

**PENGARUH INFRASTRUKTUR DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
WISATAWAN PADA OBJEK WISATA AIR TERJUN SIATA MAUHALEK
DESA DUALASI RAIULUN KABUPATEN BELU**

Sweety Kristiani Ratu Ludji¹, Anita Lassa², Marthen Patiung³
Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Timor¹²³

Dikirim (April 29, 2025)
Direvisi (Agustus 01, 2025)
Diterima (Agustus 27, 2025)
Diterbitkan (Agustus 31,
2025)

Corresponding Author:
Sweety Kristiani Ratu Ludji-
sweetyratu242@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh infrastruktur (X1) dan promosi (X2) terhadap minat wisatawan (Y). Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel infrastruktur dan promosi secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item instrumen dinyatakan valid dengan nilai koefisien Cronbach Alpha untuk variabel infrastruktur sebesar 0,952 dan variabel promosi sebesar 0,945, yang berarti keduanya sangat reliabel. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,678, yang mengindikasikan bahwa 67,8% perubahan minat wisatawan dipengaruhi oleh infrastruktur dan promosi, sedangkan sisanya 32,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menyarankan pengelola objek wisata Air Terjun Siata Mauhalek untuk meningkatkan kualitas infrastruktur, seperti akses jalan dan fasilitas penunjang wisata, serta memperluas cakupan promosi melalui media sosial dan media massa untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Kata Kunci: Infrastruktur; Promosi; Minat Wisatawan; Pariwisata.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine and explain the influence of infrastructure (X1) and promotion (X2) on tourist interest (Y). This research uses quantitative methodology. Based on data analysis, the research results show that infrastructure and promotion variables simultaneously and partially have a significant effect on tourist interest. The results of the validity and reliability tests show that all instrument items are declared valid with a Cronbach Alpha coefficient value for the infrastructure variable of 0.952 and the promotion variable of 0.945, which means both are very reliable. The results of the regression analysis show a coefficient of determination (R square) of 0.678, which indicates that 67.8% of changes in tourist interest are influenced by infrastructure and promotions, while the remaining 32.2% is influenced by other variables not discussed in this research. The results of this research suggest that managers of the Siata Mauhalek Waterfall tourist attraction

improve the quality of infrastructure, such as road access and tourist support facilities, as well as expand the scope of promotion through social media and mass media to attract more tourists.

Keywords: Infrastructure; Promotion; Tourist Interest; Tourism

PENDAHULUAN

Meningkatnya minat para wisatawan salah satunya dipengaruhi oleh infrastruktur yang ada di objek wisata tersebut. Dalam pembangunan suatu wilayah, infrastruktur memiliki peran sebagai mediator antara sistem ekonomi dan sistem sosial di dalam tatanan kehidupan manusia dengan lingkungan alam. Peran infrastruktur tidak hanya berpengaruh pada pengembangan wilayah, tetapi juga pada bidang kepariwisataan. Sebagai contohnya bahwa jalan, fasilitas-fasilitas dan tempat penginapan dapat melancarkan akses wisatawan untuk menuju ketempat wisata dan juga sebagai mediator untuk ekonomi masyarakat yang tinggal disekitar tempat wisata tersebut, dengan begitu akan menarik minat para wisatawan untuk berkunjung.

Faktor lain yang mempengaruhi minat wisatawan itu sendiri adalah promosi. promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*) atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga. (Dengan adanya kegiatan promosi, maka akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ketempat wisata tersebut. Cara untuk mempromosikan barang atau jasa saat ini sudah sangat mudah dilakukan baik melalui secara langsung maupun melalui media sosial seperti, Instagram, Facebook, WhatsApp, dan Youtube. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, maka perlu adanya media promosi seperti, personal selling, televisi, brosur maupun pamphlet, merupakan salah satu media promosi yang sangat efektif digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yang ingin berkunjung ke objek wisata tersebut.

