
Pengaruh Daya Tarik wisata Berbasis 4A terhadap Motivasi Berkunjung ke Destinasi Wisata Taman Nasional Bromo tengger Semeru, Jawa Timur

Lintar Pangestu Basyarudin, Emenina Tarigan*, Robiatul Adawiyah
Institut Pariwisata Trisakti
*emenina@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

Bromo Tengger Semeru National Park is one of the tourist destinations in Kab. Probolinggo, East Java which attracts domestic and foreign tourists. From the research results, it is not yet known what the motivation for visiting tourist destinations in Bromo Tengger Semeru National Park is. Therefore, this research aims to find the influence of tourist attractions on motivation to visit the Bromo Tengger Semeru National Park tourist destination. The method used is descriptive with a quantitative approach. Using a formula based on the SPSS version 29 program. Sampling used probability sampling techniques and used the Slovin formula as a measuring tool. The data collection technique uses the results of a questionnaire to tourists who have visited in 2023, with a total of 100 respondents. The research results show that there is a significant positive relationship with a correlation value of 0.506 and a coefficient of determination value of 25.6%, which indicates that tourist attraction has a fairly strong relationship with tourists' motivation to visit the destination.

Keywords: *tourist attraction, motivation to visit, Bromo Tengger Semeru National Park, Tourism, 4A*

ABSTRAK

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru merupakan salah satu tujuan destinasi wisata di Kab. Probolinggo, Jawa Timur yang menarik minat kunjung wisatawan domestik serta mancanegara. Dari hasil penelusuran peneliti, belum diketahui bagaimana motivasi berkunjung ke destinasi wisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh daya tarik wisata terhadap motivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan rumus berdasarkan program SPSS versi 29. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dan menggunakan rumus slovin sebagai alat ukur. Teknik pengumpulan data menggunakan hasil kuesioner (angket) kepada wisatawan yang pernah berkunjung pada tahun 2023, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan dengan nilai korelasi sebesar 0,506 dan nilai koefisien determinasi sebesar 25,6% yang menandakan daya tarik wisata memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap motivasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Kata Kunci: daya tarik wisata, motivasi berkunjung, Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Pariwisata 4A

PENDAHULUAN

Wisata alam semakin populer di kalangan masyarakat yang mencari pengalaman liburan yang berbeda dan mendalam. Indonesia, sebagai negara kepulauan, memiliki sumber daya alam yang melimpah dengan destinasi wisata alam yang beragam, mulai dari pantai hingga pegunungan. Provinsi Jawa Timur menjadi salah satu tujuan utama wisatawan domestik, dengan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) sebagai salah satu destinasi unggulan. Namun, belum banyak penelitian yang mengungkap motivasi berkunjung ke TNBTS, terutama terkait daya tarik wisata berbasis 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary).

Penelitian ini berfokus pada beberapa masalah utama, antara lain belum diketahuinya daya tarik wisata berbasis 4A di TNBTS, motivasi berkunjung wisatawan, serta pengaruh daya tarik wisata terhadap motivasi tersebut. Selain itu, penelitian terdahulu yang relevan menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki peran signifikan dalam meningkatkan motivasi berkunjung, tetapi belum ada studi khusus yang mengaitkannya dengan TNBTS.

Penelitian ini membatasi masalah pada pengaruh daya tarik wisata terhadap motivasi berkunjung ke TNBTS, dengan responden adalah wisatawan yang pernah berkunjung pada tahun 2023. Rumusan masalahnya meliputi: (1) Bagaimana daya tarik wisata di TNBTS? (2) Bagaimana motivasi berkunjung wisatawan? (3) Apakah ada pengaruh daya tarik wisata terhadap motivasi berkunjung? (4) Seberapa besar pengaruh tersebut?.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui daya tarik wisata dan motivasi berkunjung di TNBTS, serta menganalisis pengaruh keduanya. Manfaat penelitian mencakup peningkatan wawasan bagi pengelola TNBTS, aplikasi ilmu bagi peneliti, dan kontribusi referensi bagi Institut Pariwisata Trisakti. Penelitian terdahulu juga dijadikan sebagai landasan teoritis untuk memperkuat analisis.

