

**DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
PADA OBJEK WISATA AEK SIJORNI**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:
NUR ATIKAH SIREGAR
NIM. 2140200016

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
PADA OBJEK WISATA AEK SIJORNI**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:
NUR ATIKAH SIREGAR
NIM. 2140200016

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
PADA OBJEK WISATA AEK SIJORNI**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

NUR ATIKAH SIREGAR

NIM. 2140200016

Pembimbing I

Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

Pembimbing II

Risna Hairani Sitompul, M.M
NIDN.0119038306

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihatang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. NUR ATIKAH SIREGAR

Padangsidempuan, 27 Mei 2025
2025

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN Syahada Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum W.r. W.b

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi an. NUR ATIKAH SIREGAR yang berjudul "Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijorni". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum W.r. W.b.

PEMBIMBING I

Damri Batubara, M.A
NIDN.2019108602

PEMBIMBING II

Risna Hairani Sitompul, M.M
NIDN.0119038306

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Atikah Siregar

NIM : 2140200016

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijorni

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 12 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Juni 2025

Saya yang Menyatakan,




Nur Atikah Siregar

Ni.21 402 00016

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Atikah Siregar
NIM : 21 402 00016
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijorni"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada Tanggal: Juni 2025
Saya yang Menyatakan,


Nur Atikah Siregar
NIM.21 402 00016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Nur Atikah Siregar
NIM : 2140200016
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijorni

Ketua

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Sekretaris

Sry Lestari, M.E.I
NIDN. 2005058902

Anggota

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIDN. 2027029303

Sry Lestari, M.E.I
NIDN. 2005058902

Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Risna Hairani Sitompul, M.M
NIDN. 0119038306

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin/ 16 juni 2025
Pukul : 08.30 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 79 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,38
Predikat : sangat memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**: DAYA TARIK WISATA DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA
OBJEK WISATA AEK SIJORNI**

NAMA

: NUR ATIKAH SIREGAR

NIM

: 21 402 00016

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah



Padangsidimpuan,
Dekan

Agustus 2025

Prof. Dr. Darwis Harahap, S. H.I., M. Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Nur Atikah Siregar
Nim : 20 402 00016
Judul Skripsi : Daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata aek sijorni

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pengembangan ekonomi daerah, terutama di wilayah yang memiliki potensi wisata alam seperti Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan. Meskipun memiliki daya tarik alam yang unik dan khas, tingkat kunjungan wisatawan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini mendorong perlunya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk kembali berkunjung, khususnya dari aspek daya tarik wisata dan citra destinasi. Teori yang digunakan yaitu *theory of planned behavior* (tpb) dan teori *cognitive-affective-conative* (cac). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada objek wisata Aek Sijorni di Kabupaten Tapanuli Selatan dengan menggunakan Metode kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden wisatawan. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, normalitas analisis regresi linier berganda, uji hipotesis secara parsial (uji t), secara simultan (uji f), dan koefisien secara determinan dengan program spss versi 26 Hasil analisis kuantitatif menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Persentasi pengaruh variabel daya tarik wisata dan citra destinasi 83,4%, sedangkan sisanya 16,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Wisata, Citra Destinasi, Minat.

ABSTRACT

Name : Nur Atikah Siregar
Reg. Number : 20 402 00016
Thesis Title : Tourist Attractions and Destination Image to Interest in Revisiting Aek Sijorni Tourist Attractions

Tourism is one of the important sectors in regional economic development, especially in areas that have natural tourism potential such as Aek Sijorni in South Tapanuli Regency. Despite having a unique and distinctive natural attraction, the rate of tourist visits has not shown a significant increase year on year. This encourages the need to study the factors that affect the interest of tourists to return to visit, especially in terms of tourist attractions and destination image. The theories used are *the theory of planned behavior* (TPB) and the cognitive-affective-conative (*cac*) theory. This study aims to analyze the influence of tourist attractions and destination images on tourists' interest in revisiting the Aek Sijorni tourist attraction in South Tapanuli Regency using a quantitative method carried out through the distribution of questionnaires to 96 tourist respondents. The data analysis technique used validity tests, reliability tests, normality multiple linear regression analysis, partial hypothesis tests (t test), simultaneous (f test), and determinant coefficients with the spss program version 26. The results of quantitative analysis using multiple linear regression showed that tourist attraction and destination image had a positive and significant effect on interest in returning visits. The percentage of influence of the variables of tourist attraction and destination image was 83.4%, while the remaining 16.6% was influenced by other variables that were not included in this study.

Keywords: Tourism, Destination Image, Interest.

ملخص البحث

الاسم: نور عتيقة سيويغار
رقم التسجيل: ٢٠٤٠٢٠٠٠١٦:
عنوان البحث: الجذب السياحي وصورة الوجهة السياحية على الاهتمام بإعادة زيارة معلم آيك
سيجورني السياحي

تشكل السياحة قطاعًا مهمًا في التنمية الاقتصادية الإقليمية، وخاصة في المناطق التي تتمتع بإمكانات سياحية طبيعية مثل آيك سيجورني في مقاطعة جنوب تابانولي. ورغم ما تتمتع به من معالم طبيعية فريدة ومميزة، إلا أن أعداد الزيارات السياحية لم تشهد زيادة كبيرة من سنة لأخرى. وهذا يشجع على ضرورة إجراء دراسة حول العوامل المؤثرة على اهتمام السائحين بالعودة للزيارة، وخاصة فيما يتعلق بالمعالم السياحية وصورة الوجهة. النظريات المستخدمة هي نظرية السلوك المخطط ونظرية السلوك المعرفية الانفعالية المحفزة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير مناطق الجذب السياحي وصورة الوجهة على اهتمام السياح بإعادة زيارة منطقة الجذب السياحي آيك سيجورني في منطقة جنوب تابانولي باستخدام أسلوب كمي تم إجراؤه من خلال توزيع استبيانات على ٩٦ سائحًا. استخدمت تقنية تحليل البيانات اختبار الصلاحية، واختبار الموثوقية، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد الطبيعي، واختبار الفرضيات الجزئية، والاختبار المتزامن، ومعامل التحديد باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار ٢٦. أظهرت نتائج التحليل الكمي باستخدام الانحدار الخطي المتعدد أن المعالم السياحية وصورة الوجهة كان لها تأثير إيجابي ومهم على نية إعادة الزيارة. وتبلغ نسبة تأثير متغيرات الجذب السياحي وصورة الوجهة السياحية ٨٣,٤%، أما النسبة المتبقية وهي ١٦,٦% فتتأثر بمتغيرات أخرى لم تشملها هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: السياحة، صورة الوجهة، الاهتمام.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijorni ”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (UIN SYAHADA).

Peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, Sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses

perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan. Serta seluruh civitas akademik UIN SYAHADA Padangsidempuan.

4. Bapak Damri Batubara, M.A selaku Pembimbing 1 dan Ibu Risna Hairani Sitompul, M.M selaku Pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak/Ibu berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen FEBI di UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Terimakasih untuk cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Parlindungan Siregar, dan pintu surgaku sekaligus seseorang yang sudah melahirkan saya, Ibunda Zubaidah Daulay, atas segala pengorbanan dan tulus kasih tanpa batas yang diberikan. Senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelas sarjana.
8. Terimakasih peneliti ucapkan kepada Saudara Kandung Siti Aisyah Siregar, S.Pd., Emmi Suriani Siregar, S.Sos., Zulham Ependi Siregar,

yang selalu ada buat peneliti dalam setiap suka maupun duka serta kapan dan dimanapun. Dan saling memotivasi satu sama lain. Yang sampai saat ini sama-sama berjuang dengan tujuan yang sama yakni membahagiakan orangtua dan memiliki masa depan yang cerah. Dan ucapan terimakasih kepada keluarga yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

9. Terimakasih kepada Desi Rahmadina, Masitoh, Lena widya Siregar, Leni Widya Siregar, Riska Yani Rambe Selaku sahabat di UIN SYAHADA Padangsidempuan yang senantiasa menemani penulis dalam keadaan sulit dan senang, memberikan saran serta dukungan. Semoga kita sukses kedepannya.

10. Terimakasih kepada seluruh nim angkatan 21 Prodi Ekonomi Syariah yang telah berjuang bersama menncapai gelar sarjana.

Padangsidempuan, April 2025
Peneliti



Nur Atikah Siregar
Nim. 21 402 00016

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	aṢa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَا...	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آَا...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إِي...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ؤُ...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

C. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h". Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keuangan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin. Cetakan Kelima*. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 200

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI	
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	
LEMBAR DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQOSYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Definisi Operasional Variabel	10
E. Perumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	12
G. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teori	14
1. Theory Of Planned Behavior (TPB)	14
2. Teori Cognitive Affective Conative (CAC) Garnet (1993)	15
3. Minat Berkunjung Kembali	16
4. Daya Tarik Wisata	20
5. Citra Destinasi	25
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pikir	35
D. Hipotesis	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
B. Jenis Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	38
D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Teknik Analisis Data	42

1. Uji Instrumen	42
2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3. Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B. Analisis Hasil Penelitian.....	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reabilitas	48
3. Uji Normalitas.....	49
4. Uji Asumsi Klasik.....	49
a. Uji Multikolinearitas	49
b. Uji Heteroskedastisitas	50
5. Uji Regresi Linear Berganda	51
6. Uji Hipotesis	52
a) Uji Parsial (Uji T).....	52
b) Uji Simultan (Uji F)	53
c) Koefisien Determinasi (R^2)	54
C. Pembahasan hasil penelitian	54
D. Keterbatasan Penelitian	57
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Implikasi	59
C. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1,1 jumlah pengunjung wisatawan di lokasi Aek Sijorni.	4
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.	28
Tabel 3.1 Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner	40
Tabel 3.2 Kisi Kisi Angket angket Penelitian.....	40
Tabel IV.1 Uji Validitas (X1), (X2), (Y)	47
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	47
Tabel IV.3 Uji Normalitas	49
Tabel IV.4 Uji Multikoleniaritas	49
Tabel IV.5 Uji Heterokdetisitas	50
Tabel IV.6 Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel IV.7 Hasil Uji Parsial (Uji t)	52
Tabel IV.8 Hasil Uji Simultan (Uji F)	53
Tabel IV.9 Hasil Uji Kofesien Determinan	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pikir.....	36
------------------------------	----

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang melibatkan perpindahan orang ke tempat di luar lingkungan tempat tinggal mereka, dengan tujuan pribadi atau bisnis. Pariwisata juga dianggap sebagai industri jasa yang memberikan pengalaman perjalanan kepada wisatawan, termasuk transportasi, akomodasi, dan hiburan.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang keparawisataan, bahwa parawisata merupakan suatu aktivitas penduduk yang melakukan perjalanan dari tempat tinggal ke tempat lain dalam jangka waktu yang relatif singkat.¹ Menurut Rai Utami parawisata dibagi menjadi 3 unsur, pertama perjalanan dari satu tempat ke tempat lain diluar dari tempat tinggal. Kedua tujuan perjalanan untuk bersenang-senang dan tidak mencari nafkah pada lokasi yang dikunjungi. Ketiga, hanya sebagai konsumen ditempat yang dikunjungi.²

Indonesia memiliki berbagai macam kebudayaan dan sumber daya alam yang sangat potensial untuk dijadikan sebagai modal pengembangan dalam industri pariwisata. Sebagai bagian dari negara-negara di Asia Tenggara, Indonesia memiliki potensi yang signifikan untuk menjadi salah satu destinasi

¹ Suparman and Muzakir, *Parawisata Budaya: Potensi Parawisata Budaya Di Negeri Seribu Megalit* (edu publisher, 2023) hlm 4.

² Damri Batubara, *Objek Wisata Multi Plier Effect* (CV.Sarnu Untung, 2023) hlm 16.

wisata dunia yang terkenal.³ Karena lokasinya yang strategis, tidak mengherankan bahwa Indonesia menjadi pilihan utama bagi para wisatawan yang ingin melakukan kunjungan wisata di dunia.

Dunia Pariwisata merupakan suatu hal yang memiliki pengaruh penting dalam perkembangan dan pembangunan suatu Negara. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pembangunan serta pengembangan dalam sektor pariwisata di berbagai wilayah di Indonesia. Sektor pariwisata dikembangkan karena dianggap menjadi sumber industri andalan yang dapat memberikan lapangan pekerjaan, menguntungkan masyarakat, pemerintah, maupun pihak swasta. Oleh karena itu pengembangan di sektor pariwisata gencar dilakukan di berbagai wilayah Indonesia saat ini.

Di Indonesia terdapat banyak pilihan wisata ke perairan yang gemar diminati banyak pengunjung salah satunya yaitu kawasan wisata Aek Sijorni yang berada di Provinsi Sumatera utara tepatnya di Kabupaten Tapanuli Selatan Kecamatan Sayur matinggi. Aek Sijorni merupakan wisata alam di Tapanuli Selatan, sebuah wisata air terjun dengan keunikan bebatuan berundak, Aek Sijorni mempunyai ketinggian 10 meter dengan air sungai yang terus mengalir tanpa habis. Aek Sijorni dikelilingi pepohonan hijau dan banyak pohon kelapa pengunjung dapat menikmati pemandangan tersebut.

³ Dila, Raharjo, and Suprpto, "Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Ladaya Kutai Kertanegar)." Vol.21 No.2 (2021).

