

PENGARUH ATRAKSI, AKSESIBILITAS, FASILITAS, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KE DAYA TARIK WISATA KAMPUNG PRAI IJING DI SUMBA BARAT, NUSA TENGGARA TIMUR

Seraswati Ranggi Nono¹, Gusti Ngurah Joko Adinegara², Ni Putu Dyah Krismawintari³

seraswatorangginono@gmail.com¹, jokoadinegara@undhirabali.ac.id²,
krismawintari@undhirabali.ac.id³

Universitas Dhyana Pura

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan promosi dalam membentuk minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ke Daya Tarik Wisata Kampung Praijung yang berada di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan wisatawan yang berkunjung ke Kampung Praijung sebagai populasi penelitian. Dari populasi tersebut, diperoleh 115 responden melalui penerapan teknik accidental sampling. Informasi penelitian dikumpulkan dengan memanfaatkan observasi, kuesioner, wawancara, serta dokumentasi. Selanjutnya, data dianalisis melalui beberapa tahapan, yaitu analisis deskriptif, pengujian validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, korelasi parsial dan berganda, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F dengan bantuan SPSS 26 for Windows. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa atraksi memiliki hubungan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Hal tersebut terlihat dari nilai thitung 4,659 yang lebih besar dibandingkan ttabel 1,658, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel aksesibilitas juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, ditandai dengan thitung sebesar 3,488 > ttabel 1,658 serta nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Pada variabel fasilitas, diperoleh thitung sebesar 2,143 > ttabel 1,658 dengan signifikansi $0,034 < 0,05$, sehingga fasilitas dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Sementara itu, promosi menghasilkan thitung sebesar 2,379 > ttabel 1,658 dan signifikansi $0,019 < 0,05$, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan. Hasil pengujian secara simultan juga membuktikan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, dengan Fhitung sebesar 175,734 > Ftabel 2,45 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Promosi, Minat Berkunjung Wisatawan.

ABSTRACT

The study investigates the contribution of attractions, accessibility, facilities, and promotion to tourists' intention to visit Kampung Praijung Tourism Attraction in West Sumba, East Nusa Tenggara. A quantitative approach was employed, with visitors to Kampung Praijung serving as the research population. A total of 115 participants were obtained through accidental sampling. The required information was gathered by means of observation, questionnaire distribution, interviews, and documentation. The collected data were subsequently examined using descriptive analysis, validity and reliability assessments, classical assumption tests, multiple linear regression, partial and multiple correlation analyses, coefficient of determination, as well as hypothesis testing through t-test and F-test with the assistance of SPSS 26 for Windows. The results demonstrate that the attraction variable positively and significantly contributes to tourists' intention to visit. This is supported by a t-value of 4.659, exceeding the t-table value of 1.658, with a significance level of $0.000 < 0.05$. Accessibility likewise produces a positive and significant effect, as indicated by a t-value of $3.488 > 1.658$ and a significance value of $0.001 < 0.05$. Facilities are also found to have a positive and significant influence, reflected in a t-value of $2.143 > 1.658$ and a significance value of $0.034 < 0.05$. In addition, promotion demonstrates a positive and significant contribution to tourists' intention to visit, with a t-value of $2.379 > 1.658$ and a significance value of $0.019 < 0.05$.

When assessed simultaneously, attractions, accessibility, facilities, and promotion collectively show a positive and significant effect on tourists' intention to visit. The simultaneous test produces an F-value of 175.734 > 2.45, accompanied by a significance value of 0.000 < 0.05.

Keywords: Attraction, Accessibility, Facilities, Promotion, Tourist' Intention To Visit.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat di berbagai negara. Perkembangan tersebut ditandai dengan meningkatnya keberagaman destinasi wisata yang ditawarkan, baik berbasis alam, budaya, maupun buatan. Sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Oleh karena itu, pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia (Sadhana, B 2025:1).

