

## **BAB II**

### **STUDI PUSTAKA**

#### **2.1 Deskripsi Konseptual**

Untuk mendukung pembuatan laporan ini, maka perlu di kemukakan hal atau teori – teori yang berkaitan dengan permasalahan dari ruang lingkup pembahasan sebagai landasan dalam pembuatan laporan ini. Studi pustaka digunakan dalam mencari teori dan konsep mengenai variabel-variabel yang di teliti sebagai bahan referensi. Studi pustaka didapat dari buku, jurnal, dan referensi lain. Dalam konsep teoritis ini akan di jelaskan mengenai teori yang sudah digunakan dalam penelitan. Sebelum melakukan penelitian yang lebih lanjut, seorang seorang peneliti perlu menyusun suatu kerangka teori sebagai landasan berpikir unntuk dari sudut mana peneliti menyoroti masalah yang dipilih (Nusi et al., 2021). Materi yang dikemukakan untuk pemecahan masalah, yaitu mengenai daya tarik wisata dan fasilitas wisata, terhadap minat berkunjung wisatawan Air Terjun Curug Embun Kabupaten Kepahiang.

##### **2.1.1 Minat Berkunjung**

Menurut (Aprilia, 2020) bahwa minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. Menurut (Aulia & Yulianti, 2019) minat merupakan dorongan yang kuat dan memotivasi seseorang dalam memilih suatu tindakan. Minat berperilaku adalah suatu kecenderungan potensial untuk mengadakan reaksi (sikap mendahului prilaku). Minat berkunjung berarti

konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata. Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada suatu objek.

Menurut (Wiradiputra & Brahmanto, 2018) minat adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi objek tersebut, hal ini berarti minat berkunjung adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada suatu objek sehingga terdorong untuk berkunjung atau mendatangi objek tersebut. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi.

#### **2.1.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung**

Menurut (Rahayu, 2023) faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam minat berkunjung, yaitu:

1. Produk

Produk wisata harus sesuai dengan apa yang dicari dan disukai oleh masyarakat atau sesuai dengan permintaan pasar.

2. Harga

Harga produk pariwisata adalah jumlah yang harga yang tepat untuk produk pariwisata.

3. Tempat

Fungsi distribusi menghadirkan produk di tengah-tengah pasar.

4. Pelayanan dan Fasilitas

Fasilitas sangat berhubungan dengan unsur-unsur yang terdapat dalam jasa.

### 2.1.1.2 Indikator Minat Berkunjung

Indikator yang menentukan minat berkunjung menurut Ferdinand (2002) dalam (Setiyarti, 2021) adalah sebagai berikut:

- 1) Ketertarikan produk, yaitu konsumen memiliki kecenderungan membeli atau mengiginkan suatu produk yang berbeda dari produk yang lain.
  - 2) Price, minat price yaitu tertariknya konsumen dengan harga yang ditawarkan, sesuai dengan biaya yang dimiliki konsumen dan antara harga dengan fasilitas yang ditawarkan sesuai.
  - 3) Minat pelayanan dan fasilitas adalah sarana dan prasana pendukung pariwisata yang ditawarkan terhadap konsumen, sehingga konsumen berminat untuk melakukan perjalanan pariwisata.
  - 4) Preferensial, minat preferensial memiliki fokus utama pada suatu produk tertentu. Minat Preferensial memiliki dapat berubah apabila produk yang telah menjadi fokus utama mengalami perubahan atau terjadi sesuatu yang tidak lagi sesuai dengan minat konsumen.
  - 5) Informasi, pengunjung lebih mudah mendapatkan info tentang produk atau tujuan wisata.
  - 6) Referensial, adalah konsumen yang tertarik dengan produk tertentu atau tujuan wisata tertentu karena mendapatkan referensi dari konsumen lain.
- Menurut (Pratiwi & Prakosa, 2021) indikator-indikator minat beli, meliputi:

