

PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA WISATA HUTAN MANGROVE KALIWLINGI BREBES

Muhammad Nur Mialfi Salim

Prodi Manajemen, Universitas Muhadi Setiabudi
Korespondensi penulis: mmialfisalim@gmail.com

Indah Dewi Mulyani

Prodi Manajemen, Universitas Muhadi Setiabudi
Email: mulyaniindahdewi342@gmail.com

Nur Khojin

Prodi Manajemen, Universitas Muhadi Setiabudi
Email: nkhojin17@gmail.com

***Abstract.** This study aims to examine the influence of tourist attractions on visiting interest in kaliwlingi mangrove forest tourism, Brebes. The number of samples used amounted to 100 respondents. This research includes descriptive qualitative research. Data collection techniques are carried out through interviews, observations and documentation. Primary data is processed with the help of SPSS applications. The results of this study showed the regression equation $Y = 1.404 + 0.195X$, meaning that the tourist attraction variable has a regression coefficient value of 0.195, meaning that tourist attraction has a positive and significant effect on the interest in visiting kaliwlingi mangrove forest tourism, Brebes. The results of the t-test showed a t-count value of 2.356 > t-table of 1.660, and a significance value of $0.02 < 0.05$ which means that the tourist attraction variable has an influence on the interest in visiting, so the hypothesis in this study was accepted.*

***Keywords :** Tourist attraction, visiting interest.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung pada wisata hutan mangrove Kaliwlingi, Brebes. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengambilan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data primer diolah dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan regresi $Y = 1,404 + 0,195X$, berarti variabel daya tarik wisata memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,195, artinya daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke wisata hutan mangrove Kaliwlingi, Brebes. Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,356 > t-tabel 1,660, dan nilai signifikansi sebesar $0,02 < 0,05$ yang artinya variabel daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata kunci : Daya tarik wisata, minat kunjung.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi yang berperan dalam peningkatan struktur ekonomi dan proses pembangunan negara (Surgawi, 2016). Perkembangan industri pariwisata menjadi hal yang sangat menarik, walaupun disisi lain pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan internal dan eksternal yang mempengaruhi kunjungan wisatawan baik itu di suatu negara, provinsi, atau daerah. Industri pariwisata berkembang salah satunya seiring dengan kemajuan teknologi (Lopes, Rial Boubeta dan Varela Mallou, 2009). Kemajuan teknologi tersebut mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi destinasinya, mereka memiliki akses yang sangat mudah terhadap informasi yang mereka butuhkan sangat mudah didapatkan. Selain itu, kemajuan teknologi juga menjadikan perkembangan industri pariwisata dan jumlah penduduk ini semakin hari semakin bertambah. Jumlah penduduk ini memberikan peluang bagi industri pariwisata untuk tumbuh dan berkembang. Citra destinasi juga didefinisikan secara umum sehingga wisatawan yang menilai citra destinasi secara positif bersedia untuk mengunjunginya kembali dan merekomendasikan destinasi yang relevan kepada orang lain (Jushendriawati, 2021).

Daya tarik alam yaitu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan daya tarik alamnya (Handawan, 2013). Daya tarik wisata merupakan salah satu elemen penting dalam pengembangan pariwisata (Setyawan, 2019), tempat dimana tempat wisata dapat mengikuti program pemerintah yang melestarikan adat dan budaya nasional sebagai aset yang dapat dijual kepada wisatawan. Karena daya tarik wisata, maka perkembangan daya tarik wisata tidak terlepas dari kepentingan pengunjung. Minat berkunjung pada dasarnya merupakan dorongan internal konsumen untuk mengunjungi suatu tempat atau daerah yang menarik perhatian masyarakat berupa keinginan yang sangat kuat untuk memenuhi kebutuhan seseorang perlu memenuhinya. (Basiya R dan Rozak, 2012). Minat beli diketahui dengan indikator sebagai berikut:

1. Minat perdagangan, yaitu kecenderungan individu untuk membeli barang.
2. Minat refrensi, yaitu kecenderungan individu untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.
3. Minat utama, yaitu minat yang menunjukkan tindakan individu yang menjadikan produk sebagai pilihan utama yang hanya dapat digantikan jika terjadi sesuatu pada produk. Pendeknya minat eksplorasi,

4. Minat yang menunjukkan perilaku orang yang terus menerus mencari informasi tentang produk yang diminatinya guna mendukung kualitas positif dari produk tersebut (Agustina, 2014).

