

**MILLENNIAL TOURIST PREFERENCES: THE INFLUENCE OF TAMBORASI BEACH
ATTRactions AND TOURIST FACILITIES ON VISITING DECISIONS**

Isalman¹, Endro Sukotjo², Andi Zulkarnain³

^{1,2}Universitas Halu Oleo, ³Politeknik Negeri Ujung Pandang

Email: isalmans@uho.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.35145/procuratio.v14i2.5958>

Received: 04/06/2026, Revised: 9/7/2026, Accepted: 20/7/2026

ABSTRACT

The development of the tourism sector continues to be a concern for various stakeholders because it contributes to regional economic growth and encourages the development of various business activities in the surrounding area. This study aims to analyze the influence of tourist attractions and tourist facilities on the visiting decisions of millennial tourists at Tamborasi Beach. The study used a quantitative approach with a causal associative research design. The study sample consisted of 95 millennial tourists selected using an accidental sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software after meeting the instrument's validity and reliability tests. The results indicated that tourist attractions had a positive and significant effect on visiting decisions, while tourist facilities had a positive but insignificant effect on those decisions. These findings indicate that millennial tourists' decisions to visit Tamborasi Beach are more influenced by the uniqueness and attractiveness of the destination than by the availability of tourist facilities. Therefore, destination managers and stakeholders need to maintain the superiority of tourist attractions and improve the quality and relevance of facilities according to the needs and preferences of millennial tourists.

Keywords: *Tourist Attraction; Tourist Facilities; Decision to Visit*

**PREFERENSI WISATAWAN MILENIAL: PENGARUH DAYA TARIK PANTAI TAMBORASI DAN
FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

ABSTRAK

Pengembangan sektor pariwisata terus menjadi perhatian berbagai pemangku kepentingan karena berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan mendorong berkembangnya berbagai aktivitas usaha di sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial di Pantai Tamborasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 95 wisatawan milenial yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS setelah memenuhi uji validitas dan reliabilitas instrumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan fasilitas wisata berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan wisatawan milenial untuk berkunjung ke Pantai Tamborasi lebih dipengaruhi oleh keunikan dan daya tarik destinasi dibandingkan dengan ketersediaan fasilitas wisata. Oleh karena itu, pengelola destinasi dan pemangku kepentingan perlu mempertahankan keunggulan daya tarik wisata serta meningkatkan kualitas dan relevansi fasilitas sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan milenial.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata; Fasilitas Wisata; Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

Ekspektasi wisatawan yang terus berubah (Szromek et al., 2023) serta dampak pariwisata terhadap usaha dan masyarakat yang sangat kompleks (Jangra et al., 2021), diperlukan penyesuaian pengelolaan wisata yang lebih baik (Vargas et al., 2021). Objek wisata yang dikelola dengan baik dapat menjadi penggerak bagi sektor usaha, seperti perhotelan atau penginapan, rumah makan, usaha transportasi dan berbagai usaha lainnya. Setiap wilayah memiliki objek wisata yang menarik dan memiliki ciri khas yang berbeda dengan objek wisata di daerah lain. Kegiatan wisata menjadi kebutuhan untuk meredakan kejenuhan dan rasa lelah, menghilangkan stres dan menambah relaksasi. Sehingga mengeksplorasi keputusan berkunjung wisatawan merupakan upaya yang sangat penting untuk melihat eksistensi sebuah objek wisata (Poli et al., 2023).

Salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan berkunjung adalah daya tarik wisata. Daya tarik wisata (*tourist attraction*) dapat menjadi motivasi utama pemicu minat (Nurbaeti et al., 2021);(Faoziyah et al., 2022) bagi pengunjung dalam melakukan kunjungan di suatu tempat wisata. Walaupun sama dalam hal jenis wisata pantai, tetapi antara satu wisata pantai dengan wisata pantai lainnya memiliki daya tarik yang berbeda. Daya tarik wisata inilah yang dapat memicu intensitas kunjungan, bahkan pengunjung rela mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk dapat mengunjungi dan menikmati suatu objek wisata. Studi (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020);(Rifansyah & Sihombing, 2022) mengungkapkan bahwa variasi keputusan berkunjung di dominasi dengan daya tarik wisata.

Selain daya tarik objek wisata tujuan, ketersediaan fasilitas wisata turut menjadi pertimbangan dalam memutuskan kunjungan wisata (Suwastawa et al., 2021). Berbeda halnya dengan daya tarik wisata yang bersifat statis sebagai bawaan dari proses alam, fasilitas sepenuhnya dapat di kendalikan dan di usahakan berdasarkan tingkat kreatifitas dan inovasi. Sebagai wisata alam, wisata pantai telah memiliki panorama pemandangan yang indah yang perlu di dukung fasilitas yang mempermudah pengunjung dalam melakukan aktivitas wisata. Sebab, saat berwisata akan di ikuti sejuta kebutuhan lainnya dari setiap pengunjung. Sehingga keberadaan fasilitas wisata dapat menambah atraksi wisata baru (S. Kim et al., 2020) yang memberikan nilai tambah.

Jenis fasilitas pun terus diupayakan mengikuti tren yang diminati pengunjung milenial yang dapat memberikan dorongan intelektual dan emosional. Sehingga fasilitas pendukung wisata menjadi satu kesatuan yang mendorong intensitas keputusan berkunjung (Nurbaeti et al., 2021);(Mahendra & Kemala, 2023).

