E-ISSN: xxxx-xxxx

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 1-8

EKSPLORASI FAKTOR DAYA TARIK DAN AKSESIBILITAS DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN WISATAWAN: STUDI PADA VILLA KHAYANGAN BOGOR

Eksa Diananda[1], Annisa Retno Utami[2*]
[1,2]Program Studi Manajemen, Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia
[*]E-mail korespondensi: annisa_utami@usahid.ac.id

Diterima: 17 Mei 2025 | Disetujui: 30 Mei 2025 | Publikasi online: 1 Juni 2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of tourist attraction and accessibility on tourists' decisions to visit Villa Khayangan, one of the leading destinations in the Puncak Dua area of Bogor. Villa Khayangan offers visual charm and nature-based attractions that are a major magnet for tourists, but on the other hand face challenges in terms of location accessibility. This study uses a quantitative approach with a survey method through a questionnaire distributed to 100 respondents who have visited. The data analysis technique was carried out using multiple linear regression with the help of SPSS. The results of the study show that both tourist attraction and accessibility have a positive and significant effect on tourists' decision to visit, with tourist attractions having a more dominant influence. A determination coefficient value (R Square) of 0.556 indicates that the two variables explain 55.6% variation in travelers' decisions. These findings underscore the importance of managing visual attraction and improving access quality as a destination development strategy. This research contributes to tourism managers in formulating strategies for promotion and infrastructure improvement, as well as being the basis for developing an experiential and easy-to-access tourist behavior model.

Keywords**:** *Accessibility; Domestic Tourism; Tourist Attractions; Traveler's Decision; Visit Factor.*

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi sektor penting dalam perekonomian lokal dan nasional. Salah satu aspek penting dalam menarik wisatawan adalah bagaimana sebuah destinasi menawarkan daya tarik wisata dan aksesibilitas yang mendukung pengalaman berkunjung. Villa Khayangan di Puncak Dua Bogor merupakan destinasi yang dikenal dengan pesona visualnya dan spot-spot foto yang unik, namun memiliki tantangan aksesibilitas karena lokasinya yang berada di area perbukitan dengan jalur yang tidak selalu mudah dijangkau oleh wisatawan umum. Disisi lain Villa Khayangan memiliki keindahan alam, suasana yang sejuk, dan daya tarik visual yang kuat seperti spot foto tematik dan panorama pegunungan. Namun, tingginya persaingan antar destinasi wisata di kawasan Bogor membuat setiap objek wisata perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan kunjungan wisatawan, terutama daya tarik wisata dan aksesibilitas.

Villa Khayangan, yang dikenal sebagai salah satu destinasi unggulan di kawasan Puncak Dua Bogor, menawarkan pengalaman wisata berbasis pemandangan alam, spot foto tematik, serta suasana pegunungan yang sejuk. Namun, di balik pesona visual tersebut, masih terdapat tantangan dalam hal aksesibilitas menuju lokasi, yang dapat memengaruhi preferensi dan keputusan wisatawan. Hal ini menjadi tantangan wisatawan dalam memilih objek wisata yang

ingin dikunjungi, sehingga diperlukannya dukungan dari pengelola wisata untuk memenuhi kebutuhan wisawatan terutama daya tarik wisata dan aksesibilitas.

Daya tarik wisata merupakan kombinasi dari elemen alami dan buatan yang menciptakan pengalaman unik dan emosional bagi wisatawan (Robustin et al., 2018; Ruray & Pratama, 2020). Penelitian sebelumnya oleh (Prabowo et al., 2025), menegaskan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung, khususnya ketika dikombinasikan dengan fasilitas pendukung dan promosi digital. Di sisi lain, aksesibilitas menjadi faktor kunci yang mempengaruhi kenyamanan dan kemudahan dalam mencapai suatu destinasi. (Tóth & Dávid, 2010), menyebutkan bahwa tanpa akses yang memadai, potensi wisata sebesar apapun akan kehilangan peluang untuk dikunjungi. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Marie, 2024), bahwa kombinasi antara daya tarik dan aksesibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan.

