>	34,35,36	3
		Minat preferensial	1. Perbandingan produk	37	1
		Minat eksploratif	<p>1. Keinginan sendiri</p> <p>2. Informasi lebih lanjut</p>	38,39	2

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk pengumpulan data digunakan beberapa teknik:

### **1. Kuisisioner**

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Kuisisioner dalam penelitian ini nantinya akan diberikan kepada pengunjung PDIKM Padang Panjang.

### **2. Observasi**

Menurut Sutrisno Hadi (2001) observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti. Dari pengertian tersebut dapat dikemukakan bahwa observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian secara cermat dan sistematis. (Alfani, 2018)

### **3. Dokumentasi**

Merupakan data yang bisa didapat langsung dari tempat penelitian, dokumentasi biasanya berbentuk rekaman suara, gambar, dan juga video.

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan untuk menjawab berbagai rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam suatu penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam proses penelitian yaitu:

### **1. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur apa yang ingin diukur. (Sugiyono, dalam Dewi & Sudaryanto, 2020) Uji validitas kuisisioner dapat dinyatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner dapat digunakan sebagai perantara untuk mengungkapkan dan mengetahui sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Kemudian, kuisisioner

dapat dinyatakan valid jika hasil nilai r hitung lebih besar dari pada rtabel. (Esi Rosita, 2021)

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah uji yang berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan, suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid, (Sugiyono, 2012:268). Jadi uji reliabilitas suatu penelitian yang diukur sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisisioner adalah dengan menggunakan rumus *alpha cronbach*, suatu instrumen dinyatakan reliabel bila nilai alpha mendekati angka 1. Dimana menurut Putri (dalam Dewi & Sudaryanto, 2020) apabila suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach  $> 0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur. (Esi Rosita, 2021) Serta dalam melakukan perhitungan tersebut peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS.

### **2. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Normalitas**

Nilai residual dari regresi diperiksa dengan menggunakan uji normalitas untuk mengetahui apakah berdistribusi teratur atau tidak. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi dengan nilai residual yang terdistribusi secara teratur diinginkan. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya, Jika signifikan  $> \alpha = 0,05$  maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $< \alpha = 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal. (Windi, 2016)

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas adalah ada hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang independen dari

model yang ada. Akibat adanya Multikolinieritas ini koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya Multikolinieritas ini dapat dilihat dari tolerance value atau variance inflation faktor (VIF). Batas dari tolerance  $> 0,1$  atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi Multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastitas

Estimasi parameter model harus memenuhi uji heteroskedastisitas agar bersifat Blue. Pengujian ini berusaha untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lain dalam model regresi. Dalam pengambilan keputusan dalam uji heterokedasita dengan mengguankan scatterplot yang mana apabila suatu titik menyebar dan tidak berbentuk grafik maka tidak terjadi heterokedasitas dan apabila suatu titik berbentuk grafik maka terjadi heterokedasitas.

### d. Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan sebagai alat untuk mengukur seberapa pengaruh antar variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) metode ini juga bisa dijadikan ramalan sehingga dapat diperkirakan antar baik dan buruknya suatu variabel (X) terhadap turunannya tingkat variabel (Y) begitu juga sebaliknya. Analisis regresi ini mempunyai persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana :

Y = Kunjungan Wisatawan

a = Bilangan Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Atraksi

b2= Koefisien Regresi Fasilitas

b3= Koefisien Regresi Promosi

$b_4$  = Koefisien Regresi Informasi  
 $b_5$  = Koefisien Regresi Tarif  
 $b_6$  = Koefisien Regresi Aksesibilitas  
 $x_1$  = Atraksi  
 $x_2$  = Fasilitas  
 $x_3$  = Promosi  
 $x_4$  = Informasi  
 $x_5$  = Tarif  
 $x_6$  = Aksesibilitas Faktor Kesalahan  
 $e$  = Faktor kesalahan

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji parsial (t) dilakukan untuk menyelidiki lebih lanjut, mana di antara variabel independen motivasi yang berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mencari pada Uji Statistik T nilai signifikan  $< \alpha = 0.05$  atau nilai  $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $h_a$  diterima. (Farhan Elang Ibrahim, 2021)

#### b. Uji Simultan Statistik F

Uji simultan (f) Anova atau analisis varian merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji f) untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dalam melakukan uji F, parameter yang digunakan adalah dengan membandingkan  $F\text{-hitung} > f\text{-tabel}$ . (Firdiyansyah, 2017)

#### c. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai dengan nilai 1. Jika hasil menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  semakin kecil, maka semakin rendah tingkat kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Namun sebaliknya tingkat variabel independen

dalam menjelaskan variabel dependen semakin tinggi apabila nilai  $R^2$  semakin besar. (Rina Maharaja, 2022)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PDIKM Padang Panjang**

##### **1. Profil Singkat PDIKM Padang Panjang**

PDIKM (Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau) yang terletak di kota padang panjang provinsi Sumatra barat PDIKM terletak di kelurahan Silaing Bawah, dengan jarak lebih kurang 500 M dari jalan raya Padang Panjang – Padang, dan lokasinya bertetangga dengan MIFAN Waterpark. Rumah Gadang di PDIKM didirikan pada tanggal 8-8-1988 dimana pada hari itu merupakan proses peletakan batu pertama dan diresmikan pada tanggal 17 Desember 1990. Secara umum rumah gadang di Minangkabau memiliki banyak model dan bentuk, di PDIKM ada dua model rumah gadang yaitu, Rumah gadang Koto piliang dan bodi chaniago, rumah gadang ini di bedakan berdasarkan suku yang menghuni dan bentuknya.

Objek wisata pendidikan tersebut didirikan tahun 1988 oleh Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau, yang diketuai oleh Bapak Bustanil Arifin, mantan Menteri Koperasi Republik Indonesia. PDIKM dibangun dengan bentuk rumah gadang Minangkabau yang didalamnya disediakan berbagai fasilitas penunjangnya, seperti buku-buku tentang Kebudayaan Minangkabau, foto- foto lama tentang fasilitas masyarakat Minangkabau seperti mesjid dan rumah adat tua di Minangkabau, dll. Disamping itu, PDIKM dilengkapi dengan taman yang luas dan asri. Tempat ini sering dijadikan untuk berbagai aktifitas oleh pihak-pihak terkait, misalnya tempat shooting film, lagu, dan tempat untuk camping. Sejak didirikan tahu 1998 sampai tahun 2007, PDIKM langsung dikelola oleh Yayasan, namun karen Yayasan tidak mampu mengelolanya, maka tahun 2007 pengelolaannya diserahkan kepada Pemda Padang Panjang dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Sejak dikelola oleh Pemerintah Daerah, PDIKM banyak dikunjungi oleh

tamu dari berbagai kalangan. Diantara mereka ada yang berasal dari kalangan dosen, guru dan pelajar serta dari turis dalam dan luar negeri, seperti dari Malaysia, Singapore, Brunei, bahkan juga ada dari Eropah dan Australia (Harun2, 2014).

