

## PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI KAWASAN KULINER TAMAN PANDA DI KABUPATEN BIMA

Sahril Faujan<sup>1</sup>, Sri Ernawati<sup>2</sup>, Mulyadin<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, NTB

**Corresponding Author:** Sri Ernawati email: sriernawati.stiebima@gmail.com

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Minat Berkunjung, pariwisata*

*Received:*

*Revised:*

*Accepted:*

©2024 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](#).



### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Daya tarik wisata dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima. Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian Asosiatif dengan instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan skala likert. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, kusioner dan studi pustaka. Jumlah sampel sebanyak 90 orang dengan teknik analisis data menggunakan uji validitas, reabilitas, regresi berganda, koefisien, determinasi, uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik tidak berpengaruh signifikan, fasilitas berpengaruh signifikan dan secara bersama daya tarik dan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri wisata belakangan ini mendapatkan momentumnya. Hal ini terlihat dari banyaknya pembenahan lokasi dan infrastruktur wisata, peningkatan *event* atau kegiatan pariwisata di tingkat nasional, peningkatan jumlah objek atau destinasi wisata, pengembangan desa sadar wisata, dan peningkatan penawaran wisata seni dan budaya tradisional. Sempat terbengkalai dan luput dari perhatian pengunjung, kini semakin diperbaiki dan mulai terlihat menarik bagi pengunjung. Semua itu bertujuan menjadikan Kabupaten Bima sebagai daerah tujuan wisata regional, nasional, dan internasional yang berbasis pada peningkatan kualitas dalam kaitannya dengan pariwisata (Fauzan, F., 2019).

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud ke anekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Daya tarik merupakan salah satu faktor yang memotivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan pada sebuah objek wisata. Sehingga daya tarik memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih objek wisata yang akan dikunjungi (Pratama, 2021). Salah satu aspek penentu suatu keberhasilan yaitu Fasilitas. Dengan memperhatikan aspek penting fasilitas maka dalam aktivitas akan berjalan dengan lancar. Fasilitas wisata adalah semua hal yang fungsinya memenuhi kebutuhan pengunjung yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang di kunjunginya, dimana mereka dapat dengan santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. (Yoeti, 2018). Segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa bendabenda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian Fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan, memperlancar pelaksanaan suatu

usaha. (Suryo Subroto, 2017).

Salah satu objek wisata yang dapat dikunjungi yaitu wisata kuliner taman panda yang berada di Desa panda, Kecamatan Palibelo, Kabupaten Bima Dan dikembangkan pada tahun 2020 sampai sekarang oleh pemerintah kabupaten bima sehingga memiliki Penjual 61 UMKM dan diantaranya, penjual minuman Es Kelapa Muda 22 lapak kemudian Penjual Lesehan Makanan 39 lapak dan Pemerintah Kabupaten Bima juga tidak lupa menyediakan fasilitas di wisata kuliner taman panda yaitu, Uma Lengge, Musholah, Wc dan Parkir yang masih digunakan sampai sekarang. konsistensi menjaga ekosistem Wisata Kuliner Taman Panda masih menjadi tujuan utama di samping pengembangan nilai ekonomi bagi kesejahteraan masyarakat di lingkungannya, Dampak yang besar, selain menghambat laju abrasi, mendatangkan nilai ekonomi, dan pengamanan bagi keberlangsungan hidup di masyarakat Bima Desa Panda.

Dari hasil observasi awal yang dilakukan penelitian ini di temukan beberapa hal seperti, kurang di perhatikan aspek kebersihan lingkungan karna banyak sampah sisa makanan yang dibuang sembarangan, Kurangnya pengamanan yang efektif untuk resiko kejahatan bagi pengunjung karna tidak ada pos jaga dan Pelayanan dari sigi waktu buat lama sehingga banyak konsumen yang resah karna makananya belum sediahkan.

Berdasarkan permasalahan latar belakang di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Kawasan Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima”**

### **Daya Tarik**

Daya tarik wisata adalah keindahan alam seperti flora dan fauna, bentang alam, tumbuh tumbuhan, dan hasil budidaya manusia seperti monumen, museum, candi gedung bersejarah, objek wisata yang mencakup manusia serta keudayaan baik itu tari, musik tradisional serta yang lainnya (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020) Sedangkan yang dimaksud oleh Spillane, daya tarik wisata adalah sesuatu yang dapat menarik wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata.

