

Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Citra Destinasi Di Wisata Religi Makam Sunan Giri Kabupaten Gresik

Umu Afifah¹, Djoko Soelistya², Suyoto³

umuafifah7@gmail.com^{1*}, djoko_soelistya@umg.ac.id^{2*}, suyoto@umg.ac.id^{3*}

Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh Atraksi wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung yang dimediasi Citra destinasi di wisata religi makam Sunan Giri Kabupaten Gresik. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata religi makam Sunan Giri Kabupaten Gresik. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling berjumlah 180 pengunjung wisata religi makam Sunan Giri Kabupaten Gresik. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik dengan uji Analisis Outer Model, Analisis Inner Model, dan Uji Hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program perangkat lunak PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa : 1) Atraksi Wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung, 2) Amenitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung, 3) Aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung, 4) Atraksi Wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap Citra Destinasi, 5) Amenitas berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi, 6) Aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap citra destinasi, 7) Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, 8) Atraksi Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui mediasi Citra Destinasi, 9) Amenitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui Citra Destinasi, dan 10) Aksesibilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui Citra Destinasi.

Kata Kunci : Atraksi Wisata, Amenitas, Aksesibilitas, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung.

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sektor yang potensial untuk meningkatkan sektor ekonomi suatu daerah. Dimana terdapat rata-rata kenaikan wisatawan nusantara di Jawa Timur tahun 2019-2023 sebesar 23,30% (BPS, 2024). Peningkatan wisatawan nusantara khususnya Jawa Timur akan menambah pendapatan devisa daerah. Sebesar 87,2% atau sekitar 229,62 juta dari total penduduk Indonesia adalah beragama Islam (Kemenag, 2020). Fakta ini menunjukkan potensi besar untuk pengembangan wisata spiritual, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim. Salah satu destinasi terpopuler di Provinsi Jawa Timur adalah wisata religi. Wisata religi, sebagai bagian dari pariwisata halal. Adanya makam para

waliyullah merupakan hal umum di Jawa Timur dan menjadi tujuan utama para peziarah (Muharromah & Anwar, 2020).

Pertumbuhan sektor pariwisata dapat dilihat dari peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, perkembangan hotel, serta penyediaan fasilitas wisata dan akomodasi lainnya (Hia & Tarigan, 2023). Kotler (2013) menyatakan bahwa keputusan berkunjung adalah suatu titik dimana pelanggan telah memutuskan dan bersiap untuk menukar atau membeli sesuatu yang dapat berupa uang atau jaminan untuk membayar yang memberikan hak untuk memiliki atau memanfaatkan suatu barang atau jasa (Susianto et al., 2022). Untuk memenuhi kebutuhan dan layanan sebuah destinasi wisata, diperlukan dukungan dari 4A berarti : *Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary*, adalah 4 elemen utama sector pariwisata. Wisatawan akan semakin tertarik mengunjungi lokasi wisata jika seluruh persyaratan tersebut terpenuhi (Ningtiyas & Alvianna, 2021).

KAJIAN PUSTAKA

1. Atraksi Wisata

Menurut Kusmalinda dkk. (2019), atraksi merupakan produk utama suatu destinasi yang dapat mendorong pengunjung untuk berkunjung. Dalam suatu destinasi ada banyak daya tarik seperti keindahan, keunikan, alam, budaya, aktivitas dari masyarakat, dan daya tarik tercipta, seperti dijelaskan menurut Pangestuti (2019) atraksi wisata berupa *something to see*, yaitu apa yang hendak dilihat oleh wisatawan, baik berupa keindahan alam, keindahan/keunikan objek buatan manusia, dan juga berupa aktivitas yang diadakan oleh masyarakat. Serta *something to do*, merupakan aktivitas saat mengunjungi wisata (Ningtiyas & Alvianna, 2021).

2. Amenitas

Yoeti (2002) menegaskan bahwa fasilitas mencakup setiap fitur yang dibuat untuk kemudian memenuhi kebutuhan dari wisatawan, memungkinkan wisatawan untuk dengan santai melakukan aktivitas yang tersedia. Fasilitas berfungsi sebagai peningkatan daya tarik wisata utama. Kurangnya atau buruknya kualitas fasilitas di lokasi wisata dapat mengurangi minat wisatawan, sehingga menekankan pentingnya penyediaan fasilitas tersebut. Rossadi & Widayati (2018) menyatakan amenitas terdiri dari : Akomodasi; Tempat makan; Toilet; Tempat istirahat; Pusat oleh-oleh; Tempat parkir; Tempat ibadah (Susianto et al., 2022).