## B. Analisis Hasil Penelitian

### 1. Analisis Deskriptif

Nilai standar yang digunakan dalam menentukan persebaran data pada suatu sampel dan melihat seberapa dekat data-data tersebut dengan nilai mean. Semakin besar nilai *standard deviation* maka semakin tidak akurat dengan mean, sebaliknya semakin kecil nilai *standard deviation* maka semakin akurat dengan mean. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka peroleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Uji Statistik Deskriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Atraksi	97	21	35	30.79	3.082
Fasilitas	97	24	40	35.52	3.545
Promosi	97	12	20	17.40	2.085
Informasi	97	12	20	17.53	1.910
Tarif	97	12	20	17.32	2.153
Aksesblitas	97	12	20	17.54	1.964
Minat Berkunjung	97	24	40	35.78	3.683
Valid N (listwise)	97				

*Sumber Data: Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dijelaskan analisis statistik deskriptif variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### a. Atraksi (X1)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif di atas, dapat diketahui bahwa nilai minimum atraksi ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 21 sedangkan maksimum atraksi ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 35 dengan nilai rata-rata atraksi ke destinasi

PDIKM Padang Panjang sebesar 30.79 dengan standar deviasi sebesar 3.082. hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

b. Fasilitas (X2)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum fasilitas ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 24 sedangkan maksimum fasilitas ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 40 dengan nilai rata-rata fasilitas ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 305.52 dengan standar deviasi sebesar 3.545. hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

c. Promosi (X3)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum promosi ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 12 sedangkan maksimum promosi ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 20 dengan nilai rata-rata promosi ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 17.40 dengan standar deviasi sebesar 2.085 hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

d. Informasi (X4)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum informasi ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 12 sedangkan maksimum informasi ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 20 dengan nilai rata-rata informasi ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 17.53 dengan standar deviasi sebesar 1.910 hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

e. Tarif (X5)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum tarif ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 12 sedangkan maksimum tarif ke destinasi PDIKM Padang Panjang

sebesar 20 dengan nilai rata-rata tarif ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 17.32 dengan standar deviasi sebesar 2.153 hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

f. Akseblitas (X6)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum akseblitas ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 12 sedangkan maksimum akseblitas ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 20 dengan nilai rata-rata akseblitas ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 17.54 dengan standar deviasi sebesar 1.964 hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

g. Minat Berkunjung (Y)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa nilai minimum minat berkunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 24 sedangkan maksimum minat berkunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 40 dengan nilai rata-rata minat berkunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang sebesar 35.78 dengan standar deviasi sebesar 3.683 hal ini menunjukkan bahwa terdapat penyebaran data yang baik karena nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas/kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. (Noor, 2011: 132). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur untuk kuesioner tersebut. Dalam 30 uji validitas, setiap pernyataan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing pernyataan dengan total/jumlah

keseluruhan tanggapan pernyataan yang digunakan dalam setiap variabel. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Nilai  $r$  hitung ini nantinya yang akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pernyataan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan  $r$  hitung terhadap nilai  $r$  tabelnya. Dalam menentukan nilai  $r$  hitung, digunakan nilai yang tertera pada baris Pearson Correlation. Sedangkan untuk menentukan nilai  $r$  tabel, pada kolom  $df$  digunakan rumus  $N-2$ , dimana  $N$  adalah banyaknya responden. Selanjutnya tentukan tingkat signifikansi yang disesuaikan pengujian satu arah atau dua arah. Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- 1) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- 2) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen penelitian dikatakan invalid

**Tabel 4. 2**  
**Uji Validitas Variabel Atraksi (X1)**

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.465	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.536	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.422	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.489	0.361	Valid
Pernyataan 5	0.412	0.361	Valid
Pernyataan 6	0.518	0.361	Valid
Pernyataan 7	0.378	0.361	Valid

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel atraksi memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga data seluruh pada variabel atraksi adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 3**  
**Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)**

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.473	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.410	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.619	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.498	0.361	Valid
Pernyataan 5	0.613	0.361	Valid
Pernyataan 6	0.394	0.361	Valid
Pernyataan 7	0.457	0.361	Valid
Pernyataan 8	0.571	0.361	Valid

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel fasilitas memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga data seluruh pada variabel fasilitas adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 4**  
**Uji Validitas Variabel Promosi (X3)**

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.631	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.421	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.408	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.532	0.361	Valid

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel promosi memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga data seluruh pada variabel promosi adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 5**  
**Uji Validitas Variabel Informasi (X4)**

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.370	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.419	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.398	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.453	0.361	Valid

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel informasi memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga data seluruh pada variabel informasi adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 6**  
**Uji Validitas Variabel Tarif (X5)**

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.620	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.450	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.376	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.473	0.361	Valid

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel tarif memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga data seluruh pada variabel tarif adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 7**  
**Uji Validitas Variabel Aksesblitas (X6)**

No. Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.612	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.721	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.655	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.745	0.361	Valid

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel aksesblitas memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga data seluruh pada variabel aksesblitas adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 8**  
**Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung (Y)**

No. 1	r- hitung	r- tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.367	0.361	Valid
Pernyataan 2	0.764	0.361	Valid
Pernyataan 3	0.638	0.361	Valid
Pernyataan 4	0.500	0.361	Valid
Pernyataan 5	0.699	0.361	Valid
Pernyataan 6	0.630	0.361	Valid
Pernyataan 7	0.700	0.361	Valid
Pernyataan 8	0.676	0.361	Valid

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel minat berkunjung memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga data seluruh pada variabel minat berkunjung adalah valid sehingga, instrumen kuesioner ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Releabilitas Variabel Atraksi (X1), Fasilitas (X2), Promosi (X3), Informasi (X4), Tarif (X5), Aksesblitas (X6) dan Minat Berkunjung (Y)**

Variabel	Nilai Cronbach'S Alph	Nilai Batas	Keterangan
Atraksi	0.622	0.60	Reliabel
Fasilitas	0.679	0.60	Reliabel
Promosi	0.629	0.60	Reliabel

Informasi	0.658	0.60	Reliabel
Tarif	0.646	0.60	Reliabel
Aksesblitas	0.745	0.60	Reliabel
Minat Berkunjung	0.739	0.60	Reliabel

