

## Pengaruh Daya Tarik dan Motivasi Wisatawan Di Destinasi Wisata Alam Gunung Boga Kabupaten Paser

Elsya Liana Rahayu <sup>a,1</sup>, Mei Vita Romadon Ningrum <sup>a,2</sup>

<sup>1</sup>elsyaliana02@gmail.com, <sup>2</sup>mei.vita@fkip.unmul.ac.id

<sup>a</sup> Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mulawarman, Jl. Kuaro, Gunung Kelua, Samarinda, Kalimantan Timur 75119 Indonesia

### Abstract

*The tourist attraction of Mount Boga is a destination in Paser Regency known for its stunning panoramic views, offering visitors the sensation of being above the clouds. This study aims to analyze the influence of attractiveness and tourist motivation on visits to the natural tourism site of Mount Boga. The research employs a descriptive quantitative approach. The sampling technique used is accidental sampling, with a sample size of 100 tourists who have visited or are currently visiting Mount Boga. Data were collected through questionnaires, observations, interviews, and documentation. The data analysis technique applied in this study uses a Likert scale and is tested using simple linear regression analysis. The findings indicate that attractiveness and tourist motivation significantly influence visits. Statistical tests conducted as part of the research on the influence of natural tourism attractiveness and tourist motivation at Mount Boga in Paser Regency reveal several key results. Validity tests for all variables show that the calculated R-value is greater than the table R-value (0.446), indicating validity. The reliability test for variable X results in a Cronbach Alpha value of 0.656 > 0.6. Through simple linear regression analysis, a regression coefficient of 0.588 was found, indicating a positive relationship. Hypothesis testing (t-test) demonstrates a significance value of 0.001 < 0.05 and a calculated t-value of 7.198 > t-table value of 1.198. Thus, it can be concluded that the relationship between the attractiveness of the tourist site and tourist motivation at Mount Boga can lead to an increase in visitors. Proper management of the tourist attraction can stimulate growth in tourist numbers, creating positive impacts on the local community and environment.*

**Keyword:** Natural Tourism Attraction, Tourist Motivation, Mount Boga

### I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan utama bagi Indonesia ini terbukti pariwisata telah memberikan kontribusi yang sangat besar sebagai penyumbang devisa Negara. Kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Oleh karena itu kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global (Rizqi Kurniawan, et. al. 2022). Berbagai upaya sedang dan telah diupayakan oleh pemerintah bersama pihak swasta untuk mengembangkan, melestarikan pariwisata yang ada, serta terus menggali potensi yang ada untuk dikembangkan menjadi suatu daya tarik wisata. Pariwisata Indonesia apabila mampu dikemas dan dikelola dengan baik akan menjadi aset Negara Indonesia dimana dapat mampu bersaing secara internasional dengan pariwisata di negara lain. Hingga saat ini pariwisata di Indonesia belum berjalan optimal, padahal aspek ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan

masyarakat terutama pendapatan asli daerah. Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan alam mempergunakan kekayaannya sebagai objek untuk mendatangkan devisa melalui pariwisata alam. Daya Tarik Wisata adalah 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 (Anggela et. al. 2018).

Salah satu sumber devisa bagi suatu negara atau wilayah adalah pariwisata. Dengan adanya pariwisata di suatu negara atau pemerintah daerah khususnya, yang ada objek wisatanya maka akan memperoleh pendapatan dari objek wisata tersebut. Saat ini, pariwisata telah menjadi sektor terbesar yang mempunyai pengaruh dalam pembangunan ekonomi dan sosial di negara-negara yang sedang berkembang termasuk Indonesia (Tengku Putri Lindung Bulan, et. al. 2021). Selain keindahan alamnya, Indonesia juga memiliki beragam budaya dan seni yang tak kalah menarik untuk dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung. Kemudian Indonesia juga memiliki banyak situs peninggalan sejarah yang tentunya akan sangat menarik sekali bagi wisatawan untuk mengenali dan melihatnya secara lebih dekat, sehingga menjadikan berbagai daerah di Indonesia sangat

layak sekali untuk dikunjungi oleh para wisatawan baik regional maupun mancanegara (Yandi, et. al 2023).

Keberagaman atraksi wisata yang dimiliki selalu diindikasikan sebagai tolak ukur dari kualitas sebuah destinasi wisata. Namun jika tidak diiringi dengan pemeliharaan yang baik, kualitas daya tarik atau atraksi wisata semakin lama akan semakin menurun. Tentu penurunan kualitas daya tarik wisata di suatu destinasi wisata akan berdampak pada kunjungan wisata, mengingat daya tarik wisata merupakan faktor yang menentukan minat atau motivasi wisata untuk berkunjung (Harsono 2017). Karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa-kota, provinsi, maupun negara asalnya. Pembagian ini lebih lanjut dapat pula dikelompokkan berdasarkan ukuran (size) kota tempat tinggal (kota kecil, menengah, besar atau metropolitan), kepadatan penduduk di kota tersebut dan lain-lain. Yang termasuk karakteristik geografis yaitu wisatawan yang dibagi berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa ataupun kota, provinsi, maupun negara asalnya (Suweni & Ngurah 2017).