3. Aksesibilitas

Wanda & Pangestuti (2018) menyatakan bahwa sarana dan prasarana untuk mencapai suatu tujuan, seperti akses jalan, kenyamanan lalu lintas, dan arah jalan yang merupakan aspek penting dari destinasi disebut aksesibilitas (Ningtiyas & Alvianna, 2021). Aksesibilitas merupakan hal-hal yang berkaitan dengan kemudahan wisatawan dalam mencapai dan saat berada di destinasi, yang didukung tersedianya sarana dan prasarana, baik secara fisik ataupun non-fisik (Hermanto et al., 2022). Indikator aksesibilitas berupa Infrastruktur jalan, dimana jalan menuju tempat wisata ada dan dalam kondisi yang baik sehingga memudahkan wisatawan dalam perjalanan menuju tempat wisata dan transportasi untuk menuju wisata, hal ini akan memudahkan dalam menempuh perjalanan agar sampai ke tempat wisata (Ruray & Pratama, 2020).

4. Keputusan Berkunjung

Keputusan akan berkunjung didefinisikan proses wisatawan memilih alternatif untuk dikunjungi, dengan mempertimbangkan berbagai faktor tertentu (Nurbaeti et al., 2022). Menurut Kotler (2013), keputusan berkunjung merupakan tahap konsumen membuat pilihan dan sudah siap melakukan transaksi, yaitu pertukaran uang dengan komitmen membayar dan memperoleh hak atas suatu barang/jasa. Lima indikator berikut mewakili keputusan untuk berkunjung: Daerah Tujuan, Mode Perjalanan, Biaya dan Waktu, Agen Perjalanan, Sumber Layanan (Service Source) (Susianto et al., 2022).

5. Citra Destinasi

Foroudi et al. (2018) Kesan keseluruhan dari wisatawan pada suatu tempat dikenal dengan citra destinasinya. Hal ini menunjukkan sangat pentingnya suatu citra dari destinasi ketika memutuskan melakukan kunjungan wisata atau tidak (Rahmandanty & Surono, 2023). Kepercayaan wisatawan terhadap suatu jasa atau barang yang telah dibeli atau ingin dibelinya dikenal dengan istilah citra pariwisata (Hidayah, 2021). Hidayah (2021) menyebutkan bahwa indikator citra destinasi terdiri dari dua jenis sebagai berikut: Citra Kognitif (*Cognitive Image*) sebagai hasil opini rasional, yaitu informasi yang membuat yakin terhadap destinasi wisata. dan **citra Afektif** (*Affective Image*) disebut juga dengan penilaian emosional, adalah perasaan atau emosi yang menggambarkan mengenai sebuah destinasi wisata.

METODOLOGI

1. Metode Kuantitatif

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali fakta atau fenomena yang dapat dibuktikan melalui analisis statistik, yang memungkinkan peneliti menguji hipotesis. Metode ini sejalan dengan kaidah ilmiah, yakni konkret, terukur, objektif, rasional, dan matematis, karena menggunakan instrumen yang dapat diukur dan diuji secara valid dan reliabel (Sugiyono, 2022).

2. Desain Penelitian dan Sampel

Penelitian dilakukan di Makam Sunan Giri Kabupaten Gresik, Desa Giri, Dusun Giri Gajah, Kebomas, Kabupaten Gresik. Responden sebanyak 180 orang yang merupakan pengunjung wisata makam Sunan Giri Gresik. Besarnya sampel ditentukan dengan mengalikan indikator dengan angka rentang 5-10 (Hair et al, 2010).

3. Pengumpulan Data

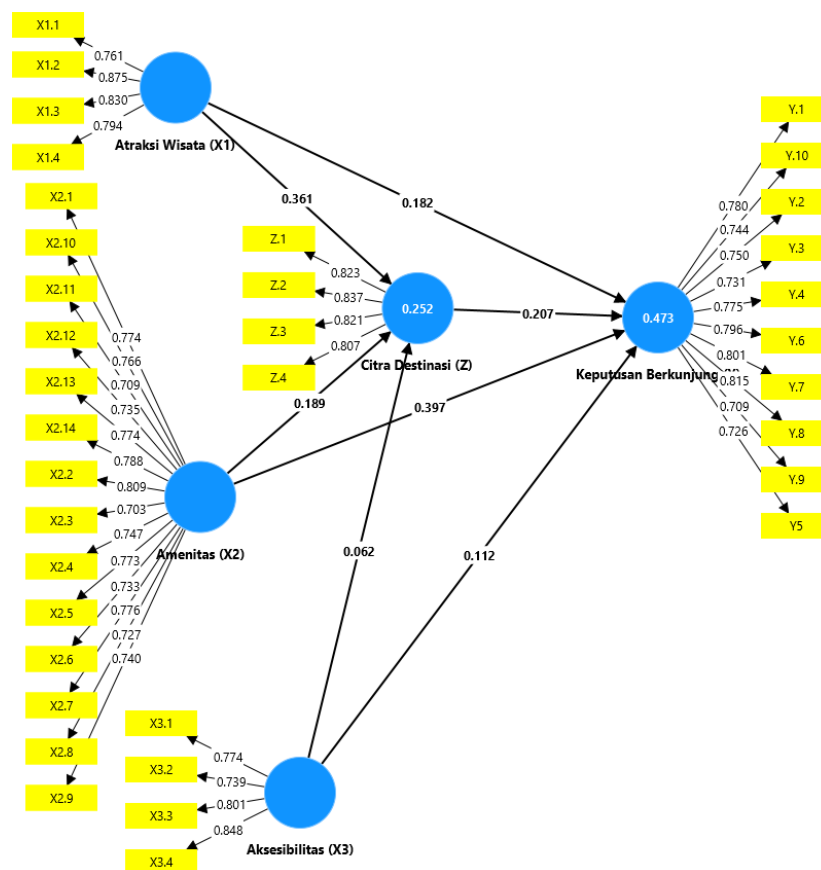
Teknik pengumpulan data dengan *random sampling*. Dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dan kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *Likert*, definisi skala *likert* adalah alat pengukuran yang mana bertujuan menilai pendapat responden terhadap suatu kejadian/ objek yang sedang dianalisis (Dewi & Sudaryanto, 2020). Metode pengumpulan data yang efektif dan efisien adalah dengan kuesioner, terutama ketika peneliti telah mengetahui jelas terkait variabel yang diukur serta informasi yang diharapkan para responden (Sugiyono, 2018).