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel atraksi, fasilitas, promosi, tarif, aksesblitas dan minat berkunjung  $> 0.60$  sehingga dapat dinyatakan bahwa semua instrumen tersebut dikatakan reliable.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang baik apabila nilai signifikan  $> \alpha = 0,05$  maka data tersebut dapat dikatakan normal sedangkan jika nilai signifikan  $< \alpha = 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas sampel menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov*. Uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov**  
**Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83012571
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.117
	Positive	.087
	Negative	-.117
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas hasil uji normalitas menggambarkan data yang digunakan dalam penelitian ini sudah terdistribusi normal. Terlihat dari nilai probability sebesar 0.072 lebih besar dari derajat kesalahan  $\alpha = 0.05$  (5%). Sehingga model ini dikatakan telah normal dan bisa dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. 11**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

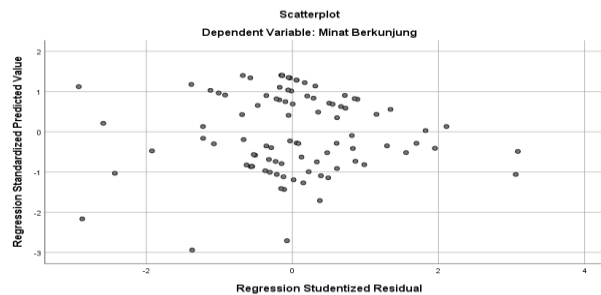
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Atraksi	.315	3.174
	Fasilitas	.273	3.665
	Promosi	.248	4.029
	Informasi	.320	3.129
	Tarif	.277	3.617
	Aksesblitas	.341	2.936

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

*Sumber Data: Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai VIF variabel atraksi sebesar 3.17, fasilitas sebesar 3.665, promosi sebesar 4.029, informasi sebesar 3.129, tarif sebesar 3.617 dan aksesblitas sebesar  $2.936 < 10$  dan nilai tolerance value variabel atraksi sebesar 0.315, fasilitas sebesar 0.273, promosi sebesar 0.248, informasi sebesar 0.320, tarif sebesar 0.277 dan aksesblitas sebesar  $0.341 > 0.1$ , maka dari hasil uji multikolinearitas yang terdapat pada tabel di atas tidak terjadi multikolinearitas.

## c. Uji Heterokedasitas



Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024

**Gambar 4. 1**  
**Uji Heterokedasitas**

Berdasarkan gambar *scatterplot* diatas, dapat dilihat bahwa titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas, dan titik menyebar diatas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y. Maka dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heterokedasitas.

## 4. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. 12**  
**Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients
				Beta
1	(Constant)	4.156	2.108	
	Atraksi	.110	.112	.108
	Fasilitas	.200	.104	.192
	Promosi	.207	.186	.117
	Informasi	.162	.179	.084
	Tarif	.411	.170	.240
	Aksesblitas	.642	.168	.342

a. Dependent Variable: Minat Kunjung

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024

$$\begin{aligned}
 Y &= a + BX1 + BX2 + BX3 + BX4 + BX5 + BX6 + e \\
 &= 4.156 + 0.110 + 0.200 + 0.207 + 0.162 + 0.411 + 0.642 + e
 \end{aligned}$$

Persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan bahwa:

- a. Berdasarkan persamaan di atas, besarnya konstanta sebesar 4.156. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen (atraksi, fasilitas, promosi, informasi, tarif dan aksesblitas) bernilai 0, maka minat berkunjung sebesar 4.156 atau 41.56%.
- b. Nilai koefisien dari atraksi sebesar 0.110 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan atraksi sebesar 1% maka minat kunjung wisata akan meningkat sebesar 0.110 atau 11%. Koefesien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara atraksi dengan minat kunjung wisata, sehingga bagusnya atraksi dapat meningkatkan minat kunjung wisata pada destinasi PDIKM Padang Panjang.
- c. Nilai koefisien dari fasilitas sebesar 0.200 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan fasilitas sebesar 1% maka minat kunjung wisata akan meningkat sebesar 0.200 atau 20%. Koefesien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara fasilitas dengan minat kunjung wisata artinya semakin bagus fasilitas maka semakin meningkat minat kunjung wisata pada destinasi PDIKM Padang Panjang.
- d. Nilai koefisien dari promosi sebesar 0.207 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan promosi sebesar 1% maka minat kunjung wisata akan meningkat sebesar 0.207 atau 20.7%. Koefesien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara promosi dengan minat kunjung wisata artinya semakin banyak promosi maka semakin meningkat minat kunjung wisata pada destinasi PDIKM Padang Panjang.
- e. Nilai koefisien dari informasi sebesar 0.162 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan informasi sebesar 1% maka minat kunjung wisata akan meningkat sebesar 0.162 atau 16.2%. Koefesien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara informasi dengan minat kunjung wisata artinya semakin banyak informasi tersebar

luas maka semakin meningkat minat kunjung wisata pada destinasi PDIKM Padang Panjang.

- f. Nilai koefisien dari tarif sebesar 0.411 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan tarif sebesar 1% maka minat kunjung wisata akan meningkat sebesar 0.411 atau 4.11%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara tarif dengan minat kunjung wisata artinya semakin tinggi tarif maka semakin menurun minat kunjung wisata pada destinasi PDIKM Padang Panjang.
- g. Nilai koefisien dari aksesblitas sebesar 0.642 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan aksesblitas sebesar 1% maka minat kunjung wisata akan meningkat sebesar 0.642 atau 6.42%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara aksesblitas dengan minat kunjung wisata artinya semakin bagus aksesblitas maka semakin meningkat minat kunjung wisata pada destinasi PDIKM Padang Panjang.

## 5. Uji Hipotesis

- a. Uji Parsial (Uji Statistik-t)

**Tabel 4. 13**  
**Uji Parsial (Uji Statistik-t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.156	2.108		1.972	.052
	Atraksi	.110	.112	.108	2.089	.029
	Fasilitas	.200	.104	.192	2.919	.038
	Promosi	.207	.186	.117	2.116	.047
	Informasi	.162	.179	.084	2.907	.007
	Tarif	.411	.170	.240	2.413	.018
	Aksesblitas	.642	.168	.342	3.815	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Wisata

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024

Uji parsial (Uji Statistik-t) bertujuan untuk menguji masing-masing variabel independen yaitu variabel atraksi, fasilitas, promosi,

informasi, tarif dan aksesblitas secara parsial apakah berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat kunjung wisata. Untuk mencari pada Uji Statistik T nilai signifikan  $< \alpha = 0.05$  atau nilai T-hitung  $> T$ -tabel. Hasil uji analisis regresi coefficients dengan menggunakan SPSS versi 26.