Kalimantan Timur merupakan salah satu pulau dengan mempunyai potensi wisata yang dapat dijadikan daerah tujuan wisata di Indonesia. Kalimantan Timur mempunyai potensi budaya dan pariwisata, sekitar 90% daerah wisata yang ada di alam Kalimantan Timur dan sekitar 10% merupakan daerah wisata buatan sebagai pendukung pariwisata daerah. Potensi wisata yang tersedia berupa alam yang terdiri dari flora dan fauna. Hal ini dapat menarik wisatawan local dan wisatawan mancanegara (Arafi, Jamal, and Surya 2022). Kabupaten Paser merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Kalimantan Timur yang terletak paling Selatan, tepatnya pada posisi  $0^{\circ} 48' 29.44''$  -  $2^{\circ} 37'24.21''$  Lintang Selatan dan  $115^{\circ} 37' 0.77''$  -  $118^{\circ} 1' 19.82''$  Bujur Timur. Ibukota kabupaten ini terletak di Tana Paser. Keadaan Geografi Kabupaten Paser tidak terlepas dari gugusan gunung atau pegunungan serta sungai yang tersebar di seluruh Kecamatan. Dimana terdapat kekayaan 49 gunung atau pegunungan yang tersebar di Kecamatan Muara Samu serta terdapat 41 sungai mengalir di wilayah Kecamatan Kuaro (Paser 2021). Kabupaten Paser termasuk daerah yang ada di Kalimantan Timur, yang dimana banyak memiliki potensi di sektor pariwisata, baik yang dari alam maupun pariwisata yang dibuat oleh manusia sendiri.

Menurut (Alam 2020) kekayaan yang ada di Kabupaten Paser sendiri kurang lebih terdapat 58 objek wisata yang terbagi dari wisata alam

salah satunya yaitu Gunung Boga, wisata budaya dan wisata bahari. Dari banyaknya wisata yang ada di Kabupaten Paser perlu peningkatan dan pembangunan agar menambah daya tarik pengunjung untuk wilayah pariwisata. Pemerintahan daerah Kabupaten Paser dan masyarakat memiliki peran serta kontribusi yang besar dalam pengembangan pariwisata lokal. Sejalan dengan itu perlunya pengembangan informasi terkait pariwisata yang ada di Kabupaten Paser (R. Stevanus Bayu Mangkurat 2021).

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti mengambil Gunung Boga atau Gunung Embun sebagai tempat penelitian dikarenakan Gunung Boga merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki keindahan panorama yang menarik dan populer memberi sensasi bagi wisatawan seolah berada di atas awan. Gunung Boga terletak di Desa Luan Kecamatan Muara Samu berjarak sekitar 40 Km dari kota Tanah Grogot dengan waktu tempuh kurang lebih 45 menit, wisatawan dapat menikmati suasana "negeri di atas awan". Berada di puncak Gunung Boga pada level ketinggian 263 meter di atas permukaan laut (mdpl), Gunung Boga menjadi salah satu destinasi wisata unggulan yang sangat potensial, Pemerintah Kabupaten Paser melalui Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata berkomitmen untuk mengembangkan Gunung Boga menjadi tujuan wisata kelas dunia dengan gelaran olahraga paralayang bertaraf internasional.

Pengaruh daya tarik wisata alam di Gunung Boga dan motivasi wisatawan terpenuhi sesuai dengan harapan yang mereka alami saat berkunjung ke Gunung Boga maka mereka akan senang, mungkin juga puas. Dimana hasil penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan motivasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Berawe yang menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk menjabarkan lebih dalam tentang pengaruh daya tarik dan motivasi wisatawan ke suatu destinasi wisata alam. Pada penelitian ini penulis mengangkat sebuah judul berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, yaitu **"Pengaruh Daya Tarik Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan Gunung Boga Kabupaten Paser"** untuk mengetahui lebih lanjut apa saja pengaruh daya tarik wisata alam dan motivasi wisatawan terhadap objek wisata tersebut.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Pariwisata

Menurut Marpaung (2002) pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan

manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediumannya, aktivitas dilakukan selama berada di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan. Menurut definisi yang lebih luas yang dikemukakan oleh Kodhyat (1983) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Pariwisata merupakan suatu aktivitas yang kompleks yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, yang terdiri dari beragam komponen komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya dan seterusnya. Ketika pariwisata dipandang sebagai sebuah sistem, maka analisis tentang kepariwisataan tidak bisa dilepaskan dari subsistem yang lain, seperti politik, sosial ekonomi, budaya dan seterusnya. Subsistem tersebut memiliki hubungan saling ketergantungan dan saling terkait interconnectedness. (Suta & Mahagangga 2018). Berdasarkan berbagai macam pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain dan suatu perjalanan untuk bersenang-senang yang dilakukan perorangan maupun kelompok.