4. Metode Analisa Data

Data diolah dengan menggunakan software PLS (Partial Least Square) atau bisa disebut SmartPLS 4.0 setelah itu diperiksa menggunakan distribusi frekuensi untuk menentukan nilai rata-ratanya. Partial Least Squares ialah metode analisis data dalam penelitian ini (PLS). PLS ialah salah satu jenis pemodelan persamaan struktural (SEM) yang menggunakan konstruksi formatif dan berbasis komponen. Partial Least Squares dapat digunakan untuk memvalidasi teori selain menjelaskan hubungan antar variabel laten. Outer model terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan juga reliabilitas sebelum dilakukan analisis. R-Square (Koefisien Determinasi), F-Square, dan effect size (f^2) kemudian diuji sebagai bagian dari uji inner model (Susianto dkk., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Outer Model



Gambar 1 : Hasil dari Uji Outer Model

Sumber : SmartPLS 4.0

1.1. Uji Validitas Konvergen

Dari Gambar 1. Dapat disimpulkan hasil pengujian *convergent validity* terhadap variabel Amenitas (X2), Atraksi Wisata (X1), Aksesibilitas (X3), Citra Destinasi (Z), dan Keputusan Berkunjung (Y) dengan model pengukuran reflektif menghasilkan nilai *loading factor* > 0,7 maka indikator variabel telah memenuhi dari *convergent validity* (Ghozali & Latan 2020). Hasil analisis tidak ada nilai *outer loading* < 0,5. Maka indikator dinyatakan valid sehingga bisa dilakukan analisa selanjutnya.

1.2. Uji Validitas Diskriminan

Tabel 1.1 Uji Validitas Diskriminan (Nilai Cross Loading)

	Aksesibilitas (X3)	Amenitas (X2)	Atraksi Wisata (X1)	Citra Destinasi (Z)	Keputusan Berkunjung (Y)
X1.1	0.309	0.433	0.761	0.277	0.429
X1.2	0.263	0.313	0.875	0.359	0.397
X1.3	0.216	0.246	0.830	0.454	0.364
X1.4	0.312	0.315	0.794	0.388	0.353
X2.1	0.460	0.774	0.241	0.297	0.459
X2.10	0.352	0.766	0.235	0.269	0.459
X2.11	0.355	0.709	0.277	0.214	0.439
X2.12	0.464	0.735	0.309	0.267	0.497
X2.13	0.434	0.774	0.244	0.209	0.432
X2.14	0.459	0.788	0.253	0.227	0.484
X2.2	0.420	0.809	0.346	0.315	0.451
X2.3	0.390	0.703	0.403	0.290	0.467
X2.4	0.363	0.747	0.372	0.353	0.495
X2.5	0.388	0.773	0.383	0.271	0.468
X2.6	0.436	0.733	0.330	0.272	0.429
X2.7	0.432	0.776	0.286	0.342	0.448
X2.8	0.435	0.727	0.216	0.250	0.450
X2.9	0.342	0.740	0.263	0.257	0.400
X3.1	0.774	0.415	0.297	0.222	0.394
X3.2	0.739	0.392	0.199	0.157	0.292
X3.3	0.801	0.463	0.245	0.240	0.294
X3.4	0.848	0.450	0.299	0.268	0.411
Y.1	0.311	0.428	0.525	0.402	0.780
Y.10	0.234	0.423	0.261	0.333	0.744
Y.2	0.306	0.434	0.534	0.419	0.750

Y.3	0.399	0.538	0.294	0.264	0.731
Y.4	0.405	0.479	0.317	0.256	0.775
Y.6	0.367	0.446	0.245	0.354	0.796
Y.7	0.330	0.492	0.371	0.375	0.801
Y.8	0.339	0.515	0.374	0.487	0.815
Y.9	0.278	0.355	0.331	0.337	0.709
Y5	0.437	0.491	0.297	0.309	0.726
Z.1	0.267	0.368	0.334	0.823	0.444
Z.2	0.207	0.294	0.495	0.837	0.415
Z.3	0.138	0.229	0.379	0.821	0.297
Z.4	0.325	0.298	0.268	0.807	0.358

Sumber : Olah data smartPLS 4

Tabel 1.1 terlihat setiap indikator variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang membentuknya, jika dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Hasil ini menunjukkan indikator yang digunakan memiliki nilai *cross loading* yang baik untuk uji validitas diskriminan, yang mendukung penyusunan variabel masing-masing. Nilai *cross loading* yang diharapkan sebaiknya $> 0,7$.