- 1) Minat Transaksional
- 2) Minat Refrensial
- 3) Minat Prefensial

#### 4) Minat Eksploratif

Menurut (Aulia & Yulianti, 2019) minat merupakan dorongan yang kuat dan memotivasi seseorang dalam memilih suatu tindakan. Indikator yang dapat digunakan terkait minat berkunjung adalah sebagai berikut:

- 1) Ketertarikan, berhubungan dengan daya dorong seseorang terhadap ketertarikan pada suatu benda, orang, maupun kegiatan.
- 2) Preferensi, merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen terhadap sesuatu produk, barang, maupun jasa.
- 3) Pencarian Informasi, merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk, barang, maupun jasa yang diminati.

Menurut (Yuliyani & Suharto, 2022) indikator yang dapat digunakan terkait minat berkunjung adalah sebagai berikut:

- 1) Ketertarikan, Berhubungan dengan daya dorong seseorang terhadap ketertarikan pada suatu benda, orang, maupun kegiatan.
- 2) Preferensi, Merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen terhadap sesuatu produk, barang, maupun jasa.
- 3) Pencarian Informasi, Merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk, barang, maupun jasa yang diminati.

Dari sekian banyak pendapat para ahli yang menyebutkan pengertian dan indikator dari minat berkunjung, maka saya menyimpulkan variabel minat berkunjung yang penulis pakai yaitu pengertian dan indikator dari teori menurut

(Yuliyani & Suharto, 2022) karena itu yang dianggap paling cocok untuk penelitian ini.

### **2.1.2 Daya Tarik Wisata**

Pengertian Daya tarik menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (UU Kepariwisata) menjadi landasan hukum atas kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata yang merupakan bagian dari hak asasi manusia. Menurut (Normalasari et al., 2023) menyatakan bahwa daya tarik wisata *atourism attraction* ialah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi daerah wisata tertentu.

Menurut (Susianto et al., 2022) daya tarik wisata adalah hal-hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata. Menurut (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020) daya tarik wisata adalah persepsi wisatawan terhadap daya Tarik wisata berupa atraksi wisata yang meliputi keunikan, keaslian, cuaca/iklim, keindahan serta memberikan manfaat dan nilai bagi wisatawan sehingga mampu mendorong wisatawan Untuk berkunjung kembali ke tempat tersebut.

Menurut (Bulan et al., 2021) Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata. Daya tarik wisata dapat berupa objek wisata dan atraksi wisata. Objek wisata merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan tangible serta tanpa perlu ada persiapan terlebih dahulu untuk menikmatinya. Menurut (Rizqy & Roostika, 2023) daya tarik destinasi adalah “sejauh mana suatu tujuan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk memperhatikan minat mereka, untuk secara bebas menyelidiki

detail di lokasi, dan untuk secara bebas dan mandiri menciptakan makna dari tujuan tersebut”. Menurut (Susianto et al., 2022) daya tarik produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan dan keindahan alam yang dapat dirasakan dan dinikmati oleh pengunjung sehingga dengan adanya daya tarik tersendiri wisata tersebut akan menjadi sasaran untuk berkunjungnya para wisatawan.

#### **2.1.2.1 Karakteristik Daya Tarik Wisata**

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
3. Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka.
4. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.

#### **2.1.2.2 Komponen Daya Tarik Wisata**

Menurut (Syarifuddin et al., 2018)terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata, yaitu:

1. Atraksi, seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukan.

2. Aksesibilitas, seperti keadaan jalan, transportasi lokal dan adanya sarana umum seperti terminal.
3. Amenitas atau fasilitas seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan.
4. Organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti organisasi pengelolaan destinasi dan agen perjalanan.