#### Wisatawan

Wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan wisata ke suatu tempat dengan tujuan berwisata dan tidak dengan tujuan mencari uang atau bekerja. Objek wisata yang dipilih oleh wisatawan juga akan beragam, tergantung pada motivasi wisatawan tersebut untuk mengunjungi suatu destinasi wisatawan yang berhubungan sangat erat dengan kegiatan wisata yang akan dipilih oleh wisatawan tersebut (Tunjungsari 2018). Wisatawan penasaran ingin mengetahui atau menambah pengetahuannya tentang destinasi yang disukai. Selain itu, wisatawan dapat menahan niat positif atau negatifnya terhadap suatu destinasi yang dirujuk sehingga dapat menjadi pilihannya untuk berwisat ke suatu destinasi di masa yang akan datang (Nasution et al. 2022). Destinasi wisata adalah sebuah produk tetapi memiliki banyak keterkaitan dengan stakeholder yang beragam, dengan tujuan dan persyaratan berbeda-beda. Suatu destinasi selalu berbeda dalam ukurannya, daya tarik serta manfaat yang ditawarkan kepada wisatawan, nyatanya tidak ada dua atau lebih destinasi yang dapat diperlakukan secara sama oleh wisatawan (Gustiana, Elvera, and Dimyati 2020).

Bagi wisatawan untuk dapat menikmati objek wisata yang disajikan, adalah yang terpenting menikmati keindahan wisata tersebut. Melalui cara ini, citra suatu daerah dapat ditingkatkan, dan kesan yang berbeda dari lain. Berkembang atau tidaknya suatu destinasi wisata tergantung dari produk pariwisata yang ditawarkan oleh tempat tersebut, semakin banyak wisatawan yang berkunjung kedaerah tersebut maka semakin berkembang objek wisata tersebut. Destinasi wisata adalah sebuah produk tetapi memiliki banyak keterkaitan dengan stakeholder yang beragam, dengan tujuan dan persyaratan berbeda-beda. Suatu destinasi selalu berbeda dalam ukurannya, daya tarik serta manfaat yang ditawarkan kepada wisatawan, nyatanya tidak ada dua atau lebih destinasi yang dapat diperlakukan secara sama oleh wisatawan (Gustiana, et al., 2020).

Suatu objek wisata harus memiliki kualitas atau daya tariknya sendiri sehingga dapat menarik minat berkunjung wisatawan. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata maka semakin baik pula kualitas dari objek wisata tersebut. Untuk menarik minat berkunjung wisatawan maka pemerintah, masyarakat dan pengusaha yang berperan dalam pengelolahan dan pengembangan kualitas objek wisata tersebut harus tahu strategi yang tepat dalam memberikan keunggulan yang menjadikan objek wisata itu berkualitas (Ngajow, et al., 2021).

#### Daya Tarik Wisata

Menurut Ismayanti (2009) maka yang menjadi daya tarik wisata adalah daya tarik wisata alam, kebudayaan, dan manusia itu sendiri yang di kemas secara baik dalam bentuk produk wisata yang ditawarkan. Selanjutnya objek wisata yang bisa di andalkan adalah yang dapat dikunjungi setiap hari tanpa perlu persiapan terlebih dahulu, contohnya seperti objek wisata alam, hampir semua dapat dikunjungi dinikmati setiap hari kecuali seperti flora langka, fauna langka dan lainnya. Daya tarik wisata dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Adanya motivasi menyebabkan orang bertindak untuk melakukan kunjungan wisata seperti termotivasi kenyamanan dan keindahan yang ditawarkan oleh suatu obyek wisata.

Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut. Sedangkan daya tarik sendiri dapat diklasifikasikan kedalam daya tarik

lokasi yang merupakan daya tarik permanen (Di & Mamuju 2019). Faktor daya tarik wisata, aksebilitas, tarif, fasilitas dan informasi merupakan satu paket yang disebut dengan produk wisata yang semuanya harus sesuai dengan permintaan pasar. Produk yang semula menarik semakin lama makin turun mutunya dan menjadi kurang menarik, oleh karena itu selalu dijaga mutunya. Apabila suatu produk pariwisata makin sedikit menarik wisatawan berarti bahwa produk mulai berkurang daya tariknya dan harus di perbaiki (Isdarmanto 2017:14).

Objek wisata pada suatu wilayah merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Fasilitas pada objek wisata Menurut Spillane (1994) sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Fasilitas yang menarik pada objek wisata dan sesuai dengan tren yang sedang diminati konsumen akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, tidak hanya itu kebersihan, kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik minat pengunjung. Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung.