Pariwisata mempengaruhi perekonomian daerah yang dikunjungi wisatawan dan dapat dijadikan sebagai perantara untuk memajukan pembangunan ekonomi (Arwandi, 2016). Kedatangan wisatawan di daerah tujuan wisata telah membawa kemakmuran bagi penduduk setempat. Semakin banyak kunjungan wisatawan maka semakin tinggi pendapatan sektor pariwisata dan sebaliknya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan di destinasi wisata ini perlu diperhatikan agar dapat menyesuaikan harga dengan kepuasan wisatawan yang berkunjung, karena harga berkorelasi positif dengan pendapatan sektor pariwisata (Yusuf, 2017). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung pada wisata hutan mangrove Kaliwlingi, Brebes?

KAJIAN TEORITIS

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan kata lain dari objek wisata namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009. Kata objek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata “Daya Tarik Wisata”. Daya tarik wisata dapat diartikan sebagai berikut, diantaranya ada yang berpendapat bahwa 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 (Fitria *et al.*, 2022). Salah satu motivasi utama bagi para pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata yaitu daya tarik destinasi. Destinasi wisata dapat dikelompokkan menjadi empat daya tarik, diantaranya:

1. Daya tarik wisata (*natural attraction*) yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca.
2. Daya tarik wisata berupa arsitektur (*building attraction*) yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern dan arkeologi.
3. Daya tarik wisata yang dikelola khusus (*managed visitor attractions*), yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri.

4. Daya tarik wisata budaya (*cultural attaraction*) yang meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah.
5. Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk ditempat tujuan wisata. Elemen-elemen daya tarik wisata merupakan pilihan pengunjung dan yang mendorong bagi pengunjung wisata(Dewi, 2013).

Minat Berkunjung

Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Albarq (2014) yang menyamakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen(Jushendriawati, 2021). Minat adalah rasa ingin seseorang melakukan sesuatu, yang mana dikarenakan adanya rangsangan untuk melakukan tersebut(Mowen dan Minor, 2002). Minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke objek wisata(Asdi, 2018). Minat berkunjung memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) bersifat individu, (2) menimbulkan ketidakstabilan, (3) dipicu oleh motivasi dan (4) berubah seiring dengan apa yang dibutuhkan dan pengalaman yang dimiliki(Surgawi, 2016).

Wisata merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu(Setyawan, 2019). Seseorang yang melakukan kunjungan kesuatu tempat wisata melalui minat terlebih dahulu akan memiliki keinginan yang tinggi untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut karena telah memperoleh informasi yang mendalam mengenai tempat wisata tersebut sebelum melakukan kunjungan dan telah memilih sesuai dengan niatnya(Mowen dan Minor, 2002). Hal ini karena minat berkunjung merupakan faktor pendorong bagi seorang untuk melakukan keputusan berkunjung(Jumanto, 2017). Manajemen Pokdarwis hutan mangrove membutuhkan informasi yang relevan untuk membantu dalam memecahkan masalah yang akan dihadapi(Supratin *et al.*, 2020).

Daya tarik wisata harus dijaga keasliannya serta daya tarik yang dimiliki dapat menjadi produk unggulan yang tidak dimiliki oleh daya tarik wisata lain sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung(Fitroh, Hamid dan Hakim, 2017). Semakin banyak kelebihan yang tidak dimiliki tempat wisata lain salah satu daya tarik tersendiri untuk menarik minat berkunjung. Wisata mangrove memiliki kelebihan yaitu wisatawan diantar menuju lokasi menggunakan perahu dan dalam perjalanan menuju lokasi disugahi

pemandangan yang indah, air laut yang jernih dan ikan Glodog di sepanjang perjalanan menuju lokasi. Saat di lokasi banyak fasilitas yang wisatawan dapat seperti *tari dewi mangrove sari* dan *tarian ronggeng pesisiran* yang ditampilkan saat momen-momen tertentu.

Kerangka Penelitian

Berdasarkan tinjau pustaka yang ada, maka dapat dihasilkan sebuah model kerangka pemikiran yang dapat dijadikan sebagai sebuah landasan dalam penelitian ini. Model kerangka tersebut tersusun dari satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata, sedangkan variabel dependen adalah minat berkunjung.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini diduga daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ke wisata hutan mangrove.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan upaya mengukur variabel-variabel yang ada dalam penelitian (variable X (daya tarik wisata) dan variable Y (minat berkunjung)) untuk kemudian dicari hubungan antara variabel. Lokasi penelitian ini dilakukan pada wisata hutan mangrove yang terletak di Desa Kaliwlingi, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes. Adapun target penelitian kurang lebih tiga bulan yaitu dimulai pada bulan Mei 2022. Data diperoleh dengan jenis dan teknik penyebaran kuesioner terhadap para pengunjung. Dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden pada pengunjung wisata hutan mangrove Kaliwlingi, Brebes. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden yang diperoleh dari data diri yang terdapat pada bagian data identitas responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

Sumber data dalam penelitian ini digolongkan menjadi dua bagian yaitu:

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original.