### **2.1.2.3 Indikator Daya Tarik Wisata**

(Susianto et al., 2022) mengemukakan bahwa terdapat beberapa indikator dalam mengukur daya tarik wisata, yaitu:

1. Adanya hal yang menarik perhatian wisatawan dalam hal ini dapat berupa keindahan alam, budaya, seni, sejarah, ataupun sesuatu yang menonjol lainnya yang menjadi ciri khas objek wisata;
2. Fasilitas yang mendukung daya tarik wisata, seperti homestay, restoran, parking area, serta fasilitas lainnya yang dapat membuat wisatawan merasa nyaman;
3. Infrastruktur dari objek wisata yang mendukung;
4. Tersedianya alat transportasi yang dapat menghubungkan satu destinasi ke destinasi lainnya;
5. Sikap ramah kepada wisatawan yang berkunjung.

Menurut Yoeti dalam (Susianto et al., 2022), pengembangan daya tarik wisata didasarkan pada empat indikator, yaitu:

1. Daya tarik alam, seperti keindahan alam, konservasi flora dan fauna.

2. Daya tarik budaya, diantaranya kesenian tradisional, upacara keagamaan, festival kesenian, dan lainnya.
3. Daya tarik sosial, yang termasuk kelompok ini adalah tata cara hidup suatu masyarakat, ragam bahasa, dan upacara keagamaan seperti perkawinan, syukuran, dan lainnya.
4. Daya tarik yang dibangun, yang termasuk dalam kelompok ini adalah bangunan, arsitektur bersejarah dan modern, monumen, taman, kebun, dan lainnya.

Menurut (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020) menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan kembali wisatawan, indikator-indikator yang mendukung variabel daya tarik wisata dalam penelitiannya yaitu:

1. Adanya keunikan,
2. Adanya keaslian,
3. Adanya manfaat yang diperoleh serta keindahan dari daya tarik wisata tersebut.

Menurut (Abdurrohman & Wibawanto, 2021) indikator dari daya tarik wisata ada 4 yaitu:

1. Tingkat keunikan
2. Nilai obyek
3. Ketersediaan lahan
4. Kondisi fisik obyek wisata

Dari sekian banyak pendapat para ahli yang menyebutkan pengertian dan indikator dari daya tarik, maka saya menyimpulkan pada variabel daya tarik yang

penulis pakai yaitu pengertian dan indikator dari teori (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020) karena itu yang dianggap paling cocok untuk penelitian ini.

### **2.1.3 Fasilitas Wisata**

Menurut Tjiptono (2014) dalam (Dimas & Soliha, 2022) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan suatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas, kelengkapan desain interior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Menurut (Putri et al., 2019) Fasilitas atau sarana wisata adalah elemen dalam suatu destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan.

Menurut (Dimas & Soliha, 2022) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Menurut Kotler dalam (Susianto et al., 2022) mendefinisikan fasilitas sebagai segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh penjual jasa untuk kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Menurut (Syarifuddin & Priyanto, 2020) mengatakan bahwa wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas- fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut juga diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik wisata yang dikunjunginya. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata adalah semua sarana, pelayanan, dan perlengkapan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan selama berkunjung di daerah wisata. Dengan fasilitas yang baik maka dapat mempengaruhi para wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Oleh karena itu sangat penting bagi pengelola wisata untuk menyediakan fasilitas yang memadai dan nyaman untuk wisatawan.

#### **2.1.3.1 Indikator Fasilitas Wisata**

Menurut Tjiptono dalam (Alana & Putro, 2020) indikator fasilitas meliputi:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.

3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.
4. Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.

Menurut Yoeti (2003) dalam (Sari, 2020) indikator fasilitas wisata yaitu:

1. Akomodasi (hotel, vila, dll)
2. Restoran, bar, dan café
3. Transportasi (taksi, bus, dll)
4. Fasilitas aktif
5. Fasilitas lain (toilet, musholla)
6. Toko retail
7. Pelayanan lain.

Menurut Sumayang (2003) dalam (Sulistiyowati et al., 2019) menjelaskan beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan

3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah tidak asing bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.
4. Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.

