

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF ATTRACTION, FACILITIES, AND  
ACCESSIBILITY ON THE INTEREST IN RETURN VISITS TO THE HERITAGE  
TOURISM OF OLD TOWN SEMARANG**

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK, FASILITAS, DAN AKSESIBILITAS  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WISATA HERITAGE  
KOTA LAMA SEMARANG**

**Athif Khoosyi Muzakki<sup>1</sup>, Ika Listyawati<sup>2</sup>**

Universitas AKI Semarang<sup>1,2</sup>

[12121002@student.unaki.ac.id](mailto:12121002@student.unaki.ac.id)<sup>1</sup>

**ABSTRACT**

*Heritage Tourism "Kota Lama Semarang" is one of the leading destinations that offers cultural and historical attractions. This location is crowded with local and out-of-town tourists, especially on weekends and holiday seasons. To increase repeat visits, area managers need to pay attention to factors that influence tourists' return interest. The purpose of this study was to analyze the influence of attractions, facilities, and accessibility on tourists' return interest in the Heritage tourism "Kota Lama Semarang". The method used is quantitative with non-probability sampling techniques with purposive sampling to determine the sample and quota sampling to determine the minimum number of respondents, which is 100 tourists. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires directly, with measurements using a Likert scale of 1-5, from the lowest score of 1 to the highest 5. The analysis tools used include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests (partial), f-tests (simultaneous), and determination tests. The data obtained were processed using the SPSS version 26 application. The results showed that attractions, facilities, and accessibility had a positive and significant effect on return interest. Attraction is the variable that has the greatest influence, followed by accessibility and facilities.*

**Keywords:** Attraction, Facilities, Accessibility, Return Visit Interest

**ABSTRAK**

Wisata Heritage Kota Lama Semarang merupakan salah satu destinasi unggulan yang menawarkan daya tarik budaya dan sejarah. Lokasi ini ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun luar daerah, terutama pada akhir pekan dan musim liburan. Untuk meningkatkan kunjungan ulang, pengelola kawasan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di wisata Heritage Kota Lama Semarang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik non-probability sampling dengan purposive sampling untuk menentukan sampel dan quota sampling untuk menentukan jumlah minimal responden yaitu sebanyak 100 orang wisatawan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner secara langsung, dengan pengukuran menggunakan skala Likert 1–5, dari skor terendah 1 hingga tertinggi 5. Alat analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t (parsial), uji f (simultan), dan uji determinasi. Data yang diperoleh diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Daya tarik merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar, diikuti oleh aksesibilitas dan fasilitas.

**Kata Kunci:** Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, Minat Berkunjung Kembali

**PENDAHULUAN**

Sektor Pariwisata adalah salah satu sektor terbesar dan paling berpengaruh dalam perekonomian global. Pariwisata menjadi motor penggerak utama perekonomian dunia, karena mampu memberikan sejumlah

manfaat, seperti menghasilkan devisa yang signifikan bagi negara, menciptakan lapangan kerja yang luas, dan mempromosikan kebudayaan negara di tingkat internasional (Sabon et al., 2018). Sektor pariwisata di Indonesia juga menjadi salah satu

industri yang memiliki peran penting dan berpengaruh besar dalam mendukung perekonomian. Sebagai pendorong perekonomian nasional, pariwisata tidak hanya menciptakan lapangan kerja tetapi juga meningkatkan pendapatan negara melalui kunjungan wisatawan, baik domestik maupun internasional. Kontribusi pariwisata ini menjadikannya salah satu pilar utama dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan di Indonesia (Miastita et al., 2023). Pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pariwisata adalah kegiatan yang dinamis, melibatkan berbagai pihak dan banyak orang, serta memiliki dampak pada aspek ekonomi, sosial, lingkungan, dan budaya (Buchori, 2022).

Indonesia menawarkan kekayaan alam dan sejarah yang luar biasa, seperti pantai-pantai indah, pegunungan hijau, serta situs-situs peninggalan bersejarah. Keanekaragaman ini menjadikan Indonesia sebagai tujuan wisata yang unik dan menarik bagi wisatawan dari seluruh dunia (Triaji et al., 2023). Salah satu bidang pariwisata yang menarik minat pengunjung yaitu wisata warisan budaya di Indonesia yang memiliki berbagai macam sejarah yang telah memukau dunia akan keberagaman budaya yang indah dan penuh makna (Mahfudhah & Taher, 2022). Wisata warisan budaya atau sering disebut Heritage Tourism adalah jenis wisata

yang berfokus pada kawasan atau tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah tinggi serta peran penting dalam perkembangan suatu daerah. Tempat-tempat ini menjadi tujuan wisata karena keunikan dan nilai sejarahnya, yang memberikan pengunjung wawasan

tentang masa lalu dan budaya setempat (Made et al., 2021).