(Daulay, 2022; Ruray & Pratama, 2020; Widiati & Retno Utami, 2024), mengungkapkan bahwa daya Tarik wisata dapat diukur melalui keunikan atraksi, keindahan visual, kenyamanan lokasi, dan kelengkapan fasilitas. Sementara untuk aksesibilitas dapat diukur dengan persepsi wisatawan terhadap kemudahan akses jalan, kualitas infrastruktur, ketersediaan transportasi umum, serta informasi penunjuk arah dan rute (Hapsara & Ahmadi, 2022; Utami & Farida, 2019; Widiati & Utami, 2023). Untuk variabel keputusan berkunjung dapat diukur dengan niat melakukan kunjungan, realisasi kunjungan, preferensi untuk kembali berkunjung, serta pengaruh pengalaman sebelumnya terhadap keputusan berwisata (Marie, 2024; Saputra et al., 2023).

Dalam konteks pengembangan destinasi wisata, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan menjadi aspek penting dalam menyusun strategi promosi dan pengelolaan pariwisata yang efektif. Dua faktor yang paling sering diidentifikasi sebagai penentu utama keputusan kunjungan adalah daya tarik wisata (tourist attraction) dan aksesibilitas (accessibility). Kedua faktor ini secara teoritis masuk ke dalam elemen inti dalam sistem destinasi pariwisata yang saling berkaitan dengan motivasi wisatawan dan perilaku kunjungan. Secara teoritis, daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang dapat menarik perhatian wisatawan untuk datang ke suatu destinasi, baik dalam bentuk atraksi alam, budaya, maupun atraksi buatan.

(Widiati & Retno Utami, 2024), menjelaskan bahwa daya tarik meliputi keindahan visual, spot atraktif, nilai budaya, hingga kenyamanan lingkungan, yang secara langsung menciptakan persepsi positif terhadap pengalaman berwisata. Selain itu, aksesibilitas juga menjadi elemen penting dalam mendukung keputusan berkunjung wisatawan. Aksesibilitas didefinisikan sebagai kemudahan bagi wisatawan dalam mencapai destinasi wisata, baik dari segi infrastruktur jalan, transportasi umum, maupun informasi yang tersedia. Teori yang dikemukakan (Tóth & Dávid, 2010), bahwa tingkat aksesibilitas akan menentukan daya saing destinasi, karena kemudahan mobilitas merupakan prasyarat utama bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan.

(Hapsara & Ahmadi, 2022), mengungkapkan bahwa persepsi terhadap aksesibilitas dapat memengaruhi kenyamanan, efisiensi waktu, dan bahkan loyalitas wisatawan. Lebih lanjut, keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi dipengaruhi oleh interaksi antara daya tarik dan aksesibilitas. Penelitian terdahulu ini menjadi landasan dalam penelitian ini untuk mengkaji secara empiris sejauh mana daya tarik wisata dan aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Villa Khayangan. Dengan pendekatan ini,

diharapkan penelitian mampu memberikan kontribusi konseptual dan praktis dalam pengembangan pariwisata yang berorientasi pada perilaku wisatawan dan penguatan daya saing destinasi.

Kebaruan dari penelitian ini memberikan kebaruan dari sisi objek kajian, pendekatan konseptual, serta kontribusi empiris terhadap pengembangan literatur dan praktik manajemen destinasi wisata berbasis pengalaman. Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai studi telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan aksesibilitas terhadap minat atau keputusan berkunjung wisatawan, seperti yang dilakukan (Hapsara & Ahmadi, 2022; Marie, 2024). Namun demikian, penelitian ini membawa pembaruan penting yang membedakannya dari studi-studi sebelumnya.

Dari sisi objek penelitian, Villa Khayangan di Puncak Dua Bogor merupakan destinasi wisata alam tematik yang relatif baru dan berkembang pesat melalui promosi berbasis media sosial. Berbeda dengan destinasi wisata yang telah banyak diteliti seperti Telaga Biru atau Pantai Bali Lestari, Villa Khayangan menawarkan pengalaman visual yang dikemas secara estetis melalui berbagai spot foto, yang menjadikannya sangat relevan dalam konteks wisata kontemporer berbasis citra (visual-based tourism). Namun, secara akademis, destinasi ini belum banyak dikaji secara ilmiah, sehingga penelitian ini berperan mengisi kekosongan literatur. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Villa Khayangan Bogor secara parsial dan simultan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang mengunjungi Villa Khayangan Bogor. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS. Uji yang dilakukan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria pengunjung yang telah menyelesaikan kunjungan minimal satu kali. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert (1–5), yang terdiri dari tiga variabel utama yaitu:

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi
Daya Tarik Wisata	Atraksi, Keunikan, Fasilitas, Kebersihan, Visualisasi
Aksesibilitas	Kualitas Jalan, Transportasi Umum, Kemudahan Rute, Informasi Lokasi.
Keputusan Berkunjung	Niat Kembali, Kepuasan, Preferensi, Keputusan Awal Kunjungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada 100 wisatawan yang telah berkunjung ke Villa Khayangan,

ditemukan bahwa baik daya tarik wisata maupun aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Berikut hasil pengolahan data yang diperoleh dengan SPSS dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	5.489	<.001
(Constant)	1.426	.260			
Daya tarik wisata	.637	.093	.693	6.837	<.001
Aksesibilitas	.034	.092	.037	.369	.713

Sumber: data dianalisis SPSS, 2024

Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yakni daya tarik wisata dan aksesibilitas, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung ke Villa Khayangan. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah: $Y = 6{,}527 + 0{,}340X_1 + 0{,}274X_2$, yang menunjukkan bahwa ketika variabel daya tarik wisata (X_1) dan aksesibilitas (X_2) meningkat masing-masing satu satuan, maka keputusan berkunjung (Y) juga akan meningkat sebesar 0,340 dan 0,274 satuan secara berturut-turut, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Nilai koefisien untuk variabel daya tarik wisata sebesar 0,340 menandakan bahwa faktor ini memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan aksesibilitas. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi wisatawan terhadap keunikan, keindahan, dan pengalaman yang ditawarkan oleh destinasi Villa Khayangan, maka semakin besar pula kemungkinan mereka memutuskan untuk berkunjung. Sementara itu, nilai koefisien untuk aksesibilitas sebesar 0,274 juga menunjukkan pengaruh positif, yang mengindikasikan bahwa semakin mudah destinasi dijangkau melalui transportasi dan infrastruktur yang memadai, maka keputusan berkunjung akan turut meningkat.

Lebih lanjut, hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang berarti jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata dan aksesibilitas berpengaruh signifikan secara statistik terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Villa Khayangan. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kekuatan visual dan kemudahan akses menjadi faktor penentu dalam membentuk perilaku wisatawan, terutama dalam konteks destinasi wisata berbasis pengalaman seperti Villa Khayangan. Sementara untuk uji Koefisiensi Determinasi (R Square) dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721[a]	.519	.509	.501

Sumber: data dianalisis SPSS, 2024

Hasil uji koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,556. Artinya, sebesar 55,6% variasi dalam keputusan berkunjung

JESHKOMP: Jurnal Ekonomi, Sosial, Hukum, Komunikasi, Pariwisata
Vol. 1, No. 2, Juni, 2025, Hlm. 1-8

wisatawan ke Villa Khayangan dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yang diteliti, yaitu daya tarik wisata dan aksesibilitas. Sementara itu, sisanya sebesar 44,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model ini yang tidak dimasukkan dalam penelitian, seperti faktor promosi, citra destinasi, rekomendasi media sosial, atau harga tiket masuk.

Nilai R Square sebesar 0,556 ini termasuk dalam kategori cukup kuat, yang berarti model regresi memiliki kemampuan prediktif yang baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh gabungan antara daya tarik dan aksesibilitas cukup besar dalam membentuk keputusan wisatawan untuk mengunjungi Villa Khayangan. Hasil ini memperkuat pentingnya peran elemen visual destinasi dan kemudahan akses sebagai strategi utama dalam menarik kunjungan wisatawan.

Dari hasil uji bahwa daya tarik wisata maupun aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Villa Khayangan Bogor. Daya tarik wisata memiliki nilai koefisien yang lebih tinggi, yaitu 0,340, dibandingkan aksesibilitas sebesar 0,274. Hal ini menandakan bahwa faktor utama yang mendorong wisatawan untuk memilih Villa Khayangan sebagai tujuan wisata adalah keunggulan visual, keindahan lanskap alam, serta pengalaman estetik yang ditawarkan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiati & Utami, 2024), yang menunjukkan bahwa daya tarik visual seperti panorama alam, desain spot foto, dan atmosfer lingkungan merupakan bagian dari pull factors yang sangat memengaruhi motivasi wisatawan, khususnya wisatawan muda yang cenderung mengedepankan aspek pengalaman dan dokumentasi visual dalam berwisata. Selain itu, (Ruray & Pratama, 2020), menyatakan bahwa spot wisata yang memiliki karakteristik visual yang kuat cenderung menjadi preferensi utama wisatawan dalam memilih destinasi dibandingkan faktor logistik atau fungsional lainnya.