2. Data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data karakteristik responden yang dipakai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 1. Data Responden Berdasar Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
		100	100%

Berdasarkan tabel 1. bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari pengunjung Laki-laki sebanyak 45 orang (45%), yang perempuan sebanyak 55 orang (55%).

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 2. Data Responden Berdasar Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	18 – 20	45	45%
	21 – 30	30	30%
3	31 – 40	20	20%
4	41 – 50	5	5%
5	51 – 60	---	---
Total		100	100%

Berdasarkan tabel 2. bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari usia 18-20 tahun sebanyak 45 orang (45%), yang berusia 21-30 sebanyak 30 orang (30%), yang berusia 31-40 sebanyak 20 orang (20%), dan yang berusia 41-50 sebanyak 5 orang (5%).

c. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 3. Data Responden Berdasar Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase
1	SD	---	---
2	SMP	---	---
3	SMA	79	79%
4	Diploma	2	2%
5	Sarjana	19	19%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel 3. bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pendidikan terakhir SMA sebanyak 79 orang (79%), yang Diploma sebanyak 2 orang (2%), yang berpendidikan Sarjana sebanyak 19 orang (19%).

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. Data Responden Berdasar Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Pelajar/Mahasiswa	53	53%
2	PNS	7	7%
3	Wirausaha	2	2%
4	Lain-lain	38	38%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel 4. bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 53 orang (53%), yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 7 orang (7%), yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 2 orang (2%), dan responden sisanya sebanyak 38 orang (38%) jenis pekerjaannya tidak disebutkan.

Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian telah dilakukan terhadap 100 responden pada pengunjung wisata hutan mangrove Kaliwlingi, Brebes. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, untuk mendapatkan kecenderungan jawaban terhadap masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban. Tanggapan responden terhadap variabel *daya tarik wisata* adalah bahwa dari 6 item pertanyaan yang telah disediakan, pada item pertanyaan X.1

jawaban responden di dominasi oleh jawaban Sangat Setuju dengan rentang skor 7 sebanyak 59 jawaban. Pada item pertanyaan X.2 jawaban responden didominasi oleh jawaban Setuju dengan rentang skor 7 sebanyak 37 jawaban. Pada item pertanyaan X.3 jawaban responden didominasi oleh jawaban Setuju dengan rentang skor 6 sebanyak 37 jawaban. Pada item pertanyaan X.4 jawaban responden didominasi oleh jawaban Setuju dengan rentang skor 7 sebanyak 36 jawaban. Pada item pertanyaan X.5 jawaban responden didominasi oleh jawaban Sangat Setuju dengan rentang skor 7 sebanyak 53 jawaban. Dan pada item pertanyaan X.6 jawaban responden didominasi oleh jawaban sangat Setuju dengan rentang skor 7 sebanyak 37 jawaban. Dapat disimpulkan bahwa pada variabel daya tarik wisata dalam penelitian ini rata-rata jawaban responden di dominasi oleh jawaban Sangat Setuju dengan rentang skor 7.

Tanggapan responden terhadap variabel *minat berkunjung* adalah bahwa dari 3 item pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti, pada item pertanyaan Y.1 jawaban responden didominasi oleh jawaban Setuju dengan rentang skor 5 sebanyak 36 jawaban. Pada item pertanyaan Y.2 jawaban responden didominasi oleh jawaban Setuju dengan rentang skor 5 sebanyak 40 jawaban. Dan pada item pertanyaan Y.3 jawaban responden didominasi oleh jawaban Sangat Setuju dengan rentang skor 7 sebanyak 46 jawaban. Dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat berkunjung dalam penelitian ini rata-rata jawaban responden didominasi oleh jawaban setuju dengan rentang skor 5.