1.3. Uji Reabilitas

Tabel 1.2 Uji Reabilitas (Nilai Composite Reability)

Variabel	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Atraksi Wisata (X1)	0.835	0.888
Amenitas (X2)	0.942	0.949
Aksesibilitas (X3)	0.818	0.870
Keputusan Berkunjung (Y)	0.923	0.933
Citra Destinasi (Z)	0.851	0.893

Sumber : Olah data smartPLS 4

Dari data tabel diatas nilai dari *composite reliability* untuk seluruh variabel $> 0,7$. Sebuah konstruk dianggap reliabel jika nilai *composite reliability*-nya melebihi 0,7 (Ghozali & Latan, 2020). Hasil yang diperoleh menunjukkan setiap variabel telah memenuhi kriteria *composite reliability*, sehingga semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

2. Uji Inner Model

2.1. Uji Path Coefficient

Pengujian *path coefficient* dikategorikan berdasarkan nilai sebagai berikut: 1) Nilai lebih dari 0,67, maka kategori baik; 2) Nilai antara 0,33 hingga 0,67, kategori sedang; dan 3) jika antara 0,19 hingga 0,33, kategori lemah.

Tabel 2.1 Uji Path Coefficient

Hipotesis	Original Sampel	Keterangan
Atraksi Wisata (X1) --> Keputusan Berkunjung (Y)	0.182	Lemah
Amenitas (X2) --> Keputusan Berkunjung (Y)	0.397	Sedang
Aksesibilitas (X3) --> Keputusan Berkunjung (Y)	0.112	Lemah
Atraksi Wisata (X1) --> Citra Destinasi (Z)	0.361	Sedang
Amenitas (X2) --> Citra Destinasi (Z)	0.189	Lemah
Aksesibilitas (X3) --> Citra Destinasi (Z)	0.062	Lemah
Citra Destinasi (Z) --> Keputusan Berkunjung (Y)	0.207	Lemah

Sumber : Olah data smartPLS 4

Tabel 2.1 *path coefficient* hasilnya kategori lemah adalah pengaruh hubungan atraksi wisata pada keputusan berkunjung, adanya pengaruh hubungan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung, pengaruh hubungan amenitas pada citra destinasi, pengaruh hubungan aksesibilitas pada citra destinasi, pengaruh hubungan citra dari destinasi dengan keputusan berkunjung wisatawan. Sedangkan kategori sedang adalah pengaruh hubungan amenitas dengan keputusan berkunjung, pengaruh hubungan atraksi wisata terhadap citra destinasi.

2.2. Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit)

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka nilai R-Square adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2 Nilai R-Square

Variabel	R-square
Citra Destinasi	0.252
Keputusan Berkunjung	0.473

Sumber : Olah data smartPLS 4

Tabel diatas diketahui nilai variabel keputusan berkunjung sebesar 0,473, yang menunjukkan bahwa persentase untuk keputusan berkunjung adalah 47,3%.

Sedangkan nilai variabel citra destinasi sebesar 0,252, yang berarti persentase untuk citra destinasi adalah 25,2%. Nilai goodness of fit bisa dilihat dari nilai Q-Square, yang berfungsi setara koefisien determinasi dalam analisis regresi. Jika semakin tinggi nilai Q-Square (koefisien determinasi), semakin baik model tersebut. Berikut adalah perhitungan nilai Q-Square:

$$\begin{aligned}
 \text{Q-Square} &= 1-[(1-RY) \times (1-RZ)] \\
 &= 1-[(1-0,473) \times (1-0,252)] \\
 &= 1-(0,527 \times 0,748) \\
 &= 1-0,394196 \\
 &= 0,605804
 \end{aligned}$$

Maka nilai Q-Square yang diperoleh adalah 0,605804, yang berarti bahwa sekitar 60,58% dari keragaman dalam penelitian ini bisa dijelaskan oleh model dari penelitian. Sementara itu, sisanya senilai 39,42% dijelaskan dengan faktor-faktor lain yang berada di luar dari model penelitian. Dan nilai R-Square untuk Keputusan Berkunjung (Y) senilai 0,473 lebih besar dibandingkan dengan nilai R-Square untuk citra destinasi yang senilai 0,252. Maka model ini dapat diterima.

