

Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Berkunjung di Wisata: Literature Review (*The Influence of Location on Interest in Visiting Tourism: Literature Review*)

Rischa Afifatin Nasqa¹, Didit Darmawan²

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sunan Giri Surabaya

² Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sunan Giri Surabaya

e-mail: rizqaafifatinnasqa@gmail.com

Abstract

This literature study analyzes the relationship between location and people's interest in visiting tourist attractions. The methodology of this research is qualitative using a literature study approach that aims to determine the location of the interest in visiting tourism. Literature studies include theoretical analysis, bibliographic references and various scientific literature on culture, values, and norms related to tourism activities that are the focus of this study. The results of the study revealed that location plays a very important role in influencing a person's interest in visiting, especially among tourists. This is reflected in the increasing number of tourists that continues to increase over time, which can ultimately be used to optimize the development of regional potential. This study aims to understand the extent to which location influences tourists' interest in visiting. And it is hoped that this can be a consideration for tourism managers. Because the better the location of the tour itself, the better the interest of a person to visit the tour.

Keywords : Location, Interested In Visiting, Tour

Abstrak

Studi literatur ini menganalisis hubungan antara lokasi dan minat masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata. Metodologi penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi literatur yang bertujuan untuk mengetahui lokasi terhadap minat berkunjung di wisata. Studi literatur meliputi analisis teoritis, rujukan bibliografi dan berbagai literatur ilmiah tentang budaya, nilai, dan norma terkait kegiatan kepariwisataan yang menjadi fokus penelitian ini. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa lokasi memainkan peran yang sangat penting dalam memengaruhi minat seseorang untuk berkunjung, terutama di kalangan para wisatawan. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah wisatawan yang terus meningkat seiring berjalannya waktu, yang pada akhirnya dapat digunakan untuk mengoptimalkan pengembangan potensi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana lokasi mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung. Dan diharapkan ini bisa menjadi pertimbangan bagi para pengelola wisata. Karena semakin baik lokasi dari wisata itu sendiri, maka akan semakin baik pula minat seseorang untuk mengunjungi wisata.

Kata Kunci : Lokasi, Minat Berkunjung, Wisata

1. PENDAHULUAN

Sebagai negara kepulauan dengan ribuan pulau, Indonesia memiliki keindahan alam yang beragam dan budaya yang kaya dan menakjubkan. Keberagaman ini menjadikan pariwisata ini telah berkembang menjadi salah satu sektor ekonomi nasional yang paling penting (Khairi & Darmawan, 2021). Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang kaya, sehingga menjadi sektor ekonomi yang penting dalam menghasilkan devisa bagi negara (Tania & Sinambela, 2022). Banyak tempat wisata di Indonesia yang sangat diakui tidak hanya oleh penduduk lokal tetapi juga di tingkat internasional (Fajrin *et al.*, 2021). Terdapat begitu banyak destinasi wisata di Indonesia yang telah dikenal secara global (Darmawan *et al.*, 2021). Tidak mengherankan jika hampir setiap daerah di nusantara ini memiliki objek wisata yang menarik (Pradana & Mahendra, 2021).

Hal ini terlihat jelas dari peningkatan jumlah wisatawan yang datang silih berganti, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Banyak dari mereka mengunjungi Indonesia untuk berlibur dan

bertualang, menikmati keindahan alam dan keragaman budaya yang ditawarkan negara ini. Pada tingkat lokal, sektor pariwisata diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah. Pendapatan tersebut selanjutnya dapat digunakan untuk mengembangkan potensi lainnya, yang pada gilirannya akan mendorong pembangunan daerah yang lebih baik (Purba & Simarmata, 2018). Maka dari itu, Pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan memegang peranan penting dalam memastikan bahwa sumber daya alam dan budaya Indonesia dapat dinikmati oleh generasi mendatang.

Sektor pariwisata memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan wilayah (Bakti et al., 2024). Di era pemerintahan lokal, sektor pariwisata memainkan peran penting dalam ekonomi lokal. Sektor ini memiliki efek multiplier yang signifikan terhadap industri-industri lain yang mendukung dan terkait dengan pariwisata (Isabella & Sari, 2023). Ketika sektor pariwisata berkembang dengan sangat baik, ia akan memberikan dorongan yang positif bagi berbagai industri lainnya, seperti industri penginapan, restoran, kerajinan, transportasi, dan berbagai sektor lain yang saling berkaitan (Darmawan *et al.*, 2021). Dalam mengembangkan sebuah destinasi wisata, diperlukan baik biaya maupun keberanian untuk berinvestasi.