Aek Sijorni mempunyai kolam renang yang bisa dinikmati anak-anak dan dewasa untuk berenang, selain itu pengunjung bisa mengabadikan momen dengan berfoto, piknik bersama keluarga atau sekedar menikmati keindahan alamnya, udara yang sejuk dan indahnya air terjun membuat pengunjung tidak mudah bosan. Ada 2 macam kategori tempat Aek Sijorni, yang sudah di resmikan oleh Dinas Parawisata Tapanuli Selatan (legal) dan ada juga yang belum di resmikan (non legal), sehingga beberapa wisatawan lebih tertarik berwisata ke Aek Sijorni yang sudah di resmikan karena akses jalan menuju tempat wisata lebih mudah, dan daya tarik wisata dan citra destinasi lebih bagus dibandingkan dengan aek sijorni yang belum resmi. Wisata Aek Sijorni yang non legal masih sering di temukan pemungutan liar sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengunjung wisatawan, akibatnya pengunjung lebih memilih ke tempat wisata Aek Sijorni yang sudah resmi.

Namun permasalahan yang masih sering ditemukan di wisata Aek Sijorni yang sudah di resmikan, seperti masih kurangnya fasilitas tempat istirahat atau pondok di saat hari hari besar, dikarenakan banyak pengunjung yang datang.⁴ Biaya untuk masuk ke wisata Aek Sijorni masih tergolong mahal untuk kalangan menengah kebawah dan kemacetan panjang pada saat hari libur.⁵ Berikut jumlah pengunjung wisatawan di lokasi Aek Sijorni:

⁴ maslamiah, wawancara dengan pengunjung wisatawan pada objek wisata aek sijorni, January 4, 2025.

⁵ afriana safitri, wawancara dengan pengunjung wisatawan pada objek wisata aek sijorni, January 4, 2025.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Wisatawan di lokasi Aek Sijorni

No	Tahun	Jumlah Pengunjung Wisatawan Aek Sijorni
1	2020	85.621
2	2021	84.799
3	2022	83.987
4	2023	84.110
5	2024	84.221
	Total	422,738

Sumber :Data Dari Pengelola Destinasi Wisata Aek Sijorni.

Berdasarkan dari data diatas memperlihatkan bagaimana minat berkunjung kembali para pengunjung tidak stabil dari tahun 2020 sampai 2024. Karena pada tahun 2021-2022 wisata mengalami penurunan karena merebaknya wabah virus Covid 19 membuat banyak orang harus membatasi interaksi, kegiatan dan harus menerapkan protokol kesehatan agar tidak tersebar virus Covid 19. Pada tahun 2023 pengunjung wisatawan Aek Sijorni mengalami peningkatan dari sesudah maraknya wabah Covid 19, di tahun 2024 jumlah pengunjung mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Wisatawan yang berkunjung ke wisata Aek Sijorni tidak berasal dari Kabupaten Tapanuli Selatan saja bahkan dari luar daerah Kabupaten Tapanuli selatan.

Minat kunjungan kembali merupakan perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata setelah pernah berkunjung sebelumnya dan ingin mengunjunginya lagi di masa mendatang. Pengalaman perjalanan wisatawan dapat dipengaruhi secara negatif oleh satu peristiwa saja, yang dapat

menyebabkan ketidakpuasan dan berkurangnya niat untuk kembali. Oleh karena itu, pengelola destinasi dan penyedia layanan harus memastikan bahwa staf garis depan mempertahankan tingkat layanan yang tinggi kepada wisatawan yang datang. Hal ini memungkinkan penyedia layanan untuk lebih fokus dalam memberikan pelatihan yang mendorong karyawan untuk memberikan layanan berkualitas kepada wisatawan yang datang dan dapat mempromosikan citra positif daerah mereka.⁶ Hasil wawancara peneliti dengan saudari Nindi Seri Bulan mengatakan bahwa lingkungan yang masih alami memberikan suasana yang tenang dan menyegarkan. yang menjadi alasan saya ingin kembali berkunjung.⁷

Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata.⁸ Daya tarik wisata merupakan semua lokasi yang dinilai unik, indah, mudah dan nilai yang wujudnya beragam kekayaan alam ataupun yang dibuat memberikan daya tarik dan memiliki nilai untuk didatangi wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Muria Ayu Ningsih dan Junaidi Sagir menunjukkan bahwa daya tarik wisata pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata air terjun Kerta Gangga.⁹ Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Dinar Eka Alnawati, Nurhidayah, dan Abdullah

⁶ Ghazanfar Ali Abbasi et al., "Understanding the Intention to Revisit a Destination by Expanding the Theory of Planned Behaviour (TPB)," *Spanish Journal of Marketing - ESIC* 25, no. 2 (October 8, 2021): 282–311, <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>.

⁷ nindi sri bulan, wawancara dengan pengunjung wisatawan pada objek wisata aek sijorni, January 7, 2025.

⁸ R Misriah Ariyani, Vita Dhameria, and Suyitno Suyitno, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon" 6, no. 2 (November 30, 2022): 133–47.

⁹ Ayu Ningsih tri muria and junaidi sagir, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga" Volume 5 Issue 1, (2024).

Syakur novianto, menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap Minat berkunjung ulang. Pengunjung New Mitra Apel menganggap objek wisata ini tidak memiliki pembeda dari tempat wisata lain karena memiliki konsep yang sama dengan wisata petik apel lainnya meskipun New Mitra Apel memiliki keunggulan pada keindahan dan keasrian pada kebun apelnya.¹⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Posumah Poli, Joyce Lopian, dan Sjendry Loindong, menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.¹¹

Citra destinasi merupakan persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media masa serta banyak faktor lainnya. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata.¹² Citra destinasi yang positif dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung dan mendorong mereka untuk berkunjung kembali.¹³

¹⁰ dinar eka alnawati, nurhidayah, and Abdullah Syakur novianto, "Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu)" Vol. 13. No. 01 (2023).

¹¹ Posumah Poli, Joyce Lopian, And Sjendry Loindong, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang" Vol. 11 No. 1 (2023): 830.

¹² siti Lestar, yulita Ima Kristina, and T Handono Eko prabowo, "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi Kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan)" Vol. 05, No. 01 (2022).

¹³ Siti Anggiani, Adelina Lubis, And Muhammad Akbar Siregar, "Studi Empiris : Dampak Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Keinginan Berkunjung Kembali Ke Pemandian Alam Sembahe," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)* 8, No. 2 (July 30, 2024): 2307–14, <https://doi.org/10.31955/Mea.V8i2.4324>.

Citra destinasi merupakan karakteristik yang menjadi daya tarik destinasi wisata, citra yang baik dari suatu destinasi dapat menjadi faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap destinasi tersebut. Citra destinasi wisata diciptakan untuk mempengaruhi perilaku pengunjung dengan cara yang berbeda, yang pertama adalah mempengaruhi pilihan tujuan liburan. Memang benar bahwa sebagian besar calon pengunjung hanya tahu sedikit tentang tempat-tempat menarik yang belum pernah mereka kunjungi. Dengan demikian, citra destinasi memiliki peran penting dalam memberikan gambaran yang lebih kuat, baik, dan dapat diidentifikasi dari lokasi-lokasi tertentu yang lebih mungkin untuk diambil oleh wisatawan.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Muria Ayu Ningsih Dan Junaidi Sagir Menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Isman, Ryan Gerry Patola menunjukkan bahwa Citra destinasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung.

Kemudian dalam hasil wawancara dengan saudari Novri Juliyanti mengatakan bahwa keindahan alam yang unik, air terjun bertingkat dengan aliran air yang jernih di Aek Sijorni menjadi daya tarik utama. Suasana alami yang masih terjaga memberikan pengalaman yang menyegarkan dan membuat ingin berkunjung kembali Sofyan Saputra mengatakan bahwa tempat ini memiliki banyak sudut menarik untuk mengabadikan momen dengan berfoto, yang menjadi

¹⁴ Zuhier Abbas Azeez, "The Impact of Destination Image on Tourist Behavior: Karbala as a Case Study," *International Journal of Sustainable Development and Planning* 16, no. 7 (November 30, 2021): 1287–98, <https://doi.org/10.18280/ijstdp.160709>.

alasan saya ingin kembali berkunjung. Namun berbeda dengan hasil wawancara dari Saudari Maslamiah mengatakan bahwa keramaian di akhir pekan dan hari-hari besar, saya merasa tidak nyaman dengan kondisi yang terlalu ramai, terutama saat akhir pekan, sehingga sulit menikmati keindahan alam secara maksimal. Hasil wawancara dengan saudari Desi Rahmadhina mengatakan bahwa pelayanan pengelola kurang ramah atau kurang responsif membuat saya tidak nyaman.¹⁵

Wisatawan secara otomatis mempersepsikan suatu destinasi dengan baik ketika mereka mengalami kepuasan yang tinggi terhadap destinasi tersebut. Selain itu, semakin tinggi pengenalan citra destinasi di kalangan wisatawan, semakin membuat mereka ingin berkunjung kembali. Citra destinasi tergantung pada beberapa aspek praktis, fasilitas wisata, keamanan dan kebersihan. Dampak positif citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali menggarisbawahi pentingnya destinasi wisata.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijornih.**

¹⁵ rahmadhani, wawancara dengan pengunjung wisatawan pada objek wisata aek sijorni, January 7, 2025, sayurmasinggi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Adanya ketidakstabilan minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni Pada tahun 2021-2022 menunjukkan minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni mengalami penurunan.
2. Persepsi yang buruk akibat ulasan negatif, pemberitaan buruk, atau pengalaman negatif sebelumnya.
3. Kurangnya fasilitas yang siap menampung pengunjung saat hari libur pada objek Wisata Aek Sijorni.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah berguna untuk menetapkan batasan-batasan dari masalah penelitian yang akan digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor mana saja yang akan dimasukkan ke dalam ruang lingkup masalah penelitian dan mana yang tidak dimasukkan berdasarkan hasil identifikasi masalah, maka penelitian membatasi masalah penelitian yaitu penelitian membatasi masalah penelitian ini dengan fokus pada daya tarik wisata, citra destinasi dan minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Objek penelitian ini hanya difokuskan pada pengunjung objek wisata Aek Sijorni yang sudah pernah berkunjung minimal dua kali pada objek wisata Aek Sijorni. Data yang digunakan terdaftar di Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, Dinas Pariwisata atau Pemerintah Daerah pada tahun 2020-2024.

D. Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian. Untuk lebih memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan definisi operasional dari judul penelitian pada penelitian ini variabel penelitian disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Daya tarik wisata	Daya tarik wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung melakukan kunjungan wisata atau dengan kata lain segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan sehingga memberikan kepuasan bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. ¹⁶	1. Keunikan objek wisata 2. Keamanan yang diberikan 3. Keindahan alam yang tersaji 4. Kualitas kunjungan 5. Tingkat pelayanan ¹⁷	Ordinal
2	Citra Destinasi	Citra destinasi merupakan sebuah gambar tujuan adalah kumpulan asosiasi antara gambar yang konsumen miliki dalam ingatan mereka yang mencakup karakteristik psikologis, simbolis,	1. Citra Destinasi Koegnetif 2. Citra Destinasi Unik 3. Citra Destinasi Afektif ¹⁹	Ordinal

¹⁶ andi emmiwati Sappewali, "Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi Empiris Pada Beberapa Obyek Wisata Di Kabupaten Psangkayu)" (2022).

¹⁷ Muhammad Syariful Anam Et Al., "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu," *Jurnal Destinasi Pariwisata* 9, No. 2 (December 31, 2021): 337, <https://doi.org/10.24843/Jdepar.2021.V09.I02.P12>.

		makna, personifikasi, dan pesan. ¹⁸		
3	Minat Berkunjung Kembali	Minat kunjung ulang merupakan keinginan yang kuat dari pengunjung untuk mengulang berkunjung kembali sebagai respon langsung pasca kunjungannya di waktu lampau. Minat berkunjung kembali adalah perilaku wisatawan untuk kembali berkunjung ke suatu tempat berdasarkan pengalaman kunjungan sebelumnya. ²⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intention to recomment (minat untuk rekomendasi) 2. Niat untuk mengunjungi kembali.²¹ 	Ordinal

E. Perumusan Masalah

1. Apakah daya tarik wisata memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni ?
2. Apakah citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni ?
3. Apakah daya tarik wisata dan citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni ?

¹⁹ Annisa Eka Gustia And Trisna Putra, "Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Sumatera Barat" Vol 2 No 1 (2021).

¹⁸ Sukrin Uki, Wilda Fatmala, and Filasti Rahma, "Pengaruh Produk Pariwisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pariwisata Dipantai Nirwana Kota Baubau Tahun 2021," *Jurnal E-Bis* 6, no. 2 (November 1, 2022): 366–85, <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.971>.

²⁰ Sistia Elly Pertiwi, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo Jawa Timur" (Skripsi, Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Pariwisata Api" (Stie 'Pariwisata Api'), 2024).

²¹ Zulanda Pratiwi And Prakoso, "Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo" Vol. 11, No. (March 1, 2021).