Tingkat kesejahteraan masyarakat yang terus membaik, turut merubah gaya hidup di kalangan milenial. Kebutuhan wisata dikalangan milenial terus meningkat (L. Dewi, 2020);(Saputri et al., 2020). Dalam studi yang dilakukan (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020);(Juniarta et al., 2022);(Armutcu et al., 2023) menemukan bahwa pengunjung wisata di dominasi oleh kalangan usia milenial. Generasi milenial merupakan generasi yang responsif terhadap peralihan ke teknologi digital. Generasi kategori ini berada pada rentang usia 18 sampai 38 tahun Klein dan Sharma, (2021). Dientang usia ini, pada umumnya telah memiliki keberanian secara mandiri dalam melakukan perjalanan wisata (Febrianto, 2021);(Juniarta et al., 2022) yang ditunjang dengan pekerjaan dan penghasilan tetap. Sehingga dapat memenuhi kebutuhan untuk berwisata secara mandiri. Studi (Setiawan & Utami, 2022) menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan jasa pendukung menjadi perhatian utama dikalangan milenial.



Gambar 1. Pantai Tamborasi

Pantai Tamborasi yang terlihat di Gambar 1 merupakan salah satu objek wisata unggulan di Kabupaten Kolaka. Bahkan menjadi objek wisata yang unik karena selain memiliki pantai dengan pasir putih yang membentang luas, di Pantai Tamborasi ini juga terdapat mata air yang membentuk sebuah sungai yang langsung bersambung dengan garis pantai sehingga di beberapa media informasi wisata, Pantai Tamborasi ini di identikkan dengan sungai terpendek di dunia.

Keberadaan wisata Tamborasi yang memiliki air laut dan air tawar dalam satu kawasan wisata menambah panorama yang indah dan menambah pilihan pengunjung dalam menikmati aktivitas wisata. Setelah berenang dipantai dengan air yang asin, pengunjung dapat langsung menceburkan dan membersihkan diri di air tawar tersebut. Pantai Tamborasi tepat berada disisi jalan lintas kabupaten dan provinsi, selalu dipadati pengunjung, tidak hanya di musim liburan tetapi juga di akhir pekan. Sehingga ketersediaan fasilitas wisata, terus di genjot oleh pengelola wisata dan dinas terkait. Beberapa fasilitas seperti tempat parkir, ruang ganti pakaian, fasilitas ibadah, lapak-lapak kuliner terpancang telah tersedia. Namun perbandingan dari sisi jumlah dan kapasitas pengunjung masih perlu di evaluasi untuk di sesuaikan.

Walaupun daya tarik wisata menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung, studi menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Hasil penelitian (Rokhayah & Andriana, 2021);(Poli et al., 2023) menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil senada dengan (Daulay, 2020) yang menyatakan bahwa fasilitas wisata tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini di mungkinakan karena masing-masing objek wisata memiliki landscape yang berbeda-beda. Sehingga evaluasi tentang daya tarik sebuah objek wisata menjadi menarik untuk dilakukan, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial.

TINJAUAN PUSTAKA

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki nilai lebih berupa penampakan keindahan alam atau budaya yang dapat menjadi sasaran kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata menjadi sumber motivasi utama bagi wisatawan yang dapat menaikkan tensi kegiatan wisata. Setiap kunjungan, wisatawan berupaya untuk mendapatkan pengalaman yang unik, menarik dan berbeda. Sebelum terpapar stimulus lain, daya tarik wisata telah menjadi pemicu awal minat berkunjung (Nurbaeti et al., 2021);(Dahmiri & Bhayangkari, 2022).

Daya tarik wisata dapat berupa keindahan panorama alam, fauna dan flora, serta sejarah dan budaya. Daya tarik wisata alam memiliki keunikan yang berbeda disetiap daerah, hingga menjadi instrumen identifikasi kekhasan suatu destinasi wisata suatu daerah (Torres-Moraga et al., 2024). Dalam undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan daya tarik wisata sebagai sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai berupa kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisata. Studi yang dilakukan (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020);(Rifansyah & Sihombing, 2022);(Putra & Wulandari, 2023);(Nurjaman et al., 2023) menemukan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Daya tarik wisata mendominasi pengaruh dalam keputusan berkunjung (Dayrobi & Raharjo, 2020). Sehingga semakin baik daya tarik wisata maka semakin besar potensi keputusan kunjungan.

Fasilitas Wisata

Menghadapi ekspektasi wisatawan yang terus berubah (Szromek et al., 2023), fasilitas wisata menjadi sarana strategis yang dapat menunjang kebutuhan aktivitas wisata. Keberadaan fasilitas wisata memiliki peranan yang sangat penting, tidak hanya memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung, tetapi juga dapat berkontribusi pada lingkungan wisata yang bersifat nonfisik seperti terciptanya kebersihan, ketertiban dan kenyamanan pengunjung serta keberlanjutan wisata di masa depan. Beberapa fasilitas yang harus dimiliki antara lain area parkir, homestay, fasilitas ibadah, fasilitas kuliner, lapak cedera mata, peta dan tanda informasi, toilet dan ruang ganti, termasuk fasilitas keamanan dan keselamatan menjadi perhatian akhir-akhir ini (Basterretxea-Iribar et al., 2022), dengan meningkatnya resiko wisata pantai akibat cuaca ekstrim.