Oleh karena itu, pengelola harus memiliki kemampuan untuk membaca peluang dan memahami prospek wisata dengan baik. Dengan demikian, investasi yang dilakukan bisa berjalan dan mencapai hasil yang diinginkan (Windhiyastiti *et al.*, 2019). Menurut Damanik dan Weber (2006), pariwisata dapat didefinisikan sebagai fenomena kompleks yang melibatkan pergerakan manusia, barang, dan jasa. Daya tarik wisata, di sisi lain, adalah elemen yang memikat perhatian dan memberikan pengalaman yang menyenangkan, sehingga dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali di wisata tersebut (Isnaini *et al.*, 2024). Pengembangan daya tarik wisata termasuk salah satu aspek yang sangat penting dan perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah daerah. Kerja sama dan dukungan antara pemerintah dengan masyarakat juga sangat penting untuk mencapai keinginan sektor pariwisata.

Minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke suatu destinasi sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan kepuasan yang dirasakan selama kunjungan sebelumnya. Kepuasan tersebut akan menciptakan keinginan untuk mengulangi pengalaman serupa di masa depan (Mardikaningsih *et al.*, 2023). Minat adalah sebuah keputusan pribadi yang erat kaitannya dengan sikap. Di dalam hal ini, minat dan sikap berfungsi sebagai fondasi yang membentuk prasangka dalam proses pengambilan Keputusan (Mardikaningsih & Putra, 2021). Minat untuk kembali berkunjung adalah sebuah kondisi mental yang mencerminkan keinginan seseorang untuk melakukan berbagai tindakan pada jangka waktu tertentu (Hidayatullah *et al.*, 2020). Menurut Kotler dan Keller (2016) Dalam konteks ini, kita dapat menganggap bahwa minat beli konsumen serupa dengan minat kunjung para wisatawan.

Meskipun belum mempunyai teori khusus yang mengatakan secara mendalam tentang keputusan dan minat untuk berkunjung, teori yang diajukan oleh Kotler *et al.*, (1995) menunjukkan bahwa minat kunjungan sebanding dengan minat beli, yang dapat diukur melalui indikator yang sama. Baik dari konsumen maupun wisatawan memiliki sejumlah pertimbangan untuk menentukan pilihan mereka, mirip dengan proses yang terjadi sebelum melakukan suatu pembelian (Surya, 2023). Dalam proses seleksi ini, ada satu aspek penting yang memungkinkan calon pembeli maupun wisatawan untuk mendefinisikan tujuan dari pilihan yang ada dalam pikiran mereka (Iskandar dan Darmawan, 2003). Dorongan yang kuat dan motivasi untuk membuat pilihan ini disebut sebagai minat (Putra *et al.*, 2021). Pada akhirnya, minat ini dapat menjadi modal penting bagi keberlanjutan kunjungan wisatawan ke suatu destinasi.

Lokasi menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan daya tarik sebuah destinasi wisata bagi pengunjung. Keberadaan lokasi yang strategis dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan bagi pengelola destinasi wisata (Mardikaningsih & Darmawan, 2021). Putra *et al.*, (2022) Lokasi dapat didefinisikan sebagai struktur fisik suatu perusahaan yang merupakan faktor penting yang erat kaitannya dengan terbentuknya citra perusahaan. Penempatan lokasi usaha dan aktivitas yang dilakukan untuk menyediakan saluran pelayanan bagi konsumen berperan penting dalam hal ini. Sebuah lokasi yang mudah diakses tentunya memiliki poin tambah bagi para wisatawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan keinginan mereka untuk berkunjung Kembali (Arifin *et al.*, 2023).

Menurut Prasetyo (2024), lokasi merujuk pada tempat di mana aktivitas bisnis dilakukan. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi apakah sebuah lokasi menarik untuk dikunjungi termasuk aksesibilitas, kondisi lalu lintas, tingkat keterlihatan, fasilitas yang tersedia, dan kondisi lingkungan sekitar. Dalam konteks objek wisata, lokasi idealnya Terdapat akses yang mudah melalui kendaraan, dilengkapi petunjuk arah yang jelas, serta menawarkan fasilitas yang bagus. Selain itu, lingkungan di sekitarnya sangat menunjang perkembangan industri pariwisata (Tania & Sinambela, 2022). Dengan pemilihan lokasi yang tepat, Destinasi wisata berpotensi menarik lebih banyak wisatawan dan menghadirkan kenyamanan serta kesan yang baik bagi para wisatawan. Hal ini kemudian akan berkontribusi terhadap keberhasilan dan keberlanjutan pariwisata di daerah tersebut.