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh antara daya tarik wisata dengan minat berkunjung kembali pada objek Wisata Aek Sijorni.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi dengan minat berkunjung kembali pada objek Wisata Aek Sijorni.
3. Untuk menganalisis pengaruh antara daya tarik wisata dan citra destinasi dengan minat berkunjung kembali pada objek Wisata Aek Sijorni.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yaitu:

1. Manfaat bagi peneliti

Untuk mengetahui sejauh mana peneliti tentang materi mengenai daya tarik wisata dan Citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni serta untuk meningkatkan pemahaman penelitian melalui telaah literatur dan data.

2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Sebagai bahan memperluas pemahaman dan wawasan mahasiswa mahasiswi terhadap teori yang diberikan dalam perkuliahan sebagai referensi dan menambah kepustakaan karena keterbatasan penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih dikembangkan lagi peneliti lainnya

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti selanjutnya sebagai penambah ilmu pengetahuan dan juga wawasan peneliti juga dapat mengembangkan lebih dalam lagi mengenai penelitian ini

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Theory Of Planned Behavior (TPB) Ajzen (1991)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku seseorang. TPB menyatakan bahwa perilaku seseorang dapat diprediksi melalui niat perilaku (behavioral intention), yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.¹

a. Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward the behavior*)

Sikap merupakan penilaian individu terhadap suatu perilaku, apakah dianggap menguntungkan atau merugikan. Sikap yang positif terhadap suatu perilaku akan meningkatkan kemungkinan munculnya niat untuk melakukan perilaku tersebut. Dalam konteks pariwisata, jika wisatawan memiliki penilaian positif terhadap destinasi wisata, maka mereka cenderung memiliki niat untuk kembali berkunjung.

b. Norma subjektif (*Subjective norm*)

Norma subjektif mengacu pada persepsi individu terhadap tekanan sosial dari lingkungan sekitar (seperti keluarga, teman, atau masyarakat) untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Jika wisatawan merasa bahwa orang-orang di sekitarnya mendukung atau menganjurkan

¹ anak agung Elik Astari et al., *Technology Accepted Model, Theory of Planned Behavior, Dan Fear of Covid-19: Niat Konsumen Melanjutkan Pengguna Dompot Digital*, miko andi wardana (CV.intelektual manifes media, 2023).

kunjungan ke destinasi tertentu, maka hal ini dapat memperkuat niatnya untuk berkunjung kembali.

c. Persepsi kontrol perilaku (*Perceived behavioral control*)

Komponen ini berkaitan dengan persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Faktor-faktor seperti ketersediaan waktu, biaya, aksesibilitas, dan fasilitas pendukung dapat memengaruhi persepsi kontrol seseorang. Semakin tinggi persepsi kontrol, semakin besar kemungkinan seseorang akan memiliki niat dan benar-benar melakukan perilaku tersebut.

2. Teori Cognitive-Affective-Conative (CAC) Gartner (1993)

Teori ini diperkenalkan oleh Gartner (1993) dan sering digunakan dalam studi pariwisata, khususnya dalam menjelaskan bagaimana citra destinasi terbentuk dan memengaruhi perilaku wisatawan. Komponen Teori CAC terdiri dari tiga tahap utama:²

a. Kognitif (*Cognitive*)

Merupakan pengetahuan, keyakinan, atau persepsi wisatawan terhadap destinasi, contoh: keindahan alam, fasilitas, akses, kebersihan, keramahan masyarakat.

b. Afektif (*Affective*)

Berkaitan dengan perasaan, sikap, dan emosi yang muncul setelah menilai destinasi secara kognitif, contoh: wisatawan merasa senang, puas, nyaman, atau antusias ketika berada di Aek Sijorni.

² William C. Gartner, "Image Formation Process" VOL 2, (1993).

c. Konatif (*Conative*)

Berkaitan dengan niat, minat, atau tindakan yang akan diambil wisatawan, contoh: niat untuk kembali berkunjung ke Aek Sijorni, merekomendasikan kepada orang lain.

3. Minat berkunjung kembali

a. Pengertian Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali adalah niat yang dimiliki pengunjung untuk mengunjungi suatu tempat dalam kurun waktu tertentu dan kesediaan mereka untuk sering melakukan kunjungan kembali di tempat tersebut.³ Minat berkunjung kembali wisatawan terjadi apabila wisatawan tersebut memperoleh kepuasan setelah melakukan penilaian dari hasil kunjungan.⁴

Minat berkunjung kembali merupakan keinginan seseorang untuk mengunjungi kembali destinasi wisata yang sama dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan dalam literatur tentang pariwisata, keinginan untuk kembali ke suatu destinasi wisata dianggap sebagai keinginan yang dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berhubungan, seperti kepuasan setelah berkunjung, motivasi untuk wisata, pengalaman sebelumnya tentang destinasi wisata, dan lain-lain.

³ Wahyu Arum Sari And Mohamad Najmudin, "Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo" Volume 12, No.1 (June 2021).Hlm.50.

⁴ Sistia Elly Pertiwi, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo Jawa Timur" (Skripsi, Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Pariwisata Api" (Stie 'Pariwisata Api'), 2024).

Minat berkunjung kembali merupakan suatu tindakan berupa perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menghasilkan keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang dimasa depan.⁵

b. Indikator Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung dapat diidentifikasi menjadi beberapa indikator sebagai berikut:

1. *Intention to Recommend* (Niat untuk Merekomendasikan) merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk merekomendasikan suatu tempat yang dikunjungi kepada orang lain.
2. *Intention to Revisit* (Niat untuk Mengunjungi Kembali) merupakan keinginan seseorang untuk kembali mengunjungi tempat destinasi.⁶

a. Minat Berkunjung Kembali Dalam Islam

Berkunjung kembali ke tempat wisata dalam perspektif Islam dapat bernilai positif selama dilakukan dengan niat yang baik, mematuhi syariat, dan membawa manfaat. Berikut adalah pandangan Islam terkait hal ini: Merenungi Kebesaran Allah melalui Ciptaan-Nya, Wisata ke tempat yang indah, seperti pegunungan, pantai, atau hutan, dapat menjadi sarana untuk merenungi keagungan ciptaan Allah. Hal ini sesuai dengan perintah untuk memperhatikan alam semesta sebagai tanda kekuasaan-Nya. Allah berfirman: (Al-Qur'an surah Ali Imran: 190)

⁵ aris sandi krisna mulyana, ari arisman, and devy muhammad pauzy, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Visit Experience (Survei Pada Pengunjung Wisata Pantai Pangandaran)" vol.1,no.4 (2023).

⁶ pratiwi and prakoso, "Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo."

(إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِأُولَى
الْأَلْبَابِ ۝ ١٩٠)

Artinya: “*Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi serta pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal,*”⁷

Tafsir dalam penjelasan ini mengajarkan bahwa keindahan alam adalah amanah dan nikmat, sehingga harus dijaga. Pariwisata Islami menghindari perusakan alam dan justru mengajak untuk menjaga kebersihan, melestarikan budaya lokal, menghormati ciptaan Allah. Ketika seseorang mengunjungi alam, seperti pegunungan, pantai, air terjun, atau taman nasional, ia sesungguhnya menyaksikan ayat-ayat (tanda-tanda) Allah secara nyata. Wisata semacam ini juga dapat memperkuat iman karena mengingatkan manusia bahwa alam adalah bukti nyata keberadaan Allah.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali kesuatu tempat bisa beragam, segala sesuatu yang berhubungan dengan parawisata membutuhkan pengetahuan dan informasi tentang destinasi yang kemudian sangat mempengaruhi minat berkunjung kembali, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali antara lain:

⁷ Al-Qur'an Kemenag RI, *Alqur'an Dan Terjemah, Ali-Imran 190* Jakarta: Lajnah Pentashinan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

1. Daya tarik wisata, adalah elemen utama yang membedakan suatu destinasi dari destinasi lainnya.
2. Citra destinasi, persepsi wisatawan terhadap kualitas dan keunikan destinasi.
3. Kesadaran akan manfaat berwisata, pengetahuan tentang daya tarik wisata dan citra destinasi.
4. Deskripsi perjalanan, termasuk jarak, kendala waktu dan biaya, pengalaman yang dirasakan. dan lama tinggal di tempat tujuan.
5. Keunggulan destinasi wisata, meliputi kualitas pelayanan, lingkungan fisik dan sosial, aksesibilitas, keindahan alam, keamanan dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan.
6. Dorongan yang berasal dari bawah sadar (irasional) yaitu: kekaguman pribadi pada objek wisata tersebut, lingkungan sosial dan ikatan keluarga, promosi dan penyebaran informasi wisata.
7. Kemajuan teknologi berperan penting dalam meningkatkan minat berkunjung kembali, kemajuan teknologi bisa membantu meningkatkan minat berkunjung kembali dengan mempromosikan objek wisata di media sosial atau internet.
8. Sumber daya manusia (tenaga kerja) kuantitas tenaga kerja, mempekerjakan tenaga kerja yang berkualitas, memiliki keterampilan, pengetahuan dan disiplin adalah salah satu unsur penting dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan

4. Daya Tarik Wisata

1) Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.⁸ Pada konteks pariwisata daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki karakteristik unik, keindahan, serta nilai yang berkaitan dengan keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan karya manusia.

Hal ini menjadikan mereka sebagai tempat tujuan kunjungan para wisatawan dan daerah yang menjadi fokus perhatian. Sehingga Tempat wisata atau obyek wisata merujuk pada berbagai elemen atau hal yang ada di daerah tujuan pariwisata, yang memiliki daya tarik untuk mend2orong orang-orang untuk datang dan mengunjungi tempat tersebut.

Menurut Mill daya tarik wisata memiliki kekuatan unik untuk menarik dan meginspirasi wisatawan, mendorong mereka untuk melakukan perjalanan. Daya tarik ini mencakup elemen-elemen seperti atraksi, fasilitas dan pelayanan pendukung yang dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi.⁹

⁸ Wawan Endang Sudarwan, Surti Zahra, And Mohamad Bayi Tabrani, "Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak," *U Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, No. 1 (January 23, 2021): 284–94.

⁹ firda aulia rahmi and feri ferdian, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Sajuta Janjang Kabupaten Agam" vol,1.no.4 (2023).

Menurut Atribut Daya Tarik Wisata (4A+2A) mengidentifikasi enam komponen utama daya tarik wisata: *Attraction* (atraksi): Fitur utama yang menarik wisatawan, *Accessibility* (aksesibilitas): Kemudahan mencapai destinasi, termasuk transportasi dan infrastruktur jalan, *Amenity* (amenitas): Fasilitas pendukung seperti akomodasi, restoran, dan layanan lainnya, *Ancillary Services* (Layanan Pendukung): Layanan tambahan seperti informasi wisata, pemandu, dan keamanan, *Available Package* (Paket Wisata): Pilihan paket wisata yang ditawarkan kepada pengunjung, *Activity* (Aktivitas): Kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan di destinasi tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi *attraction*, *accessibility*, *ancillary service*, dan *activity* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, sedangkan *amenity* dan *available package* tidak berpengaruh signifikan.¹⁰

2) Indikator Daya Tarik Wisata

Adapun indikator daya tarik yaitu ¹¹:

- a. keunikan objek wisata yaitu :ciri khas atau karakteristik khusus yang membedakan suatu wisata dari tempat lainnya
- b. Keamanan yang diberikan yaitu: fasilitas yang disediakan untuk melindungi dan memberikan kenyamanan untuk pengunjung wisatawan.

¹⁰ rosta juliana sinaga dan tengku teviana, "Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali" vol,12 no.1 (desember 2024).

¹¹ Muhammad Syariful Anam Et Al., "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu," *Jurnal Destinasi Pariwisata* 9, No. 2 (December 31, 2021): 337, <https://doi.org/10.24843/Jdepar.2021.V09.I02.P12>.

- c. Keindahan alam yang tersaji yaitu : pemandangan atau fenomena yang memberikan daya tarik, ketenangan dan rasa kagum bagi siapa saja yang melihatnya.
- d. Kualitas kunjungan yaitu: tingkat kepuasan yang dirasakan oleh seseorang selama mengunjungi tempat atau objek wisata.
- e. Tingkat pelayanan yaitu: ukuran atau kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung dalam memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.¹²

3) Daya Tarik Wisata Dalam Perspektif Islam

Daya tarik wisata dalam perspektif Islam terletak pada manfaat yang diperoleh dari perjalanan tersebut, baik secara spiritual, intelektual, maupun emosional. Islam memandang wisata sebagai aktivitas yang dapat mendekatkan manusia kepada Allah, meningkatkan pengetahuan, dan mempererat hubungan sosial, asalkan dilakukan dengan niat yang baik dan sesuai dengan syariat. Berikut adalah daya tarik wisata dalam Islam:

Menguatkan Silaturahmi Wisata bersama keluarga, sahabat, atau komunitas dapat mempererat hubungan sosial dan memenuhi anjuran Islam untuk menyambung silaturahmi. Rasulullah SAW bersabda: *"Barang siapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menyambung tali silaturahmi."* (HR. Bukhari dan Muslim). Mensyukuri Nikmat Allah, Melalui perjalanan, manusia dapat melihat betapa besar karunia Allah yang telah diberikan kepada

¹² Umi Nurchomariyah And Aditya Liliyan, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok" Vol.1 No.3 (2023).2023

mereka. Rasa syukur ini akan mendekatkan diri kepada Allah.