TINJAUAN PUSTAKA

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan faktor utama yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Konsep 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary) menjadi kerangka penting dalam memahami daya tarik wisata, di mana Attraction mencakup keunikan alam, budaya, atau aktivitas yang ditawarkan. Penelitian terdahulu oleh Prayag dan Ryan (2011) menunjukkan bahwa daya tarik alam seperti pemandangan dan keunikan geografis memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Selain itu, penelitian oleh Chen dan Tsai (2007) menemukan bahwa daya tarik wisata tidak hanya memengaruhi motivasi awal, tetapi juga kepuasan dan niat untuk kembali. Dalam konteks TNBTS, daya tarik seperti sunrise di Bromo dan keindahan kawah menjadi fokus utama. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Basri dan Wibowo (2020), yang menyatakan bahwa daya tarik alam menjadi faktor dominan dalam memengaruhi motivasi wisatawan.

Aksesibilitas

Aksesibilitas merujuk pada kemudahan mencapai suatu destinasi, termasuk transportasi dan infrastruktur pendukung. Penelitian oleh Prideaux (2000) mengungkapkan bahwa aksesibilitas yang baik dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, terutama di destinasi alam yang terpencil. Studi ini didukung oleh temuan dari Hall (2005), yang menekankan pentingnya konektivitas transportasi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Di TNBTS, aksesibilitas meliputi jalur pendakian, transportasi umum, dan fasilitas parkir. Penelitian oleh Suryawan dan Darmawan (2019) menunjukkan

bahwa meskipun akses menuju Bromo tergolong menantang, hal tersebut justru menambah daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman petualangan. Temuan ini memperkuat pentingnya menyeimbangkan kemudahan akses dengan pelestarian lingkungan.

Fasilitas

Fasilitas mencakup ketersediaan akomodasi, restoran, toilet, dan layanan pendukung lainnya di sekitar destinasi. Penelitian oleh Inskeep (1991) menyatakan bahwa fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan lama tinggal wisatawan. Hal ini diperkuat oleh studi dari Kozak dan Rimmington (2000), yang menemukan hubungan positif antara kualitas fasilitas dan kepuasan wisatawan. Di TNBTS, penelitian oleh Nugroho dan Pratiwi (2021) mengidentifikasi bahwa meskipun fasilitas dasar tersedia, masih terdapat kekurangan dalam hal kebersihan dan kapasitas. Temuan ini sejalan dengan laporan dari Kemenpar (2022), yang merekomendasikan peningkatan kualitas fasilitas untuk mendukung pertumbuhan pariwisata berkelanjutan di kawasan tersebut.

Layanan Tambahan

Layanan tambahan meliputi informasi wisata, pemandu lokal, dan program edukasi yang mendukung pengalaman wisatawan. Penelitian oleh Pearce (2005) menunjukkan bahwa layanan seperti tur berpemandu dan pusat informasi dapat meningkatkan nilai tambah destinasi. Studi ini didukung oleh Swarbrooke dan Horner (2007), yang menekankan peran layanan tambahan dalam membangun citra positif destinasi. Di TNBTS, penelitian oleh Fitriani dan Susanto (2020) menemukan bahwa layanan pemandu lokal sangat dihargai oleh wisatawan, terutama untuk menjelaskan sejarah dan budaya Tengger. Namun, ketersediaan layanan ini masih terbatas. Temuan ini memperkuat pentingnya pengembangan layanan berbasis komunitas untuk meningkatkan pengalaman wisatawan.

Motivasi Berkunjung Wisata

Motivasi berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh faktor intrinsik (keinginan pribadi) dan ekstrinsik (rekomendasi atau tren). Penelitian oleh Crompton (1979) mengidentifikasi tujuh dimensi motivasi, termasuk pelarian dari rutinitas dan pencarian pengalaman baru. Temuan ini diperkuat oleh studi dari Dann (1981), yang menyoroti peran motivasi psikologis dalam keputusan berkunjung. Dalam konteks TNBTS, penelitian oleh Wicaksono dan Rahayu (2021) menemukan bahwa motivasi utama wisatawan adalah menikmati keindahan alam dan mencari ketenangan. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Poria et al. (2006), yang menyatakan bahwa destinasi alam sering dikunjungi untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan relaksasi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur pengaruh daya tarik wisata (4A) terhadap motivasi berkunjung wisatawan di TNBTS. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang memerlukan analisis statistik untuk menguji hubungan antar variabel. Penelitian terdahulu oleh Creswell (2014) menyatakan bahwa metode kuantitatif efektif untuk menguji hipotesis dan generalisasi temuan. Selain itu, penelitian ini juga mengadopsi desain penelitian eksplanatif, yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (daya tarik wisata) dan variabel dependen (motivasi berkunjung). Hal ini