Pengelola wisata mesti memahami bahwa usaha wisata termasuk usaha jasa yang membutuhkan pelayanan kepada pengunjung. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung melebihi harapan, maka perlu ketersediaan fasilitas utama hingga fasilitas pelengkap. Sehingga untuk terciptanya layanan yang baik, ketersediaan fasilitas wisata memiliki peran yang sangat penting. Studi yang dilakukan (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020), (M. K. Dewi et al., 2020), (Suwastawa et al., 2021), (Mahendra & Kemala, 2023), (Poli et al., 2023) menunjukkan bahwa fasilitas wisata memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Keputusan Berkunjung

Dalam prespektif keputusan berkunjung, secara konsep dapat diadaptasi dari konsep keputusan pembelian. Kompleksitas tahapan proses keputusan pembelian memiliki kesamaan dalam tahapan keputusan berkunjung. Pengambilan keputusan berkunjung meliputi proses pertukaran antara biaya dan manfaat produk dan jasa yang akan diperoleh. Ragam pilihan objek wisata turut menghiasi tahap preferensi alternatif hingga evaluasi setelah keputusan kunjungan wisata. Sehingga keputusan berkunjung yang di maksud dalam penelitian ini adalah proses

setiap wisatawan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi tentang daya tarik objek wisata dan ketersediaan fasilitasnya, evaluasi alternatif, hingga keputusan berkunjung.

Seperti halnya dalam keputusan pembelian, keputusan berkunjung dapat dilakukan secara mandiri, tetapi juga sering kali melibatkan pihak lain dalam keputusan (Kotler & Keller, 2016). Secara umum ada lima peranan yang dimungkinkan melibatkan orang lain dalam keputusan berkunjung, yaitu; (1) *Inisiator*, sebagai pengusul ide yang menyadari adanya kebutuhan wisata. (2) *Influencer*, sebagai pemberi pengaruh dalam keputusan kunjungan. (3) *Decider*, sebagai pengambil keputusan akhir. (4) *Buyer*, sebagai penyandang biaya wisata. (5) *User*, sebagai pengunjung aktual di objek wisata.

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Daya tarik wisata merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan wisatawan dalam memilih suatu destinasi karena mencerminkan keunikan, keindahan alam, atraksi, dan pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung. Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan seseorang untuk memilih suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh persepsinya terhadap manfaat dan nilai yang diperoleh. Semakin menarik karakteristik atau daya tarik suatu destinasi, semakin besar kecenderungan wisatawan untuk memutuskan berkunjung (Dayrobi et al., 2020; M. K. Dewi et al., 2020; Rokhayah et al., 2021; Rifansyah et al., 2022; Putra et al., 2023; Nurjaman et al., 2023). Selain itu, Rosalina et al., (2019); Saputri et al., (2020) menjelaskan bahwa wisatawan milenial cenderung memilih destinasi yang memiliki keunikan, nilai estetika, dan pengalaman yang menarik untuk dibagikan melalui media digital. Mengingat Pantai Tamborasi memiliki keunikan sebagai salah satu pantai terpendek di dunia dengan panorama alam yang khas, maka daya tarik tersebut diperkirakan mampu mendorong keputusan wisatawan milenial untuk berkunjung.

H1: Daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial di Pantai Tamborasi.

Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Fasilitas wisata merupakan komponen penting yang mendukung kenyamanan, keamanan, dan kemudahan wisatawan selama melakukan aktivitas di destinasi. Ketersediaan fasilitas seperti area parkir, toilet, tempat ibadah, tempat makan, papan informasi, serta sarana penunjang lainnya dapat meningkatkan kualitas pengalaman berwisata sehingga memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih suatu destinasi. Temuan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (M. K. Dewi et al., 2020; Rahmayanti & Muradillo, 2020; Suwastawa et al., 2021; Mahendra & Kemala, 2023; Poli et al., 2023). Lebih lanjut, Febrianto, (2021); Artana et al., (2019) mengemukakan bahwa wisatawan milenial memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap fasilitas yang mampu memberikan kenyamanan, kemudahan akses, dan mendukung pengalaman wisata yang berkualitas. Oleh karena itu, semakin baik fasilitas yang tersedia di Pantai Tamborasi, semakin besar peluang wisatawan milenial untuk memutuskan berkunjung.

H2: Fasilitas wisata berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial di Pantai Tamborasi.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Objek Wisata Pantai Tamborasi, Kabupaten Kolaka, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik Pantai Tamborasi sebagai salah satu destinasi wisata alam yang memiliki daya tarik unik serta menjadi tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, khususnya kelompok usia milenial. Pengumpulan data dilakukan secara periodik dimusim libur lebaran yaitu di bulan April dan Juni 2025, melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pengunjung yang berada di lokasi wisata.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa tanggapan langsung responden terhadap item-item pernyataan tentang daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan keputusan berkunjung yang disajikan dalam kuesioner penelitian. Data sekunder berupa artikel-artikel jurnal dan literatur lainnya yang terkait dengan variabel penelitian yang diperoleh melalui proses penelusuran secara daring. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori, menyusun kerangka konseptual, serta mendukung interpretasi hasil penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan milenial yang berkunjung ke Pantai Tamborasi. Kelompok milenial dalam penelitian ini didefinisikan sebagai individu yang berusia 18–38 tahun, mengacu pada klasifikasi yang dikemukakan oleh Klein dan Sharma, (2021). Jumlah pengunjung milenial tidak diketahui secara detail.

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan jumlah item indikator pernyataan dikali 5 sampai 10 (Hair et al., 2017). Jumlah item indikator pernyataan yang digunakan adalah 19 butir item, yang terdiri dari 6 item dari variabel daya tarik wisata, 7 item pernyataan dari variabel fasilitas wisata, dan 6 item dari variabel keputusan berkunjung. Jadi jumlah sampel adalah $5 \times 19 = 95$ responden. Penarikan sampel dilakukan secara aksidental sampling di lokasi wisata pantai Tamborasi.

Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan *software* SPSS. Tahap awal analisis dilakukan melalui analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden. Selanjutnya, dilakukan uji kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas guna memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur konstruk yang diteliti secara tepat dan konsisten. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Sebelum dilakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji untuk memenuhi asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan menggunakan Normal Probability-Probability (P-P) Plot untuk mengetahui apakah residual model regresi berdistribusi normal. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), sedangkan uji heteroskedastisitas dilakukan melalui Scatterplot untuk memastikan tidak terjadi ketidaksamaan varians residual pada seluruh nilai prediksi.

Untuk mengevaluasi kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dilakukan uji koefisien determinasi (R^2). Selanjutnya, uji F digunakan untuk menguji kelayakan model sekaligus mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, sedangkan uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung. Seluruh pengujian statistik dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Selanjutnya, analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berkunjung

X1 = Daya Tarik Wisata

X2 = Fasilitas Wisata

a = Konstanta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan Tabel 1, responden penelitian didominasi oleh perempuan sebanyak 57 orang (60,0%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 38 orang (40,0%). Dari sisi usia, mayoritas responden berada pada kelompok 23–27 tahun sebanyak 37 orang (38,9%), diikuti usia 18–22 tahun sebanyak 28 orang (29,5%), usia 28–32 tahun sebanyak 18 orang (18,9%), dan usia 33–38 tahun sebanyak 12 orang (12,6%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan wisatawan milenial usia produktif yang memiliki mobilitas tinggi dan aktif mencari informasi destinasi wisata melalui media digital.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Item	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki - laki	38	40
	Perempuan	57	60
Usia	18–22 tahun	28	29,5
	23–27 tahun	37	38,9
	28–32 tahun	18	18,9
	33–38 tahun	12	12,6
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	41	43,2
	Pegawai Negeri	12	12,6
	Karyawan	24	25,3
	Wiraswasta	18	18,9
Jumlah Kunjungan dalam 1 tahun terakhir	1- 2 kali	63	66,3
	> 2 kali	32	33,7

Sumber: Hasil olah data, 2026

Ditinjau dari pekerjaan, responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 41 orang (43,2%), diikuti karyawan swasta sebanyak 24 orang (25,3%), wiraswasta sebanyak 18 orang (18,9%), dan pegawai

negeri sebanyak 12 orang (12,6%). Dominasi kelompok pelajar/mahasiswa mengindikasikan bahwa Pantai Tamborasi menjadi destinasi yang menarik bagi wisatawan muda, yang umumnya mempertimbangkan daya tarik destinasi serta ketersediaan fasilitas dalam menentukan pilihan berwisata.

Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebagian besar responden melakukan kunjungan sebanyak 1–2 kali dalam satu tahun terakhir, yaitu 63 orang (66,3%), sedangkan 32 orang (33,7%) telah berkunjung lebih dari dua kali. Karakteristik responden tersebut menunjukkan bahwa Pantai Tamborasi masih didominasi oleh pengunjung dengan frekuensi kunjungan yang relatif rendah, sehingga peningkatan daya tarik wisata dan fasilitas wisata menjadi aspek yang penting untuk mendorong keputusan berkunjung sekaligus meningkatkan peluang terjadinya kunjungan ulang pada wisatawan milenial.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat ketepatan dan kecermatan kuesioner sebagai instrumen perolehan data. Instrumen dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid apabila dapat mengungkapkan data setiap item indikator dari variabel-variabel yang diteliti secara konsisten. Dalam pengujian, dinyatakan valid apabila diperoleh nilai *Pearson Correlation* lebih besar dari *Cut of Point* (0,30) atau nilai sig. setiap item $\leq 0,05$ dengan tingkat kepercayaan 95%.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Cut of Point</i>	Keterangan
Daya Tarik Wisata	X1.1	0,627	0,30	Valid
	X1.2	0,795	0,30	Valid
	X1.3	0,680	0,30	Valid
	X1.4	0,744	0,30	Valid
	X1.5	0,748	0,30	Valid
	X1.6	0,814	0,30	Valid
Fasilitas Wisata	X2.1	0,676	0,30	Valid
	X2.2	0,636	0,30	Valid
	X2.3	0,703	0,30	Valid
	X2.4	0,787	0,30	Valid
	X2.5	0,864	0,30	Valid
	X2.6	0,842	0,30	Valid
	X2.7	0,688	0,30	Valid
Keputusan Berkunjung	Y1.1	0,778	0,30	Valid
	Y1.2	0,806	0,30	Valid
	Y1.3	0,785	0,30	Valid
	Y1.4	0,852	0,30	Valid
	Y1.5	0,945	0,30	Valid
	Y1.6	0,869	0,30	Valid

Sumber: Hasil olah data, 2026

Hasil uji validitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua item indikator yang dipakai untuk mengukur variabel daya tarik objek wisata, fasilitas wisata, dan variabel keputusan berkunjung diperoleh nilai *Pearson Correlation* $\geq$ *Cut of Point* (0,30). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data di penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, juga perlu dilakukan uji reliabilitas instrumen. Uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui tingkat keandalan atau konsistensi instrumen data. Semakin tinggi nilai reliabilitas maka semakin terpercaya instrumen yang digunakan untuk memperoleh data. Dalam pengujian reliabilitas, dinyatakan reliabel apabila diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari *Cut of Point* (0,60). Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