Pengujian pertama menunjukkan bahwa atraksi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata pada Destinasi PDIKM Padang Panjang dengan nilai signifikan sebesar  $0.029 < 0.05$  atau nilai t-hitung sebesar  $2.089 > t$ -tabel sebesar 1.661, maka hal ini, menunjukkan bahwasanya bagusnya atraksi maka dapat meningkatkan minat wisata kunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima.

Pengujian ke-dua menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisata pada Destinasi PDIKM Padang Panjang dengan nilai signifikan sebesar  $0.038 < 0.05$  atau nilai t-hitung sebesar  $2.919 > t$ -tabel sebesar 1.661, maka hal ini, menunjukkan bahwasanya fasilitas yang bagus dan layak maka dapat meningkatkan minat wisata kunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima.

Pengujian ke-tiga menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata pada Destinasi PDIKM Padang Panjang dengan nilai signifikan sebesar  $0.047 < 0.05$  atau nilai t-hitung sebesar  $2.116 > t$ -tabel sebesar 1.661, maka hal ini, menunjukkan bahwasanya banyaknya promosi maka dapat meningkatkan minat wisata kunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima.

Pengujian ke-empat menunjukkan bahwa informasi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata pada Destinasi PDIKM Padang Panjang dengan nilai signifikan sebesar  $0.047 < 0.05$  atau nilai t-hitung sebesar  $2.907 > t$ -tabel sebesar 1.661, maka hal ini, menunjukkan bahwasanya banyaknya informasi yang tersebar maka dapat meningkatkan minat

wisata kunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis  $H_04$  ditolak dan  $H_a4$  diterima.

Pengujian ke-lima menunjukkan bahwa tarif berpengaruh terhadap minat kunjung wisata pada Destinasi PDIKM Padang Panjang dengan nilai signifikan sebesar  $0.018 < 0.05$  atau nilai t-hitung sebesar  $2.413 > t$ -tabel sebesar 1.661, maka hal ini, menunjukkan tingginya tarif maka dapat menurunkan minat wisata kunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis  $H_05$  ditolak dan  $H_a5$  diterima.

Pengujian ke-enam menunjukkan bahwa aksesblitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisata pada Destinasi PDIKM Padang Panjang dengan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  atau nilai t-hitung sebesar  $3.815 > t$ -tabel sebesar 1.661, maka hal ini, menunjukkan bahwasanya aksesblitas yang bagus maka dapat meningkatkan minat wisata kunjung ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Dengan demikian hipotesis  $H_06$  ditolak dan  $H_a6$  diterima.

b. Uji Simultan Statistik F

**Tabel 4. 14**  
**Uji Simultan (Uji Statistik-f)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	980.915	6	163.486	45.760	.000 <sup>b</sup>
	Residual	321.539	90	3.573		
	Total	1302.454	96			

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Wisata

b. Predictors: (Constant), Aksesblitas, Atraksi, Informasi, Tarif, Fasilitas, Promosi

Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024

Uji Simultan (Uji Statistik-f) pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependennya. Uji Statistik-f pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model penelitian mempunyai

pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependennya.

Nilai signifikan sebesar  $0.00 < 0.05$

Nilai F-hitung sebesar  $45.760 >$  nilai F-tabel sebesar 2.20

Dari tabel diatas dapat disimpulkan nilai signifikan untuk atraksi, fasilitas, promosi, informasi, tarif dan aksesblitas berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. maka hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan hipotesis  $H_a$  di terima. Secara uji simultan (uji statistik F) dapat dibuktikan bahwa atraksi, fasilitas, promosi, informasi, tarif dan aksesblitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang.

#### 6. Uji Determinasi (Uji R)

**Tabel 4. 15**  
**Uji Determinasi (Uji R)**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 <sup>a</sup>	.753	.737	1.890

a. Predictors: (Constant), Aksesblitas, Atraksi, Informasi, Tarif, Fasilitas, Promosi

b. Dependent Variable: Minat Kunjung Wisata

*Sumber data : Data Primer, diolah dengan SPSS 26, 2024*

Pengujian koefisien determinasi atau R-Square dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atraksi, fasilitas, promosi, informasi, tarif dan aksesblitas dalam menjelaskan minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Berdasarkan hasil ujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel diperoleh nilai R-Square sebesar 0.753 atau 75.3% variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan untuk sisa persen 24.7 persen minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## B. Pembahasan

Hasil penelitian ini merupakan pengujian dari “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Wisatawan Ke Destinasi PDIKM Padang Panjang”. Setelah dilakukan pengujian dengan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, hipotesis dan uji koefisien determinasi maka akan ditelaah lebih lanjut mengenai pengaruh masing-masing variabel.

### 1. Pengaruh atraksi (X1) terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang peneliti lakukan menunjukkan bahwasanya atraksi berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Atraksi yang dapat dilakukan oleh wisatawan di PDIKM Padang Panjang yaitu menggunakan pakaian adat Minangkabau, beswafoto, menikmati livestreaming musik, dan menikmati keindahan Pemandangan taman PDIKM Padang Panjang. Hal tersebut sejalan dengan teori Keller (2003) *destination brand* adalah suatu merek yang mewakili suatu destinasi wisata dan memberikan pengalaman unik bagi wisatawan, *destination brand* yang terkait dengan atraksi wisata (Keller, 2003) berarti bahwa bagusnya atraksi dapat mempengaruhi tingkat minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Wijaya & Ardiansyah (2023) dan (Andina & Aliyah, 2021) menyatakan bahwasanya atraksi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata.

Menurut Yoeti (2002), daya tarik atau atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (priatmoko, 2017). Sedangkan Menurut Rossadi dan Widayati (2018) Atraksi atau daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Sementara itu menurut Gunn (1998) yang dikutip dari Nasution (2018) menjelaskan bahwa Atraksi atau daya tarik wisata dapat dipilih berdasarkan karakter khas nya.

Sementara itu, world tourism organization (UNWTO,2018) memaparkan bahwa atraksi wisata merupakan sebuah daya tarik yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata. Atraksi tersebut merupakan daya tarik yang bersifat lokal dari suatu destinasi, yang dalam artinya daya tarik tersebut mempunyai sesuatu hal unik yang dapat menarik kunjungan wisatawan.