Sebagaimana Allah berfirman: (QS. Ibrahim: 7)

(وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ۝ ٧)

Artinya: *“(Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras.”*¹³

Tafsir dalam penjelasan ini menunjukkan bahwa Objek wisata, seperti alam pegunungan, air terjun, pantai, budaya lokal, dan warisan sejarah, adalah nikmat besar yang Allah titipkan. Jika masyarakat bersyukur, misalnya: menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan wisata, mengembangkan wisata berbasis kearifan lokal dan ramah lingkungan, memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung, maka, Allah akan menambah: jumlah pengunjung Penghasilan dan peluang kerja dari sektor pariwisata. reputasi dan daya saing wisata daerah.

4) Macam-Macam Wisata

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang kesuatu tempat diluar lingkungan sehari-hari dengan tujuan rekreasi, relaksasi, pendidikan, petualangan. berikut macam-macam wisata:

¹³ Al-Qur'an kemenag RI, *Alqur'an Dan Terjemah, Ibrahim 7* Jakarta: Lajnah Pentashinan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

a) Wisata alam

Wisata yang menawarkan keindahan alami, wisata alam adalah suatu perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungannya sebagai objek tujuan wisata di mana objek wisata, itu bisa menumbuhkan panorama keindahan alami dan keajaiban alam, yang bisa memberikan kesejukan, membuat kita merasa nyaman sehingga menghilangkan hubungan pikiran yang mengganggu, jenuh, cocok untuk melepas penat, misalnya air terjun, pantai, gunung, danau, taman nasional.¹⁴

b) Wisata budaya

Wisata yang bertujuan mengenal, mempelajari, dan menghargai kebudayaan adat istiadat, serta warisan sejarah suatu daerah. misalnya, berkunjung ke museum, upacara adat, kampung tradisional, dan ke candi.

c) Wisata sejarah

Wisata yang dilakukan untuk meningkatkan rasa kekaguman terhadap suatu benda-benda tertentu atau alat-alat dari hasil arepak yang meninggalkan sejarah.

d) Wisata rekreasi

Wisata yang dilakukan untuk hiburan, kesenangan dan relaksasi, biasanya di tempat-tempat buatan atau taman bermain, misalnya kebun binatang, taman hiburan, waterpark.

¹⁴ Damri Batubara, *Objek Wisata Multi Plier Effect*. (CV. Sarnu Untung), 2023.

e) Wisata religi

Wisata yang bertujuan untuk menjalankan ibadah, mendalami ajaran agama atau mengunjungi tempat-tempat ibadah atau lokasi spiritual, misalnya ziarah ke makam wali, tempat ibadah bersejarah, gua atau tempat meditasi, perjalanan spiritual

f) Wisata edukasi

Wisata yang memberi pengalaman sekaligus pengetahuan baru, misalnya taman sains, desa wisata, agrowisata. Wisata petualangan Wisata yang menyukai tantangan dan menguji adrenalin, Misalnya panjat tebing, hiking atau camping, paralayang dan lain-lain.

5. Citra Destinasi

1) Pengertian Citra Destiasi

Citra merupakan hasil dari penilaian secara menyeluruh kepada suatu objek, yang mana dalam konteks ini perusahaan, produk, serta merek. Maka citra ini akan terbentuk melalui pengolahan informasi dari berbagai sumber dalam jangka waktu tertentu. Citra destinasi adalah pandangan yang dimiliki oleh masyarakat kepada perusahaan maupun produknya, yang mana produk dalam hal ini yaitu destinasi wisata sehingga jika dilihat lebih spesifik pembahasan citra tersebut maka mengacu pada citra destinasi sebuah wisata. Citra destinasi sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.¹⁵

¹⁵ Sappewali, "Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi Empiris Pada Beberapa Obyek Wisata Di Kabupaten Psangkayu)."

Menurut Ritchie menyatakan bahwa citra destinasi terdiri atas: citra kognitif (pengetahuan dan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi), citra afektif (perasaan atau emosi wisatawan terhadap destinasi), citra konatif (niat atau kecenderungan perilaku terhadap destinasi, termasuk niat untuk berkunjung kembali). Semakin baik citra destinasi maka semakin tinggi minat untuk berkunjung kembali.¹⁶

2) Indikator Citra Destinasi

Citra destinasi dapat diidentifikasi menjadi beberapa indikator sebagai berikut:

- a) citra destinasi kognitif (*cognitive destination image*), yaitu penilaian seseorang dari keyakinan informasi atau pengetahuan yang diperoleh terhadap suatu objek atau destinasi, yang terdiri dari lingkungan, infrastruktur, aksesibilitas, dan atraksi wisata.
- b) citra destinasi unik (*unique destination image*), yaitu keunikan yang dimiliki suatu destinasi yang membedakan satu destinasi wisata dari destinasi wisata yang lain, yang terdiri dari kemenarikan suatu destinasi (*kuliner dan souvenir*), lingkungan alam, dan atraksi local.
- c) citra destinasi afektif (*affective destination image*), yaitu permainan emosi dan perasaan dari seseorang terhadap suatu destinasi, yang terdiri dari perasaan aman, perasaan nyaman, perasaan menyenangkan, dan perasaan santai.¹⁷

¹⁶ Ardinata, susanti, and rahmat, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Pantai Bandengan Jepara," 2021.

¹⁷ gustia and putra, "Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Sumatera Barat."

3) Citra Destinasi Dalam Perspektif Islam

Citra destinasi dalam perspektif Islam mengacu pada bagaimana suatu tempat dinilai berdasarkan nilai-nilai keindahan, manfaat, dan kesesuaiannya dengan syariat Islam. Dalam Islam, destinasi yang baik tidak hanya menyuguhkan pengalaman fisik tetapi juga memiliki dampak spiritual, intelektual, dan moral. Menyegarkan Jiwa dan Fisik, Destinasi yang menawarkan penyegaran jiwa dan fisik, seperti wisata alam, sesuai dengan ajaran Islam asalkan tidak melalaikan kewajiban ibadah. Allah menciptakan alam sebagai tempat untuk istirahat dan renungan Allah Berfirman : (QS. Az-zariyat: 20)

(وَفِي الْأَرْضِ آيَاتٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ ۚ)

Artinya: *“Di bumi terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang yakin.”*¹⁸

Tafsir dalam penjelasan ini menunjukkan bahwa Ayat ini menyampaikan bahwa di bumi terdapat banyak tanda-tanda kekuasaan dan kebesaran Allah bagi siapa saja yang yakin atau memiliki keyakinan yang kuat terhadap kebenaran ajaran-Nya. Tanda-tanda itu bisa berupa: Keajaiban ciptaan Allah: gunung, sungai, lautan, hewan, tumbuhan. Keseimbangan alam semesta, hukum sebab-akibat, dan rezeki yang tercurah dari bumi. Siklus kehidupan, pertumbuhan tanaman, dan fungsi

¹⁸ Al-Qur'an kemenag RI, *Alqur'an Dan Terjemah, Az-Zariah 20* Jakarta: Lajnah Pentashinan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

bumi sebagai tempat tinggal manusia. Wisata yang mendukung keseimbangan hidup dan juga bisa meningkatkan perekonomian daerah.

4) Aek Sijorni

Aek Sijorni yang berarti air jernih merupakan tempat wisata air terjun yang berasal dari aliran sungai pegunungan yang bermuara ke kolam. Tempat wisata ini memiliki potensi yang sangat menarik, jika kita melihat dari atas kita akan melihat pemandangan yang sangat indah, pohon kelapa yang membentang di beberapa titik, air terjun yang memiliki tiga tingkatan.

Selain itu terdapat pondok-pondok kecil yang bisa dijadikan sebagai tempat istirahat pengunjung, tempat pedagang yang berjualan serta beberapa foto studio mini. Sesuai dengan namanya aek sijorni yang berarti air yang begitu jernih, semua pengunjung akan menikmati kejernihan airnya mulai dari anak-anak hingga orang dewasa pengunjung bisa mandi di beberapa kolam yang ada. Untuk tarif satu tiket di wisata aek sijorni yang legal sebesar Rp.20.000 untuk anak-anak berumur 3-12 tahun, dan Rp. 30.000 untuk dewasa.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sebagai sumber bahan referensi peneliti dalam melakukan penelitian dan juga untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian lain, Adapun penelitian terdahulu :

Tabel II. 1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul peneliti	Hasil penelitian
1	Normalasari, Johannes , Syahmardi Yacob . (2023)Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu).	Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word Of Mouth	daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan pada desa wisata Kuala Jambi. ¹⁹
2	Nur Lailatul Fadilah , Miftahul Huda (2024) Jurnal Mahasiswa Humanis	Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Tanaria Park	<p>Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Storytelling Marketing, Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai variabel intervening studi pada pengunjung objek tanaria park, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Storytelling Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tourist Satisfaction. 2. Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tourist Satisfaction. 3. Storytelling Marketing berpengaruh

¹⁹ Normalasari, Johannes, And Syahmardi Yacob, “Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word Of Mouth” Vol. 12 No. 01 (March 2023).Hlm,167.

			positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali. 4. Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali. ²⁰
3	Adi Choerul Umam, Inayah Adi Sari, Novika Wahyuhastuti, (2024) Jurnal Spirit Edukasi	Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata An Sarana Prasarana Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Cinapas Buaran Kabupaten Brebes	Citra destinasi berdampak signifikan positif pada minat mengunjungi kembali di Cipanas Buaran Kabupaten Brebes; Daya tarik wisata berdampak negatif dan tidak signifikan pada minat mengunjungi kembali di Cipanas Buaran Kabupaten Brebes ²¹
4	Dinar eka alnawati, nurhidayah, abdul syukur novianto (2023) jurnal riset manajemen	Pengaruh daya tarik dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang melalui keputusan pengunjung (studi kasus pada pengunjung wisata new mitra apel, kota batu)	Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Pengunjung New Mitra Apel menganggap objek wisata ini tidak memiliki pembeda dari tempat wisata lain karena memiliki konsep yang sama dengan wisata petik apel lainnya meskipun

²⁰ Nur Lailatu fadilah and Miftahul huda, "Pengaruh Storytelling Marketing Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Tourist Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Tanaria Park" Vol. 4, No. 3, (2024): hlm,145.

²¹ uman chairul adi, sari adi inayah, and wahyuhastuti novika, "Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata An Sarana Prasarana Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Cinapas Buaran Kabupaten Brebes" vol 04, no 02 (2024).

			New Mitra Apel memiliki keunggulan pada keindahan dan keasrian pada kebun apelnya. ²²
5	Umi Nurchomariyah, Aditya Liliyan (2023) Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok	Hasil yang didapat dari analisis yang dilakukan dapat disimpulkan yakni daya tarik wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Umbul Ponggok. Aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Umbul Ponggok. Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. ²³

²² alnawati, nurhidayah, and novianto, "Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu)."

²³ Nurchomariyah And Liliyan, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok."2023,hlm,353

6	Benedicta Jennifer Yosandri1, Nova Eviana (2022) an international jurnal of tourisn and education	Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor	Pengaruh variabel citra destinasi terhadap keputusan berkunjung. bahwa variabel citra destinasi berpengaruh positif dan cukup signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung. variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan cukup signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung. Hal ini didasari pada analisis regresi linear berganda dengan hasil 0,480. ²⁴
7	Posumah, Y. C. Poli S. L. H. V. ,Joyce Lapien,Sjendry S. R. Loindong (2023) Jurnal EMBA)	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat di simpulkan bahwa 1. Daya tarik wisata dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ada objek wisata Bukit Kasih Kanonang. 2. Daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung objek wisata Bukit Kasih Kanonang. 3. Fasilitas

²⁴BenedictaJennifer yosandri and nova eviana, "PeningkatanKeputusanBerkunjungWisatawanMelaluiPengembanganCitraDestinasidanAksesibilit asdiLembahTepusBogor" Vol.7No.1 (2022).hlm,20.

			secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung objek wisata Bukit Kasih Kanonang. ²⁵
8	Tri Muria Ayu Ningsih, Junaidi Sagir (2024) Journal of Economics, Business, &Entrepreneurship	Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga	<p>Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga. Artinya jika semakin tinggi Daya Tarik Wisata maka akan meningkatkan Minat Berkunjung Kembali, Sebaliknya</p> <p>jika Daya Tarik Wisata rendah atau tidak sesuai maka akan semakin menurun Minat Berkunjung Kembali.(2) Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga. Artinya jika semakin tinggi Citra</p>

²⁵ Poli, Lapian, And Loindong, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang.”(2023),Hlm,831.

			Destinasimaka Minat Berkunjung Kembali semakin tinggi, Sebaliknya jika Citra Destinasi semakin kurang atau tidak sesuai maka semakin menurun Minat Berkunjung Kembali ²⁶
9	Isman,Ryan Gerry Patola,Dimas Eka Pratama (2020) jurnal studi manajemen dan bisnis	Pengaruh Social Media Marketing, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata	Citra destinasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung .karen nilai probabilitasnya >0,05 yaitu 0,218 hipotesis ketiga secara statistik tidak teruji meskipun adanya faktor citra destinasi yang dimiliki oleh jatim park tetapi idak menimbulkan adanya minat berkunjung bagi wisatawan. ²⁷

²⁶ tri muria and sagir, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga."

²⁷ ismail, ryan gerry patola, and dimas eka patama, "Pengaruh Social Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata" vol.7(1) (2020): hlm,33.