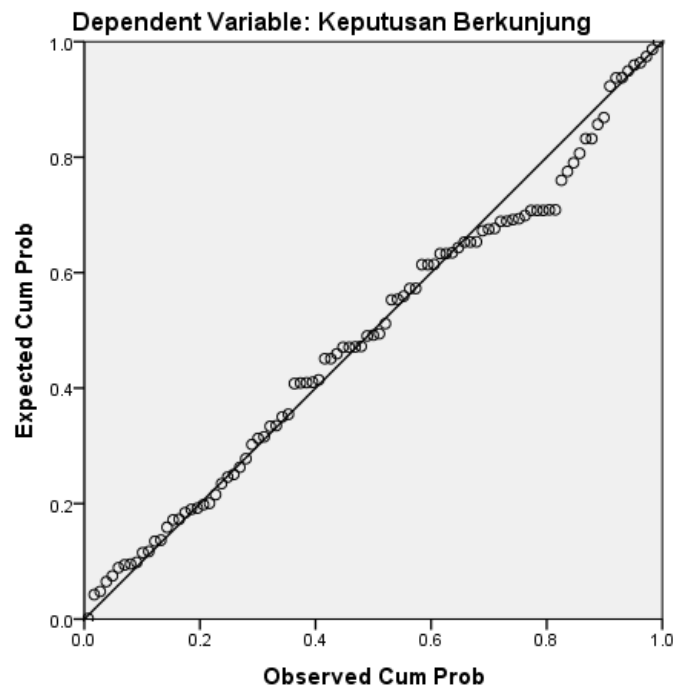
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cut of Point</i>	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0,831	0,60	Reliabel
Fasilitas Wisata	0,866	0,60	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,917	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil olah data, 2026

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan variabel keputusan berkunjung memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq$ *Cut of Point* (0,60). Dengan demikian instrumen yang digunakan untuk mengukur ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data



Sumber: Hasil olah data, 2026

Gambar 2. Grafik Normal P-Plot

Uji normalitas residual dilakukan menggunakan Normal Probability-Probability (P-P) Plot of Regression Standardized Residual. Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut tanpa menunjukkan penyimpangan yang berarti. Pola ini mengindikasikan bahwa distribusi residual mendekati distribusi normal, sehingga asumsi normalitas pada model regresi dapat dinyatakan terpenuhi dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Multikolonieritas Data

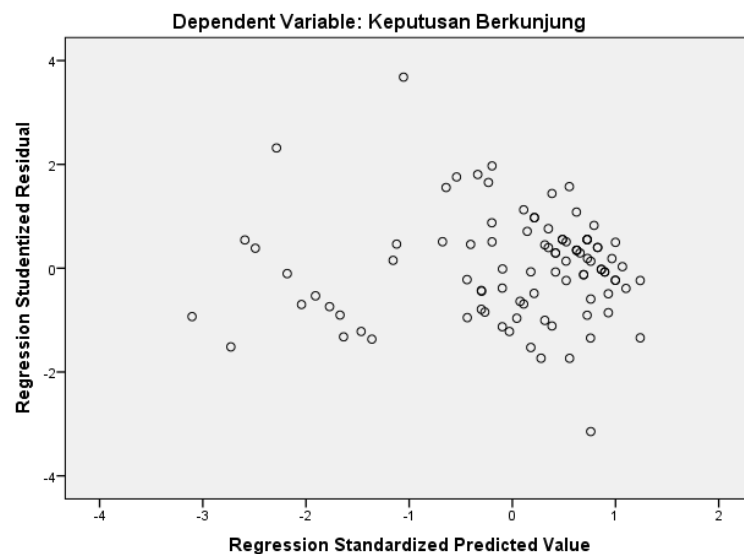
Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Daya Tarik Wisata	.244	4.092
Fasilitas Wisata	.244	4.092

Sumber: Hasil olah data, 2026

Uji multikolonieritas dilakukan dengan mengevaluasi nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada masing-masing variabel independen. Berdasarkan hasil pengujian di Tabel 4, variabel Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,244 dan VIF sebesar 4,092. Nilai tolerance yang berada di atas batas minimum 0,10 serta nilai VIF yang lebih rendah dari 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linear antarvariabel independen. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami masalah multikolonieritas sehingga setiap variabel independen mampu memberikan kontribusi yang relatif independen dalam menjelaskan variasi Keputusan Berkunjung.

Uji Heteroskedastisitas Data



Sumber: Hasil olah data, 2026

Gambar 3. Scatterplot

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Scatterplot antara Regression Standardized Predicted Value dan Regression Studentized Residual. Berdasarkan Gambar 3, titik-titik residual terlihat menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol tanpa membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut (*funnel*), melebar, maupun bergelombang. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji regresi linear berganda

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	3.507	1.399		2.507
	Daya Tarik Wisata	.716	.120	.690	5.991
	Fasilitas Wisata	.145	.101	.165	1.434

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Hasil olah data, 2026

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

$$Y = 3,507 + 0,716X_1 + 0,145X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berkunjung

X₁ = Daya Tarik Wisata

X₂ = Fasilitas Wisata

3,507 = Konstanta

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,507 mengindikasikan bahwa apabila variabel Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata diasumsikan bernilai nol, maka nilai Keputusan Berkunjung diperkirakan sebesar 3,507 satuan. Koefisien regresi variabel Daya Tarik Wisata sebesar 0,716 menunjukkan arah hubungan yang positif terhadap Keputusan Berkunjung. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada Daya Tarik Wisata, dengan asumsi variabel Fasilitas Wisata tetap (*ceteris paribus*), akan meningkatkan Keputusan Berkunjung sebesar 0,716 satuan. Nilai koefisien ini merupakan yang terbesar dibandingkan variabel independen lainnya, sehingga menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata memiliki kontribusi yang lebih dominan dalam memengaruhi Keputusan Berkunjung. Sementara itu, koefisien regresi variabel Fasilitas Wisata sebesar 0,145 juga menunjukkan arah hubungan yang positif. Hal ini berarti bahwa

setiap peningkatan satu satuan pada Fasilitas Wisata, dengan asumsi variabel Daya Tarik Wisata konstan, diperkirakan akan meningkatkan Keputusan Berkunjung sebesar 0,145 satuan. Namun demikian, besarnya pengaruh variabel ini relatif lebih kecil dibandingkan dengan Daya Tarik Wisata.

