

# PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI MUSEUM PRABU GEUSAN ULUN SUMEDANG

Renita<sup>1</sup>, Yudha Munajat Saputra<sup>2</sup>, Irena Novarlia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail: [renita@upi.edu](mailto:renita@upi.edu)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan wisatawan Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang. Metode kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh dan tingkat hubungan antara variabel Motivasi Fisik (X1), Motivasi Budaya (X2), Motivasi Interpersonal (X3), dan Motivasi Fantasi (X4) terhadap keputusan berkunjung (Y). Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda untuk mengukur besaran pengaruh variabel independent terhadap dependen dan uji hipotesis secara simultan (uji f) dan parsial (uji t) untuk menyatakan terdapat atau tidaknya pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung. Hasil dalam penelitian ini terdapat pengaruh sebesar 55% (Motivasi Fisik), 38% (Motivasi Budaya), 56% (Motivasi Interpersonal), 56% (Motivasi Fantasi). Hasil uji F menyatakan terdapat pengaruh sehingga didapatkan nilai Fhitung sebesar 45.031 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang sebagai daya tarik wisata unggulan lebih dikembangkan serta penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian untuk peneliti selanjutnya.

**Kata Kunci:** motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi interpersonal, motivasi fantasi, keputusan berkunjung.

## Abstract

This study aims to determine how much influence tourist motivation has on visiting decisions at the Prabu Geusan Ulun Sumedang Museum. Respondents in this study amounted to 100 people who were tourists of the Prabu Geusan Ulun Sumedang Museum. Descriptive quantitative method is used in this study which aims to determine the amount of influence and the level of relationship between the variables of Physical Motivation (X1), Cultural Motivation (X2), Interpersonal Motivation (X3), and Fantasy Motivation (X4) on visiting decisions (Y). The data analysis technique used is multiple linear regression analysis to measure the amount of influence of the independent variable on the dependent and simultaneous hypothesis testing (f test) and partial (t test) to state whether or not there is an influence of tourist motivation on visiting decisions. The results in this study showed an influence of 55% (Physical Motivation), 38% (Cultural Motivation), 56% (Interpersonal Motivation), 56% (Fantasy Motivation). The results of the F test state that there is an influence so that the Fcount value is 45,031 with a significant level of 0.000. Researchers hope that this research can make the Prabu Geusan Ulun Sumedang Museum as a leading tourist attraction more developed and this research can be used as a study material for further researchers.

**Keywords:** physical motivation, cultural motivation, interpersonal motivation, fantasy motivation, visiting decision.

## PENDAHULUAN

Indonesia, sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar, karena Indonesia diberkahi oleh banyaknya keindahan dan keanekaragaman alam, dan budaya. Dari situlah muncul destinasi-destinasi unggulan yang terdiri dari wisata alam, budaya maupun buatan, dengan begitu Indonesia adalah negara yang kaya akan potensi pariwisata. Keunikan daya tarik wisata tiap daerahnya berbeda, keunikan tersebut bisa dilihat dari tradisi, sejarah, peninggalan, budaya, adat istiadat, keindahan alam, dan hal-hal menarik lainnya. Budaya, tradisi, warisan, dan alam adalah alasan wisatawan berkunjung ke suatu daerah (Rahmatin, 2023). Setiap destinasi wisata

harus memiliki keunikan dan keunggulan agar memotivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Tempat berwisata atau disebut juga destinasi wisata memiliki daya tarik alam, daya tarik budaya, serta daya tarik minat khusus wisata belanja dan wisata religi (Verawati et al., 2022). Motivasi wisatawan terdiri atas motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi interpersonal dan motivasi fantasi (Tan, 2023). Motivasi dan layanan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan sebab dengan adanya motivasi dapat mempengaruhi keputusan wisatawan (Meiliana & Dewantara, 2020). Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang merupakan destinasi wisata yang

memiliki ketertarikan wisata dari segi budaya dan Sejarah yang menyediakan berbagai koleksi benda peninggalan hasil warisan kebudayaan. Dengan adanya daya tarik tersebut maka wisatawan memiliki motivasi yang mendorongnya untuk membuat keputusan berkunjung ke Museum Prabu Geusan Ulun, hal ini didukung oleh faktor-faktor motivasi yang sering dikaitkan dengan keputusan berkunjung wisatawan antara lain adalah keinginan untuk mencari pengalaman baru, keinginan untuk bersantai dan melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari, motivasi budaya dan pendidikan, serta motivasi alam dan lingkungan (Lastari dalam Iskandar, 2023). Museum juga merupakan obyek wisata yang selain bersifat menghibur juga memiliki fungsi edukatif, dan dapat ditemui hampir tiap provinsi di Indonesia (Hidayat, 2024) Sehingga adanya faktor motivasi dapat menimbulkan hubungan positif terhadap keputusan berkunjung.