Fasilitas wisata merupakan suatu sarana dan prasarana yang disediakan oleh pengelola wisata untuk dapat digunakan oleh wisatawan. Wisatawan tidak hanya dapat menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata, melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi, kendaraan dan lain-lain. Daya tarik wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Sehingga tidak heran saat ini banyak industri - industri pariwisata yang terus mengembangkan potensi daya tarik wisata untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Daya tarik wisata selain menjadi motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata, daya tarik wisata juga dapat menjadi motivasi bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang (Ardiansyah & Ratnawili 2021).

Apabila daya tarik destinasi wisata di Gunung Boga dan motivasi pengunjung terpenuhi sesuai dengan harapan yang mereka alami saat berkunjung ke Gunung Boga maka mereka akan senang, mungkin juga puas. Dampak dari rasa senang atau puas pada pengunjung akan berdampak pada kunjungannya kembali ke

Gunung Boga dan dapat merekomendasikan ke teman atau keluarga. Sehingga jumlah kunjungan yang diharapkan meningkat dapat tercapai. Kedatangan wisatawan ke tempat wisata selain ditentukan oleh daya tarik destinasi juga oleh didukung oleh motivasi pengunjung. Pada umumnya tujuan utama berwisata adalah untuk mendapatkan kesenangan (Farida & Lestari 2023).

### **Motivasi Wisatawan**

Motivasi berasal dari kata latin *move* yang berarti dorongan, daya penggerak atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan atau perbuatan. Kata *move*, dalam bahasa Inggris sering di sepadankan dengan *motivation* yang berarti pemberian motif, atau keadaan yang menimbulkan dorongan (Suwanto dan Priansa, 2014:171). Konsep Motivasi Pitana & Gayatri (2005) khususnya dibidang pariwisata, motivasi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal (motivasi *intrinsik*) dan faktor eksternal (motivasi *ekstrinsik*). Motivasi *intrinsik* ini berpacu pada diri wisatawan itu sendiri yang bisa dijelaskan dalam teori hirarki kebutuhan milik Maslow yaitu diantaranya kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan akualisasi diri, dan kebutuhan prestise. Motivasi *ekstrinsik* adalah motivasi yang terbentuk oleh faktor dari luar seperti norma sosial, pengaruh dan tekanan keluarga, situasi kerja yang terinternalisasi, yang kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis.

Menurut Harsono (2017) motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya *feeling* dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan.

Menurut Fahmi (2016) motivasi dibagi kedalam dua bentuk dasar, yaitu motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik:

- 1) Motivasi ekstrinsik (dari luar) Motivasi ekstrinsik muncul dari luar diri seseorang, kemudian selanjutnya mendorong orang tersebut untuk membangun dan menumbuhkan semangat motivasi pada diri orang tersebut untuk merubah seluruh sikap yang dimiliki olehnya saat ini ke arah yang lebih baik. Motivasi intrinsik (dari dalam diri seseorang/kelompok)
- 2) Motivasi intrinsik adalah motivasi yang muncul dan tumbuh serta berkembang dalam diri orang tersebut, yang selanjutnya kemudian mempengaruhi dia dalam

melakukan sesuatu secara bernilai dan berarti.

### III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Adapun tujuan penelitian deskriptif kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisis penilaian dalam membuat satu kesimpulan, dimana hasil penelitian kemudian dipaparkan secara tertulis oleh penulis.

Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Tempat penelitian ini berada di destinasi wisata alam Gunung Boga Desa Luan Kecamatan Muara Samu Kabupaten Paser. Peneliti memilih lokasi tersebut karena merupakan salah satu wilayah kawasan pariwisata yang populer yang dijadikan objek destinasi wisatawan.

Populasi dalam penelitian ini wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung dan yang sedang berkunjung di Wisata Alam Gunung Boga Kabupaten Paser dan Sampel yang digunakan adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi, penelitian ini merupakan penelitian non probability sampling sehingga jumlah tidak bisa ditentukan dengan perhitungan matematika. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang wisatawan yang sudah pernah berkunjung dan yang sedang berkunjung di Wisata Alam Gunung Boga Kabupaten Paser.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan accidental sampling. Accidental sampling adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data Sugiyono (2009:221). Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan metode *Likert*.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ini dapat memberikan wawasan penting bagi pengelolaan dan pengembangan objek wisata seperti Gunung Boga, serta membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

**Tabel 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Perempuan	39
2	Laki-Laki	61
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber: Data pribadi (2024)

Dapat diketahui bahwa subjek dalam penelitian ini yaitu Perempuan dan laki-laki berjumlah cukup tinggi yaitu sebanyak 61 orang, laki-laki cenderung lebih aktif dalam melakukan aktivitas fisik seperti pendakian dan camping Kunjungan laki-laki lebih terfokus pada akhir pekan, sedangkan perempuan memiliki pola kunjungan yang lebih variatif.