Uji Kelayakan Model

Hasil uji F di Tabel 6 menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai $F = 108,220$ dengan $p\text{-value} = 0,000 (< 0,05)$. Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi signifikan dan layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung. Dengan demikian, kedua variabel independen secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1657.075	2	828.537	108.220	.000 ^b
	Residual	704.357	92	7.656		
	Total	2361.432	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata

Koefisien determinasi digunakan sebagai dasar untuk menerangkan tingkat kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 1 dari nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) tersebut maka semakin besar kemampuan variabel independen, yakni daya tarik objek wisata dan fasilitas wisata menjelaskan keputusan berkunjung sebagai variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.695	2.76696

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Pendukung, Daya Tarik Wisata

Sumber: Hasil olah data, 2026

Koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square pada Tabel 7, sebesar 0,695 atau 69,5%. Hal ini dapat dinyatakan bahwa 69,5% variasi dalam keputusan berkunjung di kalangan wisatawan milenial di jelaskan oleh daya tarik objek wisata dan fasilitas wisata. Sedangkan sisanya sebesar 30,5% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Hasil uji t digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen atau variabel bebas yang terdiri dari daya tarik objek wisata dan fasilitas wisata masing-masing mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung. Jika nilai $\text{Sig.} \leq 0,05$ maka hipotesis uji parsial diterima.

Tabel 8. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.507	1.399		2.507	.014
	Daya Tarik Wisata	.716	.120	.690	5.991	.000
	Fasilitas Wisata	.145	.101	.165	1.434	.155

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: hasil olah data, 2026

Hasil uji t pada Tabel 8 menunjukkan variabel daya wisata memiliki nilai Sig. sebesar $0,000 \leq \alpha = 0,05$ (5%). Artinya bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan variabel fasilitas wisata memiliki nilai Sig. sebesar $0,155 \geq \alpha = 0,05$ (5%). Artinya bahwa fasilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Pembahasan

Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil temuan menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di kalangan wisatawan milenial. Daya tarik wisata telah menjadi sumber motivasi untuk melakukan keputusan kunjungan. Daya tarik wisata pantai Tamborasi sebagai perpaduan antara *landscape* dan *seascape* menjadi sebuah keunikan yang tidak dimiliki di tempat wisata lainnya. Deretan tebing-tebing disekitar pantai yang ditambah dengan hijauan pepohonan disepanjang tepi pantai menyuguhkan pemandangan yang menyejukkan mata bagi siapa saja yang melihatnya.

Selain itu, keberadaan pantai pasir putih dangkal yang luas, ditambah dengan aliran sungai terpendek yang langsung berdampingan dengan garis pantai telah menyuguhkan panorama pemandangan yang indah. Perpaduan tersebut, memberikan daya tarik bagi pengunjung milenial. Pengunjung disuguhkan dua pilihan untuk berenang di air laut atau berenang di tepian sungai yang memiliki air tawar, juga dapat berenang di area keduanya. Kebiasaan pengunjung milenial untuk berswafoto, ragam pilihan yang disuguhkan dalam satu tempat wisata dapat menambah spot untuk berpoto. Sehingga menambah pengalaman yang dapat dibagikan diberbagai media sosial dikalangan milenial (Wang et al., 2022) dan memberikan pengaruh keberlanjutan pada pengunjung potensial (Bayih & Singh, 2020);(Armutcu et al., 2023).

Pengunjung dari kalangan ini, pada umumnya telah memiliki pekerjaan tetap. Sehingga untuk kegiatan wisata dapat dilakukan pada musim liburan atau akhir pekan dan pola perilaku wisata seperti ini lebih resisten terhadap perubahan biaya wisata (Bursa et al., 2022). Aktivitas wisata akan lebih terencana dengan baik sebelum kunjungan (Adamo et al., 2024) agar kegiatan wisata dapat lebih lama, efektif dan efisien (E. J. Kim et al., 2021). Keberadaan wisata Tamborasi yang berada di tepi jalan lintas provinsi dapat memudahkan akses kunjungan. Bagi pengunjung pertama kali dapat menikmati pemandangan indah sepanjang perjalanan (Diez-Gutiérrez & Babri, 2020). Selain itu, tidak memberikan rasa khawatir untuk melakukan kunjungan secara mandiri di kalangan milenial.

Daya tarik wisata perlu di jaga kelestarian dan keasliannya, serta memadukan dukungan aktivitas sosial masyarakat di sekitar tempat wisata (Flower et al., 2021);(Cerdá-Mansilla et al., 2024);(Vieira et al., 2024);(Yanan et al., 2024). Sehingga menciptakan kelestarian wisata yang dapat memberikan dampak positif secara sosial dan ekonomi. Hasil temuan ini didukung oleh hasil studi ;(Rahmadayanti & Murtadlo, 2020);(Nurbaeti et al., 2021);(Rifansyah & Sihombing, 2022);(Putra & Wulandari, 2023) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Bahkan (Torres-Moraga et al., 2024) menyebutkan daya tarik wisata alam dapat menarik minat untuk berkunjung kembali.

Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil temuan menunjukkan bahwa fasilitas wisata belum memberikan positif yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Beragam fasilitas wisata Tamborasi telah di upayakan keberadaannya. Perluasan area parkir, lapak-lapak kuliner, ruang ganti pakaian dan kamar mandi, fasilitas keamanan dan keselamatan, serta fasilitas ibadah terus ditingkatkan. Namun belum memberikan dampak positif signifikan terhadap keputusan berkunjung di kalangan milenial. Jika dicermati, ragam fasilitas yang telah ada merupakan fasilitas dasar yang hanya dapat memenuhi kebutuhan dasar dikalangan pengunjung secara umum. Sehingga dimungkinkan belum mengadaptasi kebutuhan dan keinginan pengunjung milenial.