Pada konsep wisata warisan budaya, minat berkunjung ulang menjadi indikator penting dalam menilai kualitas dan keinginan suatu destinasi wisata. Minat adalah aspek pribadi yang terkait erat dengan sikap serta berperan penting dalam pengambilan keputusan. Minat dan sikap menjadi landasan bagi terbentuknya prasangka. Minat untuk berkunjung kembali mencerminkan perilaku sebagai respons terhadap suatu objek, yang mengindikasikan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang (Hermawan et al., 2022). Minat berkunjung ulang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas dan kembali ke destinasi yang pernah mereka kunjungi sebelumnya. Minat berkunjung ulang dapat menjadi faktor penentu bagi destinasi dalam mempertahankan jumlah wisatawan secara berkelanjutan. Susahnya menarik kembali wisatawan yang pernah datang berkunjung untuk melakukan kunjungan ulang merupakan masalah klasik yang terjadi dihampir semua objek wisata (Kumala et al., 2023). Ketertarikan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu objek wisata diperkirakan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas.

Faktor pertama menurut Miastita et al., (2023) yang mempengaruhi minat berkunjung kembali yaitu daya tarik wisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, 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. Daya tarik wisata dapat diartikan sebagai segala hal yang

menjadi tujuan liburan atau rekreasi. Hal ini mencakup aspek-aspek unik, langka, dan autentik yang memiliki ciri khas, sehingga menarik minat wisatawan untuk mengunjungi lokasi tersebut. Daya tarik dari sebuah destinasi wisata juga menjadi alasan utama yang memotivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan (Ardiansyah & Ratnawili, 2021).

Faktor kedua menurut Abdullah et al., (2024) yang mempengaruhi minat berkunjung kembali adalah fasilitas. Fasilitas wisata adalah sumber daya dalam bentuk fisik yang harus tersedia sebelum layanan dapat ditawarkan. Keberadaan fasilitas ini sangat penting dalam mendukung berbagai aktivitas wisatawan saat berkunjung atau menikmati waktu di lokasi destinasi atau objek wisata tertentu. Fasilitas yang memadai dan aman dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk kembali mengunjungi dan menikmati tempat tersebut di masa mendatang (Pratiwi & Prakosa, 2021).

Faktor ketiga menurut Novita et al., (2023) yang mempengaruhi minat berkunjung kembali yaitu aksesibilitas. Aksesibilitas menjadi elemen kunci dalam mendukung pertumbuhan industri pariwisata. Tanpa adanya akses yang memadai serta daya tarik yang sesuai, pengembangan destinasi wisata sulit untuk berjalan optimal. Faktor-faktor seperti transportasi, jarak, dan waktu sangat mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan kegiatan wisata. Aksesibilitas sendiri merupakan fasilitas yang mempermudah wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi, mencakup kemudahan dalam hal transportasi, informasi, maupun akses jalan menuju tempat wisata (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021).

Menurut Buchori, (2022) Kota Lama Semarang adalah salah satu kawasan wisata heritage di Indonesia

yang memiliki daya tarik khusus, karena menyimpan sejarah panjang sejak masa kolonial Belanda. Dikenal juga dengan sebutan "Little Netherlands" Kota Lama menampilkan arsitektur khas Belanda yang menjadi ikon pariwisata utama di Kota Semarang. Berbagai bangunan bersejarah dengan gaya arsitektur kolonial masih berdiri kokoh di kawasan ini, menjadikannya sebagai salah satu daya tarik utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. sebagai kawasan wisata heritage yang memiliki banyak nilai sejarah, sedang menjadi perhatian utama pemerintah dan komunitas wisata. Upaya peningkatan seperti merevitalisasi bangunan bersejarah, melengkapi fasilitas, dan mempermudah aksesibilitas dilakukan pemerintah supaya kawasan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Keberadaan berbagai fasilitas pendukung di kawasan ini, seperti tempat parkir, toilet umum, dan akses transportasi yang memadai, diharapkan mampu memberikan pengalaman wisata yang nyaman dan menarik bagi pengunjung. Tidak hanya itu, aksesibilitas yang baik juga memainkan peran penting, memungkinkan wisatawan mencapai dan menjelajahi kawasan Kota Lama dengan mudah.