sejalan dengan studi oleh Sugiyono (2017), yang menekankan pentingnya desain eksplanatif dalam penelitian yang berfokus pada pengaruh antar variabel.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS), Provinsi Jawa Timur, yang mencakup kawasan wisata utama seperti Gunung Bromo, Lautan Pasir, dan Kawah Bromo. Lokasi dipilih karena popularitasnya sebagai destinasi alam unggulan di Indonesia dan tingginya kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara. Pengumpulan data dilakukan selama 3 bulan, mulai dari Juni hingga Agustus 2023, untuk memastikan cakupan responden yang memadai sekaligus menghindari musim liburan puncak yang dapat memengaruhi validitas data.

Pemilihan waktu penelitian mengacu pada studi terdahulu oleh Suryawan dan Darmawan (2019) yang menyatakan bahwa periode pertengahan tahun (non-musim hujan) ideal untuk meneliti motivasi wisatawan di destinasi alam. Selain itu, lokasi TNBTS dipilih berdasarkan rekomendasi Kemenpar (2022) sebagai kawasan dengan potensi wisata berkelanjutan namun masih memerlukan analisis mendalam terkait daya tarik dan motivasi pengunjung. Penelitian ini berfokus pada titik-titik strategis seperti Puncak Penanjakan (sunrise), Lautan Pasir, dan Desa Wisata Ngadisari, mengikuti metodologi serupa yang digunakan oleh Wicaksono dan Rahayu (2021) dalam studi tentang segmentasi wisatawan di kawasan tersebut.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke TNBTS pada tahun 2023. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria wisatawan yang berusia minimal 17 tahun dan telah mengunjungi TNBTS minimal satu kali. Penelitian terdahulu oleh Sekaran dan Bougie (2016) menunjukkan bahwa purposive sampling cocok untuk penelitian dengan kriteria spesifik seperti ini. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, menghasilkan 100 responden. Penentuan jumlah sampel ini mengacu pada penelitian sebelumnya oleh Isaac dan Michael (1995), yang menyatakan bahwa rumus Slovin efektif untuk menghitung sampel dengan tingkat presisi yang diinginkan.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan daya tarik wisata berbasis 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) sebagai variabel independen. Attraction mencakup keunikan alam TNBTS seperti kawah Bromo dan panorama sunrise, Accessibility meliputi kemudahan transportasi dan infrastruktur pendukung, Amenities berkaitan dengan fasilitas akomodasi dan kebersihan, sedangkan Ancillary mencakup layanan pemandu wisata dan informasi destinasi. Penelitian terdahulu oleh Chen dan Tsai (2007) serta Prayag dan Ryan (2011) telah membuktikan bahwa keempat aspek ini secara signifikan memengaruhi pengalaman wisatawan. Di TNBTS, temuan Basri dan Wibowo (2020) memperkuat bahwa Attraction menjadi faktor dominan, sementara studi Suryawan dan Darmawan (2019) menyoroti peran kritis Accessibility dalam destinasi alam.

Motivasi berkunjung wisatawan ke TNBTS menjadi variabel dependen dalam penelitian ini, yang diukur melalui dua dimensi: motivasi intrinsik (keinginan pribadi menikmati alam) dan ekstrinsik (rekomendasi/tren). Penelitian Crompton (1979) dan Dann (1981) menjadi landasan teoritis untuk variabel ini, dengan temuan bahwa motivasi alamiah seperti pelarian dari rutinitas dominan di destinasi alam. Studi spesifik di TNBTS oleh Wicaksono dan Rahayu (2021) mengonfirmasi bahwa 78% wisatawan termotivasi

oleh keindahan alam dan kebutuhan spiritual, selaras dengan penelitian Poria et al. (2006) tentang destinasi berbasis alam. Variabel ini dioperasionalkan menggunakan skala Likert yang mengacu pada indikator motivasi dari penelitian-penelitian tersebut.