10	Agung Prasetyo, skripsi fakultas ekonomi bisnis (2024)	Pengaruh daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisata pantai Minang Rua	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan citra destinasi secara simultan berpengaruh positi dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisata pantai Minang Rua ²⁸
----	--	---	---

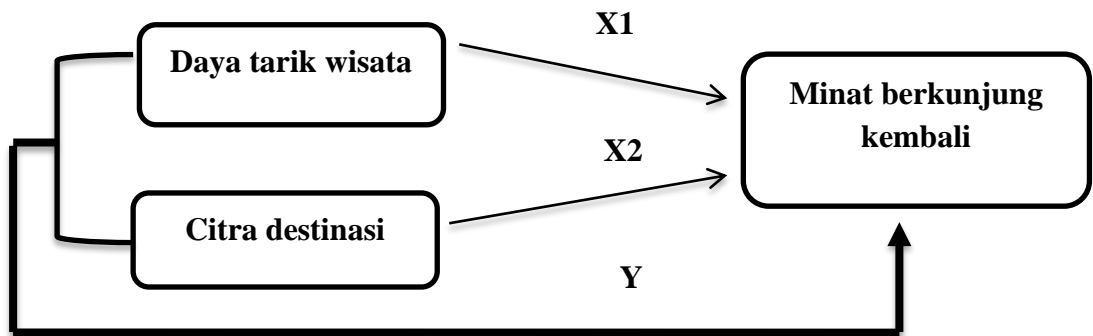
C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Di dalam kerangka pemikiran variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian.²⁹

²⁸ agung prasetyo, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisata Minang Rua" (2024).

²⁹ Addini Zahra syahputri, Fay Della fallenia, and Ramadani syafitri, "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif" Vol. 2, 1 (2023).

Gambar II.1 Kerangka Pikir



Keterangan :

parsial :

simultan :

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Hipotesis, penelitian ini menandung pernyataan mengenai hubungan atau Pengaruh, baik secara positif atau negatif antara dua variabel atau lebih. Hipotesis penelitian terhadap rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

Ha_1 : Terdapat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali wisata pada objek wisata Aek Sijorni

Ha_2 : Terdapat pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni

Ha_3 : Terdapat pengaruh daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan bertempat di Wisata Aek Sijorni Kecamatan Sayurmatangi Kabupaten Tapanuli selatan. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Desember sampai dengan Mei 2025

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penelitian data survei. metode penelitian survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), akan tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, wawancara dan sebagainya.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang dijadikan peneliti sebagai subyek penelitian yaitu wisatawan yang pernah mengunjungi objek Wisata Aek Sijorni.

¹ sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung: ALFABETA, CV., 2013).

2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah suatu prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikendaki dari suatu populasi. teknik pengambilan sampel ini dilakukan secara kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu secara kebetulan dengan peneliti bisa dijadikan sebagai sampel, tehnik pengambilan sampel menggunakan non purposive sampling. Maka untuk penetapan besarnya sampel menggunakan rumus Lemessow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{D^2}$$

Keterangan:

N =Jumlah Sampel

Z =Nilai standar distribusi sesuai nilai Pada $\alpha = 5\% = 1,96$

P =Estimasi Proporsi Populasi dipakai 50%

D =interval /penyimpangan alpa (0,1) atau sampling eror = 10%

Perhitungan :

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{D^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1 - 0,5)}{D^2}$$

$$n = \frac{3,8416.0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan di ambil minimal sebanyak 96 maka dibulatkan menjadi 96 responden. Adapun sampelnya meliputi masyarakat atau wisatawan yang berkunjung ke wisata Aek Sijorni yaitu: umur rentang usia 15-35 tahun, pernah melakukan kunjungan minimal dua kali, berdomisili diwilayah Tapanuli Selatan maupun luar Tapanuli Selatan.

D. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini menggunakan data primer, data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh penelitian langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara langsung pada saat pengisian kuesioner atau angket kepada pengunjung wisata Aek Sijorni.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan data sekunder dari suatu penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang. Responden hanya memilih jawaban yang

sudah di sediakan oleh peneliti, dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuisioner kepada pengunjung wisatawan yang pernah berkunjung di lokasi wisata Aek Sijorni secara langsung dan secara Adapun skala Ordinal yang dijadikan pada penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Penetapan Skor Alternative Atas Jawaban Kuisioner

Responden	Tingkat kepuasan	Peringkat
A	Sangat setuju (SS)	5
B	Setuju (S)	4
C	Kurang setuju (KS)	3
D	Tidak setuju (TS)	2
E	Sangat tidak setuju (STS)	1

Adapun kisi-kisi angket yang dijadikan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Angket Penelitian

No	Variabel	Indikator	Nomor Kisi Angket
1	Daya tarik wisata	1. .keunikan objek wisata 2. Keamanan yang diberikan 3. Keindahan alam yang tersaji 4. Kualitas kunjungan 5. Tingkat pelayanan	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10
2	Citra Destinasi	1. Citra Destinasi Koegnetif 2. Citra Destinasi Unik 3. Citra Destinasi Afektif	13, 14 15,16 17,18

3	Minat Berkunjung Kembali	1. Intention to recomment (minat untuk rekomendasi) 2. Niat untuk mengunjungi Kembali	19,20 21,22
---	--------------------------	--	--------------------

b. Wawancara

Wawancara adalah keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab, dan dalam penelitian ini peneliti mengadakan wawancara langsung kepada subjek penelitian. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Karena untuk mempermudah peneliti dalam mencapai penelitian. Pewawancara perlu menelusuri lebih jauh suatu topik berdasarkan jawaban yang diberikan partisipan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses mengumpulkan, merekam, dan menyimpan data atau informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan suatu penelitian. Dokumentasi ini mencakup semua tahapan penelitian mulai dari perencanaan, pengumpulan data, analisis, hingga pelaporan hasil untuk memastikan bahwa seluruh proses dapat dipertanggungjawabkan, dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, data yang di ambil dari pengelola Destinasi wisata Aek Sijorni.

F. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak.² Untuk mengukur validitas kuesioner ini, peneliti menggunakan SPSS vers 16.

Untuk menyimpulkan butir tersebut valid atau tidak maka ketentuannya adalah sebagai berikut; jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 10% maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

2. Uji reabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Adapun teknik yang peneliti gunakan untuk mengukur reliabilitas suatu instrumen penelitian dengan teknik *Alpha Cronbach*. kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas $r_{hitung} > 0,6$.

² Syofian siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 2014.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak, teknik uji yang digunakan adalah one sampel *kolmogorof smirnov test*, apabila signifikan data $> 10\%$ maka data dapat dikatakan normal.

2. Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atas variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolineritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. model regresi yang baik adalah tak terjadi heteroskedastisitas. Jika signifikan hasil korelasi $< 0,10$ (10%) maka terdapat gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya, jika signifikan kasil korelasi $> 0,10$ (10%) tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan menggunakan metode Glajser.

c. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independent) terhadap satu variabel tak bebas (dependent).

b. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis untuk korelasi, digunakan uji t untuk mengetahui apakah variabel bebas secara sendiri-sendiri memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Hal ini berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} masing-masing koefisien dengan t_{tabel} dan tingkat signifikan 10%. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat.

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat (Y).

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y. Persyaratan yang harus terpenuhi agar dapat memaknai nilai koefisien determinasi adalah hasil uji F dalam analisis regresi linier berganda bernilai signifikan, yang berarti bahwa ada pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Sebaliknya, jika hasil analisis uji F tidak signifikan maka nilai koefisien determinasi tidak dapat digunakan atau dipakai untuk memprediksi kontribusi pengaruh variabel secara simultan terhadap variabel Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Wisata Aek Sijorni

Aek Sijorni merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di Sumatera Utara, Kabupaten Tapanuli Selatan, Kecamatan Sayurmatinggi tepatnya berada di Aek Libung. Aek Sijorni berasal dari bahasa mandailing, dimana “Aek” berarti air dan “Sijorni” berarti jernih, mencerminkan kejernihan air yang mengalir di kawasan Aek Sijorni. Aek Sijorni terkenal dengan air terjunnya yang bertingkat, mengalir melalui bebatuan cadas yang membentuk undakan alami. Airnya tetap jernih sepanjang tahun karena aliran sungai yang melewati batu cadas dan tidak mengandung lumpur. Kawasan ini juga dikelilingi oleh pepohonan kelapa, menambah keindahan dan kesejukan suasana. Aek Sijorni menjadi salah satu destinasi wisata andalan di Tapanuli Selatan, menawarkan kombinasi keindahan alam dan kekayaan budaya yang menarik untuk dikunjungi, sejak jaman dulu masyarakat lokal sudah mengetahui keberadaan air terjun ini.

Dahulu digunakan untuk mandi, mencuci dan mengambil air, ketinggian air terjun 10-50 meter, aliran berasal dari sungai Batang Angkola, bagi masyarakat setempat selain sumber air, Aek Sijorni memiliki nilai budaya dan spiritual, ada tradisi atau ritual adat yang sering dilakukan di sekitar air terjun. Seiring berkembangnya pariwisata, warga memanfaatkan lokasi ini untuk usaha kecil seperti warung makanan/

minuman, sewa tikar, sewa foto booth sehingga membantu meningkatkan penghasilan lokal, sudah dilengkapi fasilitas modern, area parker, kolam renang, mushalla, toilet dan pondok-pondok. Tiket masuk ke wisata Aek Sijorni mulai dari 20 ribu untuk anak-anak sampai usia 12 tahun dan 30 ribu untuk orang dewasa, dan sudah gratis jembatan dan parker di area wisata Aek Sijorni yang sudah diresmikan oleh Bupati Tapanuli selatan dan Dinas Parawisata Tapanuli selatan.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kuisioner yang dibuat valid atau tidak. jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 10% maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Y, X1, X2

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel} df= n-2 (96-2) =94 taraf signifikan 10%	Keterangan
Minat Berkunjung Kembali (Y)	Y.1	0,878	0,2371	Valid
	Y.2	0,935	0,2371	Valid
	Y.3	0,935	0,2371	Valid
	Y.4	0,933	0,2371	Valid
Daya Tarik wisata (X1)	X1.1	0,832	0,2371	Valid
	X1.2	0,880	0,2371	Valid
	X1.3	0,914	0,2371	Valid
	X1.4	0,885	0,2371	Valid
	X1.5	0,887	0,2371	Valid
	X1.6	0,862	0,2371	Valid

	X1.7	0,892	0,2371	Valid
	X1.8	0,882	0,2371	Valid
	X1.9	0,880	0,2371	Valid
	X1.10	0,882	0,2371	Valid
Citra Destinasi (X2)	X2.1	0,862	0,2371	Valid
	X2.2	0,919	0,2371	Valid
	X2.3	0,931	0,2371	Valid
	X2.4	0,930	0,2371	Valid
	X2.5	0,915	0,2371	Valid
	X2.6	0,879	0,2371	Valid

Sumber: Data diolah dari spss 26

Berdasarkan hasil uji validitas dengan variabel minat berkunjung kembali, daya tarik wisata dan citra destinasi menunjukkan bahwa hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Adapun teknik yang peneliti gunakan untuk mengukur reliabilitas suatu instrumen penelitian dengan teknik *Alpha Cronbach*, bila koefisien reliabilitas $r_{hitung} > 0,6$.

Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas X1, X2, dan Y

Variabel	Cronbach's Alpa	<i>N of items</i>	Keterangan
Daya Tarik Wisata(X1)	0,967	10	Reliabel
Citra Destinasi(X2)	0,956	6	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali(Y)	0,938	4	Reliabel

Sumber: Data diolah dari spss 26

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Sebagaimana yang

dijelaskan di atas ($r_{\text{hitung}} > 0,6$). Sehingga masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak, apabila signifikan data $> 10\%$ maka data dapat dikatakan normal.

Tabel 4. 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51987418
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.067
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah dari spss 26

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan tehnik uji one sampel *kolmogorof smirnov* bahwa nilai probabilitas $0,200 > 0,1$. Sehingga dapat dinyatakan berdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atas variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolineritas atau tidak

terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4. 4 Uji Multikoleniaritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	daya tarik wisata	.152	6.562
	citra destinasi	.152	6.562
a. Dependent Variable: minat berkunjung kembali			

Sumber: Data diolah dari spss 26

Berdasarkan nilai Vif dari variabel daya tarik wisata (X1) sebesar 6.562, dan variabel citra destinasi (X2) sebesar 6.562. Semua variabel nilai Vif nya lebih kecil dari 10. Sedangkan nilai tolerance variabel daya tarik wisata sebesar 0,152, variabel citra destinasi 0,152, lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.

b. Uji Heteroskedastisitas

Jika signifikan hasil korelasi <0,10 maka terdapat gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya, jika signifikan kasil korelasi > 0,10 tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.5 Uji Heteroskedasitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.151	.407		5.280	.000
daya tarik wisata	-.038	.027	-.356	-1.392	.167

citra destinasi	.016	.042	.099	.389	.698
a. Dependent Variable: ABS_RESABS					

Sumber: Data diolah dari spss 26

Berdasarkan dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode Glejser bahwa signifikasi variabel daya tarik wisata sebesar 0,167, dan nilai signifikasi variabel citra destinasi 0,698. Variabel daya tarik wisata dan citra destinasi > dari 0,10 sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Uji regresi linear berganda

Tabel 4.6 Uji regresi linear berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.284	.616		3.709	.000
daya tarik wisata	.237	.041	.622	5.748	.000
citra destinasi	.179	.063	.307	2.839	.006
a. Dependent Variable: minat berkunjung kembali					

Sumber: Data diolah dari SPSS 26

Berdasarkan nilai Coefficients untuk melihat persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = 2,284 + 0,237 (DT) + 0,179 (CD)$$

1. Dari hasil constanta sebesar 2,284 menyatakan bahwa tidak ada faktor variabel daya tarik wisata dan citra destinasi, maka akan meningkatkan minat Berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni sebesar 2,24
2. Dari hasil nilai koefisien regresi untuk variabel daya tarik wisata sebesar 0,237, menyatakan bahwa setiap penambahan faktor

variabel daya tarik wisata, maka akan meningkatnya minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni sebesar 23,7.