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang beragam, termasuk wisata budaya di Pulau Sumba, Nusa Tenggara Timur. Salah satu destinasi yang memiliki kekayaan budaya dan kearifan lokal adalah Kampung Adat Prai Ijing di Sumba Barat. Kampung ini memiliki rumah adat tradisional, kubur batu megalitik, tenun ikat, pemandangan alam, serta tradisi budaya seperti Wulla Poddu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan.

Untuk melihat kondisi perkembangan kunjungan wisatawan pada Kampung Adat Prai Ijing, diperlukan data jumlah kunjungan wisatawan sebagai gambaran mengenai tingkat kunjungan dan perkembangan wisatawan dari tahun ke tahun. Data jumlah kunjungan wisatawan ke Kampung Adat Prai Ijing selama tahun 2023–2025 disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara, Lokal dan Nusantara ke Kampung

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Total	Fluktuasi (%)
2023	1.924 Orang	15.963 Orang	17.887	-
2024	2.436 Orang	14.437 Orang	16.873	-5,67%
2025	3.543 Orang	14.217 Orang	17.760	5,26%

Kondisi kunjungan wisatawan ke Kampung Adat Prai Ijing menunjukkan adanya perubahan dari tahun ke tahun. Pada 2023 jumlah kunjungan mencapai 17.887 wisatawan, terdiri atas 1.924 wisatawan mancanegara dan 15.963 wisatawan nusantara. Pada 2024 jumlah kunjungan menurun menjadi 16.873 wisatawan atau sebesar 5,67%. Selanjutnya, pada 2025 jumlah kunjungan kembali meningkat menjadi 17.760 wisatawan atau sebesar 5,26%, dengan 3.543 wisatawan mancanegara dan 14.217 wisatawan nusantara. Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke Kampung Adat Prai Ijing belum sepenuhnya stabil sehingga diperlukan perhatian terhadap faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Secara teoritik, minat wisatawan untuk berkunjung dapat dipengaruhi oleh kondisi dan daya tarik suatu destinasi. Atraksi merupakan komponen yang memberikan pengalaman dan menjadi alasan wisatawan memilih suatu destinasi. Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan wisatawan dalam mencapai destinasi, sedangkan fasilitas berperan dalam memberikan kenyamanan selama melakukan kegiatan wisata. Promosi berfungsi memperkenalkan destinasi, membangun citra, serta meningkatkan kesadaran dan ketertarikan wisatawan. Dengan demikian, atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan promosi merupakan komponen penting dalam pengembangan dan pemasaran destinasi wisata.

Kondisi tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu, tetapi hasilnya masih menunjukkan ketidak konsistenan. Laing et al. (2022) menemukan Atraksi dan aksesibilitas

terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, sementara Abdullah et al. (2023) menemukan bahwa atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Putri dan Saputra (2022) juga menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Namun, Adinata dan Sakti (2025) menemukan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan, sementara Julianti dan Hilmiati (2025) menemukan bahwa atraksi tidak berpengaruh signifikan. Sari et al. (2023) juga menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap mengenai pengaruh atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan. Selain itu, penelitian yang menguji keempat variabel tersebut secara simultan pada destinasi wisata budaya Kampung Adat Prai Ijing masih relatif sedikit. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan promosi terhadap minat wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing, Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur.

METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan di Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing yang terletak di Desa Tebara, Kecamatan Waikabubak, Kabupaten Sumba Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur, dengan objek penelitian yaitu atraksi (X1), aksesibilitas (X2), fasilitas (X3), promosi (X4), dan minat wisatawan berkunjung (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan menganalisis keterkaitan variabel independen terhadap minat wisatawan untuk berkunjung, baik berdasarkan pengaruh secara individual maupun secara bersama-sama. Responden dalam penelitian ini merupakan wisatawan yang telah mengunjungi Kampung Prai Ijing dengan usia 17 tahun atau lebih.