Hasil Olah Data Statistik

Adapun hasil dari uji validitas dalam penelitian ini adalah bahwa seluruh item pertanyaan memiliki *corrected-total correlation* (r-hitung) > r-tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan $n = 100$. Artinya seluruh item dalam penelitian ini dinyatakan valid karena lebih besar dari nilai r-tabel sebesar 0,168, maka seluruh item dalam pertanyaan kuesioner dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 5. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Daya tarik wisata	0,886	Reliabel
2	Minat berkunjung	0,840	Reliabel

Dari tabel 5. menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena telah melewati batas koefisien reliabilitas yaitu *Cronbach alpha* semua variabel > 0,60, sehingga untuk selanjutnya setiap item pada masing-masing konsep variabel layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Daya_Tarik_Wisata_X
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	0.00000
	Std. Deviation	1.56556552
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.040
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan pengujian normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* hasil statistik nonparamterik menunjukkan Asym.Sig (2-tailed) sebesar 0,123 > 0,05 yang berarti data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10. Adapun hasil yang telah diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a		
Collinearity Statistics		
Model	Tolerance	VIF
1 X ₁	.500	2.0001

Berdasarkan tabel 7. menunjukkan bahwa nilai Tolerance dari variabel X_1 ($0.500 > 0,10$) dan VIF variabel X_1 ($2.0001 < 10$), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada dalam penelitian ini. Berdasarkan syarat uji asumsi klasik regresi linear, bahwa model regresi linear yang baik adalah yang terbebas dari adanya multikolinieritas. Dengan penelitian ini terbebas dari adanya multikolinieritas.

Model *regresi* yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser*, sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedasitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.704	.903		.780	.437
X1	.026	.050	..112	.513	.609

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan tabel 8. menunjukkan bahwa nilai signifikansi semua variabel $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskestisitas pada model tersebut dan telah memenuhi uji heteroskedasitas.

Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson*(DW). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat autokorelasi. Adapun hasil yang telah diolah sebagai berikut.

Tabel 9. Hasil Uji *Durbin-Watson* (DW)

Model Summary^{b)}

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 ^a	.588	.575	1.590	1.941

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 9. menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,941 dengan tingkat signifikansi 0,05. Jumlah sampel ($n = 100$), jumlah variabel independen ($k = 3$), nilai dL

(batas bawah) = 1,613, nilai dU (batas atas) = 1,736. Oleh karena itu, nilai $dU < DW < 4-dU$ atau $1,736 < 1,941 < 2,263$. Dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Dari tabel tersebut juga diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.575 bahwa jika nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar R^2 mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

Uji Hipotesis

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. Dari analisis sebelumnya membuktikan bahwa penelitian ini sudah dianggap baik. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel terikat minat berkunjung, bila nilai variabel bebas daya tarik wisata.

Tabel 10. Uji Persamaan Regresi

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.404	1.486		.945	.347
	X	.195	0.83	.333	2.356	.021

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut: $Y = 1,404 + 0,195X$. Hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel X (daya tarik wisata) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,195. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan daya tarik wisata sebesar 1%, maka minat berkunjung juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,195 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (Uji-t) Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.404	1.486		.945	.347
X	.195	.083	.333	2.356	.021

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 11. Diketahui bahwa variabel atraksi wisata memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,160 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar 2.356 > t-tabel 1.98447 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,021 < 0,05 yang artinya variabel daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi, Brebes, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mega Mirasaputri Cahyanti dan Widiya Dewi Anjaningrum (2017) dalam judul penelitian “Meningkatkan Niat Berkunjung pada Generasi Muda melalui Citra Destinasi dan Daya Tarik Kampung Wisata”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa daya tarik kampung wisata menunjukkan pengaruh yang signifikan untuk menciptakan niat para generasi muda untuk mengunjungi kampung wisata Tridi(Cahyanti dan Anjaningrum, 2018).

Produk wisata merupakan sebuah paket yang tidak hanya tentang keindahan atau eksotisme suatu tempat wisata, tapi dalam arti yang lebih luas.produk wisata mencakup daya tarik, fasilitas dalam saat berwisata, dan juga akses menuju tempat wisata tersebut(Surgawi, 2016). Hal ini sejalan dengan pendapat Basiya R dan Hasan A R (2012) yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata alam (*natural attraction*), daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (*building attraction*), daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*), dan daya tarik wisata sosial (*social attraction*) masing-masing memiliki pengaruh langsung terhadap minat pengunjung serta keputusan yang akan diambil di masa akan datang(Basiya R dan Rozak, 2012). Daya tarik wisata sebagai salah satu hal yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi atau dilihat(Dewi, 2013). Objek wisata dan daya tarik wisata merupakan suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan erat untuk menarik wisatawan atau pengunjung untuk datang kesuatu daerah atau tempat

tertentu (Subagia *et al.*, 2022). Tanpa adanya daya tarik pada suatu tempat maka pengunjung tidak akan memiliki niat untuk datang ke tempat tersebut.