Teori atraksi wisata berhubungan erat dengan minat kunjung wisatawan, karena atraksi merupakan daya tarik utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Teori ini menyatakan bahwa keberadaan atraksi wisata yang menarik, baik itu berupa keindahan alam, kekayaan budaya, fasilitas, maupun pengalaman unik, akan meningkatkan minat kunjung wisatawan. Sebagai contoh, wisatawan cenderung memilih destinasi yang menawarkan sesuatu yang berbeda atau luar biasa, seperti tempat bersejarah, alam yang eksotik, atau aktivitas yang menyenangkan. Menurut teori atraksi wisata, ada beberapa faktor yang memengaruhi minat kunjung, yaitu faktor fisik seperti aksesibilitas dan fasilitas, serta faktor non-fisik seperti promosi dan citra destinasi. Daya tarik wisata yang kuat, ditambah dengan pemasaran yang efektif, dapat menarik lebih banyak pengunjung, meningkatkan permintaan, dan pada akhirnya mendukung keberlanjutan pariwisata di suatu tempat.

## 2. Pengaruh fasilitas (X2) terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang (Y)

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan hipotesis menunjukkan bahwasanya fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Fasilitas yang terdapat di PDIKM Padang Panjang yaitu adanya Mushola, Pakiran, Gazebo, Wc/Toilet yang dapat digunakan oleh wisatawan. Hal ini sejalan dengan teori kotler dan Keller (2017), mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Harfika, 2017 ). Dengan demikian fasilitas dapat

mempengaruhi naiknya minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang artinya fasilitas yang bagus akan dapat meningkatkan minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Putri (2015) dan Sari (2023) menyatakan bahwasanya fasilitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisata.

Menurut Kotler dan Keller (2017), mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Harfika, 2017). Menurut Bismark (2010) menyatakan kelengkapan fasilitas merupakan salah satu instrumen yang diamati dan di pertimbangkan ketika akan mengunjungi destinasi wisata. Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka hal ini akan menarik wisatawan untuk berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut.

Teori fasilitas dalam konteks pariwisata mengacu pada peran penting yang dimainkan oleh sarana dan prasarana dalam mempengaruhi minat kunjung wisatawan. Fasilitas wisata mencakup segala sesuatu yang mendukung kenyamanan dan pengalaman wisatawan selama berada di destinasi, seperti transportasi, akomodasi, restoran, tempat parkir, serta fasilitas umum lainnya. Keberadaan fasilitas yang memadai dan berkualitas dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat mereka untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Menurut teori ini, semakin baik dan memadai fasilitas yang ada di suatu tempat wisata, semakin besar pula kemungkinan wisatawan untuk tertarik dan memilih destinasi tersebut. Fasilitas yang baik bukan hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan, tetapi juga dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan yang

mendorong mereka untuk kembali atau merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

### 3. Pengaruh promosi (X3) terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang (Y)

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan pengujian hipotesis menunjukkan bahwasanya promosi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Promosi yang dilakukan oleh pihak PDIKM Padang Panjang yaitu mempromosikan melalui media sosial seperti instagram dan tiktok sebagai media promosi yang utama. Hal ini sejalan dengan teori Promosi yaitu bahwa promosi mengacu pada kegiatan berkomunikasi dengan manfaat dari produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2014). Dengan demikian promosi dapat mempengaruhi naiknya minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang artinya promosi dapat meningkatkan minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ari Yanto (2022) dan (Estu & Dedi, 2017) menyatakan bahwasanya promosi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kita. Teori promosi dalam konteks pariwisata merujuk pada strategi komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi persepsi dan minat kunjung wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Promosi bertujuan untuk menyampaikan informasi yang menarik tentang destinasi wisata melalui berbagai saluran, seperti media massa, internet, media sosial, iklan, serta event khusus. Dengan promosi yang efektif, destinasi wisata dapat meningkatkan visibilitasnya, menarik perhatian wisatawan, dan pada akhirnya meningkatkan minat

mereka untuk mengunjungi tempat tersebut. Menurut teori promosi, keberhasilan dalam memasarkan suatu destinasi wisata tidak hanya bergantung pada kualitas produk wisata itu sendiri, tetapi juga pada cara promosi yang dilakukan. Promosi yang tepat dapat membentuk citra positif destinasi, mengkomunikasikan nilai lebih yang dimiliki destinasi, serta memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan ke sana. Faktor-faktor seperti konsistensi pesan, media yang digunakan, serta timing promosi sangat penting untuk mencapai hasil yang diinginkan.

#### 4. Pengaruh Informasi (X4) terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang (Y)

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan pengujian hipotesis menunjukkan bahwasanya informasi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Informasi yang terdapat di PDIKM Padang Panjang yaitu adanya pemandu wisata (*guide*) yang menjelaskan mengenai sejarah PDIKM dan sejarah minangkabau, selain itu juga terdapat TIC (*Tourist Information Center*). Hal ini sejalan dengan teori Menurut Kotler (2007) penjualan merupakan proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan (Abdurahman, 20017). Dengan demikian informasi dapat mempengaruhi naiknya minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang artinya informasi dapat meningkatkan minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Nifita & Arisondha (2018) dan Sari (2023) menyatakan bahwasanya promosi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata.

Menurut kusrini dan andri koniyo (2017:7) informasi adalah data yang sudah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi pengguna, yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau mendukung sumber informasi. Menurut kotler (2007) penjualan merupakan proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan (Abdurahman, 20017) .Informasi

yang mudah didapatkan yaitu salah satu bentuk pelayanan dimana jika wisatawan butuh informasi maka dapat dengan mudah didapatkan dengan bertanya ke pada tor guide atau pemandu dan juga dapat ditanyakan ke bagian TIC (Tourist information centre). Informasi yang mudah didapatkan di PDIKM Padang Panjang yaitu kita dapat mengetahui sejarah rumah adat minangkabau ini yang akan di jelaskan oleh pemandu yang sudah bertugas di PDIKM Padang Panjang, selain itu kita juga dapat informasi dari TIC (Tourist Information Centre) di PDIKM. TIC (Tourist Information Centre) sendiri lebih mempromosikan dan menginformasikan terkait PDIKM Padang Panjang yang di butuhkan oleh wisatawan.

Teori informasi dalam konteks pariwisata mengacu pada bagaimana penyampaian informasi yang akurat, jelas, dan menarik dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Informasi yang tepat dapat membantu wisatawan untuk membuat keputusan yang lebih baik mengenai destinasi yang akan mereka pilih, jenis kegiatan yang akan dilakukan, serta fasilitas yang tersedia. Dengan adanya informasi yang memadai, wisatawan dapat merencanakan perjalanan dengan lebih baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat kunjung mereka. Menurut teori informasi, pengelolaan informasi yang baik melalui berbagai saluran komunikasi (media sosial, situs web, brosur, dll.) dapat membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi. Informasi yang mudah diakses, relevan, dan up-to-date dapat membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan wisatawan, yang akhirnya berpengaruh pada keputusan mereka untuk mengunjungi tempat tersebut.