Lokasi sebuah objek wisata tidak hanya mempengaruhi jumlah pengunjung, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang pada citra destinasi tersebut. Jika lokasi yang strategis dan akses yang mudah, daya tarik suatu tempat wisata dapat meningkat signifikan di mata wisatawan. Secara keseluruhan, pengaruh lokasi terhadap minat berkunjung merupakan faktor yang sangat kompleks, tetapi juga sangat berpengaruh terhadap wisatawan. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memahami pengaruh lokasi terhadap minat berkunjung wisata. Dalam penelitian ini diharapkan agar bisa memberikan wawasan yang mendalam serta memberikan pemahaman kepada wisatawan tentang pengaruh lokasi terhadap minat berkunjung, terutama bagi pengelola wisata. Diharapkan bahwa ini dapat memberikan masukan yang berharga dan menjadi pertimbangan bagi para pengelola wisata. Jika suatu objek wisata letak lokasi nya strategis dan mudah untuk diakses, ini nanti nya akan menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan yang berencana untuk mengunjunginya. Dengan memahami pentingnya faktor lokasi, pengelola wisata dapat membuat perbaikan dan penyesuaian agar destinasi mereka lebih menarik bagi wisatawan. Hal ini diharapkan dapat mendukung peningkatan kunjungan dan keberlanjutan pariwisata di wilayah tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan tinjauan literatur. Tinjauan pustaka ini mencakup kajian teoritis, referensi, dan berbagai sumber ilmiah yang erat kaitannya dengan budaya, nilai, dan norma yang menjadi fokus kajian (Darmawan, 2009). Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan berasal dari berbagai artikel, jurnal, dan website. Sumber-sumber tersebut digunakan berdasarkan relevansinya dengan topik penelitian serta kualitasnya dan kesesuaiannya dengan kerangka teori yang diterapkan (Darmawan, 2006). Penelitian ini berfokus pada dua variabel utama.

Lokasi sebagai variabel bebas dan minat berkunjung sebagai variabel terikat. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metodologi kualitatif deskriptif untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel. Kami akan memberikan kontribusi ilmiah terhadap pembuatan kebijakan di sektor pariwisata. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat menyajikan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai sektor pariwisata. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh lokasi, para pemangku kepentingan diharapkan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk membangkitkan minat untuk berkunjung. Lebih jauh lagi, temuan penelitian ini dapat menjadi landasan yang kuat untuk penelitian lebih lanjut dan komprehensif dalam bidang pariwisata.

Minat berkunjung wisatawan diukur melalui empat indikator, yaitu minat untuk mencari informasi dan mempertimbangkan kunjungan, serta berkeinginan untuk segera mengunjungi lokasi tersebut (Schiffman & Kanuk, 2007). Indikator untuk mengukur lokasi menurut Tzeng *et al.*, (2002) yaitu 1) ekonomi; 2) transportasi; 3) kompetensi; 4) kawasan komersial; dan 5) lingkungan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks perkembangan industri pariwisata, mencari lokasi yang ideal termasuk salah satu faktor utama dalam menarik perhatian wisatawan. Pengaruh lokasi terhadap minat berkunjung di wisata merupakan topik yang sangat menarik, karena pariwisata merupakan industri yang mampu menawarkan peluang besar bagi negara-negara berkembang (Khairi & Darmawan, 2021). Pariwisata juga dapat menciptakan lapangan kerja, memperkuat ekonomi lokal, dan membantu

melestarikan lingkungan alam (Halizah & Darmawan, 2023). Oleh karena itu, pembahasan tentang wisata merupakan wawasan yang berharga bagi wisatawan (Sinambela, 2021).

Beberapa penelitian sebelumnya telah diidentifikasi sebagai fokus utama dalam penelitian ini. Dengan mengkaji pengaruh lokasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat untuk mengembangkan destinasi wisata yang lebih menarik. Selain itu, hasil dari studi ini diharapkan dapat memicu penelitian lebih lanjut dalam bidang tersebut. memahami dinamika industri pariwisata. Penelusuran di Google Scholar menghasilkan sebanyak 10 karya tulis ilmiah yang relevan dengan topik penelitian ini.