Fasilitas wisata merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan di objek wisata, baik secara langsung maupun tidak langsung. Keberadaan fasilitas selain dapat mendukung kebutuhan pengunjung, juga dapat menjadi penunjang bagi pengelola dalam memberikan pelayanan. Sehingga dalam proses perencanaan fasilitas wisata perlu mempertimbangkan aspek proporsi, desain, penempatan, akses, pencahayaan, sirkulasi udara, aksesoris pajangan, warna, hingga pesan-pesan grafis yang dapat menstimulus respon intelektual dan respon emosional pengunjung aktual hingga pengunjung potensial.

Ketersediaan fasilitas perlu dijaga penggunaannya sesuai fungsi dan peruntukannya. Sebagai bentukantisipasi pada kebiasaan pengunjung yang tidak mendukung pada keberlanjutan wisata (Basak et al., 2021) dan rendahnya wawasan dikalangan pengujung tentang dampak interaksi manusia dan lingkungan (Cajiao et al., 2022). Sehingga bukan hanya ketersediaan fasilitas yang harus di upayakan tetapi juga penjagaan dan pemeliharaan fasilitas. Dalam hal ini pihak pengelola serta instansi terkait perlu berkolaborasi (Jotaworn & Nitivattananon, 2023) dalam upaya mitigasi keberlanjutan (Zhou et al., 2022);(Carvalhinho et al., 2024) terhadap objek wisata dan fasilitas wisata, serta mitigasi keselamatan wisata pantai (Basterretxea-Iribar et al., 2022);(Shibata et al., 2024) akibat cuaca ekstrim yang tidak terprediksi. Temuan ini mendukung hasil studi yang dilakukan (Daulay, 2020) yang menyatakan bahwa fasilitas wisata tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Senada dengan temuan (Jangra et al., 2021) yang menyatakan bahwa ketersediaan fasilitas dasar masih menjadi penghambat dalam pencapaian kepuasan wisata.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan daya tarik objek wisata dan fasilitas wisata berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial. Artinya, daya tarik wisata dan fasilitas yang terus meningkat akan dapat menaikkan intensitas keputusan berkunjung wisatawan milenial. Secara parsial, daya tarik wisata telah memberikan pengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan ketersediaan fasilitas wisata belum memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan berkunjung di kalangan wisatawan milenial.

Temuan ini memberikan informasi penting kepada pengelola dan instansi terkait untuk lebih intensif dalam memberikan perhatian kolaborasi pengelolaan objek wisata. Terutama ketersediaan fasilitas pendukung wisata yang melampaui harapan para pengunjung. Intensitas kunjungan dari kalangan milenial akan terus meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup. Sehingga ketersediaan fasilitas wisata diharapkan lebih mengadaptasi terhadap kebutuhan pengunjung milenial. Diantaranya adalah fasilitas pendukung yang dapat dijadikan objek untuk berfoto (Rosalina et al., 2019) dan ketersediaan ragam makanan atau jajanan. Sehingga, selain menawarkan keindahan panorama pantai Tamborasi juga menawarkan pengalaman wisata lainnya yang dapat diunggah di berbagai media sosial dengan foto dan *caption* yang menarik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adamo, T., Colizzi, L., Dimauro, G., Ghiani, G., & Guerriero, E. (2024). A multi-modal tourist trip planner integrating road and pedestrian networks. *Expert Systems with Applications*, 237(PB), 121457. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.121457>
- Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., Parida, S., & Ramkissoon, H. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. *Acta Psychologica*, 240(June). <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104025>
- Basak, D., Bose, A., Roy, S., Chowdhury, I. R., & Sarkar, B. C. (2021). Understanding sustainable homestay tourism as a driving factor of tourist's satisfaction through structural equation modelling: A case of Darjeeling Himalayan region, India. *Current Research in Environmental Sustainability*, 3(October), 100098. <https://doi.org/10.1016/j.crsust.2021.100098>
- Basterretxea-Iribar, I., Sotés, I., Sanchez-Beaskoetxea, J., & Maruri, M. de las M. (2022). Beach management policy analysis concerning safety flag systems in Northern Spain. *Marine Policy*, 144(July 2022). <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2022.105226>
- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9), e04839. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04839>
- Bursa, B., Mailer, M., & Axhausen, K. W. (2022). Travel behavior on vacation: transport mode choice of tourists at destinations. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 166(September), 234–261. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2022.09.018>
- Cajiao, D., Leung, Y. F., Larson, L. R., Tejedo, P., & Benayas, J. (2022). Tourists' motivations, learning, and trip satisfaction facilitate pro-environmental outcomes of the Antarctic tourist experience. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 37, 100454. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100454>
- Carvalhinho, L., Pereira, E., Durão, R., & Rosa, P. (2024). Assessment of recreational and tourist cycling routes. Case study in the West Region of Portugal. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 45(November 2023). <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100729>
- Cerdá-Mansilla, E., Tussyadiah, I., Campo, S., & Rubio, N. (2024). Smart destinations: A holistic view from researchers and managers to tourists and locals. *Tourism Management Perspectives*, 51(February). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101223>
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2022). Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(04), 1069–1079. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21858>
- Daulay, S. H. P. P. . (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.
- Dayrobi, A., & Raharjo, S. T. (2020). Pengaruh Citra, Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Obyek Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan Eling Bening Kabupaten Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 19(2), 92–106. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.92-106>
- Dewi, L. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 8(2), 214–224.
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14–22. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v15i2.16895>
- Díez-Gutiérrez, M., & Babri, S. (2020). Explanatory variables underlying the route choice decisions of tourists: The case of Geiranger Fjord in Norway. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 141(November 2019), 398–409. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.09.023>