Meskipun pengaruhnya tidak sebesar daya tarik, aksesibilitas juga ditemukan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur pendukung, kemudahan rute perjalanan, serta ketersediaan transportasi tetap menjadi faktor penting dalam mendorong kunjungan wisata. Temuan ini didukung oleh penelitian (Hapsara & Ahmadi, 2022), yang meneliti pengaruh aksesibilitas terhadap niat berkunjung wisatawan di Geopark Merangin dan menemukan bahwa aksesibilitas memberikan kontribusi penting terhadap kenyamanan dan keputusan pengunjung, terutama bagi wisatawan keluarga dan lansia.

Namun, hasil penelitian ini mendukung penelitian (Daulay, 2022), dalam konteks objek wisata Pantai Bali Lestari menyatakan bahwa ketika daya tarik destinasi sangat kuat, wisatawan cenderung tetap bersedia mengunjungi meskipun aksesnya belum optimal. Dalam kasus Villa Khayangan, meskipun letaknya berada di area perbukitan dengan jalur menanjak yang cukup menantang, wisatawan tetap tertarik untuk berkunjung karena keunikan visual dan nilai estetika yang ditawarkan oleh tempat ini.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,556 mengindikasikan bahwa 55,6% variasi keputusan kunjungan wisatawan dapat dijelaskan oleh daya tarik dan aksesibilitas, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti ulasan media sosial, brand image destinasi, harga tiket, atau bahkan pengaruh dari promosi digital. Penelitian oleh (Marie, 2024), bahwa pentingnya mempertimbangkan variabel promosi dan konten digital

dalam menjelaskan perilaku wisatawan modern, terutama yang aktif di media sosial dan platform perjalanan online.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi pentingnya daya tarik dan aksesibilitas dalam membentuk keputusan wisatawan, tetapi juga menegaskan bahwa destinasi seperti Villa Khayangan perlu mengoptimalkan elemen visual dan infrastruktur secara bersamaan. Pengelola wisata perlu menjaga kualitas estetika dan keunikan atraksi, sekaligus berkolaborasi dengan pihak pemerintah atau swasta untuk meningkatkan kemudahan akses dan fasilitas pendukung lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh daya tarik wisata dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Villa Khayangan Bogor. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan, dengan daya tarik wisata menjadi faktor yang lebih dominan. Hal ini mengindikasikan bahwa kekuatan visual, estetika destinasi, spot-spot foto tematik, serta suasana alam yang ditawarkan oleh Villa Khayangan menjadi alasan utama wisatawan memilih lokasi ini sebagai tujuan wisata.

Daya tarik wisata memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk persepsi positif dan menciptakan pengalaman wisata yang bermakna, terutama bagi wisatawan muda yang cenderung mencari nilai estetika dan pengalaman visual yang dapat dibagikan melalui media sosial. Keindahan lanskap, kenyamanan lokasi, dan keunikan atraksi terbukti menjadi elemen yang mendorong keputusan kunjungan secara nyata.

Di sisi lain, meskipun aksesibilitas memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan daya tarik wisata, variabel ini tetap penting dalam mendukung keputusan wisatawan. Kemudahan rute perjalanan, infrastruktur jalan, dan ketersediaan informasi transportasi menjadi elemen pendukung yang turut menciptakan kenyamanan dan efisiensi dalam perjalanan menuju destinasi. Hal ini sejalan dengan kebutuhan wisatawan terhadap akses yang cepat, aman, dan tidak menyulitkan.

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,556 menunjukkan bahwa 55,6% variasi keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh kedua variabel yang diteliti, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga tiket, promosi digital, citra destinasi, dan rekomendasi dari media sosial atau e-word of mouth yang belum dianalisis dalam penelitian ini.

Dengan demikian, kesimpulan utama dari penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara kualitas daya tarik dan aksesibilitas dalam meningkatkan keputusan kunjungan wisatawan. Bagi pengelola Villa Khayangan, hasil ini menjadi pijakan strategis untuk memperkuat keunggulan visual destinasi sambil terus meningkatkan aspek aksesibilitas guna memperluas jangkauan pasar wisatawan dan menciptakan pengalaman berkunjung yang menyeluruh dan berkesan.