1. Dian Meliantari dan Ari Apriani (2023)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh harga, lokasi dan word of mouth terhadap minat berkunjung ke Desa Cipeukan, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor. Tempat wisata ini tidak hanya memanfaatkan aliran sungai sebagai objek wisata tetapi juga sebagai inisiatif untuk membersihkan sungai dari sampah dan menjaga lingkungan. Dengan melibatkan masyarakat setempat, wisata ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan warga yang mengelola usaha kuliner di lokasi tersebut. Namun, meski menyediakan berbagai fasilitas, kunjungan wisatawan masih terbilang rendah. Salah satu strategi untuk menarik lebih banyak pengunjung adalah dengan menawarkan tiket masuk yang relatif terjangkau. Aksesibilitas yang baik, karena kemudahan dalam menemukan lokasi yang dekat dengan jalan raya utama, juga memberikan nilai tambah bagi destinasi ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 80 responden melalui kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga individu tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berkunjung ke Kampung Cibarengkok. Namun, lokasi dan word of mouth destinasi terbukti memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap niat pengunjung. Secara keseluruhan, harga, lokasi dan ulasan secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mengunjungi Kampung Cibarengkok.

2. Anna Apriana Hidayanti dan Lalu Mashudi (2020)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi Pengaruh e-word of mouth, daya tarik dan lokasi terhadap minat masyarakat berkunjung ke Desa Tetebatu, Lombok Timur. Target populasi penelitian ini meliputi seluruh pengunjung Desa Tetebatu. Sampel terdiri dari 40 responden. Data untuk penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner dan analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung ke Desa Tetebatu. Secara khusus, promosi dari mulut ke mulut secara elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat wisatawan, yang pada gilirannya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya tarik. Namun, ditemukan bahwa variabel lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung.

3. Awal Awaluddin dan Intisari Haryanti (2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap minat pengunjung untuk datang ke Water Boom Arema Raya di Kota Bima. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif melalui metode survei, dan tergolong dalam kategori penelitian asosiatif. Populasi yang diteliti adalah konsumen yang pernah mengunjungi Water Boom Arema Raya, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan instrumen berupa angket. skala likert. Analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda, uji korelasi, uji determinasi, uji analisis parsial dengan uji t dan uji f. Untuk menguji pengaruh antar variabel menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung, lokasi berpengaruh terhadap minat berkunjung, sedangkan fasilitas dan lokasi secara bersama-sama mempengaruhi minat berkunjung.

4. Excel H Bolang, Lisbeth Mananeke, dan Debry Ch A Lintong (2021)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh E-WOM, lokasi dan harga tiket terhadap minat berkunjung wisatawan pada Makatete Hill's Desa Warembungan. Populasi

dalam penelitian ini berjumlah 60.294 orang, dengan menggunakan teknik non probability sampling dan formula Slovin, sampel penelitian ini berjumlah 125 responden tetapi yang kembali hanya 100 orang responden. Analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinan, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, E-WOM, lokasi dan harga tiket berpengaruh terhadap minat berkunjung, secara parsial E-WOM, lokasi dan harga tiket juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Berdasarkan uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi, diketahui bahwa E-WOM, lokasi dan harga tiket memiliki terhadap minat berkunjung wisatawan dan masuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat. Dari hasil penelitian Makatete Hill's Desa Warembungan, hendaknya dapat mengembangkan tempat wisata ini melalui media sosial (Facebook, Instagram, Youtube), memperluas area objek wisata, meningkatkan kemudahan akses menuju area objek wisata, meningkatkan kesan aman dan nyaman wisatawan yang berkunjung, mempertahankan kebijakan harga serta mengembangkan fasilitas-fasilitas di Makatete Hill's agar dapat meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan lebih optimal lagi.

5. Wahyu Sucipto (2020)

Pengaruh e-promotion, daya tarik wisata dan lokasi terhadap minat berkunjung studi pada cafe laut semare kecamatan kraton kabupaten pasuruan. Cafe laut semare adalah tempat kuliner yang bartemakan pesisir pantai dan juga sebagai tempat rekreasi yang menyajikan pemandangan tepi pantai yang sejuk dan memandang hamparan pohon mangrove yang terletak di Desa Semare kecamatan Kraton kabupaten Pasuruan yang di resmikan pada tanggal 6 agustus 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara variable variable yang diteliti dalam penelitian. Variable tersebut antara lain e-promotion, daya tarik wisata dan lokasi terhadap minat berkunjung, jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah pengunjung cafe laut semare dan orang yang pernah datang ke cafe laut semare dengan menggunakan proses penyebaran kuisioner sebanya 116 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda di SPSS 22. Berdasarkan hasil Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa tidak hanya promosi elektronik tetapi juga daya tarik dan lokasi wisata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan.