Tjiptono (2015:68) mengemukakan bahwa Daya tarik merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua pelanggan, daya tarik pada kategori produk semakin bertambah untuk mereka, meningkatkan kemungkinan bilamana pelanggan akan mengadopsi pembaharuan dan melakukan pembelian. Menurut Basiya dan Rozak (2012:29), daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata.

Adapun indikator daya tarik menurut Apriani et al. (2020), yaitu sebagai berikut: Atraksi (Attraction) Atraksi adalah segala sesuatu yang menarik pada suatu tempat tujuan wisata untuk menarik minat pengunjung pergi ke sana. Termasuk tingkat kekhasan, 17 biaya tempat wisata, dan ketersediaan lahan, nilai objek wisata, ketersediaan lahan. Aksesibilitas (accessibility) Akses adalah kemudahan bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan ke lokasi yang dituju. Atribut fisik objek wisata, seperti aksesibilitas dengan mobil dan jarak dari jalan utama, mudah ditentukan. Jasa pendukung pariwisata (ancillary service) merupakan pelayanan yang sangat penting yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung di tempat wisata agar pengunjung betah berada di tempat tujuan wisata. Seperti fasilitas umum (warung makan, MCK), dan fasilitas pendukung (tempat ibadah, listrik, dan tempat parkir).

### **Fasilitas**

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang

memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena sesuatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud bentuk fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan di buat nyaman dan menarik (Tjiptono, 2014). Menurut Zakiah Daradjat (2017) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Menurut Tjiptono (2014) indikator fasilitas meliputi: Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut. dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.

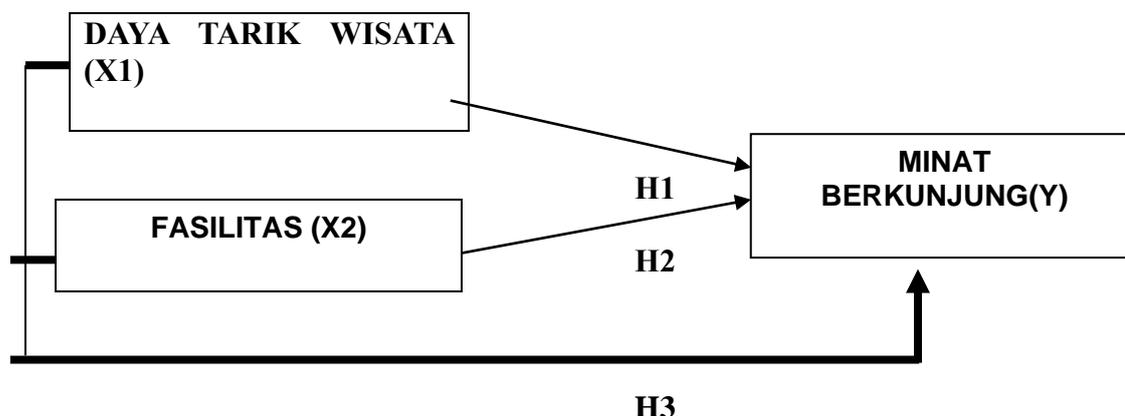
### **Minat Berkunjung**

Minat merupakan kondisi yang terjadi jika seseorang melihat ciri-ciri atau situasi yang dihubungkan dengan keinginan atau kebutuhan sendiri. Berkunjung adalah kata sifat yang memiliki arti datang atau hadir. Minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul untuk membeli produk (Agustini et al., 2022). Minat berkunjung berarti konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata. Menurut Depdikbud dimana Fitriani, Arifin and Rachmat, 2017 mengatakan minat merupakan keinginan yang tinggi yang berasal dari hati terhadap sesuatu (Sinaga et al., 2020).