Dari segi usia, objek wisata Gunung Boga dikunjungi hampir semua kelompok usia. Ini mengindikasikan bahwa objek wisata Gunung Boga dapat dikunjungi oleh semua golongan usia, mulai dari usia muda sampai usia tua. Pengunjung objek wisata Gunung Boga yang dijadikan responden hanyalah mereka yang telah berusia 15 tahun ke atas, Hal ini berdasarkan dengan pertimbangan bahwa usia 15 tahun telah memahami pertanyaan yang ditanyakan. Daftar usia responden dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 2 Karakteristik Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah
1	15-20 tahun	12
2	21-30 tahun	81
3	31-40 tahun	3
4	41-50 tahun	3
5	51-60 tahun	1
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber: Data pribadi (2024)

Dapat diketahui berdasarkan dari hasil analisis usia responden usia responden yang paling banyak berkunjung yaitu usia 21-30 tahun sebanyak 81 orang, memiliki minat yang lebih

bervariasi, menggabungkan aktivitas petualangan, dan memiliki pola kunjungan yang lebih fleksibel.

Tingkat Pendidikan para pengunjung objek wisata Gunung Boga berbeda-beda. Tabel 4.3 dibawah ini menunjukkan Tingkat Pendidikan wisatawan.

**Tabel 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	SMA/SMK	52
2	S1	48
	<b>Total</b>	<b>100</b>

Sumber: Data pribadi (2024)

Dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang ditemui berpendidikan SMA/SMK sebanyak 52 orang, alasan utama sebagian besar pengunjung SMA mencari pengalaman petualangan dan tantangan, karena di objek wisata Gunung Boga memiliki olahraga paralayang yang merupakan salah satu aktivitas yang paling banyak diminati karena memberikan kesempatan untuk berolahraga dan menikmati pemandangan alam.

Berdasarkan hasil responden, berasal dari berbagai kota di sekitar Kabupaten Paser, serta dari beberapa kota besar lainnya di Kalimantan Timur. Tabel 4.4 dibawah ini berdasarkan data yang dikumpulkan menunjukkan daerah asal kedatangan pengunjung objek wisata Gunung Boga.

**Tabel 4 Karakteristik Berdasarkan Kota Asal**

No	Kota Asal	Jumlah
1	Paser	70
2	Balikpapan	8
3	Samarinda	16
4	Kutai Kartanegara	3
5	Kutai Timur	3
	<b>Total</b>	<b>100</b>

Sumber: Data pribadi (2024)

Dapat diketahui bahwa responden yang berkunjung di objek wisata Gunung Boga Sebagian besar berasal dari daerah Paser 70 penduduk lokal cenderung lebih akrab dengan medan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Gunung Boga, sehingga lebih banyak yang tertarik pada aktivitas fisik. Mereka juga sering berkunjung untuk mencoba hal-hal baru yang ada di sekitar objek wisata.

**Tabel 5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Berkunjung**

No	Frekuensi Berkunjung	Jumlah
1	1 kali	34
2	2 kali	31
3	>3 kali	35
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber: Data pribadi (2024)

Dapat diketahui Dari hasil analisis data yang diperoleh dari 100, responden yang sering berkunjung lebih dari 3 kali sebanyak 35 orang alasan wisatawan yang sering berkunjung memiliki ikatan emosional dengan Gunung Boga, seperti tempat yang nyaman untuk relaksasi, kenangan pribadi, atau kegiatan rutin bersama komunitas (misalnya, kelompok pendaki atau pecinta alam).

Berikut ini adalah hasil dari regresi linear sederhana guna menjawab permasalahan kajian peneliti yaitu untuk mengetahui beberapa besar pengaruh fasilitas objek wisata dalam kunjungan wisatawan.

**Tabel 6 Hasil Uji Regresi Sederhana**

	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model	B	Std Error	Beta	Sig.
(Constant)	12.600	2.758		<.001
	.313	.043	.588	<.001

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi di atas maka rumus persamaan regresi linear sederhana adalah:

$$Y = 6.699 + 1.047X$$

Persamaan rumus regresi sederhana ini dapat diartikan sebagai berikut :

- Setiap kenaikan Y sebesar satu satuan, maka X naik sebesar 1.047.
- Konstanta sebesar 12.600 di artikan bahwa variabel X jika tetap atau tidak mengalami penambahan atau penurunan maka daya Tarik wisata alam sebesar 6.699 poin.

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaanya atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda-beda.

**Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Cronbach's Alpha	keterangan
Daya Tarik Wisata	Motivasi Wisatawan	0.656	Reliabel

Alam			
------	--	--	--

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Dari tabel di atas angka menunjukkan daya Tarik wisata alam dan motivasi wisatawan 0.656, dapat disimpulkan semua konsep pengukur variabel dari kuesioner adalah reliable (dapat diandalkan) sehingga untuk selanjutnya item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Hipotesis dalam penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh antara Daya Tarik Wisata Alam terhadap Motivasi Wisatawan. Uji t pada tabel 4.15 dimaksud untuk mengetahui apakah variabel independen secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian atas variabel Daya Tarik Wisata Alam terhadap Motivasi Wisatawan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	12.600	2.758		4.569	<,0 01
	.313	.043	.588	7.198	<,0 01

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024) Dapat diketahui nilai signifikan daya tarik wisata alam ( $X$ ) = 0.000 < 0.05 sehingga  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel independen  $X$  secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel  $Y$ . makin tinggi  $X$ , maka makin tinggi  $Y$ . demikian juga sebaliknya.

#### Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan salah satu faktor yang penting dalam keberadaan suatu destinasi wisata. Hal ini sesuai dengan Di & Mamuju (2019) Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut. Sedangkan daya tarik sendiri dapat diklasifikasikan kedalam daya tarik lokasi yang merupakan daya tarik permanen.

Daya tarik wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Sehingga tidak heran saat ini banyak industri-industri pariwisata yang terus mengembangkan potensi daya tarik wisata

untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut, daya tarik wisata selain menjadi motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata, daya tarik wisata juga dapat menjadi motivasi bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang (Ardiansyah & Ratnawili 2021). Daya tarik wisata alam Gunung Boga Kabupaten Paser yang tergolong tinggi ini terlihat dari jumlah wisatawan ke Gunung Boga yang semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa wisata alam Gunung Boga ini memiliki daya tarik wisata alam yang sangat menonjol sehingga membuat para wisatawan sangat tertarik untuk berwisata ke Gunung Boga. Hal ini sejalan dengan penelitian Setyawan (2019) bahwa daya tarik wisata juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan berkunjung. Hal ini disebabkan semakin unik sebuah objek wisata maka semakin baik pula pengalaman yang didapatkan sehingga wisatawan semakin puas dalam melakukan kunjungan.

Menurut Ester, et al., 2020) dengan memahami daya tarik alam, bangunan, budaya, sosial, dan elemen menarik lainnya, destinasi wisata dapat menarik perhatian wisatawan dan memberikan pengalaman yang unik dan beragam. Daya tarik wisata dapat mempengaruhi berbagai aspek termasuk kepuasan berkunjung. Menurut Rokhayah & Andriana (2021) fasilitas pada objek wisata merupakan sarana prasarana yang wajib disediakan oleh suatu destinasi wisata, hal ini penting karena fasilitas menjadi sesuatu yang dibutuhkan pengunjung selama berada di destinasi wisata tersebut. Destinasi wisata harus memiliki fasilitas yang bisa memenuhi kebutuhan wisatawan, fasilitas yang dimiliki harus dengan kondisi yang baik dan bersih supaya wisatawan nyaman untuk menggunakan fasilitas tersebut. Tersedianya fasilitas yang memudahkan kegiatan wisatawan akan menjadi nilai tambah dari pengunjung karena pengunjung merasa kebutuhan berekreasi di destinasi wisata tersebut terpenuhi dengan baik. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memudahkan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

#### Motivasi Wisatawan

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri. Ada dua keinginan dalam melakukan perjalanan motivasi wisatawan yaitu keinginan untuk mengetahui daerah lain, dan keinginan mendapat pemandangan yang indah perjalanan ini tergantung karena bagaimana

tempat itu yakni tempat yang menyenangkan, menonjolkan kegiatan-kegiatan tertentu yakni olahraga (Marni Aulia Putri, 2022). Motivasi wisatawan dapat disebut sebagai sebuah alasan yang melatarbelakangi adanya perbuatan yang dilakukan oleh seseorang. Motivasi merupakan suatu dorongan yang ada pada diri seseorang dalam bertindak atau sesuatu yang mendasari seseorang melakukan perbuatan tertentu. Motivasi perjalanan bisa dilihat berdasarkan kelompok motivasi, sifat motivasi perjalanan, dan dimensi motivasinya (Suhartapa and Sulisty 2021).

Daya tarik wisata ini menjadi motivasi bagi wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata alam Gunung Boga tersebut. Motivasi wisatawan dapat dikatakan sebagai alasan wisatawan untuk berwisata mengunjungi daerah-daerah baru yang belum pernah dikunjunginya. Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kondisi internal dan kondisi eksternal orang tersebut. Kondisi internal dipengaruhi keinginan dan kemauan rasa ingin tahu dan pengalaman yang muncul dari diri sendiri serta ditunjang oleh kemampuan biaya yang cukup. Sedangkan kondisi eksternal terkait dengan keberadaan daya tarik daerah wisata itu, fasilitas, pelayanan serta kemudahan dari dan ke destinasi wisata (Luh Putu Pusparini 2022)

Bahwa motivasi untuk berpariwisata menurut Puspita Rani (2018) mengatakan terdapat dua faktor yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, yaitu faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong merupakan motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang, misalnya keinginan untuk melepaskan kejemuhan dari pekerjaan sehari-hari, melakukan interaksi sosial dengan masyarakat, alam dan budaya, serta sebagai bentuk aktualisasi diri. Sedangkan faktor penarik adalah motivasi yang berasal dari kondisi daya tarik dan fasilitas di tujuan wisata. Sedangkan faktor penarik adalah motivasi yang berasal dari kondisi daya tarik dan fasilitas di tujuan wisata. Motivasi merupakan hal yang paling mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger atau pemicu dalam melakukan suatu perjalanan wisata. Motivasi wisatawan pada hakikatnya merupakan suatu daya dorong internal yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata tertentu karena aspirasi dan keinginan yang diberikannya (Putra Warman, et al, 2024)

#### **Hubungan Daya Tarik Wisata dan Motivasi Wisatawan**

Berdasarkan hasil penelitian ini analisis regresi secara penuh didapatkan nilai  $B = 0.313$ .