6. Helmiyatun Naimah, Rois Arifin, dan Siti Asiyah (2020)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh merek citra, promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan harga pada minat mengunjungi studi kasus Café Sawah Desa Pujon Kidul Malang Daerah. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Kafe Sawah dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 83 sampel dengan metode *Accidental Sampling*. Itu Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, lokasi, dan harga berpengaruh signifikan mempengaruhi minat berkunjung, sedangkan variabel promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

7. Fatmawaty (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung pada Pantai Parai Tenggiri Sungailiat Bangka. Populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan Tour and Travel di area Yogyakarta Pusat. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk memahami dan menganalisis hal itu adalah menggunakan metode kuantitatif pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Variabel dalam penelitian ini adalah produk wisata, harga dan lokasi sebagai variabel bebas, dan minat berkunjung sebagai variabel terikat. Analisis data menggunakan metode analisis regresi liner berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk wisata, harga dan lokasi berpengaruh terhadap minat berkunjung Pantai Parai Tenggiri Sungailiat Bangka.

8. Fanata Andriyani dan Triyanto (2019)

Penelitian ini untuk bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap minat berkunjung wisatawan ke taman satwa taru jurug Surakarta. Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata Taman Satwa Taru Jurug yang terletak

di tepian sungai Bengawan Solo, sekitar 10 km dari Pusat Kota Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang berkunjung di Taman Satwa Taru Jurug selama bulan Juni-Sepetember 2016 sebanyak 130.000 pengunjung. Sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik purposive sampling, analisis data yang diperoleh menggunakan analisis data secara kuantitatif yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji F dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Taman Satwa Taru Jurug.

9. Mathari Amrullah (2018)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, City Branding, Daya Tarik Wisata, dan Lokasi terhadap Minat Wisatawan Berkunjung ke Kabupaten Sumenep. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sumenep dengan pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan software SPSS versi 20. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara simultan Promosi, City Branding, Daya Tarik Wisata, dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. Sedangkan hasil penelitian secara parsial Promosi, City Branding, Daya Tarik Wisata, dan Lokasi juga berpengaruh positif terhadap Minat Wisatawan Berkunjung.

10. Restiana Ana, Umi Farida, dan Fery Setiawan (2023)

Penelitian ini fokus menganalisis pengaruh fasilitas, lokasi dan promosi terhadap signifikansi kunjungan wisatawan di Pantai Tanjung Belandang Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Jawaban tertulis atas pertanyaan penelitian digunakan untuk mengumpulkan data, yang kemudian dievaluasi menggunakan program perangkat lunak SPSS 18. Kelompok sasaran penelitian ini adalah wisatawan di Pantai Tanjung Belandang, Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat. Ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 100 menggunakan teknik acak. Temuan Parsial menunjukkan bahwa fasilitas, lokasi, dan iklan memiliki dampak signifikan terhadap minat pengunjung. Pada saat yang sama, fasilitas, lokasi, dan promosi juga mempengaruhi minat berkunjung.

Hasil dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1. Dari berbagai studi yang dianalisis, bisa disimpulkan secara jelas bahwa pengaruh lokasi terhadap minat berkunjung di wisata memiliki dampak yang signifikan. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Kiswanto (2011) dan Syahrul (2015) menunjukkan bahwa lokasi berperan penting dan berpengaruh signifikan terhadap minat orang untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Maka semakin baik lokasi dari wisata itu sendiri, akan semakin baik pula minat seseorang untuk mengunjungi wisata.

Tabel 1. Studi tentang Pengaruh Lokasi terhadap Minat Berkunjung di Wisata

Peneliti	Lokasi Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
Meliantari & Apriani (2023)	Kampung Kuliner Kali Cibarangkok desa Cipeucang kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor.	Pengaruh harga, lokasi dan word of mouth terhadap minat berkunjung ke kampung Cibarengkok.	Secara simultan harga, lokasi dan word of mouth berpengaruh nyata pada minat berkunjung ke kampung Cibarengkok.
Hidayanti & Mashudi (2020)	Desa Tete Batu Lombok Timur.	Pengaruh Electronic Word of Mouth, daya tarik, dan lokasi terhadap minat kunjungan wisatawan di Desa Tete Batu, Kabupaten Lombok Timur.	Pengaruh Electronic Word of Mouth, daya tarik, dan lokasi, baik secara simultan maupun parsial, memiliki dampak terhadap minat berkunjung ke Desa Tete Batu di Lombok Timur.
Awaluddin & Haryanti (2021)	water boom arema raya kota bima	pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap minat berkunjung pada Water	Fasilitas dan lokasi secara simultan mempengaruhi minat berkunjung.