Minat berkunjung wisatawan diukur berdasarkan tiga indikator menurut (Ramadoni, W., & Rumorong, N. E. 2019) diantaranya yaitu: Keaktifan wisatawan mencari informasi tentang produk Dengan kemajuan teknologi dan ketersediaan informasi online, banyak wisatawan cenderung aktif mencari informasi sebelum melakukan perjalanan. Mereka dapat menggunakan mesin pencari seperti situs web, forum wisatawan, dan media sosial untuk mendapatkan informasi tentang tujuan wisata, akomodasi, transportasi, dan aktivitas lainnya. Kemantapan untuk berkunjung Kemantapan untuk berkunjung ke tempat wisata dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah kondisi keamanan di pada destinasi tujuan. Selain itu faktor lain seperti infrastruktur yang baik, aksesibilitas yang memadai, dan fasilitas yang memadai mempengaruhi para wisatawan dalam kemantapan untuk berkunjung. Keputusan untuk berkunjung Merupakan suatu keputusan yang subjektif dan tergantung pada preferensi individu. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan ini termasuk minat pribadi, anggaran, ketersediaan waktu, rekomendasi dari orang lain, dan informasi yang tersedia tentang tempat wisata tersebut.

## Kerangka Berpikir

Gambar 1. Kerangka Pikir



- H1: Terdapat pengaruh signifikan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung wisatawan di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima.
- H2: Terdapat pengaruh signifikan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung wisatawan di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima.
- H3: Terdapat pengaruh secara Simultan Daya Tarik dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian Asosiatif yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019:65). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan skala likert. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, kusioner dan studi pustaka. Jumlah sampel sebanyak 90 orang dengan teknik analisi data menngukana uji validitas, reabilitas, regresi berganda, koefisien, determinasi, uji t dan uji f.

## PEMBAHASAN

### 1) Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Validitas

Variabel Penelitian	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan valid
Daya tarik wisata (X1)	Item 1	0,494	0,300	Valid
	Item 2	0,531	0,300	Valid
	Item 3	0,503	0,300	Valid
	Item 4	0,467	0,300	Valid
	Item 5	0,360	0,300	Valid
	Item 6	0,496	0,300	Valid
	Item 7	0,550	0,300	Valid
	Item 8	0,461	0,300	Valid
	Item 9	0,568	0,300	Valid
Fasilitas (X2)	Item 1	0,581	0,300	Valid
	Item 2	0,464	0,300	Valid
	Item 3	0,537	0,300	Valid
	Item 4	0,630	0,300	Valid
	Item 5	0,537	0,300	Valid

	Item 6	0,510	0,300	Valid
	Item 7	0,626	0,300	Valid
	Item 8	0,622	0,300	Valid
	Item 9	0,637	0,300	Valid
	Item 1	0,761	0,300	Valid
	Item 2	0,648	0,300	Valid
Minat	Item 3	0,686	0,300	Valid
berkunjung	Item 4	0,670	0,300	Valid
(Y)	Item 5	0,716	0,300	Valid
	Item 6	0,694	0,300	Valid
	Item 7	0,762	0,300	Valid
	Item 8	0,732	0,300	Valid
	Item 9	0,810	0,300	Valid

Berdasarkan table 1 diatas, hasil pengujian validitas variabel Daya tarik wisata (X1) ,fasilitas(X2) dan minat berkunjung (Y) mempunyai nilai jika item- total correlation > 0,300 maka data dinyatakan valid. pernyataan kuesioner dalam penelitian ini valid dan bisa dilanjutkan ke tahap analisis data selanjutnya.

## 2) Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Standar	Ket
Daya tarik wisata	0,607	0,600	Reliabel
Fasilitas	0,773	0,600	Reliabel
Minat berkunjung	0,872	0,600	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Hasil uji reliabilitas terhadap item pernyataan pada variabel daya tarik wisata (X1) fasilitas (X2) dan minat berkunjung (Y) dapat dinyatakan reliabel dan akurat karena nilai *cronbach's Alpha* yang didapat sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,6.

## 3) Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Nilai Regresi Berganda

Model	<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,134	6,306	2,083	,040
	Daya tarik	,262	,207	,168	,209
	Fasilitas	,376	,182	,271	,0422

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 13,134 + 0,262X_1 + 0,376X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 13,134 dapat diartikan apabila variabel daya tarik dan fasilitas dianggap nol, maka minat berkunjung akan sebesar 2.736.
- Nilai koefisien beta pada variabel daya tarik wisata sebesar 0.262 artinya setiap perubahan variabel daya tarik wisata ( $X_1$ ) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan minat berkunjung sebesar 0.262 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada variabel daya tarik wisata akan meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,262 satuan.
- Nilai koefisien beta pada variabel fasilitas sebesar 0,376 artinya setiap perubahan variabel fasilitas ( $X_2$ ) sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan perubahan minat berkunjung sebesar 0,376 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada fasilitas akan meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,376 satuan.