Hubungan antara daya tarik wisata (4A) dan motivasi berkunjung dianalisis secara kuantitatif melalui regresi linier, mengacu pada metodologi Hair et al. (2019). Penelitian terdahulu seperti Kozak dan Rimmington (2000) di destinasi alam Eropa serta Nugroho dan Pratiwi (2021) di TNBTS menunjukkan korelasi positif, khususnya pada aspek Attraction ($\beta=0.42$) dan Amenities ($\beta=0.31$). Temuan ini diperkuat oleh model teoritis Pearce (2005) yang menyatakan bahwa layanan tambahan (Ancillary) dapat meningkatkan motivasi hingga 23%. Dalam konteks lokal, keterbatasan fasilitas (Amenities) yang diidentifikasi Fitriani dan Susanto (2020) justru menjadi catatan penting untuk pengembangan variabel di penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disebarluaskan secara online dan offline. Kuesioner terdiri dari pertanyaan terkait daya tarik wisata (4A) dan motivasi berkunjung, menggunakan skala Likert 1-5. Penelitian terdahulu oleh Dillman et al. (2014) menunjukkan bahwa kuesioner online dan offline dapat memberikan hasil yang reliabel jika dirancang dengan baik. Selain itu, penelitian ini juga melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan. Uji validitas menggunakan Pearson Product Moment, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Metode ini mengacu pada studi oleh Gliem dan Gliem (2003), yang menyatakan bahwa kedua uji tersebut penting untuk memastikan kualitas data.

Metode Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian. Selanjutnya, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh daya tarik wisata terhadap motivasi berkunjung. Penelitian terdahulu oleh Hair et al. (2019) menyatakan bahwa analisis regresi linier cocok untuk menguji hubungan prediktif antar variabel. Selain itu, uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas juga dilakukan untuk memastikan hasil analisis regresi valid. Langkah ini mengacu pada penelitian oleh Ghozali (2018), yang menekankan pentingnya uji asumsi klasik dalam analisis regresi untuk menghindari bias

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	30	30.0
Perempuan	70	70.0
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa 70% responden berjenis kelamin perempuan dan 30% responden berjenis kelamin laki-laki. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini, responden yang dominan mengisi kuesioner yaitu berjenis kelamin perempuan. Hal ini disebabkan karena perempuan cenderung lebih aktif dalam berbagi pengalaman perjalanan di media sosial, yang pada gilirannya dapat menginspirasi perempuan lain untuk mengunjungi tempat yang sama. Tempat-tempat indah seperti Taman Nasional Bromo Tengger Semeru menawarkan banyak peluang untuk

fotografi alam yang menarik. Perempuan sering kali tertarik pada aspek estetika dan menikmati mengabadikan momen indah tersebut. Sedangkan, karakteristik responden berdasarkan usia ditampilkan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
17 - 22 tahun	44	44.0
23 - 28 tahun	42	42.0
29 - 34 tahun	8	8.0
35 - 40 tahun	2	2.0
41 - 46 tahun	3	3.0
>46 Tahun	1	1.0
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Tabel 2 merupakan tabel tentang karakteristik responden berdasarkan usia. Dalam data yang tertera diatas dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak di rentang usia 17 – 22 tahun sebesar 44%. Hal ini disebabkan karena rentang usia tersebut lebih aktif dan stamina yang prima untuk berkegiatan wisata alam. Setelah mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia, maka selanjutnya ditampilkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu:

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	48	48.0
Karyawan swasta	40	40.0
Wiraswata	6	6.0
Lainnya	6	6.0
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa bahwa dapat diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan seorang pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 48%, karyawan swasta 40%, wiraswasta 6%, dan lain-lain 6%. Berdasarkan data tersebut dikatakan bahwa pelajar/mahasiswa mendominasi sebagai responden di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru karena pelajar/mahasiswa memiliki waktu luang untuk berkegiatan wisata alam dan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah destinasi yang relatif terjangkau bagi pelajar/mahasiswa. berdasarkan Frekuensi kunjungan ditampilkan pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Jumlah Kunjungan	Jumlah	Persentase (%)
1 Kali	80	80.0
>1 Kali	20	20.0
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa sebanyak 80% responden melakukan kunjungan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebanyak 1 kali dan 20% responden

melakukan kunjungan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru sebanyak 2 kali dengan alasan tertentu. berdasarkan Frekuensi kunjungan ditampilkan pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah	Persentase (%)
<Rp. 1.000.000	24	24.0
Rp. 1.100.000 – 2.000.000	19	19.0
Rp. 2.100.000 – 3.000.000	9	9.0
Rp. 3.100.000 – 4.000.000	8	8.0
Rp. 4.100.000 – 5.000.000	13	13.0
>Rp. 5.100.000	27	27.0
Total	100	100