3. Uji pengaruh langsung

T statistik dan Nilai probabilitas adalah alat yang berguna untuk menguji hipotesis. Jika t-statistik > 1,96 maka Ha diterima sehingga H0 ditolak. Selain itu, probabilitas digunakan dalam pengujian hipotesis, dan Ha diterima jika P-Value kurang dari 0,05.. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis menggunakan *inner model* :

Tabel 3.1 Hasil Uji Pengaruh Langsung

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
1	Atraksi wisata -> Keputusan Berkunjung	0.182	2.728	0.003
2	Amenitas -> Keputusan Berkunjung	0.397	5.381	0.000
3	Aksesibilitas -> Keputusan Berkunjung	0.112	1.565	0.059
4	Atraksi wisata -> Citra Destinasi	0.361	5.213	0.000

5	Amenitas -> Citra Destinasi	0.189	2.235	0.013
6	Aksesibilitas -> Citra Destinasi	0.062	0.541	0.294
7	Citra Destinasi -> Keputusan Berkunjung	0.207	3.438	0.000

Sumber : Olah data smartPLS 4

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan 7 hipotesis bisa diterima seluruhnya.

H1 : Atraksi Wisata (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Dari Hipotesis pengaruh Atraksi Wisata (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y), secara hasil original sampelnya adalah 0,812. Nilai t statistik > 1,96 yaitu 2,728 dan secara nilai P-Value adalah 0,003 maka < 0,05 maka dapat dinyatakan Atraksi Wisata (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). maka semakin baik atraksi wisata akan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sehingga hipotesis pertama **diterima**.

H2 : Amenitas (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Pada hipotesis pengaruh Amenitas (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y), hasilnya original sample 0.397. Nilai t statistik > 1,96 sebesar 5.381 dan nilai dari P-Value adalah 0.000 maka < 0,05 sehingga dapat dinyatakan Amenitas (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Maka semakin baik amenitas akan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Maka hipotesis kedua **diterima**.

H3 : Aksesibilitas (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Pada hipotesis pengaruh Aksesibilitas (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y), hasilnya original sample 0.112. Nilai t statistik kurang dari 1,96 yaitu 1.565 dan nilai dari P-Value adalah 0.059 maka lebih dari 0,05 maka dapat dinyatakan Aksesibilitas (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Maka semakin baik aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Maka hipotesis ketiga **ditolak**.

H4 : Atraksi Wisata (X1) terhadap Citra Destinasi (Z)

Pada hipotesis pengaruh Atraksi Wisata (X1) terhadap Citra Destinasi (Z) hasilnya original sampelnya adalah 0,361. Nilai t statistik > 1,96 sebesar 5,213 dan nilai dari P-Value adalah 0.000 maka < 0,05, dapat dikatakan Atraksi Wisata (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Destinasi (Z). Maka semakin baik suatu atraksi wisata akan berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi. Sehingga hipotesis keempat **diterima**.

H5 : Amenitas (X2) terhadap Citra Destinasi (Z)

Pada hipotesis pengaruh Amenitas (X2) terhadap Citra Destinasi (Z) hasilnya original sample 0,189. Nilai t statistik > 1,96 sebesar 2,235 dan nilai dari P-Value adalah 0,013 maka < 0,05 sehingga dinyatakan Amenitas (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Destinasi (Z). Maka semakin baik amenitas maka berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi. Sehingga hipotesis kelima **diterima**.

H6 : Aksesibilitas (X3) terhadap Citra Destinasi (Z)

Pada hipotesis pengaruh Aksesibilitas (X3) terhadap Citra Destinasi (Z), hasilnya original sample 0.062. Nilai t statistik kurang dari dari 1,96 yaitu 0,541 dan nilai dari P-Value adalah 0.294 maka > 0,05 maka dapat dinyatakan Aksesibilitas (X3) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap citra destinasi (Z). Maka semakin baik aksesibilitas tidak akan berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi. Sehingga hipotesis keenam **ditolak**.

H7 : Citra Destinasi (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Pada hipotesis pengaruh Citra Destinasi (Z) terhadap Keputusan Berkunjung hasilnya original sample 0,207. Secara nilai t statistik > 1,96 sebesar 3,438 dan nilai dari P-Value adalah 0.000 maka < 0,05 maka dapat dikatakan Citra Destinasi (Z) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Maka semakin baik citra destinasi akan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Maka hipotesis ketujuh **diterima**.

4. Uji Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 4.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
8	Atraksi wisata -> Citra Destinasi -> Keputusan Berkunjung	0.075	3.148	0.001
9	Amenitas -> Citra Destinasi -> Keputusan Berkunjung	0.039	1.737	0.041
10	Aksesibilitas -> Citra Destinasi -> Keputusan Berkunjung	0.013	0.516	0.303

Sumber : Olah data smartPLS 4

H8 : Atraksi wisata (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) melalui Citra Destinasi (Z)

Pada hipotesis Atraksi Wisata (X1) terhadap Keputusan Berkunjung melalui mediasi Citra Destinasi (Z) hasilnya original sample 0,075. Dan nilai t statistik > 1,96 yaitu 3,148 dan nilai dari P-Value adalah 0.001 maka < 0,05 sehingga dapat dikatakan Atraksi

Wisata (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) melalui Citra Destinasi (Z). Sehingga hipotesis kedelapan **diterima**.