Dari sekian banyak pendapat para ahli yang menyebutkan pengertian dan indikator dari fasilitas, maka saya menyimpulkan pada variabel fasilitas yang penulis pakai yaitu pengertian dan indikator dari teori Sumayang (2003) dalam (Sulistiyowati et al., 2019) karena itu yang dianggap paling cocok untuk penelitian ini.

## **2.2 Pengaruh Antar Variabel**

### **2.2.1 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung**

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu di suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan (Wiradiputra & Brahmanto, 2018) daya tarik wisata adalah segala sesuatu di suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Minat adalah rasa ingin seseorang melakukan sesuatu, yang mana dikarenakan adanya rangsangan untuk melakukan tersebut (Aulia & Yulianti, 2019) Minat adalah rasa ingin seseorang melakukan sesuatu, yang mana dikarenakan adanya rangsangan untuk melakukan tersebut. minat pengunjung menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang menarik dapat

meningkatkan minat berkunjung wisatawan terhadap wisata. Artinya jika daya tarik yang ditawarkan oleh objek wisata meningkat maka berkunjung wisatawan terhadap suatu wisata akan meningkat.

### **2.2.2 Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung**

Fasilitas Wisata merupakan suatu sumber daya yang berbentuk fisik. Sumber daya fisik ini harus ada sebelum jasa tersebut ditawarkan. Fasilitas yang ada atau sudah disediakan sangat berguna untuk mendukung aktivitas wisatawan saat berkunjung dan bermain di suatu tempat destinasi atau obyek wisata. Fasilitas yang memadai dan aman akan menarik wisatawan untuk berkunjung dan bermain kembali ke tempat tersebut (Ardiansyah et al., 2022) Penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung, dimana hasil korelasi menunjukkan kekuatan hubungan yang kuat, artinya setiap perubahan yang kecil/sedikit akan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan yang jauh lebih besar. Dapat disimpulkan jika fasilitas yang disediakan oleh para pengelola wisata banyak dan bagus maka para wisatawan akan mempunyai minat berkunjung ke wisata tersebut.

### **2.2.3 Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung**

Bahwa daya tarik wisata yang menarik dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan terhadap wisata. Artinya jika daya tarik yang ditawarkan oleh objek wisata meningkat maka daya tarik berkunjung wisatawan terhadap suatu wisata akan meningkat.

Penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung, dimana hasil korelasi menunjukkan kekuatan hubungan yang kuat, artinya setiap perubahan yang kecil/sedikit akan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan yang jauh lebih besar. Dapat disimpulkan jika fasilitas yang disediakan oleh para pengelola wisata banyak dan bagus maka para wisatawan akan mempunyai minat berkunjung ke wisata tersebut

### 2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan

Agar penelitian ini bisa menjadi acuan dan referensi bagi pembaca yang akan datang, maka dalam hal ini dilakukan penelusuran kepustakaan berupa kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan untuk memudahkan pemahaman terhadap bagian ini, dapat dilihat di tabel 2.1:

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Yang Relevan**

No	Nama	Judul	Hasil
1	Yan Adimayu & Sri Ernawati (2020)	Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Pada Pantai Lawata Kota Bima	Daya Tarik berpengaruh terhadap Minat berkunjung pada Pantai Lawata Kota Bima. Dan Fasilitas berpengaruh terhadap Minat berkunjung pada Pantai Lawata Kota Bima
2	Gede Bagus Pramahesta Adi Putra & Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari (2023)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan	Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Dan Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan

No	Nama	Judul	Hasil
3	Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtya s & Amrullah (2021)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang	Daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW). Dan fasilitas (FSLTS) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW). daya tarik wisata (DTW) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW).
4	Utari Puspita Sari & Syamsul Bachri	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan	Daya Tarik Wisata dan fasilitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Paralayang Wayu Kabupaten Sigi, daya Tarik Wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Paralayang Wayu Kabupaten Sigi dan fasilitas Layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Paralayang Wayu Kabupaten Sigi.
5	Agustini Tanjung, Surya Bintarti, Ergo Nurpatria (2002)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede	Daya tarik berpengaruh positif dan terhadap Minat Kunjung, Fasilitas berpengaruh positif dan terhadap Minat Kunjung. Hal ini menandakan bahwa peran Fasilitas dapat mempengaruhi Minat Kunjung, karena semakin tinggi Fasilitas yang dilakukan Situ Rawa Gede Bogor maka akan semakin meningkatkan Minat Kunjung.
6	Alita Novita Sari & Hijriyantomi	Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek	variable Fasilitas mampu menjelaskan variable Minat Berkunjung secara signifikan. sehingga diperoleh hipotesis

No	Nama	Judul	Hasil
	Suyuthie	Wisata Pulau Angso Duo Pariaman	pertamanya adalah Ha diterima dan Ho ditolak. Lalu menghasilkan nilai R square 0,625 itu berarti kontribusi variable Fasilitas terhadap minat berkunjung yaitu 62,2% sedangkan 37,8% dipengaruhi faktorlainnya.
7	Dinar Eka Alnawati, Nurhidayah & Abdullah Syakur Novianto	Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu)	Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang, Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang, Daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, Daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening, Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening.
8	Sariana Hollandita Prima Putri Daulay Universitas Darma Agung, Medan	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari	menyatakan bahwa variabel fasilitas dan aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hanya variabel daya tarik wisata yang menjadi prediktor terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
9	IUINRaden Mas Said Surakarta,	Pengaruh Potensi Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Wisata	bahwa adanya pengaruh variabel potensi daya tarik wisata dan fasilitas wisata

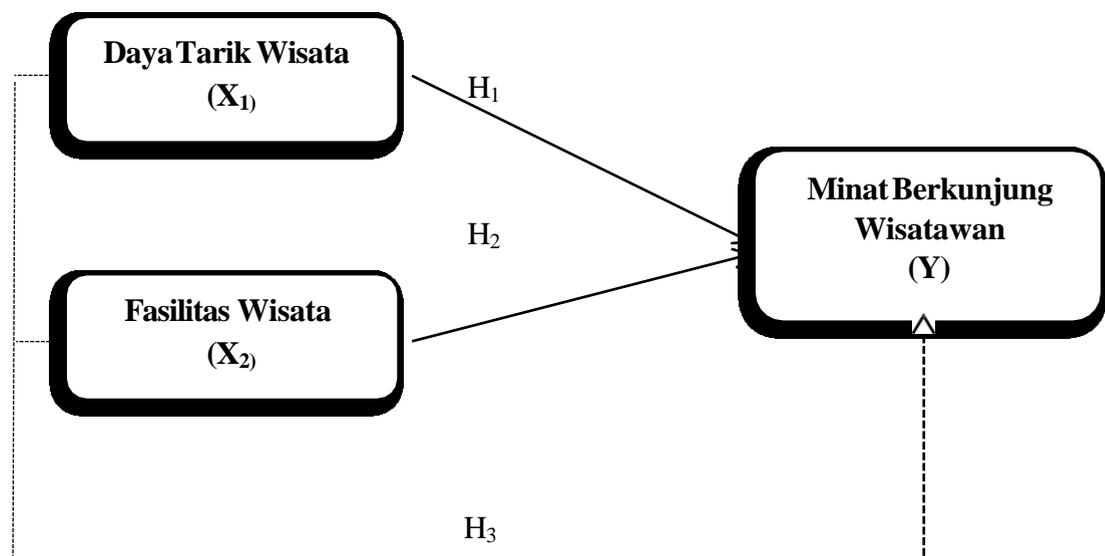
No	Nama	Judul	Hasil
	2UIN Raden Mas Said Surakarta & 3UINRaden Mas Said Surakarta	Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Hutan Pinus Pasekan Wonogiri	terhadap keputusan berkunjung wisatawan dengan menggunakan teknik regresi linier berganda memiliki hasil yang konstan. Sedangkan uji hipotesis t pada variabel potensi daya tarik wisata tidak berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan, dan fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
10	Dahmiri, Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari & Firmansyah	Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi	Promosi visual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di Candi Muaro Jambi. Fasilitas yang dimiliki oleh objek wisata Candi Muaro Jambi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di Candi Muaro Jambi. Daya Tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di Candi Muaro Jambi.
11	AnnaApriana Hidayanti1) & Lalu Masyhudi2	Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Didesa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur	Daya tarik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, Variabel lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Variabel electronic word of mouth, daya tarik dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan diwisata Desa Tete Batu.
12	Umi Nurhomariyah1, & Aditya Liliyan2	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung	daya tarik wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Umbul Pongok. Aksesibilitas berpengaruh secara signifikan