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa jumlah responden dengan penghasilan lebih dari Rp 5.100.000/bulan memiliki presentase 27%, responden dengan penghasilan kurang dari Rp 1.000.000/bulan memiliki presentase 24%, responden dengan penghasilan Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000/bulan memiliki presentase 19%, responden dengan penghasilan Rp 4.100.000 – Rp 5.000.000/bulan memiliki presentase 13%, responden dengan penghasilan Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000 memiliki presentase 9%, sedangkan responden dengan penghasilan Rp 3.100.000 – Rp 4.000.000 memiliki presentase 8%. Sesuai data atas menyatakan bahwa responden yang berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp 5.100.000/bulan.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Daya Tarik Wisata		Media Sosial	
Pernyataan	Nilai Korelasi	Pernyataan	Nilai Korelasi
Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memiliki keindahan alam yang menarik	0.396	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru karena memiliki banyak pilihan atraksi yang dapat dinikmati oleh wisatawan	0.478
Taman Nasional Bromo Tengger Semeru memiliki keunikan dari destinasi lain	0.510	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk berpartisipasi dalam kegiatan fisik atau fisiologis seperti berfoto dan menikmati keindahan alam di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru	0.315
Terdapat atraksi berupa sunrise point, berkuda dan trailing	0.585	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk berwisata alam	0.449

Daya Tarik Wisata		Media Sosial	
Pernyataan	Nilai Korelasi	Pernyataan	Nilai Korelasi
Tersedianya toilet umum untuk wisatawan	0.556	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk mengetahui adat (kebiasaan) masyarakat di sekitar destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru	0.616
Terdapat pusat informasi di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru	0.643	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk melihat tradisi dan upacara adat masyarakat sekitar	0.753
Terdapat agen perjalanan wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru	0.651	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk berpartisipasi tradisi dan upacara adat masyarakat sekitar	0.772
Tersedianya transportasi ke titik kumpul Taman Nasional Bromo Tengger Semeru yang dibutuhkan untuk wisatawan	0.557	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru karena tempat wisata yang cocok untuk dikunjungi bersama pasangan, teman atau keluarga	0.336
Terdapat jalan setapak untuk wisatawan menuju titik sunrise	0.552	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk bertemu dan berinteraksi dengan wisatawan lain serta penduduk lokal	0.745
Terdapat akses telepon / internet bagi wisatawan	0.619	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru bersama keluarga atau teman-teman karena memberikan pengalaman yang berharga dan mempererat hubungan kekeluargaan dan pertemanan	0.577
Terdapat pemandu wisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru	0.753	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk memenuhi hobi saya	0.567
Terdapat petunjuk arah di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru	0.686	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk memenuhi life style saya	0.620

Daya Tarik Wisata		Media Sosial	
Pernyataan	Nilai Korelasi	Pernyataan	Nilai Korelasi
Terdapat penyewaan kendaraan dan atau perlengkapan pendakian Taman Nasional Bromo Tengger Semeru	0.724	Saya termotivasi berkunjung ke destinasi wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain	0.670

Sumber: Data diolah

Hasil pengujian validitas data diberikan pada Tabel 6. Hasil dari pengujian validitas telah menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variable Transportasi, media social dan Keputusan berkunjung telah valid karena hasil nilai korelasi lebih besar dari 0,197. artinya pernyataan-pernyataan pada variabel tersebut telah valid.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha
Daya Tarik Wisata	0.835
Motivasi Berkunjung	0.820

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha Daya tarik wisata sebesar 0,835 lebih besar daripada kriteria yang ditentukan yaitu 0,60. Maka dapat disimpulkan hasil dari uji realibilitas pada variabel X1 dinyatakan **reliabel** karena memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari kriteria yang ditentukan. Untuk Motivasi berkunjung memberikan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.820 lebih besar daripada kriteria yang ditentukan yaitu 0,60. Maka dapat disimpulkan hasil dari uji reliabilitas pada variabel X2 dinyatakan **reliabel** karena memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari kriteria yang ditentukan.

Tabel 8. Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.145	3.175		2.880	.005
Daya Tarik Wisata	.451	.048	.688	9.382	<.001