Peneliti	Lokasi Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
		Boom Arema Raya Kota Bima.	
Bolang, <i>et al.</i> (2021)	Makatete Hill's Desa Warembungan.	Pengaruh E-WOM, lokasi dan harga tiket terhadap minat kunjungan Wisatawan pada Makatete Hill's Desa Warembungan.	E-WOM, lokasi, dan harga tiket berkontribusi sebesar 86,5% terhadap minat kunjungan wisatawan, menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat di antara ketiga faktor tersebut.
Sucipto (2020)	cafe laut semare kecamatan kraton kabupaten pasuruan.	Pengaruh e-promotion, daya tarik wisata dan lokasi terhadap minat berkunjung pada Cafe Laut Semare Kecamatan Kraton Pasuruan.	E-promotion, daya tarik wisata, dan lokasi secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengunjung.
Naimah, <i>et al.</i> (2020)	Café Sawah Desa Pujon Kidul Malang Daerah.	Pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi dan harga terhadap minat kunjungan. (studi kasus Pengunjung Cafe Sawah Pujon Kidul).	Citra merek, lokasi, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengunjung.
Fatmawaty (2021)	Pantai Parai Tenggara Sungailiat Bangka	pengaruh produk wisata, harga, dan lokasi terhadap minat kunjungan wisatawan di pantai Parai Tenggara Sungailiat Bangka.	Produk, wisata, harga, dan lokasi memainkan peranan penting dalam memengaruhi minat pengunjung.
Andriyani & Triyanto (2019)	Taman Satwa Taru Jurug Surakarta	Analisis pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap minat kunjungan wisatawan di taman satwa taru jurug surakarta	Produk, harga, promosi, dan lokasi secara bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan di Taman Satwa Taru Jurug.
Amrullah (2018)	Kabupaten Sumenep	pengaruh Promosi, City Branding, Daya Tarik Wisata, dan Lokasi terhadap Minat Wisatawan Berkunjung ke Kabupaten Sumenep.	Secara keseluruhan, promosi, branding kota, daya tarik wisata, dan lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung.
Ana, <i>et al.</i> (2023)	Pantai Tanjung Belandang Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat.	Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Tanjung	Secara bersamaan, fasilitas, lokasi, dan promosi berperan penting dalam mempengaruhi minat pengunjung untuk berkunjung.

Peneliti	Lokasi Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
		Belandang Kabupaten Ketapang, Provinsi Kalimantan Barat	

Hal ini dapat kita lihat bahwa lokasi objek wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan. Dapat dikatakan, penempatan suatu objek dapat menentukan apakah wisatawan akan tertarik untuk datang atau tidak. Lokasi atau daerah merupakan kumpulan pemasaran yang penting. Beberapa penelitian seperti yang diteliti oleh Fatmawaty (2021) dan Sucipto (2020) menjelaskan lokasi ini memiliki pengaruh besar terhadap minat pengunjung. Jika lokasi mudah diakses, tentu banyak pengunjung yang akan datang.

Menurut Utama (2017), Daya tarik mencakup segala sesuatu yang unik, praktis, berharga, dan mencerminkan keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan usaha manusia. Inilah yang menarik wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka. Pengelolaan lokasi yang efektif memegang peranan penting dalam meningkatkan daya tarik objek wisata. Oleh karena itu, para pengelola destinasi perlu memperhatikan aspek aksesibilitas serta daya tarik yang tersedia, demi menarik lebih banyak wisatawan (Farmedina *et al.*, 2024; Isnaini *et al.*, 2024).

Dalam dunia pariwisata yang semakin kompetitif, Penting untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi minat kunjungan. Maka dari itu, Tujuan dari studi ini adalah untuk memperoleh wawasan lebih mendalam tentang bagaimana informasi lokasi digunakan dapat memainkan peran penting dalam menarik perhatian wisatawan. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menunjukkan peningkatan minat kunjungan wisata bisa dicapai dengan cara memberikan lokasi yang baik. Dengan memberikan lokasi yang baik, maka akan berpotensi untuk meningkatkan minat para wisatawan dalam berkunjung.