#### 4) Koefisien Korelasi

Tabel 4. Nilai Korelasi Berganda

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,400 <sup>a</sup>	,160	,141	5,066

a. Predictors: (Constant), Daya tarik wisata, fasilitas

b. Dependent Variable: minat berkunjung

Sumber : Olah data SPSS, 2024

Dari hasil tersebut dapat diperoleh nilai  $R$  adalah sebesar 0,400. Hasil tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara daya tarik wisata dan fasilitas terhadap minat berkunjung. Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya pengaruh itu maka dapat digunakan pedoman seperti pada tabel berikut :

Tabel 5. Pedoman Tingkat Pengaruh

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono 2016

Jadi kolerasi hubungan antara daya tarik wisata dan fasilitas terhadap minat berkunjung sebesar 0,599 berada pada interval 0,40– 0,599 dengan tingkat hubungan **Sedang**.

### 5) Uji determinasi

Jadi terdapat pengaruh antara antara daya tarik wisata dan fasilitas terhadap minat berkunjung yang besarnya pengaruh ini dapat dinyatakan secara kuantitatif dengan pengujian koefisien determinasi lalu diperoleh nilai Koefisien Determinasi (*R Square*) sebesar 0,160 atau 16,0% sedangkan sisanya 84% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti, harga, lokasi dan variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 6) Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh antara tiap variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga menjawab hipotesis dalam penelitian.

Tabel 6. Nilai Uji t (parsial)

Coefficients <sup>a</sup>		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficient	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	13,134	6,305		2,083	,040		
1	Daya tarik wisata	,262	,207	,166	1,267	,209	,564	1,773
	Fasilitas	,376	,182	,271	2,069	,042	,564	1,773

a. Dependent Variable: minat berkunjung

**H1** :Daya tarik wisata Berpengaruh Signifikan Terhadap minat berkunjung di wisata kuliner taman panda Kabupaten Bima.

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 1,267 dengan nilai t tabel sebesar 1,682 ( $1,267 < 1,682$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,209 lebih besar dari 0,05 ( $0,209 > 0,05$ ), maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “daya tarik wisata Berpengaruh Signifikan Terhadap minat berkunjung di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima” **Di tolak**.

Penelitian ini sama seperti penelitian yang dilakukan oleh (sumiyarsih sumiyarsih & anggaran budi prihatnawan 2024) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Ernawati (2021) yang menyatakan bahwa Daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di kawasan Amahami.

**H2** : Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap minat berkunjung di wisata kuliner taman panda Kabupaten Bima.

Hasil statistik uji t untuk variabel fasilitas diperoleh nilai thitung sebesar 2,905 dengan nilai ttabel sebesar 1,662 ( $2,905 > 1,662$ ) dengan nilai signifikansi

sebesar 0,042 lebih besar dari 0,05 ( $0,042 < 0,05$ ) maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan minat berkunjung di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima” **Diterima**.

Penelitian ini sama seperti penelitian yang dilakukan oleh (Sihaloko,2024) fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung pada tempat wisata Sibeabea simosir. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Riva Somantri & Oda I.B Haryanto (2015) yang menyatakan bahwa Fasilitas Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Di Taman Hutang Raya Ir.H. Dijuanda.

## 7) Uji F (Simultan)

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	425,163	2	212,581	8,284	,001 <sup>b</sup>
	Residual	2232,437	87	25,660		
	Total	2657,600	89			

a. Dependent Variable: minat berkunjung

b. Predictors: (Constant), Daya tarik wisata, fasilitas

**H3** :Daya tariik wisatadan fasilitasBerpengaruh secara simultan Terhadap minat berkunjung di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Kabupaten Bima

Penelitian ini sama seperti penelitian yang dilakukan oleh (Fanny s siburin, 2024) yang menyatakan bahwa daya tarik dan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung pada “*Destinasi wisata Geosite pinsur*” . Penelitian ini di dukung pula dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yan Adimayu & Sri Ernawati (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung pada Pantai Lawata Kota Bima.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan menjelaskan bahwa daya tarik wisata (X1) Tidak berpengaruh minat berkunjung di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan menjelaskan bahwa fasilitas (X2) berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan menjelaskan bahwa Daya tarik wisata (X1) dan fasilitas (X2) berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung (Y) wisatawan di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima.