Museum Prabu Geusan Ulun merupakan bangunan bersejarah yang bertujuan untuk melestarikan benda-benda hasil budaya di Kota Sumedang. Peneliti berkeinginan untuk melihat pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang. Penulis menyadari bahwa terdapat dimensi yang mempengaruhi Keputusan berkunjung wisatawan di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang, sehingga penelitian ini akan memberikan gambaran terkait seberapa besar pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, data kuantitatif biasanya menggunakan metode

statistik sebagai teknik analisis data (Sugiyono, 2022). Subjek pada penelitian ini adalah para wisatawan yang datang dan berkunjung ke Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang. Sedangkan objek penelitian ini adalah motivasi wisatawan terhadap Keputusan berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan wisatawan Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang. Selanjutnya, data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel. Menurut Ghazali dalam (Rama, 2021) koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki fungsi untuk mengetahui kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Jumlah Responden yang Berpartisipasi

Tabel 1. Jumlah Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	22	22%
Wanita	78	78%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi sebanyak 100 orang. Jumlah terbanyak diisi oleh responden berjenis kelamin Wanita sebanyak 78 orang. Hal ini dapat terjadi karena Wanita memiliki kemauan yang lebih tinggi untuk melakukan kegiatan wisata. Sedangkan, jumlah responden pria sebanyak 22 orang hal ini di sebabkan kurangnya menarik wisatawan pria untuk berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang.

**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.541	1.551		1.639	.105
	Motivasi Fisik	.176	.120	.181	1.465	.146
	Motivasi Budaya	.093	.097	.084	.953	.343
	Motivasi Interpersonal	.315	.110	.316	2.880	.005
	Motivasi Fantasi	.307	.113	.306	2.727	.008

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Berdasarkan tabel 2 persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 2.541 + 0,176X_{1.1} + 0,093X_{1.2} + 0,315X_{1.3} + 0,307X_{1.4}$$

Y = Keputusan Berkunjung

X1.1 = Motivasi Fisik

X1.2 = Motivasi Budaya

X1.3 = Motivasi Interpersonal

X1.4 = Motivasi Fantasi

Persamaan regresi dijelaskan sebagai berikut: 1) Nilai keputusan berkunjung sebesar 2.541 berarti motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi interpersonal dan motivasi fantasi bernilai nol, maka nilai keputusan berkunjung wisatawan sebesar 2.541; 2) Nilai koefisien regresi untuk motivasi fisik (X1.1) sebesar 0,176 yang berarti jika terjadi peningkatan pada motivasi fisik (X1.1) dengan variabel X lain secara konstan, maka Keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,176; 3) Nilai koefisien regresi untuk motivasi budaya (X1.2) sebesar 0,93 yang berarti jika terjadi peningkatan pada motivasi budaya (X1.2) dengan variabel X lain secara konstan, maka Keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga akan meningkat sebesar 0.093; 4) Nilai koefisien regresi untuk motivasi interpersonal (X1.3) sebesar 0,315 yang berarti jika terjadi peningkatan pada motivasi interpersonal (X1.3) dengan variabel X lain secara konstan, maka Keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,315; dan 5) Nilai koefisien regresi motivasi fantasi (X1.4) sebesar 0,307 yang berarti jika terjadi peningkatan pada motivasi fantasi (X1.4) dengan variabel X lain secara konstan, maka Keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga akan meningkat sebesar 0.307.

Ringkasan ini merangkum temuan dari empat studi mengenai keputusan kunjungan wisatawan.

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke berbagai destinasi wisata Indonesia. Bulan dkk. (2021) menemukan bahwa daya tarik wisata dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Berawe, menjelaskan variansi sebesar 25,6%. Puspawigati dan Sari (2023) melaporkan bahwa motivasi fisik, sosial, dan fantasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Menganti. Sabri dkk. (2022) menyelidiki dampak faktor budaya dan sosial terhadap keputusan kunjungan ke Danau Laut Tawar, menemukan korelasi yang lemah ( $r=0,157$ ) dan daya penjas yang rendah ( $R^2=0,024$ ). Meskipun koefisien regresi spesifik bervariasi antar penelitian, semuanya menemukan bahwa faktor motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Namun, kekuatan hubungan ini berbeda-beda, dengan beberapa penelitian menunjukkan efek yang lebih kuat (Bulan et al., 2021; Puspawigati & Sari, 2023) dibandingkan penelitian lainnya. (Sabri dkk., 2022). Faktor motivasi secara konsisten berpengaruh positif terhadap keputusan kunjungan wisatawan ke berbagai destinasi, meskipun kekuatan pengaruhnya bervariasi di antara studi yang berbeda.