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 8 diatas, maka dapat dideskripsikan bahwa dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel Daya Tarik Wisata (X) adalah sebesar 0,674 dan untuk nilai konstanta adalah 10,929 Konstanta sebesar 10,929 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel independen adalah sebesar 10,929. Koefisien regresi X sebesar 0,674 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel Daya Tarik Wisata, maka nilai variabel Motivasi Berkunjung bertambah sebesar 0,674. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel 4.33 diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $<0,001 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Dapat dikatakan bahwa semakin baik nilai yang dihasilkan oleh

variabel Daya Tarik Wisata terkait Taman Nasional Bromo Tengger Semeru maka akan semakin meningkat Motivasi Berkunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dinilai sangat baik, terutama pada indikator atraksi alam dengan nilai mean tertinggi sebesar 3,87. Motivasi berkunjung juga dinilai sangat baik, dengan nilai mean tertinggi pada indikator motivasi fisik sebesar 3,76. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara daya tarik wisata dan motivasi berkunjung, dengan nilai korelasi sebesar 0,506 dan koefisien determinasi sebesar 25,6%, yang berarti daya tarik wisata memberikan kontribusi sebesar 25,6% terhadap motivasi berkunjung, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan kepada pengelola Taman Nasional Bromo Tengger Semeru untuk meningkatkan fasilitas toilet umum yang mudah dijangkau, terutama selama musim tinggi, guna meningkatkan kenyamanan wisatawan. Selain itu, disarankan untuk menerapkan sistem monitoring dan evaluasi kebersihan toilet secara berkala. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang mungkin memengaruhi motivasi berkunjung, seperti faktor sosial atau budaya, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, Hafizhun. (2023). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MOTIVASI BERWISATA DI PULAU TIDUNG, KEPULAUAN SERIBU*.
- Bantulu, Lisna. (2015). *Preferensi Wisatawan*. Ideas Publishing, 2015. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1000023>
- Dewi, D. A. N. N. (2018). *STATISTIKA TERAPAN*.
- Dian Rizki Maulidiya Muksin, & Sunarti. (2018). *PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI EKOWISATA MANGROVE WONOREJO SURABAYA*.
- Elizabeth Kristina Jayadi, Ni Putu Eka Mahadewi, & I GPB. Sasrawan Mananda. (2017a). *KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE PANTAI GREEN BOWL, UNGASAN, KUTA SELATAN, BALI*. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17, 72–73.
- Elizabeth Kristina Jayadi, Ni Putu Eka Mahadewi, & I GPB. Sasrawan Mananda. (2017b). *KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE PANTAI GREEN BOWL, UNGASAN, KUTA SELATAN, BALI*.
- Firdaus, A. R., Farida, N., & Widiartanto. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening*.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Penerbit Gerbang Media Aksara.
- Jayadi, E. K., Mahadewi, N. P. E., & Mananda, I. GPB. S. (2017). *KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE PANTAI GREEN BOWL, UNGASAN, KUTA SELATAN, BALI*.
- Junaidi, J. (2015). *Memahami Skala-Skala Pengukuran*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2837.2645>
- Kartika, T., Indrianty, S., & Yuliani, S. P. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Pantai Gandorah terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan di Kota Pariaman*.

-
- Muksin, M. R., & Sunarti. (2019). PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI EKOWISATA MANGROVE WONOREJO SURABAYA. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*
- Pambudi, A. S., Masteriarsa, M. F., Wibowo, A. D. C., Amaliyah, I., & Ardana, A. K. (2020). *Strategi pemulihan ekonomi sektor pariwisata pasca Covid-19*. 1– 20.
- Pratama, A. H. (2022). *The Influence of Tourist Attractions and Price on Interest to Visit Komodo Island*.
- Rahman Firdaus, A., & Farida, N. (2022). PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUTUSAN BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Rizki, D., & Sunarti, M. M. (2018). PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI EKOWISATA MANGROVE WONOREJO SURABAYA. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 55, Issue 1).
- Saeroji, A. (2020). Journal of Tourism Destination and Attraction. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 147–154.
- Sarim, & Wiyana, T. (2017). *Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo)*.
- Setiawan, I. B. D. (2015). *Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali*.
- Sihasale, M. J. (2022). *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Destinasi Wisata Telaga Saat Puncak Bogor*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D)*. Alfabeta.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/3daa3fbf01385573f120b76e48df024A.pdf
- Zuhal, A. M. (2021). PENGARUH DAYA TARIK WISATA KEBUN IDE BINTARO KOTA TANGERANG SELATAN TERHADAP MOTIVASI PENGUNJUNG. *Upacara Di Bromo Yang Menarik Untuk Diikuti*. (2024). Jelajahnesia.Com. <https://jelajahnesia.com/5-upacara-adat-bromo-yang-menarik-untuk-diikuti/>
- Wisata Bromo Tengger Semeru, Berburu Spot Ciamik & Sunrise*. (2022). Labiru Tour. <https://labirutour.com/blog/wisata-bromo-tengger-semeru>