- Faoziyah, F., Setiadi, R., & Sucipto, H. (2022). Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisata Mangrove Pandasari. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4805.
- Febrianto, I. G. A. (2021). Persepsi Dan Sikap Wisatawan Milenial Terhadap Pariwisata Di Era Covid 19. *Jurnal Kepariwisata*, 20(1), 26–34. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i1.435>
- Flower, E. K., Burns, G. L., Jones, D. N., & McBroom, J. (2021). Does the experience make a difference? Comparing tourist attitudes pre- and post-visit towards the elephant tourism industry. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 2(2), 100025. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2021.100025>
- Jangra, R., Kaushik, S. P., & Saini, S. S. (2021). An analysis of tourist's perceptions toward tourism development: Study of cold desert destination, India. *Geography and Sustainability*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.1016/j.geosus.2021.02.004>
- Jotaworn, S., & Nitivattananon, V. (2023). Multi-stakeholder synergies for enhancing environmental management of beach recreation in the eastern coast, Thailand. *Current Research in Environmental Sustainability*, 5(October 2022), 100204. <https://doi.org/10.1016/j.crsust.2022.100204>
- Juniarta, P. P., Wardana, M. A., & Saputra, K. W. A. (2022). Persepsi Wisatawan Milenial Terhadap Akomodasi Glamping di Kawasan Kintamani. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 145–152.
- Kim, E. J., Kim, Y., Jang, S., & Kim, D. K. (2021). Tourists' preference on the combination of travel modes under Mobility-as-a-Service environment. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 150(July 2020), 236–255. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.06.016>
- Kim, S., Park, E., & Xu, M. (2020). Beyond the authentic taste: The tourist experience at a food museum restaurant. *Tourism Management Perspectives*, 36(September), 100749. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100749>
- Kotler, P., & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education, Inc.
- Mahendra, N. B., & Kemala, Z. (2023). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Di Wana Wisata Batu Kuda Kabupaten Bandung (the Influence of Tourism Facilities and Prices on Tourist Visit Decision At Wana Wisata Batu Kuda in Bandung District). *Tourism Scientific Journal*, 2(April), 10–24.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Nurjaman, M., Sukomo, S., & Basari, M. A. (2023). PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Suatu Studi Pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis). *Business Management and ...*, 3, 123–131. <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/5778%0Ahttps://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/download/5778/6244>
- Poli, P. Y. C., Lopian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2023). The Effect of Tourism Attraction and Facilities on The Decision to Visit Intourist Object Kasih Kanonang Hill. *Jurnal EMBA*, 11(1), 821–832.
- Putra, G. B. P. A., & Wulandari, N. L. A. A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan. *Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 397–407. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/2501/1470>
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malina: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1149>
- Rokhayah, E. G., & 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. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Rosalina, P. D., Susanti, L. E., & Paramitha, M. W. (2019). Preferensi Wisatawan Milenial Nusantara Pada Daya Tarik Wisata Swafoto Di Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.22334/jihm.v10i1.156>
- Saputri, N. K. M. A., Negara, I. M. K., & Suardana, I. W. (2020). Preferensi Wisatawan Milenial Mancanegara Ke Badung, Bali. *Jurnal IPTA*, 8(1), 30. <https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i01.p05>
- Setiawan, A. S., & Utami, N. R. (2022). Persepsi Wisatawan Milenial terhadap Ekowisata Situ Gede Kota Bogor. *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 4(1), 103–109. <https://doi.org/10.21632/garuda.4.1.103-109>
- Shibata, M., Peden, A. E., Lawes, J. C., Wong, T. K., & Brander, R. W. (2024). What is a shore dump?:

- Exploring Australian university students' beach safety knowledge and their perceptions of Australian beach safety signage. *Safety Science*, 170(November 2023). <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2023.106366>
- Suwastawa, I. P. A., Sumerta, I. K., & Aris, K. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(1), 122–133.
- Szromek, A. R., Kruczek, Z., Walas, B., & Polok, G. (2023). The method and scope of open innovation exchange in tourist destinations – Analysis of the opinions of tourism experts from Prague and Cracow. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100005. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.02.002>
- Torres-Moraga, E., Rodriguez-Sanchez, C., Alonso-Dos-Santos, M., & Vidal, A. (2024). Tourscape role in tourist destination sustainability: A path towards revisit. *Journal of Destination Marketing and Management*, 31(February 2023), 100863. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100863>
- Vargas, E. P., de-Juan-Ripoll, C., Panadero, M. B., & Alcañiz, M. (2021). Lifestyle segmentation of tourists: the role of personality. *Heliyon*, 7(7). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07579>
- Vieira, I., Alén, E., Fernandes, D., & Rodrigues, A. P. (2024). Navigating uncertainty: The role of perceived risks in supporting sustainable tourism development in low-density territories. *Journal of Destination Marketing and Management*, 32(April). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100895>
- Wang, Z., Huang, W. J., & Liu-Lastres, B. (2022). Impact of user-generated travel posts on travel decisions: A comparative study on Weibo and Xiaohongshu. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100064. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100064>
- Yanan, L., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review. *Heliyon*, 10(4), e25627. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25627>
- Zhou, Z., Mehmood, S., Khan, A. A., Ahmad, Z., & Khan, S. (2022). Revival of sun-and-beach tourism through the lens of regulatory and risk dimensions of environmental sustainability. *Heliyon*, 8(10), e10893. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10893>