##### 5. Pengaruh Tarif (X5) terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang (Y)

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan pengujian hipotesis menunjukkan bahwasanya tarif berpengaruh terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Tarif atau biaya tiket masuk untuk di PDIKM Padang Panjang yaitu untuk tiket anak-anak Rp. 5.000\_ ,tiket

masuk untuk dewasa Rp. 10.000\_ sedangkan untuk tiket wisatawan mancanegara Rp. 25.000\_. sedangkan untuk tiket parkir kendaraan roda dua Rp. 2.000\_, parkir roda 4 Rp. 5.000\_ dan untuk roda 6 atau lebih Rp. 10.000\_. Hal ini sejalan dengan teori Harga merupakan bagian penentu yang ada dalam suatu penjualan, dan setiap produk yang dijual pasti memiliki harga yang dicantumkan. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau pengguna atas sebuah produk atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2016). Dengan demikian tarif dapat mempengaruhi naiknya minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang artinya tarif yang rendah dapat meningkatkan minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Myrza et all, 2021) menyatakan bahwasanya promosi berpengaruh terhadap minat kunjung wisata.

Tarif merupakan harga atau nilai sesuatu yang telah diperhitungkan dan ditetapkan yang harus dibayarkan oleh konsumen dengan nilai uang tertentu untuk mendapatkan suatu komoditi yaitu berupa barang atau jasa (mahmudah, 2016). penetapan tarif (price) terhadap suatu produk yang diberikan berhubungan dengan kualitas dan mutu suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen. Penetapan tarif yang sesuai dengan prosu yang diberikan akan membuat konsumen menjadi percaya terhadap suatu produk. Brand Image suatu produk diperoleh apabila konsumen merasa puas terhadap tarif yang ditetapkan pada suatu produk.

Teori tarif dalam pariwisata berkaitan dengan bagaimana harga atau biaya yang dikenakan untuk mengakses suatu destinasi wisata atau fasilitas di dalamnya dapat mempengaruhi minat kunjung wisatawan. Tarif atau harga adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Harga yang kompetitif atau terjangkau dapat menarik lebih banyak wisatawan, sementara harga yang

tinggi bisa membatasi akses dan menurunkan minat kunjung, terutama bagi segmen wisatawan yang sensitif terhadap biaya. Menurut teori tarif, keberhasilan suatu destinasi wisata dalam menarik pengunjung sangat dipengaruhi oleh kebijakan harga yang diterapkan. Tarif yang lebih rendah atau diskon untuk kelompok tertentu (misalnya pelajar, lansia, atau keluarga) dapat meningkatkan daya tarik dan minat kunjung. Sebaliknya, tarif yang tinggi harus disertai dengan peningkatan kualitas layanan dan fasilitas agar wisatawan merasa harga yang dibayar sebanding dengan pengalaman yang diperoleh.

6. Pengaruh Aksesblitas (X6) terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang (Y)

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan pengujian hipotesis menunjukkan bahwasanya aksesblitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. akses untuk mengunjungi PDIKM Padang Panjang sangat bagus dapat dilewati oleh semua jenis transportasi yang ada baik sepeda motor, mobil, dan bus . Akses menuju pdikm padang panjang dapat dilalui via solok-batusangkar- bukittinggi-padang. Semua akses jalan yang menuju ke PDIKM padang panjang sudah beraspal bagus dan dapat dengan mudah dilewati oleh para pengunjung yang ingin mengunjungi PDIKM padang Panjang.

Hal ini sejalan dengan teori Aksesibilitas menurut Bambang Susantono (2004:24) merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan. (dewintaarystiana, 2021). Dengan demikian aksesblitas dapat mempengaruhi naiknya minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang artinya aksesblitas yang bagus dapat meningkatkan minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Anwani (2021) dan Myrza et all (2021) menyatakan bahwasanya aksesblitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisata.

Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai suatu tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal ini

menjadi penting diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas semakin mudah untuk dijangkau dan semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung (Nabila, 2016). Teori aksesibilitas dalam pariwisata mengacu pada sejauh mana suatu destinasi wisata dapat dijangkau dengan mudah oleh wisatawan, baik dari segi transportasi, fasilitas jalan, maupun infrastruktur pendukung lainnya. Aksesibilitas yang baik dapat mempermudah wisatawan untuk mengunjungi destinasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan minat kunjung mereka. Jika sebuah destinasi sulit dijangkau atau memiliki transportasi yang terbatas, hal tersebut dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung, meskipun destinasi tersebut memiliki daya tarik yang kuat. Menurut teori aksesibilitas, semakin mudah sebuah destinasi dicapai, semakin besar peluangnya untuk menarik wisatawan. Faktor-faktor seperti jarak, ketersediaan transportasi (jalan, udara, laut), serta kemudahan dalam navigasi akan memengaruhi keputusan wisatawan. Destinasi yang memiliki aksesibilitas yang baik akan lebih diminati karena wisatawan cenderung memilih tempat yang mudah dijangkau dan tidak memerlukan banyak waktu atau biaya untuk sampai ke sana.

7. Pengaruh Atraksi (X1), fasilitas (X2), Promosi (X3), Informasi (X4), Tarif (X5) dan Aksesblitas (X6) terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwasanya atraksi, fasilitas, promosi, informasi dan aksesblitas berpengaruh terhadap minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Dengan demikian atraksi, fasilitas, promosi, informasi dan aksesblitas dapat mempengaruhi naiknya minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang artinya atraksi, fasilitas, promosi, informasi dan aksesblitas akan dapat meningkatkan minat kunjung wisata ke destinasi PDIKM Padang Panjang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Nurul Farida (2021) dan Sabila (2021) menyatakan bahwasanya atraksi, fasilitas,

promosi, informasi dan aksesibilitas berpengaruh terhadap minat kunjungan wisata.

Atraksi wisata, baik itu alam, budaya, atau buatan, merupakan daya tarik utama yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Teori ini menekankan bahwa semakin menarik dan unik suatu atraksi, semakin besar kemungkinan wisatawan akan tertarik untuk berkunjung. Daya tarik ini bisa berupa keindahan alam, keunikan budaya, situs sejarah, atau fasilitas hiburan yang ada di destinasi tersebut. Wisatawan akan memilih destinasi berdasarkan daya tarik yang mereka anggap paling sesuai dengan minat dan preferensi mereka. Fasilitas di destinasi wisata, seperti akomodasi, transportasi, restoran, dan fasilitas umum lainnya, sangat penting dalam menciptakan pengalaman wisatawan yang menyenangkan. Teori fasilitas menyatakan bahwa semakin baik kualitas dan keberagaman fasilitas yang tersedia, semakin besar minat wisatawan untuk berkunjung. Fasilitas yang memadai tidak hanya memastikan kenyamanan tetapi juga dapat menambah nilai lebih bagi pengalaman wisatawan, membuat mereka merasa puas dan cenderung untuk kembali.