H9 : Amenitas (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) melalui Citra Destinasi (Z)

Pada hipotesis pengaruh Amenitas (X2) terhadap Keputusan Berkunjung melalui Citra Destinasi (Z) hasilnya original sample 0,039. Nilai t statistik < 1,96 sebesar 1,737 dan nilai dari P-Value adalah 0,041 maka kurang dari 0,05 maka dapat dinyatakan Amenitas (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) melalui Citra Destinasi (Z). Sehingga hipotesis kesembilan **ditolak**.

H10 : Aksesibilitas (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) melalui Citra Destinasi (Z)

Pada hipotesis pengaruh Aksesibilitas (X3) terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan melalui Citra Destinasi (Z) hasilnya original sample 0,013. Dan nilai t statistik < 1,96 yaitu 0.516 dan nilai dari P-Value adalah 0.303 maka lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan Aksesibilitas (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) melalui mediasi Citra Destinasi (Z). Sehingga hipotesis kedelapan **ditolak**.

Pembahasan

Atraksi Wisata ternyata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Artinya semakin baik atraksi wisata akan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Secara tempat untuk berdoa perlu diperbaiki secara alur masuk agar pengunjung lebih khusuk berdoa. Dan untuk kondisi pengunjung yang melihat makam utama Sunan Giri juga sudah baik dan bisa dipertahankan dan ditingkatkan secara tempatnya agar lebih tertata dan lapang. Sesuai dengan penelitian terdahulu mengungkapkan atraksi wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Budi Susianto et al. (2022) atraksi wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Elinda A. et al. (2023) juga menyatakan bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Daulay et al. (2022) mengemukakan bahwa atraksi wisata atau daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Amenitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Artinya semakin baik amenitas akan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dalam hal ini kondisi tempat makan sudah memadai sehingga harus dipertahankan namun tetap harus ditingkatkan secara estetika dan bentuk bangunan agar lebih modern. Untuk akomodasi yang ada perlu ditingkatkan secara aspek promosinya agar menjadi opsi kenyamanan kunjungan ke makam Sunan Giri. Dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa amenitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hardina & Sudarusman (2021) menyatakan bahwa amenitas berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan berkunjung. Dewi et al. (2020) amenitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, Agatha et al. (2023) menyatakan bahwa amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Maka semakin baik dari aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun dalam Secara kondisi jalan menuju makam sunan giri juga perlu diperhatikan agar tidak sampai rusak dan sebaiknya diberi pembatas jalan untuk jalan raya agar keamanan terjaga. Serta secara transportasi umum sudah baik dan bisa dipertahankan serta ditingkatkan untuk kendaraan yang dipakai dari parkir bus ke tempat wisata makam Sunan Giri. Dalam penelitian terdahulu, aksesibilitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung. Umi Nurchomariyah & Aditya Liliyan (2023) menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Muharromah & Anwar (2020) juga menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, Dewi et al. (2020) aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Atraksi Wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap Citra Destinasi. Artinya semakin baik atraksi wisata akan berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi. Secara tempat untuk berdoa perlu diperbaiki secara alur masuk agar pengunjung lebih khusuk berdoa dan tambahan buku panduan berdoa yang mendukung suasana berdoa. Dan untuk kondisi pengunjung yang melihat makam utama Sunan Giri juga sudah baik dan bisa dipertahankan dan ditingkatkan secara tempatnya agar lebih dibuatkan tambahan ornament yang mendukung suasana. Dalam penelitian terdahulu, atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi. Asiva N (2015) atraksi wisata dapat berpengaruh signifikan pada citra destinasi.

Amenitas berpengaruh signifikan pada citra destinasi. Artinya semakin baik amenities maka citra destinasi wisata juga baik. Untuk tempat makan juga harus diperhatikan ditingkatkan kenyamanannya karena tempat makan juga harus bisa disesuaikan agar lebih estetik dan modern guna memberikan perhatian khusus terhadap pengunjung yang juga banyak dari kalangan usia muda. Dan untuk informasi terkait akomodasi juga perlu ditingkatkan secara informasinya kepada pengunjung untuk opsi kunjungan yang nyaman karena bisa istirahat dan menginap kapanpun. Dalam penelitian terdahulu, amenities berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi. Asiva N (2015) menyatakan fasilitas dapat berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi. Rahmadanty & Surono (2023) amenities berpengaruh positif dan signifikan pada citra destinasi.

Aksesibilitas tidak berpengaruh yang signifikan terhadap citra destinasi. Secara transportasi umum adalah sudah baik dan harus ditingkatkan dengan penataan alur transportasi besar seperti bus harus ditata dengan baik agar tidak terjadi kemacetan. Dan dipertahankan untuk kondisi jalan dan tetap diperhatikan dengan baik secara kondisi jalan agar tetap baik dan aman. Dalam penelitian terdahulu, ditemukan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi. Asiva N (2015) aksesibilitas dapat berpengaruh signifikan pada citra destinasi. Namun, Rahmadanty & Surono (2023) menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif, tapi tidak signifikan terhadap citra destinasi.

Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Aspek citra destinasi secara fasilitas sudah memadai. Namun tetap perlu ditingkatkan agar

jumlah pengunjung juga meningkat. Dimana secara alur fasilitas bisa diberikan petunjuk yang lebih jelas dan alur masuk pengunjung dan jalan keluar bisa ditata, sehingga plot untuk tempat oleh-oleh juga bisa selaras dengan tempat makan yang ada. Dan secara aspek refreshing yang dirasakan pengunjung juga bisa ditambahkan *ornament* tampak depan bangunan dan area tangga bisa ditambahkan juga tempat duduk sehingga tidak sampai kelelahan saat melakukan aktifitas dalam area wisata religi makam Sunan Giri. Dalam penelitian terdahulu, ditemukan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Rahmadanty & Surono (2023) menyatakan citra destinasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung. Listyorini et al. (2024) juga menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh pada keputusan berkunjung. Selain itu, Prawira & Putra (2022) menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan pada keputusan berkunjung.

Atraksi Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui mediasi Citra Destinasi. Artinya adanya mediasi penuh, Sebaiknya alur masuk ke makam utama Sunan Giri juga perlu diperhatikan sehingga tidak sampai berdesakan dan mengganggu kenyamanan peziarah. Pada penelitian terdahulu, atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi citra destinasi. Rahmadanty & Surono (2023) menyatakan atraksi berpengaruh terhadap citra destinasi dan citra destinasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Amenitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui Citra Destinasi, artinya adanya mediasi parsial. Kondisi tempat makan yang sudah memadai namun tetap diperhatikan secara penataan dan bangunan tempat makan juga dibuat lebih estetik. Secara akomodasi juga bisa perbaiki untuk dilakukan promosi agar menjadi opsi dalam kunjungan dan menambah kenyamanan kunjungann khususnya yang datang dari luar daerah atau kota yang jauh. Karena dalam penelitian terdahulu menyatakan pengaruh secara signifikan citra destinasi sebagai mediasi antara amenitas dan keputusan berkunjung. Hidayah (2021) menyatakan bahwa amenitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai variabel mediasi.

Aksesibilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui mediasi Citra Destinasi, sehingga adanya mediasi parsial. Kenyamanan perjalanan saat melalui jalan menuju wisata juga harus dalam tetap dipertahankan dalam kondisi baik. Bisa ditingkatkan dengan kondisi jalan yang tidak berlubang dan lebih luas untuk kenyamanan pengunjung. Secara transportasi umum sudah banyak alternative pilihannya harus dipertahankan. Dan bisa ditingkatkan dengan penambahan kendaraan tambahan untuk perjalanan dari tempat parker bus ke pintu gerbang utama tempat wisata. Karena dalam penelitian terdahulu menyatakan citra destinasi memediasi pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung. Hidayah (2021) aksesibilitas berpengaruh secara signifikan pada keputusan berkunjung dengan citra destinasi sebagai mediasi.

KESIMPULAN

1. Atraksi Wisata ternyata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.
2. Amenitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.
3. Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.
4. Atraksi Wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap Citra Destinasi.
5. Amenitas berpengaruh signifikan pada citra destinasi.
6. Aksesibilitas tidak berpengaruh yang signifikan terhadap citra destinasi.
7. Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
8. Atraksi Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui mediasi Citra Destinasi. Artinya adanya mediasi penuh.
9. Amenitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui Citra Destinasi, artinya adanya mediasi parsial.
10. Aksesibilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui mediasi Citra Destinasi, sehingga adanya mediasi parsial.

SARAN

1) Saran Praktis :

- Pihak pengurus makam Sunan Giri sebaiknya mulai dilakukan peningkatan layanan saat pengunjung yang datang ke tempat wisata, khususnya untuk beberapa orang bisa berjaga di spot-spot wisata agar siap dalam membantu pengunjung yang membutuhkan. Dan untuk area makam utama juga bisa dikerahkan tambahan pengurus yang bisa membantu alur proses berdoa agar lebih khidmat. Dan perlu dilakukan juga iklan di media sosial agar lebih banyak orang yang mengetahui wisata religi makam Sunan Giri sehingga meningkatkan jumlah kunjungan.
- Pihak pengurus juga harus lebih memperhatikan amenities atau fasilitas yang ada, bisa diperbaiki secara tempat makan supaya lebih rapi dan didesain seperti *foodcourt* agar lebih menarik. Untuk tempat istirahat juga bisa ditambahkan tempat duduk yang lebih banyak agar lebih memadai.
- Untuk pemerintah Kabupaten Gresik khususnya dinas pariwisata harus lebih memperhatikan tempat wisata religi Sunan Giri, karena Gresik sebenarnya tidak begitu banyak jumlah tempat wisatanya, sehingga harus dioptimalkan yang sudah ada ini. Dengan alokasi anggaran untuk renovasi bangunan dan keperluan tambahan ornament dan fasilitas tambahan lainnya yang diperlukan.