$\Beta = 0.588$ , dan signifikansi =  $<0.001$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yang artinya, terdapat pengaruh antara Daya Tarik Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan. Dilihat dari hasil pengujian hipoteses menggunakan Uji t dengan nilai signifikansi Daya Tarik Wisata Alam ( $X$ ) =  $0.000 < 0.005$ , sehingga  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, makin tinggi  $X$  maka makin tinggi  $Y$  demikian juga sebaliknya. Besar nilai t hitung 7.198, besar signifikan penilaian adalah sebesar 0.000 yang bernilai 0.05 menunjukkan Daya Tarik Wisata Alam berpengaruh terhadap Motivasi Wisatawan. Hubungan yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang ada di Gunung Boga cukup mampu memberikan hubungan yang signifikan dalam hal memotivasi wisatawan. Oleh sebab itu variabel daya tarik wisata merupakan variabel yang cukup kuat dalam memotivasi wisatawan begitupun sebaliknya variabel motivasi berkunjung cukup kuat dalam hal daya tarik wisata yang ada di Gunung Boga (Sri Marhanah, et al, 2019).

Hal ini selaras dengan Penelitian (Rizqi Kurniawan, et al, 2022). yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata Alam Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pura Parahyangan Agung Jagatkarta Bogor.

Hubungan antara daya tarik wisata alam dan motivasi wisatawan di Gunung Boga, Kabupaten Paser, sangat erat. Daya tarik alam yang ditawarkan tidak hanya menarik wisatawan untuk berkunjung tetapi juga membentuk motivasi mereka dalam memilih Gunung Boga sebagai destinasi wisata. Peningkatan dan pengelolaan daya tarik wisata yang baik dapat memicu pertumbuhan jumlah wisatawan dan menciptakan dampak positif pada masyarakat lokal dan lingkungan. Berdasarkan pemaparan hasil pengujian, teori yang mendukung dan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang sama dengan penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Daya Tarik Wisata Alam maka semakin tingginya juga Motivasi Wisatawan untuk berkunjung ke Gunung Boga Kabupaten Paser, begitupun sebaliknya.

#### **V. KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini berdasarkan analisis regresi secara penuh didapatkan nilai  $B = 0.313$ .  $\Beta = 0.588$ , dan signifikansi =  $<0.001$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yang artinya, terdapat pengaruh antara Daya Tarik Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan. Dilihat dari hasil pengujian hipoteses menggunakan Uji t dengan nilai signifikansi Daya

Tarik Wisata Alam (X) = 0.000 < 0.005, sehingga H0 ditolak, yang berarti variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, makin tinggi X maka makin tinggi Y demikian juga sebaliknya. Besar nilai t hitung 7.198, besar signifikan penilaian adalah sebesar 0.000 yang bernilai 0.05 menunjukkan Daya Tarik Wisata Alam berpeninggaruh terhadap Motivasi Wisatawan. Hubungan yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang ada di Gunung Boga cukup mampu memberikan hubungan yang signifikan dalam hal memotivasi wisatawan. Hubungan antara daya tarik wisata alam dan motivasi wisatawan di Gunung Boga, Kabupaten Paser, sangat erat. Daya tarik alam yang ditawarkan tidak hanya menarik wisatawan untuk berkunjung tetapi juga membentuk motivasi mereka dalam memilih Gunung Boga sebagai destinasi wisata. Berdasarkan pemaparan hasil pengujian, teori yang mendukung dan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang sama dengan penelitian ini

maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Daya Tarik Wisata Alam maka semakin tingginya juga Motivasi Wisatawan untuk berkunjung ke Gunung Boga Kabupaten Paser, begitupun sebaliknya.

Ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan proses dan hasil yang diperoleh dari penelitian ini : (1) Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuisioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain. (2) untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan sumber-sumber referensi teori yang terbaru dan sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan atau tempat penelitian.

## REFERENSI

Alam. 2020. "Data Obyek Wisata Kabupaten Paser." *Jurnal Pariwisata*. <https://paserkab.go.id/assets/file/wisata.pdf>.

Anggela, Martina Minnie, Ni Made Oka Karini, and Ni Made Sofia Wijaya. 2018. "Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Jembong Di Kabupaten Buleleng." *Jurnal IPTA* 5(2): 76.