Data penelitian terdiri atas data kualitatif dan data kuantitatif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Kampung Prai Ijing, sedangkan Informasi sekunder dalam penelitian ini bersumber dari arsip dan catatan yang tersedia pada pengelola Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing. Proses memperoleh data dilakukan dengan beberapa metode, yakni pengamatan langsung, wawancara, serta penyebaran kuesioner tertutup. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, mulai dari skor 1 hingga 5, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Kurang Setuju (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5).

Subjek yang menjadi populasi penelitian mencakup wisatawan yang memiliki pengalaman berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing dan berusia 17 tahun ke atas. Penentuan jumlah sampel didasarkan pada jumlah indikator penelitian, yaitu sebanyak 23 indikator yang dikalikan dengan konstanta 5. Berdasarkan hasil penentuan sampel, penelitian ini melibatkan 115 orang sebagai responden. Pemilihan responden dilakukan dengan menerapkan metode accidental sampling, yaitu wisatawan yang ditemui peneliti ketika sedang berkunjung ke Kampung Prai Ijing dan memenuhi kriteria sebagai responden. Landasan pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan beberapa indikator. Variabel minat berkunjung mengacu pada Maulana dan Kamila (2022), Indikator minat berkunjung dalam penelitian ini mencakup empat aspek, yaitu transaksional, referensial, preferensial, serta eksploratif. Sementara itu, pengukuran variabel atraksi dalam penelitian ini merujuk pada konsep yang dikemukakan oleh Saputra et al. (2022), yang meliputi panorama, keunikan, keindahan, dan kesenian. Variabel aksesibilitas mengacu pada Sari et al. (2022), yang terdiri dari ketersediaan sarana transportasi, kondisi jalan,

waktu tempuh menuju lokasi, petunjuk arah, dan kemudahan akses informasi. Variabel fasilitas mengacu pada Rumlus dan Eviana (2024), yang meliputi fasilitas umum, kebersihan fasilitas, kelengkapan fasilitas, kondisi dan kualitas fasilitas, serta kemudahan penggunaan fasilitas. Sementara itu, variabel promosi mengacu pada Sari et al. (2023), Variabel promosi diukur berdasarkan lima aspek, meliputi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, serta pemasaran langsung. Secara keseluruhan, penelitian ini menggunakan 23 indikator sebagai dasar pengukuran seluruh variabel yang kemudian disusun dalam bentuk pernyataan pada kuesioner.

Pengolahan data penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26. Tahapan analisis data yang diterapkan meliputi analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi parsial dan korelasi berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji t, serta uji F. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha. Model regresi linear berganda yang digunakan adalah $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$, dengan Y sebagai minat wisatawan berkunjung, X_1 sebagai atraksi, X_2 sebagai aksesibilitas, X_3 sebagai fasilitas, dan X_4 sebagai promosi.

Berdasarkan permasalahan penelitian, tujuan penelitian, kajian teori, dan penelitian sebelumnya, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- H1: Atraksi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur.
- H2: Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur.
- H3: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur.
- H4: Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur.
- H5: Atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Kategori
Minat Berkunjung Wisatawan (Y)	4,10	Baik
Atraksi (X_1)	4,31	Sangat Baik
Aksesibilitas (X_2)	4,16	Baik
Fasilitas (X_3)	4,09	Baik
Promosi (X_4)	4,13	Baik

Berdasarkan hasil deskripsi variabel, dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung wisatawan ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing berada pada kategori baik dengan perolehan rata-rata skor 4,10. Kondisi ini menggambarkan bahwa wisatawan memiliki minat yang baik untuk berkunjung, dengan indikator tertinggi yaitu minat referensial sebesar 4,37 dan terendah minat preferensial sebesar 3,88. Variabel atraksi memiliki skor rata-rata sebesar 4,31 dan termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa daya tarik yang tersedia di destinasi mampu menarik perhatian serta meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung.