Langkah ini dapat diambil oleh pengelola wisata untuk menarik perhatian para wisatawan agar tertarik untuk berkunjung. Maka dari itu, penting bagi para pengelola destinasi wisata untuk memahami bagaimana lokasi memengaruhi minat pengunjung. Hal ini nantinya akan berdampak positif terhadap perkembangan minat berkunjung wisatawan secara keseluruhan. Strategi yang tepat dalam pengelolaan lokasi dapat menjadi kunci keberhasilan dalam industri pariwisata dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Keberhasilan ini akan berkontribusi pada pengalaman positif wisatawan dan meningkatkan daya saing destinasi.

4. KESIMPULAN

Dalam konteks pengembangan pariwisata, lokasi memiliki peranan yang sangat krusial dalam menarik minat para wisatawan. Memahami hubungan antara lokasi dan minat berkunjung dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengelola destinasi. Lokasi terhadap minat berkunjung di wisata merupakan topik yang sangat menarik, karena pariwisata merupakan industri yang mampu menawarkan peluang besar bagi negara-negara berkembang. Lokasi yang baik akan meningkatkan minat para wisatawan untuk berkunjung. Apabila objek wisata terletak di lokasi yang mudah dijangkau dan memiliki akses yang baik, hal ini akan menjadi faktor yang sangat menguntungkan bagi para wisatawan yang berencana untuk mengunjunginya. Semakin baik lokasi dari wisata itu sendiri, maka akan semakin baik pula minat seseorang untuk mengunjungi wisata. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif dan pengembangan infrastruktur yang mendukung lokasi wisata sangat diperlukan untuk memaksimalkan potensi kunjungan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan sektor pariwisata dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang lebih signifikan bagi masyarakat lokal.

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi memiliki dampak signifikan terhadap minat pengunjung sebagaimana dibuktikan oleh berbagai penelitian yang ada. Oleh karena itu, pembahasan tentang wisata merupakan wawasan yang berharga bagi semua orang. Karena pariwisata merupakan industri yang mampu menawarkan peluang besar bagi negara-negara berkembang. Pariwisata juga dapat menciptakan lapangan kerja, dapat memperkuat ekonomi lokal,

dan dapat membantu melestarikan lingkungan alam. Dengan memanfaatkan potensi wisata yang ada, masyarakat dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Selain itu, kerjasama antara pemerintah dan pelaku industri pariwisata sangat penting untuk mengembangkan sektor ini secara berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, M. (2018). *pengaruh Promosi, City Branding, Daya Tarik Wisata, dan Lokasi terhadap Minat Wisatawan Berkunjung ke Kabupaten Sumenep*. Tesis, Universitas Wiraraja.
- Ana, R., Farida, U., & Setiawan, F. (2023). Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Pantai Tanjung Belandang Kabupaten Ketapang, Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1329–1340.
- Andriyani, F., & Triyanto, T. (2019). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Taman Satwa Taru Jurug Surakarta. *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 1–13.
- Arifin, S., Eka, M. D., Arifiana, A., Fitaloka, E. D., Fitri, R., Sinambela, E. A., & Lestari, U. P. (2023). Exploring Determining Factors: Revisitation Intention Influenced by Environmental Knowledge, Accessibility Quality, Attractiveness, and Social Media. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 5(1), 32–45.
- Awaluddin, A., & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Water Boom Arema Raya Kota Bima. *Manajemen Dewantara*, 5(2), 93–105.
- Bakti, U., Loliyani, R., Isabella, A. A., Loliyana, R., & Adelita, I. (2024). The Influence of Brand Image and Digital Marketing on Consumer Purchasing Decisions (Case Study on Roja Bouquet Flower Shop). *International Journal of Economics (IJEK)*, 3(2).
- Bolang, H. E., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1360–1370.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Puspar UGM, Yogyakarta.
- Darmawan, D. (2006). *Metodelogi Penelitian Sebuah Pengantar*. Metromedia Mandiri Pustaka, Surabaya.
- Darmawan, D. (2009). *Metode Penelitian dan Teknik Praktis Menulis Karya Ilmiah*. Metromedia Education, Surabaya.
- Darmawan, D., Purwanto, F., Jahroni, J., & Infante, A. (2021). The Relationship Between Satisfaction and Loyalty of Hotel Service Users in the Tourism City of Batu, Malang. *Journal of Engineering and Social Sciences (JESS)*, 1(2), 49–56.
- Fajrin, R. A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan X111. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47.
- Farmedina, N., Arintawati, M. L. D., & Hariani, M. (2024). Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Alun-Alun Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–14.
- Fatmawaty. (2021). *Pengaruh Produk Wisata, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Parang Tenggiri Sungailiat Bangka*. Disertasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Halizah, S. N., & Darmawan, D. (2023). Development Entrepreneurship Intention as an Effort to Improve the Level of the Consumer Household Economy. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 2(1), 21–25.
- Hidayanti, A. A., & Mashudi, L. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Daya Tarik dan Lokasi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 129–144.
- Hidayatullah, S., Rachmawati, I. K., Aristanto, E., Waris, A., & Patalo, R. G. (2020). Peran Sistem Informasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Entrepreneurial marketing serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Generasi Milenial Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14(1), 74–83.