KESIMPULAN

Dari hasil uraian pembahasan tentang pengaruh anatara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung pada wisata hutan Mangrove Kaliwlingi, Brebes, dapat ditarik kesimpulan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung pada wisata hutan mangrove Kaliwlingi, Brebes.

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, I. *et al.* (2020) "Public Service: The Principle of Equality, Neutrality, and Participation," *Journal of Critical Reviews*, 7(08), hal. 2050–2055. doi: <https://dx.doi.org/10.31838/jcr.07.08.382>.
- Agustina, R. D. (2014) "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Motivasi Evaluasi Kognitif Untuk Berkunjung Pada Ex. Dejavasche Bank (Museum Bank Indonesia Surabaya)," *Libri-Net*, 3(2), hal. 454–470.
- Arwandi (2016) "Studi Peningkatan Sarana Dan Prasarana Kawasan Objek Wisata Pantai Pa' Badilang Kecamatan Bontomatene," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), hal. 22–26.
- Asdi (2018) "PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN PADA OBYEK WISATA ALAM MALINO DI KABUPATEN GOWA," *Jurnal Ilmiah Pena*, 1(1), hal. 1–26.
- Basiya R dan Rozak, H. A. (2012) "Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah," *Dinamika Kepariwisata: Jurnal Pengembangan Ilmu-Ilmu Kepariwisata & Perhotelan*, 11(2), hal. 1–12.
- Cahyanti, M. M. dan Anjaningrum, W. D. (2018) "Meningkatkan Niat Berkunjung Pada Generasi Muda Melalui Citra Destinasi Dan Daya Tarik Kampung Wisata," *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), hal. 35–41. doi: 10.32812/jibeka.v11i2.58.
- Dewi, S. N. (2013) "PENGARUH CITRA DESTINASI PARIWISATA KABUPATEN BELITUNG TERHADAP PERILAKU PASCA BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA," *Skripsi Manajemen Pemasaran Pariwisata*.
- Fitria, A. *et al.* (2022) "Msme Development Review From Mudharabah and Murabahah," *FINANCE: a Research Journal on Islamic Finance Vol.07 No. 02 Desember*, 07(02), hal. 138–152. Tersedia pada: <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/I-Finance/article/view/10831/4477>.
- Fitroh, S. K. A., Hamid, D. dan Hakim, L. (2017) "Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol.*, 42(2), hal. 18–25.
- Handawan, Y. G. (2013) "Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap

- Minat Wisatawan Berkunjung Ulang,” *Skripsi*, 53(9), hal. 1689–1699.
- Jumanto, I. (2017) “STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA PANTAI SARI RINGGUNG KABUPATEN PESAWARAN, LAMPUNG,” *Skripsi Magister Ilmu Lingkungan*, 4, hal. 9–15.
- Jushendriawati (2021) “Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Warung Terapung(Water) Amassangan Kecamatan Malangke Barat,” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 1(69), hal. 1–124.
- Lopes, S. D. F., Rial Boubeta, A. dan Varela Mallou, J. (2009) “Post Hoc Tourist Segmentation with Conjoint and Cluster Analysis,” *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 7(3), hal. 491–501. doi: 10.25145/j.pasos.2009.07.035.
- Mowen dan Minor (2002) “PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BERKUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata âJawa Timur Park 2â Kota Batu),” *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1), hal. 1–6.
- 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), hal. 1–19. Tersedia pada: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5830>.
- Slamet Bambang Riono, D. (2021) *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Diedit oleh R. Setiadi. Klaten: Lakeisha.
- Subagia, H. *et al.* (2022) “Does the Family Environment and Entrepreneurship Education Promote Students ’ Entrepreneurial Intentions? The Mediating Role of Entrepreneurial Motivations,” *Italienisch*, 12(1), hal. 306–313.
- Supratin, E. *et al.* (2020) “Pengaruh Informasi Akuntansi Diferensial,” *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)*, 1(1), hal. 13–22. Tersedia pada: <http://jurnal.umus.ac.id/index.php/jacfin/article/view/309>.
- Surgawi, I. (2016) “Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata (Studi Pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang),” *Diponegoro Journal of Management*, 5(4), hal. 1–10. Tersedia pada: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>.
- Yusuf, S. A. I. S. H. (2017) “PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN FASILITAS TERHADAP CITRA OBJEK WISATA DANAU TOLIRE BESAR DI KOTA TERNATE,” *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2).