Meskipun kawasan Kota Lama Semarang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata heritage, perkembangan sektor ini menghadapi berbagai tantangan yang membutuhkan perhatian khusus. Kawasan Kota Lama Semarang masih menghadapi beberapa kekurangan yang menjadi sumber permasalahan, termasuk adanya keluhan dari para pengunjung (Widaningsih et al., 2023). Salah satu kendala utama adalah kurang maksimalnya daya tarik objek wisata yang ada, di mana masih ada sebagian kawasan bangunannya yang kumuh dan kurang terawat setelah

dilakukan revitalisasi, dan memerlukan pemeliharaan lebih lanjut. Kondisi ini membuat beberapa bagian Kota Lama kehilangan pesonanya dan berpotensi mengurangi daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman yang otentik dan berkualitas. Selain itu, fasilitas pendukung bagi wisatawan, seperti area parkir, ruang publik yang nyaman, tempat ibadah dan fasilitas sanitasi yang memadai, sering kali tidak tersedia dalam jumlah yang cukup atau tidak memenuhi standar kenyamanan. Ketidakcukupan fasilitas ini berdampak pada pengalaman berkunjung yang kurang menyenangkan, terutama ketika kawasan ini ramai dikunjungi pada akhir pekan atau musim liburan. Keterbatasan tersebut membuat wisatawan sulit mendapatkan akses dan kenyamanan yang optimal, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kepuasan dan keinginan mereka untuk kembali berkunjung. Aksesibilitas juga menjadi isu penting yang perlu ditingkatkan di Kota Lama Semarang. Kondisi transportasi umum yang terbatas, akses masuk utama bagi kendaraan yang tidak mencukupi mengakibatkan kemacetan lalu lintas, parkir liar di tepi jalan kawasan yang seringkali menghambat akses jalan wisatawan, serta kondisi jalan yang kurang memadai di sebagian kawasan sering kali juga menghambat mobilitas wisatawan. Hal ini tidak hanya berdampak pada kenyamanan tetapi juga pada persepsi wisatawan terhadap kualitas pengelolaan destinasi ini. Dengan adanya perbaikan pada aspek daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas, diharapkan minat kunjungan wisatawan, terutama untuk kunjungan kembali, dapat meningkat secara signifikan sehingga memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal dan pelestarian warisan budaya di Kota Lama Semarang.

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di Kota Semarang (Jiwa), 2020-2023**

Jenis Wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di Kota Semarang (Jiwa)			
	2020	2021	2022	2023
Wisatawan Nusantara	3.260.303	2.663.684	5.338.233	6.478.883
Wisatawan Mancanegara	6.628	77	.918	13.992
Kota Semarang	3.266.931	2.663.761	5.343.151	6.492.875

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Semarang

Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Semarang dari tahun 2020 hingga 2023, terlihat adanya tren peningkatan yang signifikan, khususnya pada kunjungan wisatawan nusantara. Pada tahun 2020, tercatat sebanyak 3.260.303 kunjungan wisatawan nusantara ke Kota Semarang. Jumlah ini mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi 2.663.684, yang kemungkinan besar disebabkan oleh perjalanan panjang selama pandemi COVID-19. Meski begitu, ketika situasi mulai membaik, sektor pariwisata menunjukkan pemulihan yang cepat, dengan jumlah kunjungan wisatawan domestik melonjak menjadi 5.338.233 pada tahun 2022 dan terus meningkat menjadi 6.478.883 pada tahun 2023. Sementara itu, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara cenderung lebih rendah dan mengalami rahang yang lebih tajam karena adanya tindakan perjalanan internasional yang lebih ketat selama pandemi. Pada tahun 2020, tercatat 6.628 kunjungan wisatawan mancanegara, yang kemudian menurun drastis menjadi hanya 77 kunjungan pada tahun 2021. Namun, ketika perbatasan mulai dibuka kembali pada tahun 2022, terjadi peningkatan hingga 4.918 kunjungan, dan jumlah ini terus bertambah menjadi 13.992 kunjungan pada tahun 2023. Data ini mencerminkan bahwa Kota Semarang, termasuk kawasan pusaka

Kota Lama, memiliki daya tarik yang cukup kuat bagi wisatawan nusantara, dan seiring dengan pemulihan pasca-pandemi, juga mulai kembali menarik perhatian wisatawan mancanegara. Peningkatan kunjungan ini mengindikasikan bahwa Kota Lama memiliki potensi yang besar untuk terus dikembangkan sebagai destinasi unggulan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola dan pihak terkait untuk memperhatikan aspek daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas dalam kawasan ini. Upaya perbaikan pada aspek ketiga tersebut akan sangat berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk kembali berkunjung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah wisatawan tetap atau setia, mendukung ekonomi lokal, serta melestarikan warisan budaya yang ada di Kota Lama Semarang.