2) Saran Teoritis

- Untuk penelitian selanjutnya, agar dilakukan lanjutan penelitian yang lebih mendalam dan bisa menyempurnakan temuan yang telah ada sebelumnya dengan menggunakan cara/metode yang berbeda, penambahan subjek penelitian, variabel penelitian lain, atau dengan variabel yang sama tetapi pada objek penelitian yang berbeda-beda. Khususnya untuk penelitian terkait penyebab dari penurunan pengunjung.
- Untuk peneliti selanjutnya juga perlu dikaji lebih dalam terkait aksesibilitas dimana dari hasil penelitian ini aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata religi makam Sunan Giri. Sehingga perlu adanya

pendalaman tentang aksesibilitas yang sulit sekalipun tidak menjadi penghalang pengunjung melakukan wisata religi.

- Bagi universitas, hasil studi ini bisa digunakan sebagai referensi akademik dan literasi, serta untuk acuan bagi peneliti lainnya yang akan membahas topik semacam ini yaitu tentang atraksi wisata, amenitas, aksesibilitis, keputusan berkunjung dan citra destinasi.

Referensi

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Agatha, F., Putra, Y. P., & Utami, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di objek Wisata Pantai Pasir Putih Karanggoso Kabupaten Trenggalek. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(2), 81–90. <https://doi.org/10.33752/bisei.v8i2.4041>
- Aisyah, N. (2023). Keputusan Berkunjung Wisata ke Dunia Fantasi (Dufan) Yang Dipengaruhi Oleh Fasilitas Tempat Wisata Dengan Loyalitas Sebagai Variabel Mediasi. *Portofolio Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 40–50. <http://www.jurnalprisanicendekia.com/index.php/portofolio/article/view/116>
- Ardiansyah, K., Sumar, & Nugroho, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 101–113. <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.102>
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate*. 7(2), 6.
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223. <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1478>
- BPS. (2024). <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwMSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-tujuan--perjalanan-.html>
- Daulay, S., Emrizal, & Tondang, B. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari*. 12, 21–31.
- 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>
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85–100. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/295>

- Hia, E. A., & Tarigan, J. S. (2023). Pengaruh Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Bawomataluo Nias Selatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 23132–23147.
- Hidayah, W. A. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Fasilitas, Aksesibilitas dan Kelembagaan Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening Pada Wisata Morosari Kabupaten Demak*. <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/5781>
- Lestari, A. D. (2024). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Yang Dimediasi Citra Destinasi Taman Wisata Ngrowo Bening Edu Park Kota Madiun*.
- Listyorini, H., Supriyadi, A., Wuntu, G., Kristanto, F. H., & Ardiana, A. R. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Desa Wisata Penglipuran Bali. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 6(2), 149–160. <https://journalpedia.com/1/index.php/jmd/article/view/1614>
- Madjid, N. (2022). *Pengaruh Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung saat masa pandemik covid 19 di Kawasan Malino Kabupaten Gowa*. 1–23.
- Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 152–164. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p152-164>
- Nafis, R. (2020). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 40–45.
- Poli, P. Y. C., Lapian, 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. *The Effect of Tourism Attraction and Facilities on the Decision To Visit Intourist Object Kasih*, 11(1), 821–832.
- Prawira, D., & Putra, T. (2022). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Wisata Pantai Pasir Jambak Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1178–1184.
- Prayogi, B., Dalimunthe, F. I., & Tondang, B. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Electronic Word of Mouth, Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Lubuk Kertang, Kabupaten Langkat. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 1214. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2903>
- Rahmadanty, W. M., & Surono. (2023). Pengaruh Tourist Attraction, Aksesibilitas Dan Amenitas Terhadap Citra Destinasi Untuk Meningkatkan Keputusan Berkunjung Destinasi Monumen Nasional (Monas). *Jurnal Panorama Nusantara*, 18(1), 1–17.
- Ramdan, M., Gantini, T., Mulyana, T., Dahtiar, A., & Tanjung-sari-sumedang, J. R. B. K. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Agrowisata Kebun Buah Alam Segar Ciptaharja Kabupaten Bandung Barat*.

7(September).

- 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>
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Kawasa*, 11(2), 29–38. <http://www.jurnal.ummu.ac.id/index.php/kawasa/article/view/443>
- Saway, W. V., Alvianna, S., . E., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.25078/pba.v6i1.1937>
- Suganjar, S., & Hermawati, R. (2020). Analisis Pengaruh Motivasi, Kompensasi, dan Pengembangan SDM Terhadap Kinerja Anak Buah Kapal Deck Departement Melalui Variabel Intervening Kepuasan Kerja. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 18(1), 1–13. <https://doi.org/10.33489/mibj.v18i1.225>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. ALFABETA, cv.
- Yosandri, B. E. N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor. *Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Di Lembah Tepus Bogor*, 7(Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas), 1–23.