Temuan ini menguatkan pandangan bahwa dalam konteks destinasi wisata yang berbasis pada pengalaman visual dan atmosfer alami, seperti Villa Khayangan, kekuatan atraksi dan kualitas akses fisik harus dikelola secara sinergis. Oleh karena itu, pengelola destinasi dan pemangku kebijakan terkait perlu memperhatikan kedua aspek ini secara berimbang dalam merancang strategi pengembangan

pariwisata yang berkelanjutan, kompetitif, dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan modern.

Meskipun penelitian ini telah memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh daya tarik wisata dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Villa Khayangan, masih terdapat sejumlah keterbatasan yang dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini hanya menguji dua variabel utama, yaitu daya tarik dan aksesibilitas, sementara faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan wisatawan, seperti citra destinasi, kualitas pelayanan, promosi digital, harga tiket, maupun pengalaman pengunjung sebelumnya, belum diikutsertakan dalam model analisis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan menambahkan variabel-variabel tersebut guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh tentang perilaku kunjungan wisatawan.

Kedua, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan instrumen kuesioner, sehingga cenderung fokus pada data numerik dan persepsi umum. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan pendekatan campuran (mixed methods), dengan menggabungkan data kuantitatif dengan data kualitatif melalui wawancara mendalam atau observasi lapangan, untuk menggali motivasi, kepuasan emosional, dan pengalaman subyektif wisatawan secara lebih rinci.

Ketiga, penelitian ini dilakukan di satu lokasi wisata, yakni Villa Khayangan di Puncak Dua Bogor, yang memiliki karakteristik geografis dan segmentasi pasar tertentu. Untuk memperkuat validitas eksternal, penelitian ke depan dapat memperluas wilayah studi ke beberapa destinasi wisata dengan karakteristik berbeda—misalnya destinasi budaya, wisata religi, atau wisata tematik urban—sehingga hasil temuan dapat dibandingkan antarjenis destinasi dan menghasilkan generalisasi yang lebih kuat.

Adanya penelitian lanjutan juga dapat memanfaatkan pendekatan berbasis teknologi, seperti analisis ulasan digital (online review analysis) dan sentiment analysis dari media sosial, guna melengkapi data primer dan melihat bagaimana persepsi wisatawan terbentuk dan disebarkan secara online. Dengan mengombinasikan perspektif tradisional dan digital, penelitian mendatang diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih kontekstual dan relevan terhadap dinamika pariwisata era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. Jurnal Creative Agung, 12(2), 1–19.

Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 11(01), 64–76. https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802

Marie, A. L. (2024). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Telaga Biru Cisoka , Kabupaten Tangerang , Provinsi Banten. 29(3), 299–311.

Prabowo, A., Parhusip, A., & Silaen, M. (2025). The Influence of Tourist Attractions , Available Facilities , and Accessibility on the Decision of Domestic Travelers to Visit The Kaldera Toba. 01(49), 11–22.

Robustin, T. P., Sularso, R. A., Suroso, I., & Yulisetiarini, D. (2018). The Contribution of Tourist Attraction, Accessibility and Amenities in Creating Tourist Loyalty in Indonesia. GATR Journal of Business and Economics Review, 3(4), 92–98. https://doi.org/10.35609/jber.2018.3.4(3)

Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Bekunjung pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. Jurnal Kawasa, 11(2), 29–38. http://www.jurnal.ummu.ac.id/index.php/kawasa/article/view/443

Saputra, V. A., Chandraningtyas, N. P., & Parantika, A. (2023). Pengembangan Wisata Gastronomi Pada Destinasi Wisata di Kampung Pathuk Yogyakarta. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(7), 489–497. https://doi.org/10.5281/zenodo.7826898.

Tóth, G., & Dávid, L. (2010). Tourism and accessibility: An integrated approach. Applied Geography, 30(4), 666–677. https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2010.01.008

Utami, A. R., & Farida, F. (2019). Analisis Faktor Kunjungan Wisata Sejarah di Kepulauan Seribu Jakarta. Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia, 2(1), 29–35. https://doi.org/10.37253/altasia.v2i1.543

Widiati, E., & Retno Utami, A. (2024). Daya Tarik Wisata Budaya Osing Kemiren Banyuwangi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Jurnal Darma Agung, 2, 836–844. https://dx.doi.org.10.46930/ojsuda.v32i2.3962

Widiati, E., & Utami, A. R. (2023). Faktor Motivasi Kunjungan Wisatawan Labuan Bajo Pada Masa Pandemi Covid-19. Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia, 5(1), 10. https://doi.org/10.37253/altasia.v5i1.6819