3. Dari hasil nilai koefisien regresi untuk variabel daya tarik wisata sebesar 0,179, menyatakan bahwa setiap pertambahan faktor variabel citra destinasi, maka akan meningkatnya minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni sebesar 17,9.

6. Uji Hipotesis

a. Uji parsial (t)

Pengujian secara parsial disebut dengan uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} pengujian hipotesis Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_a , diterima dan H_o ditolak Hal ini berarti variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dan sebaliknya.

Tabel 4. 6 Uji parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.284	.616		3.709	.000
daya tarik wisata	.237	.041	.622	5.748	.000
citraa destinasi	.179	.063	.307	2.839	.006

a. Dependent Variable: minat berkunjung kembali

Sumber: Data diolah dari SPSS 26

Berdasarkan hasil uji parsial nilai t_{tabel} yang diperoleh dengan rumus $df=n-k-1$ Atau $df=96-2-1=93$ dengan signifikansi 10% : 2=5% maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.66140

1. Berdasarkan variabel daya tarik wisata diperoleh $t_{hitung} = (5.748) > t_{tabel} (1.661)$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.
2. Berdasarkan variabel daya tarik wisata diperoleh $t_{hitung} = (2.839) > t_{tabel} (1.661)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

b. Uji Simultan (f)

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Jika F_{hitung} maka $> F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, ini berarti variabel X1, dan X2 secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Y dan sebaliknya. Adapun hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Uji simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1101.882	2	550.941	233.480	.000 ^b
	Residual	219.452	93	2.360		
	Total	1321.333	95			
a. Dependent Variable: minat berkunjung kembali						
b. Predictors: (Constant), citra destinasi, daya tarik wisata						

Sumber: Data diolah dari SPSS 26

Berdasarkan uji simultan menunjukkan bahwa nilai signifikansi $\alpha = 0,05$, dan $f_{hitung} 233.480 > f_{tabel} 2,70$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan daya tarik wisata dan citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni.

c. Uji Koefisien determinan (R^2)

Tabel 4.8 UJI Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 ^a	.834	.830	1.536
a. Predictors: (Constant), citra destinasi, daya tarik wisata				

Sumber: Data diolah dari spss 26

Berdasarkan tabel 4.8 di atas R Square sebesar 0,834 atau sama dengan 83,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentasi pengaruh variabel daya tarik wisata dan citra destinasi 83,4%, sedangkan sisanya 16,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan hasil penelitian

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Infak Melalui BSI Mobile”. Data diolah dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f), maka diperoleh hasil yaitu:

1. Berdasarkan variabel daya tarik wisata menunjukkan bahwa indikator keunikan objek wisata keamanan yang diberikan, keindahan alam yang tersaji, kualitas kunjungan, tingkat pelayanan, maka dapat disimpulkan bahwa indikator daya tarik wisata memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Normalasari,Junaidi Sagir, menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan pada desa wisata kuala jambi dan penelitian tri muria ayu menyatakan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga.⁵³ Sebaliknya hasil penelitian Umi Nurchomariah menyatakan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata unmbul ponggok.⁵⁴

2. Berdasarkan variabel citra destinasi menunjukkan bahwa indikator citra destinasi koegnetif, citra destinasi unik, citra destinasi afektif maka dapat disimpulkan bahwa indikator citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Tri Muria Ayu Ningsih menyatakan bahwa citra destiasi berpengaruh positif dan signifikan

⁵³ Normalasari, Johannes, And Yacob, "Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word Of Mouth."

⁵⁴ Nurchomariyah And Liliyan, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok."

signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga.⁵⁵ Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Isman menyatakan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung.⁵⁶

3. Berdasarkan uji simultan menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Hal ini dibuktikan dengan uji simultan menunjukkan bahwa nilai signifikansi $\alpha = 0,05$, dan $f_{hitung} 233.480 > f_{tabel} 2,70$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan daya tarik wisata dan citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian oleh Agung Prasetyo menyatakan Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan citra destinasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisata pantai Minang Rua,⁵⁷ dan penelitian Adi Choerul Umam menyatakan bahwa Citra destinasi, daya tarik wisata, dan sarana prasarana secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dengan kontribusi sebesar 37,9%.⁵⁸

⁵⁵ tri muria and sagir, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga."

⁵⁶ mulyana, arisman, and pauzy, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Visit Experience (Survei Pada Pengunjung Wisata Pantai Pangandaran)."

⁵⁷ prasetyo, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisata Minang Rua."

⁵⁸ uman chairul adi, sari adi inayah, and wahyuhastuti novika, "Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata An Sarana Prasarana Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Cinapas Buaran Kabupaten Brebes."

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengikuti langkah-langkah yang dibuat secara hati-hati agar menghasilkan secara optimal. Namun mencapai hasil yang sempurna sangat sulit karena karena dalam pelaksanaannya terdapat beberapa keterbatasan dalam peneliti dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini hanya difokuskan pada pengunjung objek wisata Aek Sijorni yang sudah pernah berkunjung minimal dua kali pada objek wisata Aek Sijorni.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda, tiap responden. Faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti tentang daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni:

1. Berdasarkan variabel daya tarik wisata diperoleh $t_{hitung} = (5.748) > t_{tabel} (1.661)$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.
2. Berdasarkan variabel daya tarik wisata diperoleh $t_{hitung} = 2.839 > t_{tabel} (1,661)$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.
3. Pada variabel daya tarik wisata dan citra destinasi secara simultan terdapat pengaruh minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai f_{tabel} dapat dilihat statistic dengan derajat kebebasan $df=n-k-1= df=96-2-1= 93$ maka $f_{tabel} =$ Berdasarkan uji simultan menunjukkan bahwa nilai signifikansi $\alpha = 0,05$, dan $f_{hitung} 233.480 > f_{tabel} 2,70$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan daya tarik wisata dan citra destinasi memengaruhi minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni, simultan daya tarik wisata dan citra destinasi memengaruhi minat berkunjung

kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Persentasi pengaruh variabel daya tarik wisata dan citra destinasi 83,4%, sedangkan sisanya 16,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Implikasi merupakan suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan dari suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Aek Sijorni. Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari hasil penelitian maka implikasinya adalah sebagai berikut:

1. Perbaikan dan Pengembangan Daya Tarik Wisata

Pengelola objek wisata Aek Sijorni perlu terus meningkatkan dan memelihara daya tarik wisata, baik dari segi keindahan alam, fasilitas pendukung, kebersihan, maupun pengalaman unik yang ditawarkan. Dengan demikian, wisatawan akan merasa puas dan memiliki keinginan untuk kembali berkunjung.

2. Peningkatan Citra Destinasi

Citra destinasi yang positif menjadi kunci untuk menarik kunjungan ulang. Oleh karena itu, promosi yang efektif melalui media sosial, publikasi, dan event-event wisata perlu dilakukan untuk memperkuat citra positif Aek Sijorni sebagai destinasi wisata unggulan.

3. Penguatan Pengalaman Wisatawan

Memberikan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi wisatawan adalah langkah penting untuk menumbuhkan minat berkunjung kembali. Hal ini dapat dilakukan melalui pelayanan yang ramah, penyediaan informasi yang memadai, serta kemudahan akses ke berbagai fasilitas.

4. Kolaborasi antara Pemerintah dan Pengelola Wisata

Pemerintah daerah dapat mendukung dengan meningkatkan infrastruktur, seperti akses jalan dan transportasi umum ke Aek Sijorni. Selain itu, kerjasama antara pengelola wisata dan pihak terkait akan memperkuat upaya dalam menjaga daya tarik dan citra destinasi.

5. Pelatihan SDM dan Peningkatan Kualitas Layanan

Pengelola perlu memberikan pelatihan kepada para pekerja pariwisata, agar dapat memberikan pelayanan yang profesional dan memuaskan bagi para wisatawan.

C. Saran

Berdasarkan temuan bahwa daya tarik wisata dan citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, maka disarankan:

1. Bagi Pengelola Aek Sijorni

Mempertahankan dan meningkatkan keindahan alam serta keunikan air terjun bertingkat dengan menjaga kebersihan dan keasrian lingkungan. Mengembangkan spot foto tematik dan jalur wisata edukasi yang menonjolkan budaya lokal agar daya tarik semakin beragam.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Menggunakan metode longitudinal untuk melihat perubahan minat berkunjung dalam jangka panjang. Menambah variabel lain seperti kepuasan pengunjung atau promosi media sosial untuk memahami faktor pendorong niat berkunjung kembali secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y.-N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Al-Qur'an kemenag RI. (2019a). *alqur'an dan terjemah, Az-zariah 20 jakarta: Lajnah pentashinan mushaf Al-Qur'an*.
- Al-Qur'an kemenag RI. (2019b). *alqur'an dan terjemah, Ibrahim 7 jakarta: Lajnah pentashinan mushaf Al-Qur'an*.
- Al-Qur'an kemenag RI. (2019c). *alqur'an dan terjemah, Ali-imran 190 jakarta: Lajnah pentashinan mushaf Al-Qur'an*.
- Anam, M. S., Yulianti, W., Fitriatloka, T., & Rosia, R. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 337. <https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2021.v09.i02.p12>
- Anggiani, S., Lubis, A., & Siregar, M. A. (2024). Studi Empiris: Dampak Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Keinginan Berkunjung Kembali Ke Pemandian Alam Sembah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 2307–2314. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4324>
- Ardinata, susanti, & rahmat. (2021). Pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di pantai Bandengan Jepara.
- ardiyansyah, yozi, & ratnawili. (2021). Daya tarik, citra destinasi, dan fasilitas pengaruhnya terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata wahana surya bengkulu tengah. volume, 2 no 2.
- Azeez, Z. A. (2021). The Impact of Destination Image on Tourist Behavior: Karbala as a Case Study. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(7), 1287–1298. <https://doi.org/10.18280/ijdsdp.160709>
- bella, S., sulistiyowati, L. N., & fauji, R. U. A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pengunjung Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisatawan Telaga Sarangan.
- Damri Batubara. (2023). *Objek wisata multiplier effect*. CV.Sarnu Untung.
- dila, raharjo, & suprpto. (2021). Analisis pengaruh electronic word of mouth dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali (studi kasus ladaya kutai kertanegar). Vol.21 No.2.

- Elik Astari, anak agung, kerti yasa, ni nyoman, ketut giantari, i gusti ayu, & sukaatmadja, i putu gde. (2023). *technology accepted model, theory of planned behavior, dan fear of covid-19: Niat konsumen melanjutkan pengguna dompet digital* (miko andi wardana). CV.intelektual manifes media.
- fadilah, N. L., & huda, M. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Tanaria Park. Vol. 4, No. 3,.
- firda aulia rahmi & feri ferdian. (2023). Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali ke wisata sajuta janjang kabupaten agam. vol,1.no.4.
- Gartner, william C. (1993). Image Formation Process. VOL 2,.
- gustia, annisa eka, & putra, trisna. (2021). Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Sumatera Barat. Vol 2 No 1.
- ismail, patola, ryan gerry, & patama, dimas eka. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata. vol.7(1).
- Isnaini, H., Indra Permana, & Riana Dwi Lestari. (2022). Mite Sanghyang Kenit: Daya Tarik Wisata Alam di Desa Rajamandala Kulon Kabupaten Bandung Barat. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 64–68. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.398>
- kotler & keller. (2012). *Marketing management pearson education*.
- Lestar, siti, yulita, Ima Kristina, & prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). Vol. 05, No. 01.
- maslamiah. (2025, Januari 4). Wawancara dengan pengunjung wisatawan pada objek wisata aek sijorni [Komunikasi pribadi].
- maukari, lodia, Romelus Anigomang, ferdinand, maruli, elia, & Y. Awang, mesak. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengunjung Di Tempat Wisata Tradisional Takpala Desa Lembur Barat Kecamatan Alor Tenga Utara Kabupaten Alor Tahun 2022-2023. Vol 9 No 25 (2023): *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- mulyana, aris sandi krisna, arisman, ari, & pauzy, devy muhammad. (2023). *Pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali berdasarkan visit experience (survei pada pengunjung wisata pantai pangandaran)*. vol.1,no.4.