Terdapat penelitian terdahulu yang meneliti faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali seseorang. Penelitian oleh Miastita et al., (2023) meneliti Pengaruh Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo. Penelitian oleh Novita et al., (2023) meneliti Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun Yang Pernah Berkunjung Ke Tempat Wisata Telaga Ngebel). Penelitian oleh Ariyani et al., (2022) meneliti Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Media Promosi Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon. Penelitian oleh Abdullah et al., (2024) meneliti Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat

Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara, dan Gazzally et al., (2023) meneliti Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul Bengkok Kabupaten Banyumas.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei dan teknik *purposive sampling* kepada wisatawan yang pernah dua kali mengunjungi Kota Lama Semarang. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert (1–5) dan dianalisis menggunakan SPSS 26 untuk menguji pengaruh daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan ulang.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata heritage Kota Lama Semarang karena dinilai relevan dengan topik dan mudah diakses. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama enam bulan, dari Oktober 2024 hingga Maret 2025, mencakup penyusunan instrumen, pengumpulan data, analisis, dan pelaporan.

### Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan satu variabel dependen yaitu Minat Berkunjung Kembali (Y), dan tiga variabel independen yaitu Daya Tarik (X1), Fasilitas (X2), dan Aksesibilitas (X3). Minat berkunjung kembali mengacu pada keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi dan diwujudkan melalui sikap seperti keinginan datang kembali, berbagi pengalaman positif, merekomendasikan destinasi, dan

memberikan ulasan baik. Daya tarik mencakup atraksi wisata, kemudahan akses, dan fasilitas yang unik dan menarik. Fasilitas mencakup kelengkapan, kebersihan, kerapian, fungsi, kemudahan penggunaan, dan perlengkapan pendukung. Sementara itu, aksesibilitas mencakup lokasi yang mudah dijangkau, kelancaran transportasi, dan kondisi jalan menuju destinasi. Keempat variabel ini diukur dengan indikator yang dikembangkan berdasarkan studi terdahulu dan digunakan untuk menilai pengaruhnya terhadap minat kunjungan ulang ke kawasan wisata heritage Kota Lama Semarang.

### Populasi Dan Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi tak terbatas, yaitu seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke kawasan wisata Heritage Kota Lama Semarang, karena jumlah pastinya tidak diketahui. Sampel ditentukan melalui metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling, yang mensyaratkan responden berusia minimal 17 tahun dan telah berkunjung ke lokasi minimal dua kali. Penetapan jumlah sampel dilakukan dengan teknik quota sampling sebanyak 100 responden, yang telah memenuhi kaidah perhitungan minimal berdasarkan rumus Lemeshow ( $n = 96,4$ ) dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 10%, sehingga jumlah tersebut dinilai representatif untuk menggambarkan populasi penelitian.

### Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner berbasis Google Form yang disusun menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju", untuk mengukur persepsi responden terhadap

variabel penelitian. Kuesioner disebarluaskan kepada 100 responden yang memenuhi kriteria, yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke kawasan wisata heritage Kota Lama Semarang, guna memperoleh data yang sesuai dengan kondisi aktual dan mendukung analisis kuantitatif.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bantuan SPSS v26 untuk menguji pengaruh variabel daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali di kawasan wisata heritage Kota Lama Semarang. Analisis mencakup uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keakuratan instrumen, uji normalitas dan heteroskedastisitas untuk menguji asumsi regresi, serta uji multikolinearitas untuk menghindari hubungan antar variabel independen. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linear berganda, uji T (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi untuk mengukur kontribusi dan signifikansi masing-masing variabel terhadap minat berkunjung kembali.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

**Tabel 2. Responden Berdasarkan Kelompok Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 – 26	69	69.0	69.0	69.0
	> 26	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: data primer yang diolah, 2025*

**Tabel 3. Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 – 5	38	38.0	38.0	38.0
	6 – 10	35	35.0	35.0	73.0
	> 10	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: data primer yang diolah, 2025*

### Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan tanggapan responden terhadap tiga variabel—daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas—yang memengaruhi minat berkunjung kembali ke Wisata Heritage Kota Lama Semarang, dengan instrumen kuesioner skala Likert (1–5) untuk memperoleh gambaran data secara objektif. Maka perhitungan indeks jawaban responden dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Nilai indeks} = \frac{[(\%F1x1) + (\%F2x2) + (\%F3x3) + (\%F4x4) + (\%F5x5)]}{5}$$

Simbol F pada pengolahan data mencerminkan frekuensi responden dalam memberikan skor 1–5 terhadap pernyataan kuesioner, dari F1 (sangat tidak setuju) hingga F5 (sangat setuju). Data dianalisis menggunakan metode tiga kotak (three box method) dan skala indeks 1–100, yang dibagi menjadi empat kategori: sangat rendah (0–25), rendah (26–50), tinggi (51–75), dan sangat tinggi (76–100), untuk menginterpretasikan persepsi responden terhadap variabel Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Minat Berkunjung Kembali.

**Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tarik**

No	Indikator Variabel Daya Tarik (X1)	STS	Skor Jawaban				Nilai Indeks	Kesimpulan
			TS	N	S	SS		
1.	Atraksi wisata di Wisata Heritage Kota Lama Semarang memiliki keunikan yang menarik bagi saya	0	2	12	42	44	85,6%	Sangat Tinggi
2.	Lokasi Wisata Heritage Kota Lama Semarang mudah dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi.	3	1	18	36	42	82,6%	Sangat Tinggi
3.	Fasilitas yang ada di Wisata Heritage Kota Lama Semarang mendukung kenyamanan selama kunjungan saya.	1	3	23	41	32	80%	Sangat Tinggi
Rata – rata							82,7%	Sangat Tinggi

Sumber: data primer yang dioalah, 2025

**Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas**

No	Indikator Variabel Fasilitas (X2)	STS	Skor Jawaban				Nilai Indeks	Kesimpulan
			TS	N	S	SS		
1.	Menurut saya fasilitas yang tersedia di Wisata Heritage Kota Lama Semarang lengkap, terjaga kebersihannya, dan tertata dengan baik (toilet, tempat parkir, area istirahat, dan lainnya).	0	1	18	49	32	82,4%	Sangat Tinggi
2.	Menurut saya fasilitas di Wisata Heritage Kota Lama Semarang selalu terjaga dalam kondisi yang	0	0	28	37	35	81,4%	Sangat Tinggi

	baik dan berfungsi sesuai tujuan.								
3.	Menurut saya fasilitas yang tersedia di Wisata Heritage Kota Lama Semarang mudah diakses dan digunakan oleh semua pengunjung.	1	3	14	52	30	81,4%	Sangat Tinggi	
4.	Saya merasa bahwa jenis, jumlah, dan kemudahan penggunaan peralatan yang disediakan di wisata Heritage Kota Lama Semarang sudah memadai dan sesuai dengan kebutuhan saya selama berwisata.	1	1	21	51	26	80%	Sangat Tinggi	
Rata – rata							81,3%	Sangat Tinggi	

Sumber: data primer yang dioalah, 2025

**Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Aksesibilitas**

No	Indikator Variabel Aksesibilitas (X3)	Skor Jawaban						Nilai Indeks	Kesimpulan
		STS	TS	N	S	SS			
1.	Menurut saya lokasi Wisata Heritage Kota Lama Semarang mudah dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi.	0	1	13	37	49	86,8%	Sangat Tinggi	
2.	Menurut saya moda transportasi (umum maupun pribadi) yang tersedia di Wisata Heritage Kota Lama Semarang sudah mendukung perjalanan yang nyaman, aman, efisien, dan bebas hambatan.	2	6	19	51	22	77%	Sangat Tinggi	
3.	Menurut saya jalan menuju Wisata Heritage Kota Lama Semarang dalam kondisi baik dan mudah dilalui.	2	4	22	41	31	79%	Sangat Tinggi	
Rata – rata							80,9%	Sangat Tinggi	

Sumber: data primer yang dioalah, 2025

**Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Berkunjung Kembali**

No	Indikator Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y)	Skor Jawaban						Nilai Indeks	Kesimpulan
		STS	TS	N	S	SS			
1.	Saya berkeinginan untuk kembali mengunjungi Wisata Heritage	0	2	17	47	34	82,6%	Sangat Tinggi	

Kota Lama Semarang.								
2.	Saya bersedia membagikan pengalaman positif di Wisata Heritage Kota Lama Semarang kepada orang lain.	0	0	18	43	39	84,2%	Sangat Tinggi
3.	Saya akan merekomendasikan Wisata Heritage Kota Lama Semarang kepada orang lain.	1	0	14	54	31	82,8%	Sangat Tinggi
4.	Saya akan memberikan ulasan positif atau rating tinggi pada platform online seperti Google Review, TripAdvisor, atau media sosial untuk mendukung reputasi Wisata Heritage Kota Lama Semarang.	1	1	11	50	37	84,2%	Sangat Tinggi
Rata – rata					83,5%			Sangat Tinggi

Sumber: data primer yang dioalah, 2025

## Analisis Data

**Tabel 8. Hasil Uji Validitas**

No	Indikator	R – Hitung	R - Tabel	Keterangan
<b>Daya Tarik(X1)</b>				
1.	X <sub>1.1</sub>	0,751	0,1966	Valid
2.	X <sub>1.2</sub>	0,829	0,1966	Valid
3.	X <sub>1.3</sub>	0,751	0,1966	Valid
<b>Fasilitas(X2)</b>				
1.	X <sub>2.1</sub>	0,727	0,1966	Valid
2.	X <sub>2.2</sub>	0,777	0,1966	Valid
3.	X <sub>2.3</sub>	0,727	0,1966	Valid
4.	X <sub>2.4</sub>	0,759	0,1966	Valid
<b>Aksesibilitas(X3)</b>				
1.	X <sub>3.1</sub>	0,842	0,1966	Valid
2.	X <sub>3.2</sub>	0,857	0,1966	Valid
3.	X <sub>3.3</sub>	0,878	0,1966	Valid
<b>Minat Berkunjung Kembali(Y)</b>				
1.	Y <sub>1.1</sub>	0,718	0,1966	Valid
2.	Y <sub>1.2</sub>	0,772	0,1966	Valid
3.	Y <sub>1.3</sub>	0,743	0,1966	Valid
4.	Y <sub>1.4</sub>	0,707	0,1966	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Minat Berkunjung Kembali dinyatakan valid karena memiliki nilai r-hitung > r-