Tabel 3. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.541	1.551		1.639	.105
	Motivasi Fisik	.176	.120	.181	1.465	.146
	Motivasi Budaya	.093	.097	.084	.953	.343
	Motivasi Interpersonal	.315	.110	.316	2.880	.005
	Motivasi Fantasi	.307	.113	.306	2.727	.008

#### a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil olah data pada tabel di atas dapat diketahui hasil uji t: 1) Pada variabel motivasi fisik menunjukkan nilai  $t^{\text{hitung}} < t^{\text{tabel}}$  yakni  $1,465 < 1,98$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi fisik (X1) terhadap keputusan berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang tidak terdapat pengaruh, sehingga dalam hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis atas variabel motivasi fisik dapat ditolak; 2) Pada variabel motivasi budaya menunjukkan nilai  $t^{\text{hitung}} < t^{\text{tabel}}$  yakni  $0,953 < 1,98$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi budaya (X2) terhadap keputusan berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang tidak terdapat pengaruh, sehingga dalam hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis atas variabel motivasi budaya dapat ditolak; dan 3) Pada variabel motivasi interpersonal menunjukkan nilai  $t^{\text{hitung}} > t^{\text{tabel}}$  yakni  $2,880 > 1,98$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi interpersonal (X3) terhadap keputusan berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang terdapat pengaruh, sehingga dalam hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis atas variabel motivasi interpersonal dapat diterima.

Pada variabel motivasi fantasi menunjukkan nilai  $t^{\text{hitung}} > t^{\text{tabel}}$  yakni  $2,727 > 1,98$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi fantasi (X4) terhadap keputusan berkunjung di Museum Prabu Geusan Ulun Sumedang terdapat pengaruh,

sehingga dalam hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis motivasi fantasi dapat diterima.

Rangkuman ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata. Motivasi memegang peranan penting, motivasi interpersonal dan fantasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, sedangkan motivasi fisik dan budaya tidak berpengaruh signifikan (Viony Tan & Imam Ardiansyah, 2023). Motivasi wisatawan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh sebesar 66,9% terhadap keputusan berkunjung ke Museum Sumpah Pemuda (Sherly Meiliana & Yudhiet Fajar Dewantara, 2020). Di Pantai Berawe, daya tarik dan motivasi wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan persentase varian sebesar 25,6% (Tengku Putri Lindung Bulan dkk., 2021). Namun faktor budaya dan sosial memiliki dampak minimal terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Danau Laut Tawar, dan tidak ditemukan pengaruh yang signifikan secara statistik (S. Sabri et al., 2022). Studi-studi ini menyoroti interaksi kompleks antara faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan, dan menekankan pentingnya memahami motivasi dan preferensi pengunjung dalam memilih tujuan wisata. manajemen pariwisata.

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178.236	4	44.559	45.031	.000 <sup>b</sup>
	Residual	94.004	95	.990		
	Total	272.240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Motivasi Fantasi, Motivasi Budaya, Motivasi Interpersonal, Motivasi Fisik

Berdasarkan Tabel diatas diketahui hasil pengujian hipotesis secara simultan atau bersamaan didapatkan nilai  $F^{hitung}$  sebesar 45.031 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa  $F^{hitung} > F^{Tabel}$  yaitu  $45.031 > 2.47$ . Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung diterima. Maka dapat simpulkan bahwa variabel motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung terdapat pengaruh secara signifikan.

Penelitian-penelitian tersebut menguji pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di berbagai objek wisata Indonesia. Berbagai peneliti menemukan bahwa motivasi wisatawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, baik secara parsial maupun simultan (Tan & Ardiansyah, 2023; Meiliana & Dewantara, 2020; Sukmawati & Martaleni, 2018; Muksin & Sunarti, 2018). Tan & Ardiansyah (2023) melaporkan bahwa 48,1%

keputusan berkunjung ke Monumen Nasional dipengaruhi oleh motivasi wisatawan. Meiliana & Dewantara (2020) menemukan bahwa motivasi dan kualitas pelayanan secara kolektif menyumbang 66,9% terhadap keputusan berkunjung ke Museum Sumpah Pemuda. Sukmawati & Martaleni (2018) mengidentifikasi bahwa motivasi wisatawan, persepsi, kelompok referensi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kaliwatu Rafting. Muksin & Sunarti (2018) menemukan bahwa motivasi fisik, sosial, dan fantasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Mangrove Wonorejo Ekowisata, dengan motivasi fisik memiliki pengaruh paling kuat. Temuan ini menyoroti pentingnya memahami motivasi wisatawan dalam memprediksi dan mempengaruhi keputusan berkunjung ke berbagai objek wisata.

**Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.809 <sup>a</sup>	.655	.640	.995	1.804

a. Predictors: (Constant), Motivasi Fantasi, Motivasi Budaya, Motivasi Interpersonal, Motivasi Fisik

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Dapat dilihat tabel diatas diketahui nilai  $R^2$  motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi interpersonal dan motivasi fantasi terhadap keputusan berkunjung sebesar 0,655 atau 65% sedangkan sisanya sebanyak 35% di pengaruhi oleh faktor lain di luar variabel. Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa motivasi wisatawan memiliki pengaruh sebesar 65% terhadap keputusan berkunjung.

Beberapa penelitian telah meneliti pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di berbagai destinasi di Indonesia. Penelitian-penelitian ini secara konsisten menemukan bahwa motivasi wisatawan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan motivasi fisik seringkali memiliki pengaruh yang paling kuat (Lestari & Sunarti, 2019; Muksin & Sunarti, 2018). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan survei dan analisis regresi untuk menilai hubungan antara motivasi dan keputusan berkunjung (Puspawigati & Sari, 2023; Tan & Ardiansyah, 2023). Faktor motivasi yang diteliti biasanya meliputi motivasi fisik, budaya, sosial,

dan fantasi (Lestari & Sunarti, 2019; Muksin & Sunarti, 2018). Studi tersebut melaporkan bahwa motivasi wisatawan menjelaskan antara 48,1% dan 65% variasi dalam keputusan berkunjung, dan persentase sisanya disebabkan oleh faktor lain seperti aksesibilitas dan promosi (Tan & Ardiansyah, 2023; Puspawigati & Sari, 2023). Temuan ini menyoroti pentingnya memahami dan memanfaatkan motivasi wisatawan dalam pengelolaan destinasi dan strategi pemasaran.

## PENUTUP

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung yakni Motivasi fisik memberikan pengaruh sebesar 55%, Motivasi budaya memberikan pengaruh sebesar 38%, Motivasi interpersonal memberikan pengaruh sebesar 56%, Motivasi fantasi memberikan pengaruh sebesar 56%. Sehingga pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di museum prabu geusan ulun sumedang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung sebesar

65%. Kekuatan hubungan antara motivasi wisatawan dengan keputusan berkunjung adalah sangat kuat sebesar 0,809 yang berarti kedua hubungan variabel tersebut searah dan berpengaruh. Pengujian hipotesis secara simultan atau bersamaan didapatkan nilai  $F^{\text{hitung}}$  sebesar 45.031 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa  $F^{\text{hitung}} > F^{\text{tabel}}$  yaitu  $45.031 > 2.47$ . Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung berpengaruh secara signifikan maka hipotesis diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, I., & Iskandar, H. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk Jakarta. *EDUTURISMA*, 7(2).
- Bulan, T. P. L., Junaida, E., & Maitama, M. H. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115-123.
- Hidayat, N. (2024). Rancang Video Konten Pengenalan Objek Pariwisata Museum Di Indonesia (Prototipe: Dki Jakarta) Dengan Karakter Animasi 3D. *JSRW (Jurnal Seni rupa Warna)*, 12(1), 56–69.
- Lestari, F. D., & Sunarti, S. (2019). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 70(1).
- Meiliana, S., & Dewantara, Y. F. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Museum Sumpah Pemuda. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(2).
- Meiliana, S., & Dewantara, Y. F. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Museum Sumpah Pemuda. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(2).
- Muksin, D. R. M. (2018). Pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di ekowisata mangrove Wonorejo Surabaya. *Universitas Brawijaya*.
- Puspawigati, A., & Sari, F. N. I. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen. *Jurnal Pariwisata*, 10(2), 117-124.
- Rahmatin, L. (2023). Analisis Potensi Budaya Lokal sebagai Atraksi Wisata Dusun Segunung. *Jurnal Kajian Dan Terapan Parivisata*, 3(2), 30–40. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v3i2.79>
- Sabri, S., Syarifudin, S., & Novita, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Obyek Wisata Danau Laut Tawar Kampung Mendale Kecamatan Kebayakan. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 112-126.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). ALFABETA.
- Tan, V., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Monumen Nasional (MONAS). *SOCLA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 67-76.
- Tan. (2023). Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Monumen Nasional (MONAS). *SOCLA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 67–76.
- Verawati, D. M., Achsa, A., & Novitaningtyas, I. (2022). Strategi peningkatan kinerja SDM sebagai upaya pemulihan pariwisata pada Balkondes kawasan Borobudur. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.36407/jmsab.v5i2.326>