- Normalasari, johannes, & yacob, S. (2023). Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word Of Mouth. Vol. 12 No. 01.
- Putra, P. P. A. (2021). Pengaruh City Branding Dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Heritage Di Kota Denpasar. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 4(2), 51. <https://doi.org/10.31314/tulip.4.2.51-64.2021>
- rahmadhani. (2025, Januari 7). Wawancara dengan pengunjung wisatawan pada objek wisata aek sijorni (sayurimatinggi) [Komunikasi pribadi].
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1149>
- rosta juliana sinaga dan tengku tevana. (2024). Pengaruh daya tarik dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali. vol,12 no.1.
- safitri, afriana. (2025, Januari 4). Wawancara dengan pengunjung wisatawan pada objek wisata aek sijorni [Komunikasi pribadi].
- Sappewali, andi emmiwati. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi Empiris Pada Beberapa Obyek Wisata Di Kabupaten Psangkayu).
- sri bulan, nindi. (2025, Januari 7). Wawancara dengan pengunjung wisatawan pada objek wisata aek sijorni [Komunikasi pribadi].
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.29>
- sugiyono. (2013). *Metode pene;itian kuantitatif kualitatoif dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Sumiyarsih, S., & Prihatnawan, A. B. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Desa Wisata Di Kawasan Balkondes Borobudur). *Jurnal Nusa Manajemen*, 1(1), 81–93. <https://doi.org/10.62237/jnm.v1i1.15>
- Suparman & Muzakir. (2023). *parawisata budaya: Potensi parawisata budaya di Negeri Seribu Megalit* (jl. Tamansari km 2,5 Kota Tasik Malaya,Jawa Barat). edu publisher.

syahputri, A. Z., fallenia, F. D., & syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. Vol. 2, 1.

Syofian siregar. (2014). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17.

tri muria, A. N., & sagir, junaidi. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Air Terjun Kerta Gangga. Volume 5 Issue 1,.

Uki, S., Fatmala, W., & Rahma, F. (2022). Pengaruh Produk Pariwisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pariwisata Dipantai Nirwana Kota Baubau Tahun 2021. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 366–385. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.971>

uman chairul adi, sari adi inayah, & wahyuhastuti novika. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata An Sarana Prasarana Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Cinapas Buaran Kabupaten Brebes. vol 04, no 02.

Valencia, S., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk Jakarta. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(6), 363–378. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i6.1290>

Warman, B. P., Zulvianti, N., & Putri, H. M. (2024). Pengaruh Motivasi Wisatawan, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Wisata Religi Makam Syekh Burhanuddin. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 4(3), 285–302. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v4i3.656>

yosandri, B., & eviana, nova. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor. Vol.7 No.1.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Nur Atikah Siregar
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir	: Aek Badak Jae, 25 Desember 2003
Anak ke	: 6 dari 7 bersaudara
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Alamat	: Aek Badak Jae
Telepon/Hp	: 0822-6719-7360
E-mail	: nurhakikah524@gmail.com

DATA ORANGTUA/WALI

Nama Ayah	: Parlindungan Siregar
Nama Ibu	: Zubaidah
Alamat	: Aek Badak Jae

Latar Belakang Pendidikan

Tahun (2009-2015)	: SDN 1 01110 Aek Badak
Tahun (2015-2018)	: MTSs AL-Ahliyah Aek Badak Julu
Tahun (2018-2021)	: MA Negeri 3 Mandailing Natal
Tahun (2021-sekarang)	: UIN Syahada Padangsidimpuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1167 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

05 Mei 2025

Yth: Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Selatan.
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Nur Atikah Siregar
NIM : 2140200016
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijorni**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Sc
NIP. 197905252006041004

tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI SELATAN
DINAS PARIWISATA DAERAH

Komplek Perkantoran Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan Sipirok
Kode Pos 22742, Telp. (0634) 4345264 / 4345267
E-mail: dispardatapsel@gmail.com Website: pariwisata.tapselkab.go.id

Sipirok, 9 Mei 2025

Nomor : SS. 1 798 /2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Izin Riset

Yth.
~~Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan~~
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan
di -

Tempat

Menindaklanjuti Surat Saudara Nomor: 1167/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025
tanggal 05 Mei 2025 perihal Permohonan Izin Riset untuk keperluan penyelesaian
Skripsi atas nama:

Nama : **NUR ATIKAH SIREGAR**
NIM : 2140200016
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung
Kembali pada Objek Wisata Aek Sijorni

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami tidak merasa
keberatan dengan rencana penelitian dimaksud.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan
terima kasih.

KEPALA DINAS PARIWISATA DAERAH
KABUPATEN TAPANULI SELATAN



ABDUL SAFTAR, S.Sos, MM
PEMBINA UTAMA MUDA (IV/c)
NIP. 19720823 199303 1 002

Lampiran 1 Angket Kuisisioner

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwasanya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risna Hairani sitompul, M.M

NIDN : 0119038306

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijorni**

Nama : Nur Atikah Siregar

NIM : 21 401 200016

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Adapun masukan yang telah saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 2025

Validator



Risna Hairani Sitompul, M.M

NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDITAS ANGKET MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (Y)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Intention to recoment (minat untuk rekomendasi)	1,2			
Niat untuk mengunjungi kembali	3, 4			

Kritik dan saran:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Padangsidimpuan, 2025

Validator



Risna Hairani Sitompul, M.M

NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDITAS ANGKET DAYA TARIK WISATA (X1)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Keunikan Objek Wisata	1, 2			
Keamanan Yang Diberikan	3, 4			
Keindahan Alam Yang Diberikan	5, 6			
Kualitas Kunjungan	7, 8			
Tingkat Pelayanan	9, 10			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, 2025

Validator



Risna Hairani Sitompul, M.M

NIDN. 0119038306

LEMBAR VALIDITAS ANGKET CITRA DESTINASI (X2)

Petunjuk:

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berikan tanda (✓) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada nasakah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Citra Destinasi Koegnetif	1, 2			
Citra Destinasi Unik	3, 4			
Citra Destinasi Afektif	5, 6			

Kritik dan saran:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan, 2025

Validator



Risna Hairani Sitompul, M.M

NIDN. 0119038306

LEMBAR PERNYATAAN ANGKET PENELITIAN

Assalamualaikum warohmatullohi wabarokatuh,

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi S-1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary padangsidimpuan. Maka saya:

Nama : Nur Atikah Siregar
NIM : 21 401 200016
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan tinggi : UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk mengisi kuisioner penelitian saya ini. peran sarta dari Bapak/Ibu, Saudara/Saudari akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan kerahasiaan jawabannya tetap terjamin. Dengan judul penelitian **“Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Aek Sijorni”**.

Atas kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk menjawab pernyataan pada kuisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Padangsidimpuan, 2025

Peneliti,



Nur Atikah Siregar

NIM.2140200016

**Daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali
pada objek wisata aek sijorni**

I. Identitas Responden

Nama :

Alamat :

Jenis Kelami : ☐ laki-laki ☐ perempuan

Apakah anda benar pernah melakukan kunjungan minimal dua kali dan
berusia 15-35 tahun

☐ iya

☐ tidak

II. Petunjuk Pengisian

1. Berikan tanda (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling benar.
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.
4. Semua jawaban Bapak/Ibuk, Saudara/Saudari dirahasiakan
5. Ada lima alternatif pilihan jawaban, yaitu:

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

LEMBAR PERNYATAAN ANGKET

A. Minat Berkunjung Kembali (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Wisata Aek Sijorni memiliki keunikan alam yang indah sehingga saya dapat merekomendasikan kepada orang lain.					
2.	Kepuasan berkunjung di wisata Aek Sijorni memberikan keyakinan saya untuk merekomendasikan wisata tersebut.					
3.	Pengalaman saya selama berkunjung ke Aek Sijorni mendorong saya untuk ingin berkunjung lagi.					
4.	Keindahan alam yang masih alami yang mendorong niat ingin berwisata.					

B. Daya Tarik Wisata (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Air terjun Aek Sijorni merupakan daya tarik utama yang unik.					
2.	Wisata Aek Sijorni yang masih alami yang memberikan keunikan wisata tersebut					
3.	Pengelola Aek Sijorni cepat tanggap bila terjadi keadaan darurat.					
4.	Keamanan barang benda di wisata Aek Sijorni selalu di awasi oleh pengelola wisata Aek Sijorni.					
5.	Keindahan alam Aek Sijorni memiliki kepuasan kepada pengunjung.					
6.	Keindahan alam wisata Aek Sijorni memberikan inspirasi kepada saya akan pentingnya menjaga kelestarian alam.					
7	Kualitas keamanan yang diberikan oleh pengelola sesuai dengan harapan pengunjung.					
8	Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan untuk berkunjung kembali.					
9	Pengelola wisata Aek Sijorni memberikan tingkat pelayanan yang lebih untuk pengunjung.					
10	Tingkat pelayanan wisata Aek Sijorni memberikan kepuasan terhadap pengunjung.					

C. Citra Destinasi (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Wisata Aek Sijorni dapat diperoleh informasi melalui media sosial.					
2.	Lokasi wisata Aek Sijorni bisa di akses melalui media google mapping sehingga menarik untuk destinasi koegnetif.					
3.	Wisata Aek Sijorni menjadi wisata yang terkenal karena keunikannya.					
4.	Keunikan Aek Sijorni yang menjadi daya tarik utama wisata Aek Sijorni.					
5.	Wisata Aek Sijorni memberikan citra destinasi afektif kepada pengunjung					
6.	Keindahan alam wisata Aek Sijorni yang masih alami yang menjadi citra destinasi afektif					

Lampiran 2 Hasil Output Spss

Uji Validitas Daya Tarik Wisata (X1)

[illegible]

X1.10	Pearson Correlation	.682**	.691**	.765**	.728**	.745**	.720**	.789**	.786**	.866**	1	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.832**	.880**	.914**	.885**	.887**	.862**	.892**	.882**	.880**	.882**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Citra Destinasi (X2)

Correlations								
		citra destinasi	citra destinasi	citra destinasi	citra destinasi	citra destinasi	citra destinasi	citra destinasi
citra destinasi	Pearson Correlation	1	.845**	.767**	.723**	.688**	.690**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
citra destinasi	Pearson Correlation	.845**	1	.848**	.789**	.787**	.735**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
citra destinasi	Pearson Correlation	.767**	.848**	1	.858**	.827**	.748**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
citra destinasi	Pearson Correlation	.723**	.789**	.858**	1	.862**	.813**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
citra destinasi	Pearson Correlation	.688**	.787**	.827**	.862**	1	.801**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
citra destinasi	Pearson Correlation	.690**	.735**	.748**	.813**	.801**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
citra destinasi	Pearson Correlation	.862**	.919**	.931**	.930**	.915**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

	N	96	96	96	96	96	96	96
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Uji Validitas minat berkunjung kembali (Y)

Correlations						
		minat berkunjung kembali	minat berkunjung kembali	minat berkunjung kembali	minat berkunjung kembali	minat berkunjung kembali
minat berkunjung kembali	Pearson Correlation	1	.796**	.747**	.731**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
minat berkunjung kembali	Pearson Correlation	.796**	1	.816**	.822**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
minat berkunjung kembali	Pearson Correlation	.747**	.816**	1	.864**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
minat berkunjung kembali	Pearson Correlation	.731**	.822**	.864**	1	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
minat berkunjung kembali	Pearson Correlation	.878**	.935**	.935**	.933**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

1. Uji reabilitas daya tarik wisata (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.967	10

2. Uji reabilitas citra destinasi(X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.956	6

3. Uji reabilitas minat berkunjung kembali (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	4

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.151	.407		5.280	.000	
daya tarik wisata	-.038	.027	-.356	-1.392	.167	
citra destinasi	.016	.042	.099	.389	.698	

a. Dependent Variable: ABS RESABS

6. Uji regresi linear berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.284	.616		3.709	.000
daya tarik wisata	.237	.041	.622	5.748	.000
citra destinasi	.179	.063	.307	2.839	.006

a. Dependent Variable: minat berkunjung kembali

7. Uji Hipotesis

Uji parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.284	.616		3.709	.000
	daya tarik wisata	.237	.041	.622	5.748	.000
	citraa destinasi	.179	.063	.307	2.839	.006

a. Dependent Variable: minat berkunjung kembali

Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1101.882	2	550.941	233.480	.000 ^b
	Residual	219.452	93	2.360		
	Total	1321.333	95			

a. Dependent Variable: minat berkunjung kembali

b. Predictors: (Constant), citra destinasi, daya tarik wisata

Uji Koefisien determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 ^a	.834	.830	1.536

a. Predictors: (Constant), citra destinasi, daya tarik wisata

Lampiran 3 hasil uji instrument

1. Daya tarik

No	Nama	X1. 1	X1 .2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.T
1	Laila sari	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40
2	Salsa	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
3	Ahmad sukur	3	2	4	2	2	4	2	4	4	4	31
4	Satria	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
5	Putri	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
6	Nadia	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	44
7	Kausar	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	45
8	Aziz	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	43
9	Nisa	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
10	Ainun	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	23
11	Andika	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
12	Armet siregar	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	27
13	Saripah	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	44
14	Ainun salsabila	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	28
15	Diki purwanto	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3	17
16	Sri wahyuni	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
17	Dimas	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	24
18	Riki saputra	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	24
19	Benni	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
20	Wira nata	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
21	Nisrina	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
22	Toha	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
23	Patmawati	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	45
24	Sabita	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
25	Lena widiya	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
26	Natasya	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	45
27	Doni	3	3	2	2	2	4	2	2	2	1	23
28	Hanifah	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	23
29	Randi	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
30	Cantika	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	45
31	Sulhan	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	46
32	Nindi sri bulan	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
33	Mita	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	25
34	Muhammad fadli	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	33
35	Maslamiah	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	22
36	Sri mulyani	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	23