tabel (0,1966), sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

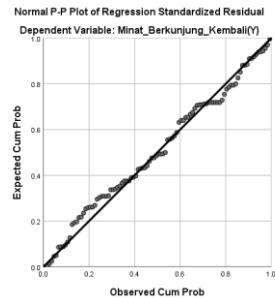
**Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standarisasi	Keterangan
1.	Daya Tarik	0,670	0,6	Reliabel
2.	Fasilitas	0,737	0,6	Reliabel
3.	Aksesibilitas	0,818	0,6	Reliabel
4.	Minat	0,715	0,6	Reliabel

Berkunjung  
Kembali

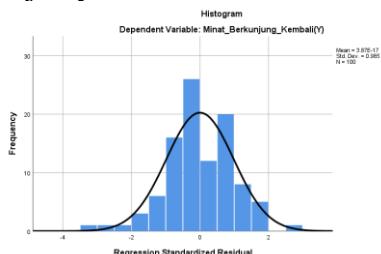
Sumber: data primer yang diolah, 2025

Seluruh variabel Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Minat Berkunjung Kembali memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel dan data dapat digunakan untuk analisis lanjutnya.



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

Hasil uji normalitas melalui diagram P-Plot menunjukkan sebaran titik mengikuti garis diagonal, yang menandakan data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi untuk analisis selanjutnya.



**Gambar 2. Histogram Uji Normalitas**

Histogram menunjukkan penyebaran data membentuk kurva lonceng simetris, menandakan data berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 10. Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual		
N	100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14600218
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.058
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi 0,200 (> 0,05), sehingga data dinyatakan berdistribusi normal dan analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

**Tabel 11. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>			Sig.	
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	
	B	Std. Error	t	
1 (Constant)	1.295	.534	2.424	.017
Daya Tarik(X1)	.004	.059	.011	.066
Fasilitas(X2)	.031	.047	.099	.661
Aksesibilitas(X3)	.080	.052	-.243	1.526

a Dependent Variable: Abs\_RES1

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji, seluruh nilai signifikansi variabel X1, X2, dan X3 > 0,05, sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			Sig.	Collinearity Statistics		Tolerance	VIF
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	t			
	B	Std. Error					
1 (Constant)	3.904	.853		4.579	.000		
Daya Tarik(X1)	.418	.094	.385	4.444	.000	.382	2.617
Fasilitas(X2)	.256	.075	.273	3.417	.001	.451	2.219
Aksesibilitas(X3)	.283	.084	.288	3.386	.001	.398	2.515

a Dependent Variable: Minat\_Berkunjung\_Kembali(Y)

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Nilai toleransi > 0,10 dan VIF < 10 untuk semua variabel independen menunjukkan bahwa tidak terjadi

multikolinearitas, sehingga data layak untuk dianalisis lebih lanjut.

### Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menganalisis pengaruh Daya Tarik (X1), Fasilitas (X2), dan Aksesibilitas (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y), dengan model persamaan yang merepresentasikan hubungan antar variabel tersebut, Rumus:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

Y = Minat Berkunjung Kembali

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = angka arah koefisien regresi

X1 = Daya Tarik

X2 = Fasilitas

X3 = Aksesibilitas

e = kesalahan standar

**Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.904	.853		4.579	.000
Daya Tarik(X1)	.418	.094	.385	4.444	.000
Fasilitas(X2)	.256	.075	.273	3.417	.001
Aksesibilitas(X3)	.283	.084	.288	3.386	.001

a. Dependent Variable: Minat\_Berkunjung\_Kembali(Y)

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh bahwa konstanta sebesar 3,904 menunjukkan bahwa tanpa pengaruh variabel bebas, Minat Berkunjung Kembali tetap naik sebesar 39,04%. Daya Tarik (X1) berpengaruh positif dengan koefisien 0,418, Fasilitas (X2) sebesar 0,256, dan

Aksesibilitas (X3) sebesar 0,283, yang semuanya menunjukkan hubungan positif terhadap Minat Berkunjung Kembali, sehingga peningkatan pada masing-masing variabel independen berpotensi meningkatkan minat tersebut secara signifikan.