, dengan panorama sebagai indikator tertinggi sebesar 4,42 dan kesenian sebagai indikator terendah sebesar 4,26. Variabel aksesibilitas memperoleh nilai rata-rata 4,16 dalam kategori baik, dengan petunjuk arah sebagai indikator tertinggi sebesar 4,24 dan ketersediaan sarana transportasi sebagai indikator terendah sebesar 4,09. Variabel fasilitas memperoleh nilai rata-rata 4,09 dalam kategori baik, dengan kebersihan fasilitas sebagai indikator tertinggi sebesar 4,17 dan fasilitas umum sebagai indikator terendah sebesar 4,01. Sementara itu, variabel promosi memperoleh nilai rata-rata 4,13 dalam kategori baik, dengan hubungan masyarakat (public relations) sebagai indikator tertinggi sebesar 4,23 dan penjualan pribadi (personal selling) sebagai indikator terendah sebesar 4,04. Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan promosi di Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing telah dinilai baik hingga sangat baik oleh wisatawan dan mendukung terbentuknya minat berkunjung wisatawan.

Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kode Indikator	Pearson Correlation	Cronbach's Alpha
Minat Berkunjung Wisatawan	Y1.1	0,904	0,895
	Y1.2	0,885	
	Y1.3	0,910	
	Y1.4	0,785	
Atraksi	X1.1	0,920	0,916
	X1.2	0,871	
	X1.3	0,878	
	X1.4	0,909	
Aksesibilitas	X2.1	0,916	0,941
	X2.2	0,869	
	X2.3	0,926	
	X2.4	0,899	
Fasilitas	X2.5	0,898	0,945
	X3.1	0,933	
	X3.2	0,854	
	X3.3	0,938	
Promosi	X3.4	0,909	0,926
	X3.5	0,900	
	X4.1	0,874	
	X4.2	0,858	
	X4.3	0,903	
	X4.4	0,861	
	X4.5	0,897	

Berdasarkan data pada tabel 3, hasil uji validitas dan reliabilitas, seluruh indikator pada variabel atraksi, aksesibilitas, fasilitas, promosi, dan minat berkunjung wisatawan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel 0,183 sehingga dinyatakan valid. Selain itu, nilai Cronbach's

Alpha seluruh variabel lebih besar dari 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>N</i>	<i>Unstandardized Residual</i>		
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		115	.083 ^c
Variabel	Tolerance	VIF	Sig.
Atraksi	.247	4.042	.598
Aksesibilitas	.154	6.504	.380
Fasilitas	.217	4.608	.310
Promosi	.199	5.032	.312

Berdasarkan data pada tabel 4, hasil uji asumsi klasik, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,083 > 0,05 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Selanjutnya, nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas juga menunjukkan nilai signifikansi > 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi uji asumsi klasik.

Hasil Analisis Pengaruh Atraksi (X1), Aksesibilitas (X2), Fasilitas (X3) dan Promosi (X4) Terhadap Minat berkunjung wisatawan (Y)

Tabel 5. Rangkuman Analisis Korelasi Parsial, Berganda, Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Uji T-test, Uji F-test dan Koefisien Determinasi (R²)

Variabel	Koefisien Regresi		Correlations		
	r. Parsial	B	Beta	t. hitung	Sig
Atraksi (X ₁)	0,406	0,324	0,329	4,649	0,000
Aksesibilitas (X ₂)	0,316	0,234	0,312	3,488	0,001
Fasilitas (X ₃)	0,200	0,131	0,161	2,143	0,034
Promosi (X ₄)	0,221	0,148	0,187	2,378	0,019
Constant	0,249				
R Square (R²)	0,865				
R (Berganda)	0,930				
F_{hitung}	175,734				
Sig.F	0,000				