- Isabella, A. A., & Sari, P. N. (2023). The Effectiveness of Free Halal Certification Services Through the Scheme Self Declare for SMEs in Lampung Province. *International Journal of Economics (IJECE)*, 2(2), 532-540.
- Iskandar, M., & Darmawan, D. (2003). *Strategi Pemasaran*. IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Isnaini, N. R., Putri, D. A., & Hariani, M. (2024). Peran Aksesibilitas dan Pengalaman Dalam Niat Berkunjung Kembali di Siola Surabaya. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 55–63.
- Khairi, M., & Darmawan, D. (2021). The Relationship Between Destination Attractiveness, Location, Tourism Facilities, and Revisit Intentions. *Journal of Marketing and Business Research (MARK)*, 1(1), 39–50.
- Kiswanto, A. H. (2011). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Obyek wisata Dampo Awang Beach Rembang*. Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Person Education, New York.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1995). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi, dan Kelompok Acuan terhadap Minat Kunjung Kembali Tujuan Plaza Surabaya. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(2), 43–48.
- Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Konsep Diri. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(3), 173–178.
- Mardikaningsih, R., Arifiana, A., Fahriza, F., Famedina, N., & Dina, E. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja, Citra Destinasi, Dan Pengalaman Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Pusat Pembelanjaan. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(1), 14–21.
- Meliantari, D., & Apriani, A. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi dan Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung ke Kampung Cibarengkok. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(2), 1562–1569.
- Naimah, H., Arifin, H. R., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi, dan Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Pengunjung Cafe Sawah Puion Kidul). *Jurnal Riset Manajemen*, 9(18), 78–92.
- Pradana, W. I. M., & Mahendra, G. K. (2021). Analisis Dampak Covi-19 Terhadap Sektor Pariwisata di Objek Wisata Goa Pindul Kabupaten Gunungkidul. *Journal of Social Politics and Governance*, 3(2), 73–85.
- Prasetyo, I. (2024). Pengaruh City Branding, Persepsi Wisata dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawah Ijen Banyuwangi. *Journal Of Management*, 05(01), 26–37.
- Purba, L. M., & Simarmata, G. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Budaya Terhadap Daya Tarik dan Minat Berkunjung ke Wisata Percut. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 106–117.
- Putra, A. R., Arifin, S., Jahroni, J., Munir, M., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., & Sinambela, E. A. (2022). Studi Tentang Perilaku Pembelian Rumah Tipe 36 Di Kabupaten Sidoarjo yang Ditinjau dari Faktor Harga, Lokasi Dan Promosi. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, 1(3), 68–83.
- Putra, A. R., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., & Khairi, M. (2021). The Effect of Attractiveness and E-Wom on Tourist Interest to The City of Batu. *Journal of Science, Technology and Society (SICO)*, 2(2), 25–36.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. PT Indeks, Jakarta.
- Sinambela, E. A. (2021). Examining the Relationship Between Tourist Motivation, Touristic Attractiveness, and Revisit Intention. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(1), 25–30.
- Sucipto, W. (2020). *Pengaruh E-Promotion, Daya Tarik Wisata dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung pada Cave Laut Semare Kecamatan Kraton Pasuruan*. Tesis, Universitas Yudharta.
- Surya, A. (2023). Navigating the Nexus: Exploring the Relationship between Intellectual Capital, Financial Performance, and Firm Value. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(3), 299-308.
- Syahrul, A. R. (2015). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan

- Wisatawan Asing Berkunjung Kembali ke Aloita Resort Kab. Kep. Mentawai. *Jurnal Pelangi*, 7(1), 72–74.
- Tania, T. L., & Sinambela, E. A. (2022). Sustainable Tourism: Policy Directions. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 11–14.
- Tzeng, G. H., Teng, M. H., Chen, J. J., & Opricovic, S. (2002). Multicriteria Selection for a Restaurant Location in Taipei. *International Journal of Hospitality Management*, 21(2), 171–187.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Windhiyastiti, I., Hidayatullah, S., & Khourouh, U. (2019). How to increase city investment attraction. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(9), 1070–1073.