**Tabel 14. Hasil Uji T (Prasial)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.904	.853		4.579	.000
Daya_Tarik(X1)	.418	.094	.385	4.444	.000
Fasilitas(X2)	.256	.075	.273	3.417	.001
Aksesibilitas(X3)	.283	.084	.288	3.386	.001

a. Dependent Variable: Minat\_Berkunjung\_Kembali(Y)

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Hasil uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu Daya Tarik (X1), Fasilitas (X2), dan Aksesibilitas (X3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y), karena

masing-masing memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  dan  $t$ -hitung  $> t$ -tabel (1,98498), sehingga hipotesis H1, H2, dan H3 terbukti.

**Tabel 15. Hasil Uji F (Simultan)**

Model	ANOVA <sup>a</sup>					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	341.371	3	113.790	84.018	.000 <sup>b</sup>	
Residual	130.019	96	1.354			

Total	471.390	99
<b>a Dependent Variable: Minat_Berkunjung_Kembali(Y)</b>		
<b>b Predictors: (Constant), Aksesibilitas(X3), Fasilitas(X2), Daya_Tarik(X1)</b>		

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti variabel Daya Tarik,

Fasilitas, dan Aksesibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.

**Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Model Summary <sup>b</sup>		Std. Error of the Estimate
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.851 <sup>a</sup>	.724	.716	1.164	
<b>a. Predictors: (Constant), Aksesibilitas(X3), Fasilitas(X2), Daya_Tarik(X1)</b>					
<b>b. Dependent Variable: Minat_Berkunjung_Kembali(Y)</b>					

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,716 menunjukkan bahwa 71,6% variasi Minat Berkunjung Kembali dapat dijelaskan oleh variabel Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas, sementara 28,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

semakin meningkat minat berkunjung kembali wisatawan, sebaliknya semakin lemah daya tarik suatu destinasi maka semakin menurun minat berkunjung kembali wisatawan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ariyani et al., (2022) yang memperoleh hasil bahwa daya tarik berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel Daya Tarik (X1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 4,444 melebihi nilai t tabel sebesar 1,98498. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, Daya Tarik (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan Daya Tarik berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap peningkatan dalam Minat Berkunjung Kembali. Maka dengan demikian  $H_1$ : Daya Tarik Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Berkunjung Kembali, Diterima. Artinya, semakin kuat daya tarik suatu destinasi maka

### 2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel Fasilitas (X2) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 0,001, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 3,417 melebihi nilai t tabel sebesar 1,98498. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, Fasilitas (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan Fasilitas berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap peningkatan dalam Minat Berkunjung Kembali. Maka dengan demikian  $H_2$ : Fasilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Berkunjung Kembali, Diterima. Artinya, semakin

baik fasilitas yang tersedia, maka minat wisatawan untuk berkunjung kembali akan meningkat. Sebaliknya, jika fasilitas yang disediakan tidak memenuhi harapan atau dalam kondisi buruk, maka minat untuk berkunjung kembali akan menurun. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Gazzally et al., (2023) yang menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

### 3. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel Aksesibilitas (X3) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 0,001, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 3,386 melebihi nilai t tabel sebesar 1,98498. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, Aksesibilitas (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan Aksesibilitas berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap peningkatan dalam Minat Berkunjung Kembali. Maka dengan demikian H3: Aksesibilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Berkunjung Kembali, Diterima. Artinya, semakin baik aksesibilitas yang disediakan, semakin tinggi minat pengunjung untuk mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut, sebaliknya, jika aksesibilitas sulit, seperti lokasi yang jauh, transportasi terbatas, atau kondisi jalan yang buruk, maka minat pengunjung untuk berkunjung kembali akan menurun. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abdullah et al., (2024) yang menunjukkan bahwa Fasilitas

berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

### 4. Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Uji simultan f maka dapat disimpulkan hasil f hitung adalah sebesar  $84.018 > 2.699$  ftabel dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali.

Uji determinasi diatas dapat disimpulkan bahwa 71,6% variasi pada variabel Minat Berkunjung Kembali dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, yaitu Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas. Sementara itu, sisanya sebesar 28,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang dianalisis dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat 28,4% pengaruh dari variabel lain di luar cakupan penelitian yang dapat menjelaskan Minat Berkunjung Kembali.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dibahas maka dapat ditarik kesimpulan terhadap penelitian Analisis Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Wisata Heritage Kota Lama Semarang sebagai berikut:

1. Daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di wisata Heritage Kota Lama Semarang.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di wisata Heritage Kota Lama Semarang.

3. Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di wisata Heritage Kota Lama Semarang.
4. Daya tarik merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap minat berkunjung kembali yaitu sebesar 0,418 (41,8%), sedangkan variabel yang memiliki pengaruh paling kecil adalah fasilitas sebesar 0,256 (25,6%), dan variabel aksesibilitas berada di urutan kedua dengan pengaruh sebesar 0,283 (28,3%).

### Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya meliputi: fokus pada penguatan daya tarik sebagai faktor dominan yang memengaruhi minat berkunjung kembali, peningkatan kualitas observasi dengan menambahkan metode wawancara, pemilihan sampel yang lebih banyak dan beragam, penambahan variabel seperti pelayanan dan keamanan agar penelitian lebih komprehensif, serta penggunaan metode pengumpulan data yang lebih variatif untuk mengatasi kendala teknologi atau jaringan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., Teniwut, R. M. K., & Susanty, I. I. D. A. R. (2024). Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.32528/sw.v7i1.1026>
- Ardiansyah, Y., & Ratnawili. (2021). Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah.
- Ariyani, R. M., Dhameria, V., & Suyitno, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 133–147. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p133-147>
- Basori, M. H., Mukaromah, & Hidayat, M. N. (2022). Efektivitas Sign System Dan Intensitas Informasi Petunjuk Arah Sebagai Media Komunikasi Visual Kota Lama Semarang The Effectiveness of the Sign System and the Intensity of Directional Information as Visual Communication Media in the Kota Lama Semarang (Vol. 04, Issue 1). <https://journal.universitasbumigor.a.ac.id/index.php/sasak/workflow/index/868/5>
- Buchori, A. (2022). DAYA TAWAR WARISAN BUDAYA KOTA LAMA SEMARANG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA MELALUI PROGRAM REVITALISASI. <https://jdih.kemdikbud.go.id/>
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Gazzally, A. U. D. A., Muntahanah, S., Masita, E. T., & Arinastuti. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Aksesibilitas, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Minat

- Berkunjung Kembali di Objek Wisata Camp Area Umbul Bengkok Kabupaten Banyumas. Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB) , 20(1). <http://mimb-unwiku.com/index.php/mimb>
- Hermawan, H., Santosa, Wijayanti, A., Nurfitriana, C. N., Saputra, A. D., & Sinangjoyo, N. J. (2022). The Significance Of Tourism Attraction And Social Media Promotion On The Interest Of Return Visit. *Tourism and Hospitality International Journal*, 18(1), 60–83.
- Made, I., Putra, A. D., Ketut, N., & Dwijendra, A. (2021). MENGEMBANGKAN HERITAGE TOURISM DI KOTA DENPASAR DENGAN MEMANFAATKAN DOKAR HIAS.
- Mahfudhah, N., & Taher, A. (2022). MASJID RAYA BAITURRAHMAN SEBAGAI WISATA SEJARAH DAN BUDAYA DI KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Pendidikan Geosfer*, VII. <https://doi.org/10.24815/jpg.v%vi%i.23348>
- Miastita, A., Hidayah, T., & Maspufah, H. (2023). ANALISIS DAYA TARIK WISATA, HARGA, PROMOSI, FASILITAS WISATA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN OBJEK WISATA JEMBER MINI ZOO. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Keuangan* (Vol. 4, Issue 1). [www.jurnal.itsm.ac.id](http://www.jurnal.itsm.ac.id)
- Kumala, D. N. T., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023). PENGARUH DAYA TARIK, AKSESIBILITAS, DAN HARGA TIKET TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun yang Pernah Berkunjung ke Tempat Wisata Telaga Ngebel). SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 5 (SIMBA).
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74. <https://doi.org/10.12928/fokus.v1i1.3851>
- Rahayu, T. P., & Liana, L. (2020). Pengaruh disiplin kerja, stress kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan (Studi pada Karyawan PT Phapros, Tbk Kota Lama Semarang). <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Widaningsih, R. R. A., Santoso, R. B., Kartika, E., & Trimati, K. E. (2023). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGUNJUNG DAN MOTIVASI BERKUNJUNG KEMBALI KE KAWASAN KOTA LAMA SEMARANG. In *Jurnal Industri Pariwisata* (Vol. 6, Issue 1).
- 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>
- Sabon, V. L., Perdana, M. T. P., Koropit, P. C. S., & Pierre, W. C. D. (2018). Strategi Peningkatan Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia Pada ASEAN Economic Community. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2).  
<https://doi.org/10.15408/ess.v8i2.5928>
- Triaji, B., Saputra, D. H., Adawiyah, R., Nurdin, M., Yaqutunnafis, L., Widyaningrum, M., Nasuhi, M., Mufida, Maydasari, E., Gafar, A., Isnawan, M. G., Madani, M., Hidayah, L., Zainudin, & Ariska, W. R. (2023). Pengembangan Destinasi Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa di Lombok Timur (Vol. 4, Issue 2).  
<https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/473>
- Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. (n.d.). LN. 2009/ No. 11, TLN NO. 4966, LL SETNEG: 40 HLM. Diakses Tanggal 4 November 2024 Dari.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009>