## SARAN

Dari hasil penelitian di atas daya tarik wisata merupakan faktor paling dominan mempengaruhi minat berkunjung ulang, maka bagi pengolah wisata kuliner taman panda di sarankan agar lebih memperhatikan serta meningkatkan daya tarik wisata,

meningkatkan kenyamanan wisatawan dengan fasilitas yang disediakan, atau dapat juga dengan memposting di media sosial daya tarik yang ada di wisata ini dengan membuat konten spot selfi dan luas taman wisata yang ada di wisata kuliner taman panda, dengan kepercayaan yang dapat menimbulkan kesan yang bagus sehingga para wisatawan mau menyebar informasi yang positif tentang wisata kepada pengunjung untuk melakukan kunjung ulang di Kawasan Wisata Kuliner Taman Panda Di Kabupaten Bima

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada objek wisata kuliner taman panda, maka disarankan untuk menggunakan atau menambahkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, N. L., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. (2020). *Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan Pegringsingan, Kabupaten Karangasem. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol.12: No1(ISSN : 2599-1426), 97–106.
- Agustini, T., Bintarti, S., & Nurpatricia, E. (2022). *Data Pengunjung Situ Rawa Gede. Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146–156.
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, Vol. 11, No. 2, 1-12. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1715>. Diakses pada 24 November 2022.
- Ernawati, S. (2021). Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di kawasan Amahami kota Bima. *Insight Management Journal*, 1(2), 50-54.
- Fauzan, F.(2019). *Analisis Potensi Sektor Pariwisata Di Kota Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat Periode (NTB)*. Skripsi. Uin Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Fanny S Siburin (2024). *pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung pada destinasi geosite pinsu*
- Ghozali, (2016) *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM APSS 23. Edisi 8. Semarang : badan penerbitan Universita Diponogoro.*
- Putri Riva Somantri & Oda I.B Haryanto (2015) *yang menyatakan bahwa Fasilitas Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Di Taman Hutang Raya Ir.H. Dijuanda.*
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). *Pengaruh daya tarik dan E-WOM terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. Management and Business Review*, 5(2). <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5867>.
- Putra, R. E., Busari, A., & Kustiawan, A. (2020). *Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Kutai Kartanegara. Jurnal Ilmu Ekonomi*,
- Ramadoni, W., & Rumorong, N. E.(2019). *Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Harga Terhadap Minat Beli Wisatawan ke Yogyakarta (Studi Kasus Pada Wisatawan yang Menggunakan Jasa Pada CV Hosanna Global Partner). Jurnal Eksekutif*, 16(2), 279-294.
- 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. Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136. Sari, F. N., & Mulyani2, I. D. (2021).
- Sumiyarsih Sumiyarsih & Anggaran Budi Prihatnawan,(2024). *Pengaruh daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat berkunjung wisatawan( STUDI PADA DESA WISATA DI KAWASAN BALKONDES BOROBUDUR).*
- Sugiono.(2019). *Metode penelitian kuantitati, kualitatif & RND Bandung. Alfabeta.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabeta.*
- Sihaloko,(2024). *pengaruh persepsi harga dan fasilitas terhadap minat berkaunjung pada tempat wisata sibe-bea samosir.*

- Sinaga, O. S., Candra, V., & Putri, D. E. (2020). Peran Fasilitas Dan Harga Untuk Mendorong Minat Berkunjung Dalam Situasi Covid 19 ( Studi Pada Taman Hewan Kota Pematangsiantar ). Jurnal Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi, September, 431–438.
- Tjiptono, Fandi. (2014). *Pemasaran Strategik, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Uma dan Bougie, Roger. 2017. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley.
- Yan Adimayu & Sri Ernawati (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung pada Pantai Lawata Kota Bima.