Promosi adalah faktor penting dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi. Melalui berbagai saluran promosi, seperti media sosial, iklan, event, dan kerja sama dengan agen perjalanan, informasi mengenai suatu destinasi dapat disebarkan ke audiens yang lebih luas. Teori promosi menyatakan bahwa dengan promosi yang tepat, destinasi dapat menarik perhatian lebih banyak wisatawan dan membentuk citra positif tentang destinasi tersebut. Promosi yang efektif dapat memotivasi wisatawan untuk mengunjungi tempat tertentu. Informasi yang akurat dan relevan mengenai destinasi wisata dapat mempengaruhi keputusan wisatawan. Teori informasi menjelaskan bahwa akses terhadap informasi yang jelas dan mudah diakses mengenai destinasi, seperti melalui situs web, brosur, atau media sosial, dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan wisatawan. Informasi yang lengkap mengenai tempat wisata, aktivitas, harga, dan fasilitas akan

memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka dan meningkatkan minat kunjung. Aksesibilitas mengacu pada kemudahan wisatawan untuk mencapai destinasi wisata. Teori aksesibilitas menyatakan bahwa destinasi yang mudah dijangkau dengan berbagai moda transportasi (jalan, udara, laut) akan lebih menarik bagi wisatawan. Destinasi yang memiliki aksesibilitas yang baik memungkinkan wisatawan untuk mencapai tujuan mereka dengan mudah dan cepat, yang akan meningkatkan minat kunjung mereka. Jarak yang dekat, ketersediaan transportasi yang nyaman, serta infrastruktur yang mendukung aksesibilitas menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan kunjungan wisatawan. Secara keseluruhan, kelima faktor ini saling berkaitan dan bekerja bersama-sama dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan. Sebagai contoh, suatu destinasi yang memiliki atraksi menarik, fasilitas yang baik, promosi yang efektif, informasi yang jelas, dan aksesibilitas yang mudah, memiliki peluang besar untuk menarik wisatawan. Sebaliknya, jika salah satu faktor ini kurang, maka minat kunjung wisatawan bisa terpengaruh negatif. Oleh karena itu, pengelola destinasi perlu memperhatikan semua aspek ini agar destinasi wisata dapat berkembang dan menarik minat lebih banyak pengunjung (Wijaya & Harini, 2023)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Wisatawan Ke Destinasi PDIKM Padang Panjang”, dibuktikan dengan hasil sebagai berikut: Hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan minat berkunjung wisatawan memang dipengaruhi beberapa hal baik itu Atraksi wisata, Fasilitas penunjang, Promosi, Informasi yang mudah didapatkan, Tarif/Harga, Aksesibilitas yang mudah dijangkau. Hal ini juga diperkuat oleh hasil wawancara awal ke beberapa pengunjung, dan ke pada pihak pengelola, dari ketiga hasil observasi awal tadi ditemukan fakta bahwasanya terdapat beberapa faktor yang menyebabkan PDIKM Padang Panjang itu rendah minat kunjung wisatawannya dipengaruhi beberapa hal baik itu Aktraksi wisata, Fasilitas penunjang, Promosi, Informasi yang mudah didapatkan, Tarif/Harga, Aksesibilitas yang mudah dijangkau.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data, penulis ingin memberi masukan atau saran kepada pihak-pihak yang mungkin terkait dengan variabel-variabel penelitian yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi pengambilan kebijakan yaitu sebagai berikut:

1. Kembangkan dan kelola atraksi wisata yang unik dan menarik, baik itu berupa alam, budaya, sejarah, maupun hiburan. Pastikan daya tarik tersebut tetap relevan dengan tren wisata yang berkembang. Untuk destinasi alam, pastikan menjaga kelestarian lingkungan dan keindahan alam. Sedangkan untuk destinasi budaya atau sejarah, sediakan pengalaman edukatif yang menarik.

2. Pastikan adanya fasilitas yang memadai dan nyaman bagi wisatawan, seperti akomodasi, restoran, transportasi, dan fasilitas umum lainnya (toilet, tempat parkir, dll).
3. Lakukan promosi secara intensif dan kreatif melalui berbagai saluran, baik itu online (media sosial, situs web, iklan digital) maupun offline (pameran, brosur, kerjasama dengan agen perjalanan). Gunakan influencer atau duta wisata yang memiliki pengaruh untuk mempromosikan destinasi wisata.
4. Pastikan wisatawan dapat dengan mudah mengakses informasi yang jelas, akurat, dan terkini tentang destinasi wisata. Website resmi destinasi, aplikasi mobile, dan informasi melalui media sosial dapat membantu wisatawan merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik.
5. Tingkatkan infrastruktur transportasi dan aksesibilitas ke destinasi wisata. Pastikan adanya jalur transportasi yang mudah dijangkau, baik untuk wisatawan domestik maupun mancanegara. Aksesibilitas yang baik mencakup transportasi yang efisien (pesawat, kereta, bus, kendaraan umum) serta kondisi jalan yang baik.
6. Senantiasa lebih meningkatkan sistem promosi, informasi terkait dengan kenaikan tarif, pelayanan, fasilitas yang memadai sehingga dapat meningkatkan minat kunjung wisatawan ke PDIKM Padang Panjang.
7. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber acuan dan pengembangan penelitian lainnya dengan menambahkan atau mengganti variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, M. (2017). Sistem Informasi Pengolahan Data Pembelian Dan Penjualan Pada Toko Koloncucu Ternate . *Indonesian Jurnal In Information System Volume 2 Nomor 1*, 18-26.
- Anwar, K. (2009). Potensiwisata Budaya Situs Sejarah Peninggalan Kerajaan Majapahit Di Trowulan Mojokerto. *Library.Uns.Ac.Id*, 1-117.
- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 22(1).
- Anwani, A. (2021). Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 57-64.
- Ari Yanto. (2022). Pengaruh Promosi Visual Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Danau Sipin Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1).
- Abdurahman, M. (2017). Sistem Informasi Pengolahan Data Pembelian Dan Penjualan Pada Toko Koloncucu Ternate . *Indonesian Jurnal In Information System Volume 2 Nomor 1*, 18-26.
- Anwar, K. (2009). Potensiwisata Budaya Situs Sejarah Peninggalan Kerajaan Majapahit Di Trowulan Mojokerto. *Library.Uns.Ac.Id*, 1-117.
- Alfani, M. H. (2018). Analisis Pengaruh Quality Of Work Life (Qwl) Terhadap Kinerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Bank Bri Syariah Cabang Pekan Baru . *Tabarru Islamic Banking And Finance Volume 1 Nomor 1*, 1-13.
- Andina, S. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur . *Pariwisata Dan Budaya Vol 22 Jilid 1 No 3* , 28.
- Barrento, M. (2015). Srategi Pengembangan Objek Wisata Airpanas Didesa Marobo Kabupaten Bobonara Timor Leste. *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* , 773-796.
- Ch.Wolah, F. (2016). Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Poso. *Acta Diurna V.No.2*.
- Dewi, R. (2018). Perencanaan Lanskap Untuk Pengembangan Wisata Alam Di Sempdan Sungai Kemiri Kecamatan Margadana-Kota Tegal . *Volume 2 No 1*, 1-7.
- Dewintaarystiana, P. (2021). Identifikasi Accessibility Pada Objek Wisata Di Desa Sambangan Sebagai Desa Wisata . *Bosaparis : Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Volume 12 Nomor 2*, 60-69.
- Estu & Dedi. (2017). Pengaruh Promosi Wisata Bahari Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 7(2).
- Effendi, F. Z. (2021). Minat Berkunjung Wisatawan Ke Museum Adityawarman Kota Pada. *Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan Volume 2 No 3*, 276-281.