Di, T., & Mamuju, K. (2019). *Potensi pengembangan obyek wisata pantai tapandullu di kabupaten mamuju*. 1(1), 56-74.

Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. 2020. "Pengaruh Daya Tarik Wisata Citra Destinasi Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda." *Jurnal Manajemen*,12(1),145153.

Fahmi. (2016). *Perilaku Konsumen, Teori dan Aplikasi* (Bandung). Alfabeta.

Gustiana, Elvera, & Dimyati, L. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan. *Jurnal Ekonomia*, 10(1).

Harsono, N. R. (2017). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu. *Journal FISIP*, 4(1), 1-15.

Isdarmanto. (2017). Dasar Dasar Kepariwisataan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Gerbang Media Aksara dan STiPrAm*.

Kodhyat, H. (1983). *Sejarah pariwisata dan perkembangannya di Indonesia* (Jakarta). Grasindo.

Luh Putu Pusparini, Putu Agus Prayogi, Ni Wayan Mekarini. 2022. "Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan Di Kabupaten Buleleng." *Jurnal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)* Vol. 2.

Marni Aulia Putri, Sarbaitinil, Irwan. 2022. "Motivasi Wisatawan Domestik Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Nagari Muara Kandis Punggasan Linggo Sari Baganti Pesisir." *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*.

Marpaung. 2002. "Pengetahuan Kepariwisataan, Bandung." In Bandung: Alfabeta.

Nasution, Mohamad Nur Afriliandi, Hendra Syaiful, Agung Edy Wibowo, and Frangky Silitonga. 2022. "Peranan Motivasi Sebagai Faktor Pendorong Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara." *Jurnal Menata* 1(2): 59-79.

Ngajow, M T, H N Tawas, and Woran Djemly. 2021. "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator." *Jurnal ISSN* 9(2): 92-100.

Paser, Badan Pusat Statistik Kabupaten. 2021. "Kabupaten Paser Dalam Angka." *BPS Kabupaten Paser*: 486.

Pitana & Gayatri. 2005. "Sosiologi Pariwisata, Yogyakarta." In Andi Puspita Rani, Fitria, Hanson E Kusuma, and Athina Ardhyanto. 2018. *15 Pariwisata Pusaka: Destinasi Dan Motivasi Wisata Di Pusaka Saujana Imogiri Yogyakarta*.

Putra Warman, Bramadhan, Nora Zulvianti, and Hesti Mari Putri. 2024. "Pengaruh Motivasi Wisatawan, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Wisata Religi Makam Syekh Burhanuddin." *Bisnis dan Keuangan Tanseonomi Volume* 4(3).

Marpaung. (2002). *Pengetahuan Kepariwisataan* (Bandung). Alfabeta.

Nasution, M. N. A., Syaiful, H., Wibowo, A. E., & Silitonga, F. (2022). Peranan motivasi sebagai faktor pendorong minat kunjungan wisatawan mancanegara. *Jurnal Menata*, 1(2), 59–79.

Ratnawili, Ardiansyah. 2021. "Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah." *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2, 129–137.

Rizqi Kurniawan, Tiktik dewi Sartika, RD. Hera Merdeka. K.K., R. D. R. 2022. "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pura Parahyangan Agung Jagatkarta, Bogor." *Jurnal WisataMuh*.

Rokhayah, Eka Gustiani, and Ana Noor Andriana. 2021. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara." *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata* 2(1): 10–18. doi:10.53356/diparojs.v2i1.43.

Setyawan, A. D. 2019. "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Coban Rais." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).

Spillane. 1994. "Pariwisata Indonesia. Siasat Ekonomi Dan Rekayasa Kebudayaan, (Yogyakarta)." In Kanisius.

Sri Marhanah, and Fauzan. 2019. "Hubungan Daya Tarik Wisata Dengan Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Alam Wisata Cimahi." *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* 13(1): 36–43.

Stevanus Bayu Mangkurat, Risalatu Mirajiah. 2021. "Journal of Government and Politics." *Journal of Government and Politics* 3(2): 135–71.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Penerbit Alfabeta.

Suhartapa, and Agung Sulistyo. 2021. "Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Di Pantai Baru Yogyakarta." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12(2): 115–22. doi:10.31294/khi.v12i2.10579.

Suta, P. W. P., & Mahagangga, I. G. A. O.(2018) Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 144.

Suweni & Ngurah. 2017. "Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata, Denpasar." In Pustaka Larasan.

Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, and M. Herdit Maitama. 2021. "Daya Tarik Wisata, Motivasi Dan Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Berawe." *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)* 2(1): 115–23. doi:10.32696/jaapi.v2i1.733.

Tunjungsari, K. R. (2018). *Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu*, 2(2).

Yandi, Andri, M. Ridho Mahaputra, and M. Rizky Mahaputra. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review)." *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta* 1(1): 14–27. doi:10.38035/jkmt.v1i1.8.