No	Nama	Judul	Hasil
		Wisatawan Di Umbul Ponggok	terhadap keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Umbul Ponggok. Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. Word of mouth berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. Daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan word of mouth secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.
13	AnnaApriana Hidayanti1) & Lalu Masyhudi2	Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Didesa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur	Daya tarik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjungwisatawan, Variabel lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Variabel electronic word of mouth, daya tarik dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatwan diwisata Desa Tete Batu.

## 2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka yang diutarakan diatas dapat disusun suatu kerangka teoritik yang dapat menjelaskan bagaimana Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Air Terjun Curug Embun Kabupaten Kepahiang, maka kerangka pemikiran yang diperoleh sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



Keterangan:

—————> = Pengaruh secara parsial

-----> = Pengaruh secara simultan

Dilihat pada gambar 2.1 diatas, diketahui penelitian ini mempunyai dua variabel bebas yaitu Daya Tarik Wisata(X<sub>1</sub>) dan Fasilitas Wisata(X<sub>2</sub>) variabel terikat yaitu Minat Berkunjung Wisatawan (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

## 2.5 Definisi Operasional

Definisi operasional dikemukakan untuk mengetahui pengertian terhadap variabel-variabel yang diteliti didalam perusahaan sehingga memudahkan dan mengarahkan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini definisi operasional yang diukur ada tiga variabel yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**Definisi Oprasional**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Daya Tarik Wisata (X1)	Menurut (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020) daya tarik wisata adalah persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata berupa atraksi wisata yang meliputi keunikan, keaslian, cuaca/iklim, keindahan serta memberikan manfaat dan nilai bagi wisatawan sehingga mampu mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali ke tempat tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya keunikan,</li> <li>2. Adanya keaslian,</li> <li>3. Adanya manfaat yang diperoleh serta keindahan dari daya tarik tersebut.</li> </ol> <p>(Rahmadayanti &amp; Murtadlo, 2020)</p>	Likert
Fasilitas Wisata(X2)	Menurut (Sulistyowati et al., 2019) menjelaskan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas.</li> <li>2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan.</li> <li>3. Kemudahan menggunakan fasilitas.</li> <li>4. Kelengkapan Alat</li> </ol> <p>(Sulistyowati et al., 2019)</p>	Likert
Minat Berkunjung Wisatawan (Y)	Menurut (Yuliyani & Suharto, 2022) minat merupakan dorongan yang kuat dan memotivasi seseorang dalam memilih suatu tindakan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketertarikan</li> <li>2. Preferensi</li> <li>3. Pencarian Informasi</li> </ol> <p>(Yuliyani &amp; Suharto, 2022)</p>	Likert

## 2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Gunawan, 2019), Berdasarkan kajian teoritis, penelitian sebelumnya dan tujuan dari penelitian maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada objek wisata Air Terjun Curug Embun Kabupaten Kepahiang.

H2 : Diduga Fasilitas Wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada objek wisata Air Terjun Curug Embun Kabupaten Kepahiang.

H3 : Diduga Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata, berpengaruh signifikan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada objek wisata Air Terjun Curug Embun Kabupaten Kepahiang.