37	Mardiah	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
38	Putri marito pasaribu	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
39	Imelda sari siregar	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	43
40	Cahaya	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	44
41	Lismadani	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	45
42	Anita sari lubis	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	44
43	Brigita	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
44	Pania	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45
45	Riska	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
46	Murniati dewi	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45
47	Deninda	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
48	Reza fahlevi	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
49	Saputra	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
50	Sarah	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	25
51	Melinda	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	26
52	Saima putri harahap	2	2	3	2	2	4	4	3	3	3	28
53	Mawaddah nst	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	25
54	adriansyah	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
55	Arni	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	45
56	Faujiah simamora	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	20
57	Muslimin nasution	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	23
58	Azhar	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	25
59	Aisyah	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	24
60	Dina rahmadhani	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
61	Nadia	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
62	Irma yani	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44
63	Melda	3	2	2	2	3	3	2	2	1	1	21
64	Panggabean	3	2	2	2	1	1	2	1	1	1	16
65	Sukri anafi	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	44
66	Widya	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	44
67	Delina yani	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
68	Sukma yani rambe	2	3	1	1	2	1	2	3	3	3	21
69	Sofyan syafutra	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
70	Aidil syautra	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	41
71	Yuni	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	44
72	Rinaldi	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	39
73	Irman	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42

74	Riski	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
75	Pani	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	16
76	Nur annisa pulungan	2	2	2	3	3	3	1	2	2	1	21
77	Fitri leni harahap	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	43
78	Sona	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
79	Zahra	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
80	Melani	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
81	Munah	3	2	2	1	1	1	2	3	2	1	18
82	Sulis tia ningsi	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
83	Wulan	3	3	2	2	1	1	2	1	2	1	18
84	Sakinah	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
85	Nur laila	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
86	Kholijah	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	20
87	Sahyuni	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	23
88	Afrijal siregar	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
89	Ari riski rora	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	45
90	Sahrial	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	45
91	Delima warni rambe	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	45
92	Snichi kudo	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
93	Kaartika	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
94	Rostina lubis	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
95	Desy indah marwih daulay S.Pd	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
96	Dafit	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43

2. Citra destinasi (X2)

No	Nama	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.T
1	Laila sari	4	4	4	3	4	4	23
2	Salsa	4	4	4	4	4	4	24
3	Ahmad sukur	3	3	3	2	3	2	16
4	Satria	4	4	4	4	5	5	26
5	Putri	4	5	4	4	4	5	26
6	Nadia	4	4	4	4	4	4	24
7	Kausar	5	5	4	4	4	4	26
8	Aziz	4	4	5	4	4	5	26
9	Nisa	4	4	5	5	5	5	28
10	Ainun	2	2	3	3	3	3	16
11	Andika	4	4	5	5	4	4	26
12	Armet	4	3	3	3	2	3	18

	siregar							
13	Saripah	5	5	4	5	4	4	27
14	Ainun salsabila	1	1	1	1	2	3	9
15	Diki purwanto	3	2	1	1	1	2	10
16	Sri wahyuni	5	4	4	4	4	5	26
17	Dimas	2	3	2	2	2	2	13
18	Riki saputra	2	3	2	2	2	2	13
19	Benni	4	4	4	4	4	4	24
20	Wira nata	4	5	4	4	4	4	25
21	Nisrina	4	4	5	5	5	4	27
22	Toha	5	5	5	4	4	4	27
23	Patmawat i	5	5	5	4	4	4	27
24	Sabita	4	4	4	5	4	5	26
25	Lena widiya	4	4	5	5	5	4	27
26	Natasya	4	4	3	3	3	4	21
27	Doni	3	2	1	1	2	1	10
28	Hanifah	3	3	3	3	2	3	17
29	Randi	4	4	5	4	4	4	25
30	Cantika	5	5	5	5	4	4	28
31	Sulhan	4	4	5	5	4	4	26
32	Nindi sri bulan	4	4	5	5	4	4	26
33	Mita	3	2	2	3	2	2	14
34	Muhamm ad fadli	4	3	3	4	3	4	21
35	Maslamia h	3	3	2	2	3	2	15
36	Sri mulyani	2	2	3	2	2	2	13
37	Mardiah	4	5	5	4	4	4	26
38	Putri marito pasaribu	4	4	4	4	5	4	25
39	Imelda sari siregar	4	4	4	4	5	4	25
40	Cahaya	4	4	5	5	4	4	26
41	Lismadani	5	5	5	5	5	4	29
42	Anita sari lubis	4	5	4	4	4	4	25
43	Brigita	4	4	4	5	4	4	25
44	Pania	4	5	5	4	4	5	27
45	Riska	5	5	4	5	5	4	28

46	Murniati dewi	4	5	5	4	4	5	27
47	Deninda	4	4	4	5	4	4	25
48	Reza fahlevi	4	4	4	4	4	4	24
49	Saputra	4	4	5	4	4	4	25
50	Sarah	3	2	3	1	1	2	12
51	Melinda	3	2	2	2	3	3	15
52	Saima putri harahap	3	2	2	2	2	1	12
53	Mawaddah nst	3	3	2	2	2	2	14
54	Adriansyah	5	5	4	4	4	4	26
55	Arni	5	5	4	5	4	5	28
56	Faujiah simamora	3	2	2	2	1	1	11
57	Muslimin nasution	2	1	1	2	2	2	10
58	Azhar	2	3	2	2	2	2	13
59	Aisyah	1	2	3	3	3	3	15
60	Dina rahmadhani	4	5	4	5	4	5	27
61	Nadia	5	4	4	5	4	4	26
62	Irma yani	5	4	4	4	4	5	26
63	Melda	2	3	3	3	3	3	17
64	Panggabean	1	1	2	2	2	2	10
65	Sukri anafi	4	5	4	4	4	4	25
66	Widya	4	5	4	4	5	4	26
67	Delina yani	5	4	5	4	5	4	27
68	Sukma yani rambe	3	2	2	1	1	1	10
69	Sofyan syafutra	4	5	4	4	5	4	26
70	Aidil syautra	3	4	3	4	4	4	22
71	Yuni	3	3	3	4	3	3	19
72	Rinaldi	4	4	4	4	4	4	24
73	Irman	2	2	2	3	2	2	13
74	Riski	3	2	2	3	2	3	15
75	Pani	2	2	1	1	1	1	8
76	Nur annisa pulungan	3	2	1	2	1	5	14

77	Fitri leni harahap	3	4	4	5	4	4	24
78	Sona	5	5	5	5	4	5	29
79	Zahra	5	5	5	4	4	4	27
80	Melani	5	4	4	5	5	5	28
81	Munah	2	2	3	3	3	3	16
82	Sulis tia ningsi	4	5	5	5	4	4	27
83	Wulan	2	2	1	1	1	1	8
84	Sakinah	4	5	5	5	5	4	28
85	Nur laila	5	4	4	4	5	5	27
86	Kholijah	3	3	3	2	2	2	15
87	Sahyuni	1	1	1	2	3	3	11
88	Afrijal siregar	4	5	4	4	5	4	26
89	Ari riski rora	4	4	4	5	5	5	27
90	Sahrial	4	4	5	5	5	4	27
91	Delima warni rambe	5	5	4	4	4	4	26
92	Snichi kudo	5	5	5	4	4	4	27
93	Kaartika	5	5	5	4	4	4	27
94	Rostina lubis	5	5	5	5	4	4	28
95	Desy indah marwih daulay S.Pd	4	4	4	5	5	4	26
96	Dafit	4	4	4	4	4	4	24

3. Minat berkunjung kembali (Y)

NO	Nama	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.T
No	Nama	4	4	3	4	15
1	Laila sari	5	4	4	4	17
2	Salsa	3	3	4	4	14
3	Ahmad sukur	4	4	4	4	16
4	Satria	5	5	4	5	19
5	Putri	5	5	5	5	20
6	Nadia	4	4	4	4	16
7	Kausar	4	5	5	5	19
8	Aziz	4	5	4	4	17
9	Nisa	3	3	3	2	11
10	Ainun	5	5	4	5	19
11	Andika	3	3	2	3	11

12	Armet siregar	4	4	5	5	18
13	Saripah	3	3	3	3	12
14	Ainun salsabila	3	3	3	3	12
15	Diki purwanto	4	5	5	4	18
16	Sri wahyuni	3	2	2	2	9
17	Dimas	3	2	2	2	9
18	Riki saputra	4	4	4	5	17
19	Benni	5	4	4	4	17
20	Wira nata	5	5	5	4	19
21	Nisrina	5	5	4	4	18
22	Toha	4	4	4	4	16
23	Patmawati	4	5	5	4	18
24	Sabita	4	5	4	4	17
25	Lena widiya	4	4	4	4	16
26	Natasya	3	2	2	2	9
27	Doni	3	1	1	1	6
28	Hanifah	4	4	5	5	18
29	Randi	5	5	4	4	18
30	Cantika	5	4	4	4	17
31	Sulhan	5	4	4	4	17
32	Nindi sri bulan	2	2	2	3	9
33	Mita	3	4	3	3	13
34	Muhammad fadli	3	3	2	2	10
35	Maslamiah	3	2	3	2	10
36	Sri mulyani	4	5	4	4	17
37	Mardiah	4	4	5	4	17
38	Putri marito pasaribu	4	5	4	4	17
39	Imelda sari siregar	4	4	4	5	17
40	Cahaya	5	4	4	5	18
41	Lismadani	4	5	5	5	19
42	Anita sari lubis	4	4	5	4	17
43	Brigita	4	4	4	4	16
44	Pania	5	5	4	4	18
45	Riska	4	4	4	4	16
46	Murniati dewi	5	5	4	4	18
47	Deninda	5	4	5	4	18
48	Reza fahlevi	4	5	4	4	17
49	Saputra	3	3	2	3	11
50	Sarah	3	3	3	2	11

51	Melinda	2	2	2	2	8
52	Saima putri harahap	3	2	3	3	11
53	Mawaddah nst	4	5	4	4	17
54	Adriansyah	3	3	4	4	14
55	Arni	3	2	2	2	9
56	Faujiah simamora	3	2	2	2	9
57	Muslimin nasution	3	2	2	2	9
58	Azhar	3	3	3	3	12
59	Aisyah	5	4	4	4	17
60	Dina rahmadhani	5	4	4	4	17
61	Nadia	4	4	4	4	16
62	Irma yani	3	3	3	3	12
63	Melda	3	2	2	2	9
64	Panggabean	4	5	4	4	17
65	Sukri anafi	5	5	4	4	18
66	Widya	4	5	4	5	18
67	Delina yani	2	1	1	1	5
68	Sukma yani rambe	4	4	4	5	17
69	Sofyan syafutra	4	3	5	3	15
70	Aidil syautra	4	4	4	4	16
71	Yuni	4	3	4	4	15
72	Rinaldi	4	4	4	4	16
73	Irman	4	4	5	4	17
74	Riski	2	2	2	2	8
75	Pani	2	2	2	2	8
76	Nur annisa pulungan	5	4	4	4	17
77	Fitri leni harahap	4	4	4	4	16
78	Sona	4	4	4	4	16
79	Zahra	4	4	5	5	18
80	Melani	3	3	3	3	12
81	Munah	5	5	5	4	19
82	Sulis tia ningsi	2	2	1	1	6
83	Wulan	5	5	4	4	18
84	Sakinah	4	4	4	4	16
85	Nur laila	3	3	3	3	12
86	Kholijah	3	3	2	2	10
87	Sahyuni	4	5	5	5	19

88	Afrijal siregar	4	4	4	5	17
89	Ari riski rora	4	4	5	5	18
90	Sahrrial	4	4	4	4	16
91	Delima warni rambe	4	4	4	5	17
92	Snichi kudo	5	4	4	4	17
93	Kaartika	5	5	5	5	20
94	Rostina lubis	4	4	4	5	17
95	Desy indah marwih daulay S.Pd	5	4	4	4	17

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran Dokumentasi

Wawancara Bersama Pengunjung Wisata Aek Sijorni







Gambar pemandian Aek Sijorni







Fit-1750336769237

ORIGINALITY REPORT

23%	23%	10%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	3%
2	repository.umsu.ac.id Internet Source	3%
3	adoc.pub Internet Source	3%
4	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	2%
5	core.ac.uk Internet Source	2%
6	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%
7	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	1%
8	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
9	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%

10	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	1 %
11	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to Submitted on 1687156161679 Student Paper	<1 %
13	ppjp.ulm.ac.id Internet Source	<1 %
14	repository.metrouniv.ac.id Internet Source	<1 %
15	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	<1 %
16	lib.lemhannas.go.id Internet Source	<1 %
17	www.astro.gla.ac.uk Internet Source	<1 %
18	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
19	docplayer.info Internet Source	<1 %
20	jahe.or.id Internet Source	<1 %
21	www.ojs.unr.ac.id Internet Source	<1 %

22 Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya <1 %
Student Paper

23 media.neliti.com <1 %
Internet Source

24 ojs.unr.ac.id <1 %
Internet Source

25 repository.iainpurwokerto.ac.id <1 %
Internet Source

26 etd.iain-padangsidempuan.ac.id <1 %
Internet Source

27 www.fkip-unswagati.ac.id <1 %
Internet Source

28 www.jurnalekonomi.unisla.ac.id <1 %
Internet Source

29 repositori.uin-alaudidin.ac.id <1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On