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa secara parsial variabel atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan promosi memberikan pengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur. Nilai korelasi parsial menunjukkan bahwa hubungan atraksi tergolong sedang dengan nilai koefisien 0,406, sedangkan aksesibilitas tergolong lemah dengan nilai koefisien 0,316, fasilitas tergolong lemah dengan nilai koefisien 0,200, dan promosi tergolong lemah dengan nilai koefisien 0,221. Secara simultan, keempat variabel tersebut menunjukkan keterkaitan yang sangat kuat terhadap minat berkunjung wisatawan, yang ditunjukkan oleh nilai korelasi berganda sebesar 0,930. Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh

adalah $Y = 0,249 + 0,324(X1) + 0,234(X2) + 0,131(X3) + 0,148(X4)$, yang mengindikasikan bahwa masing-masing variabel bebas memberikan kontribusi positif terhadap minat berkunjung wisatawan. Nilai koefisien determinasi atau R square (R^2) sebesar 0,860 atau 86% menunjukkan bahwa variasi minat berkunjung wisatawan dapat dijelaskan oleh atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan promosi, sedangkan 14% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial seluruh variabel independen, yaitu atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung masing-masing sebesar 4,659 untuk atraksi, 3,488 untuk aksesibilitas, 2,143 untuk fasilitas, dan 2,379 untuk promosi, yang seluruhnya lebih besar dari t-tabel sebesar 1,658 dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000, 0,001, 0,034 dan 0,019 yang seluruhnya lebih kecil dari 0,05. Sementara itu, hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, dengan nilai F-hitung sebesar 175,734 yang lebih besar dari F-tabel sebesar 2,45 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, seluruh hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

Pembahasan

Pengaruh Atraksi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing Di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur

Variabel atraksi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 4,659 yang lebih besar dari t-tabel 1,658 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,324 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan atraksi akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan sebesar 0,324 satuan. Hal ini menegaskan bahwa semakin baik dan menarik atraksi yang ditawarkan, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung. Atraksi menjadi salah satu unsur penting dalam meningkatkan minat berkunjung karena keunikan dan daya tarik yang dimiliki suatu destinasi dapat memberikan pengalaman serta menjadi alasan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Di Kampung Prai Ijing, keberadaan rumah panggung tradisional, kubur batu megalitik, tradisi Wulla Poddu, serta kerajinan tenun ikat menjadi daya tarik budaya yang dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata persepsi responden terhadap atraksi mencapai 4,31 dalam kategori sangat baik, dengan indikator panorama memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,42, sedangkan indikator kesenian memperoleh nilai terendah sebesar 4,26. Meskipun demikian, seluruh indikator berada dalam kategori sangat baik sehingga aspek atraksi perlu dipertahankan dan terus dikembangkan untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Wahim et al. (2023) serta Yusuf dan Susila (2024) yang membuktikan bahwa atraksi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat maupun keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing Di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur

Variabel aksesibilitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 3,488 yang lebih besar dari t-tabel 1,658 serta nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2

diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,234 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan aksesibilitas akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan sebesar 0,234 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik aksesibilitas, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung. Aksesibilitas menjadi salah satu faktor penting karena kemudahan mencapai lokasi dan memperoleh informasi mengenai perjalanan dapat memberikan kenyamanan serta mengurangi hambatan wisatawan dalam melakukan kunjungan. Di Kampung Prai Ijing, kondisi jalan yang telah beraspal serta lokasi yang relatif dekat dari pusat Kota Waikabubak, yaitu sekitar 3 km dengan waktu tempuh 10–15 menit, mendukung kemudahan wisatawan dalam mencapai lokasi. Hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwa persepsi responden terhadap variabel aksesibilitas memiliki nilai rata-rata sebesar 4,16 dalam kategori baik, dengan indikator petunjuk arah memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,24, sedangkan ketersediaan sarana transportasi memperoleh nilai terendah sebesar 4,09. Temuan penelitian ini mendukung hasil studi Maflakha dan Sihite (2022), Ningtiyas et al. (2021), serta Wahim et al. (2023) yang menyatakan bahwa aksesibilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing Di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur

Variabel fasilitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 2,143 yang lebih besar dari t-tabel 1,658 serta nilai signifikansi $0,034 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,131 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan fasilitas akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan sebesar 0,131 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang tersedia, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung. Fasilitas yang memadai dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan selama melakukan aktivitas di destinasi. Di Kampung Prai Ijing, keberadaan area parkir, toilet, lopo sebagai tempat istirahat, serta spot foto mendukung kenyamanan wisatawan selama berkunjung. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata persepsi responden terhadap fasilitas sebesar 4,09 dalam kategori baik, dengan indikator kebersihan fasilitas memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,17, sedangkan fasilitas umum memperoleh nilai terendah sebesar 4,01. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maflakha & Sihite (2022) serta Sufa et al. (2024) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat dan kepuasan berkunjung wisatawan, namun berbeda dengan penelitian Adinata & Sakti (2025) yang menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing Di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur

Variabel promosi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 2,379 yang lebih besar dari t-tabel 1,658 serta nilai signifikansi $0,019 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,148 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan promosi akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan sebesar 0,148 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan, semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung. Promosi berperan penting dalam memberikan informasi dan membangun kesadaran wisatawan mengenai keberadaan serta daya tarik Kampung Prai

Ijing. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata persepsi responden terhadap promosi sebesar 4,13 dalam kategori baik, dengan indikator hubungan masyarakat (public relations) memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,23, sedangkan penjualan pribadi (personal selling) memperoleh nilai terendah sebesar 4,04. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri & Saputra (2022), Maflakha & Sihite (2022), serta Sufa et al. (2024) yang menunjukkan bahwa promosi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Hasil tersebut berbeda dengan temuan Sari et al. (2023) yang menyatakan bahwa promosi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung.

Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing Di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur

Hasil uji F simultan menunjukkan nilai F-hitung sebesar 175,734 sedangkan F-tabel sebesar 2,45 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, F-hitung lebih besar dari F-tabel berarti H_0 ditolak, maka H_5 diterima. Hal ini berarti secara simultan atraksi (X_1), aksesibilitas (X_2), fasilitas (X_3) dan promosi (X_4) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,860 atau 86%. Hal ini berarti bahwa 86% perubahan (naik-turun) pada minat berkunjung wisatawan berasal dari kontribusi keempat variabel independen tersebut secara simultan, sedangkan 14% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain di luar penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan minat berkunjung tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari keterkaitan atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan promosi yang saling melengkapi. Atas dasar tersebut, pengelola Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing perlu mempertahankan dan meningkatkan keempat aspek tersebut secara terpadu agar dapat mendukung peningkatan minat berkunjung wisatawan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Mengacu pada rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian teoritis, penelitian terdahulu, serta hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung wisatawan di Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur dipengaruhi oleh atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan promosi, baik secara parsial maupun simultan. Atraksi yang mencakup panorama, keunikan, keindahan, dan kesenian memberikan kontribusi dalam meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Aksesibilitas yang meliputi ketersediaan sarana transportasi, kondisi jalan, waktu tempuh, petunjuk arah, dan kemudahan akses informasi turut memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam mencapai destinasi. Fasilitas yang mencakup fasilitas umum, kebersihan, kelengkapan, kondisi dan kualitas, serta kemudahan penggunaan fasilitas mendukung kenyamanan wisatawan selama berada di destinasi. Sementara itu, promosi melalui periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung berfungsi untuk memberikan informasi serta memperkenalkan daya tarik Kampung Prai Ijing kepada wisatawan. Minat berkunjung wisatawan yang tercermin melalui minat transaksional, referensi, preferensial, dan eksploratif menunjukkan hasil yang dipengaruhi oleh keempat variabel tersebut. Keempat variabel secara bersama-sama berperan dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan dengan kontribusi sebesar 86%, sementara 14% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar

variabel penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan minat berkunjung wisatawan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, tetapi membutuhkan perhatian terhadap kualitas atraksi, kemudahan akses, penyediaan fasilitas yang memadai, serta pelaksanaan promosi yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola Daya Tarik Wisata Kampung Prai Ijing untuk meningkatkan dan mengelola keempat aspek tersebut secara terpadu guna mendukung peningkatan minat berkunjung wisatawan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Santoso, B., dan Rahmawati, D. 2023. Pengaruh atraksi wisata, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*. Vol. 5 No. 2. pp. 120–132.
- Adinata, I. G. N., dan Sakti, N. W. 2025. Pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap minat berkunjung wisatawan. *Jurnal Riset Pariwisata*. Vol. 9 No. 1. pp. 45–58.
- Julianti, N. L., & Hilmiati. 2025. Analisis pengaruh atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. Vol. 14 No. 1. pp. 67–79.
- Laing, J., Wheeler, F., dan Frost, W. 2022. Tourist attraction and accessibility: Their impact on visitor intention. *Journal of Tourism Studies*, Vol. 33 No. 1. pp. 25–40.
- Maflakha, A., & Sihite, J. 2022. Pengaruh promosi, aksesibilitas dan fasilitas wisata terhadap minat kunjungan wisata di Pantai Sedahan Kabupaten Gunungkidul. *Journal of Fundamental Management (JFM)*. Vol. 2 No. 3
- Maulana, M. R., & Kamila, N. 2022. Pengaruh citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kepariwisata*. Vol 2 No 1. pp 34–45.
- Ningtiyas, E. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Sutanto, D. H. 2021. Analisis pengaruh attraction, accessibility, amenity, ancillary terhadap minat berkunjung wisatawan melalui loyalitas wisatawan sebagai variabel mediasi. *Media Wisata*, Vol. 19. No. 1. Pp 83-96.
- Putri, A. R., dan Saputra, H. 2022. Pengaruh promosi digital terhadap minat berkunjung wisatawan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*. Vol. 4 No. 3. pp. 210–220.
- Rumlus, M. N., & Eviana, N. 2024. Wisata Kuliner; Kepuasan Wisatawan; Fasilitas Utama; Fasilitas Penunjang; Fasilitas Pendukung. *Journal of Tourism and Hospitality Horizon*. Vol. 1 No. 1. pp 1–14.
- Sadhana, B. 2025 Pengantar Pariwisata. PT Pena Persada Kerta Utama. Banyumas.
- Saputra, A., & Roychansyah, M. S. (2022). Penerapan Smart Tourism Destination di Tiga Destinasi Wisata Kota Yogyakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*. Vol. 9 No. 1. pp. 122-129.
- Sari, D. P., & Pratama, A. 2022. Pengaruh kualitas aksesibilitas dan fasilitas terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke destinasi wisata alam. *Jurnal Manajemen dan Pariwisata*. Vol 14 No 1. pp 45-59.
- Sari, D., Sugiono, A., & Subagja, G. 2023. Pengaruh Advertising, Sales Promotion, dan Public Relation Terhadap Consumer Loyalty Diera Digitalisasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 19 No. 1. pp. 25-41.
- Sufa, S. A., Setiawati, D., Afiat, M. N., & Rijal, S. 2024. The influence of tourism infrastructure and online promotion of tourist visit intention: Study on the Island of Bali with tourist satisfaction as an intervening variable. *International Journal of Business, Law, and Education*. Vol. 5. No. 2.
- Wahim, I., Chu, J. Y., & Huynh-Cam, T. T. 2023. The Effects of Attraction, Promotion and Accessibility on Revisiting Intention to Tana Toraja, South Sulawesi, Indonesia. *Journal of Mandalika Review*, Vol. 2. No. 1. Pp 1-12.
- Yusuf, W. M., & Susila, I. 2024. Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, dan Amenity terhadap Loyalitas Pelanggan tentang Niat Berkunjung Kembali di Agrowisata dan Waterpark Telaga Kusuma Karanganyar. *Jurnal Manajemen Dirgantara*. Vol. 17 No. 1. Pp 270-281.