- Ethika, T. D. (2016). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. *Jurnal Kajian Hukum Vol. 1, No. 2*, 113-158.
- Fadli, M. (2020). Storytelling Sejarah Melalui Foto Beranotasi: Koleksi Foto. *Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan Dan Informasi Vol 4 No 3*, 297-307.S
- Febrianti, R. (2023). Strategi Pemerintahan Kota Padang Panjang Dalam Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau (Pdikm) Sebagai Destinasi Wisata Sejarah Unggulan Di Kota Padang Panjang. *Jurnal Pariwisata*.
- Fatimah, Z. A. (2018). Hubungan Antara Intensitas Mengakses Informasi Pariwisata Akun Instagram@Indtravel Dan Intensitas Komunikasi World Of Mouth Dengan Minat Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Indonesia . 1-12.
- Febrianti, R. (2023). Strategi Pemerintahan Kota Padang Panjang Dalam Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minang Kabau (Pdikm) Sebagai Destinasi Wisata Sejarah Unggulan Di Kota Padang Panjang. *Jurnal Pariwisata*.
- Halimatussaddihmarpaung. (2017). Pengaruh Daya Tarikdan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Singsonian Kabupaten Asahan . *Prosidingseminar Nasionalmultidisiplin Ilmu Una* , 1151-1160.
- Hapsara, O. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung : Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu) Vol. 11 No 01* , 64-76.
- Harfika, J. (2017 ). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya . *Balance, Vol Xlv No 1*, 44-56.
- Harun, Z. (2014). Model Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Pariwisata Yang Berbasis Komunitas Lokal: Kasus Di Kota Padang Panjang. *Jurnal Antropologi : Isu-Isu Sosial Budaya Vol 16 No 1*, 99-106.
- Irawan, M. R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Jurnal Ecopreneur Volume 4 No 2*, 121-131.
- Keller, k. (2003). branding a city : A conceptual framework. *journal of brand management*, 395-406
- Miarsih, G. S. (2018 ). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman. *Journal Of Tourism Vol,1. No.2*, 117-123.
- Myrza Et All. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 10(2)*.
- Mahmudah, H. (2016). Analisis Penyesuaian Tarif Dasar Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Di Kabupaten Lamongan . *Jurnal Penelitian*

*Ilmu Manajemen Volume 1 No 02*, 98-104.

- Mekarisce, A. A. (2020). 2020145teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Vol. 12 Edisi 3*, , 145-151.
- Miarsih, G. S. (2018 ). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman. *Journal Of Tourism Vol,1. No.2*, 117-123.
- Nabila, A. D. (2016). Kajian Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Untuk Pengembangan Pariwisata. 4 .
- Noho, Y. (2018). Pengemasan Warisan Budaya Tak Benda"paiya Lohungo Lopoli" Sebagai Atraksi Wisata Budaya Gorontalo . *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal Aksara Volume04*, 179-192.
- Novitaningtyas1, I. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Ecodemica, Vol.9 No.1* , 28-36.
- Nifita, A. T., & Arisontha, E. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 7(2), 169–180. <https://doi.org/10.22437/jmk.v7i2.5490>
- Novitaningtyas1, I. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Ecodemica, Vol.9 No.1* , 28-36.
- Octaviani, D. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Kabupaten Kubu Kalimantan Barat (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Qubu Resort). *Jurnal Equilibrium Manajemen Volume 6 No 1*, 1-6.
- Panjang, P. K. (2019). Jasa Konsultasi Penelitian Pengkajian Ekonomi Sda Dan Infrastruktur. 1-248.
- Pratama, A. R. (2023). Atraksi Wisata Berbasis Community Based Tourism (Cbt) Di Desawisatakubu Gadang. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan Vol 1 No 4*, 276-294.
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh Atraksi, Media Sosial Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu Volume 8 No1*, 72-82.
- Putri. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. *Jurnal Pariwisata*, 2(2).
- Rahayu, S. (2017). Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Garuda Metalindo. *Jurnal Kreatif : Pemasaran, Sumber Daya Manusia Dan Keuangan Vol5 No 1*, 59-75.
- Ramanda, H. (2023). Pengaruh Aturan Wisata Di Scientia Square Park Gading Serpong Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Wisataamah*.
- Razaq, A. (2017). Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata, Dan Experiential. *Studi Pada Pengunjung Mifan Water Park Padang Panjang*).
- Sabila Almas Andina, I. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur . *Jurnal Pariwisata Dan Budaya Volume 22 Jilid 1 No 3*, 27-38.

- Sam'un Jaja Raharja, I. A. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Perdesaan Di Lebakmuncang,. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora Vol. 21, No. 2,*, 159 - 165.
- Sari. (2023). Pengaruh Atraksi Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Dan Peningkatan Pelaku Wirausaha Di Danau Cipondoh. *Jurnal Pariwisata, 10(2)*.
- Syahadat, E. (2005). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan. 1-13.
- Syarifuddin, D. (2020). Membangun Fasilitas Membangun Minat Kunjungan Wisatawan . *Jurnal Sain Manajemen Vol 2 No 2*, 50-62.
- Shalamah, U. H. (2020). Pengaruh Bauran Permasaran Terhadap Minat Kunjungan Di Balai Kesehatan Masyarakat. *Journal Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Higeria*, 145-157.
- Wijaya & Harini. (2023). Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Promosi, Informasi, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Indonesia, 17(1)*.
- Wijaya, S., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Museum Galeri Nasional Indonesia. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosia, 20(1)*
- Zakariaharahap. (2020). Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prambumulih. *Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah Volume 6 Nomor 1*, 101-118