Kabupaten Belu adalah salah satu kabupaten yang ada di Nusa Tenggara Timur yang berbatasan langsung dengan Timor Leste. Kabupaten Belu beriklim sabana tropis yang kering. Sarana penunjang kepariwisataan sangat diperlukan untuk membuat wisatawan bertahan lebih lama dan juga berfungsi agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan uang di daerah yang dikunjungi tersebut. Sarana penunjang pada tempat wisata menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Jika sarana penunjang tersebut cukup memadai maka para wisatawan akan dengan senang hati berkunjung untuk melihat pemandangan ditempat wisata tersebut. Sarana penunjang yang dimaksud, seperti kamar mandi, tempat beristirahat, dan tempat makan yang belum memadai membuat kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke sana. Sistem promosi yang digunakan juga masih terbatas karena hanya dilakukan dengan memposting foto-foto di akun sosial pribadi milik masyarakat yang berkunjung ketempat wisata tersebut. Dalam mempromosikan sebuah tempat wisata dibutuhkan sistem promosi yang luas agar tempat wisata tersebut dapat diketahui oleh banyak orang. Hal ini dibutuhkan karena sistem promosi juga menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Melihat permasalahan-permasalahan yang ada

membuat kurang adanya ketertarikan pengunjung untuk berkunjung ke wisata air terjun Mauhalek.

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa kurangnya kunjungan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata air terjun Mauhalek. Hal ini disebabkan karena kurang memadainya infrastruktur yang diberikan oleh pengelola wisata serta kurangnya promosi untuk mempromosikan kepada konsumen atau wisatawan sehingga kurang diketahui oleh para pengunjung.

Adapula data kunjungan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata air terjun Mauhalek di Desa Dualasi Raiulun, Kecamatan Lasiolat, Kabupaten Belu pada tahun 2018-2022 yang mengalami kenaikan dan penurunan angka kunjungan tiap tahunnya. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Air Terjun Siata Mauhalek
Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat
Kabupaten Belu Tahun 2018-2022

No	Tahun	Kunjungan Wisatawan
1	2018	2.400
2	2019	1.920
3	2020	1.680
4	2021	2.160
5	2022	2.256
6	Total	10.416

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Belu (2023)

Dari tabel diatas terlihat bahwa minat wisatawan yang berkunjung ketempat wisata air terjun siata mauhalek pada tahun2018-2022 mengalami fluktuasi setiap tahunnyayang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu infrastruktur dan promosi. Hal ini disebabkan karena infrastruktur yang ada di tempat wisata air terjun siata mauhalek kurang memadai sehingga kurang adanya minat dari para pengunjung untuk berkunjung ke sana, sama halnya dengan sistem promosi yang di gunakan juga masih terbatas. Sistem promosi yang digunakan untuk menarik para pengunjung masih sangat terbatas sehingga menyebabkan kurangnya minat para pengunjung untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Dari dua faktor di atas menyebabkan kurangnya jumlah pengunjung yang berkunjung ke tempat wisata air terjun siata mauhalek. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata tersebut mengalami penurunan pada 3 tahun awal dari tahun 2018-2020, namun pada 2 tahun terakhir yaitu dari 2021-2022 justru mengalami kenaikan hal ini disebabkan karena infrastruktur dan promosi memiliki pengaruh yang besar terhadap minat wisatawan yang ingin berkunjung ketempat wisata tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mohammad Rizal Nur Irawan, Levia Inggrit Sayekti dan Ratna Ekasari tentang Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga terhadap Minat Wisatawan pada Wisata WEGO Lamongan dimana hasil dari penelitian tersebut yaitu fasilitas wisata, promosi dan harga berpengaruh secara signifikan

dan positif terhadap minat wisatawan yang berkunjung pada Wisata Edukasi Gondang (WEGO) Lamongan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Adapun variabel yang akan diteliti yaitu:

1. Variabel bebas (X_1) : Infrastruktur
2. Variabel bebas (X_2) : Promosi
3. Variabel terikat (Y) : Minat wisatawan.

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di desa Dualasi Raiulun, Kecamatan Lasiolat, Kabupaten Belu. Adapun penelitian ini berlangsung selama 1 bulan.

Data dan Variabel Penelitian

1. Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan data sekunder.

- 1) Data Primer
- 2) Data Sekunder

2. Variabel

Sesuai dengan penelitian ini “Pengaruh Infrastruktur dan Promosi terhadap Minat Wisatawan di Objek Wisata Air Terjun Siata Mauhalek Desa Dualasi Raiulun, Kecamatan Lasiolat, Kabupaten Belu”, penulis melakukan pengujian dengan menggunakan dua jenis variabel penelitian yaitu:

- 1) Varibel Bebas
- 2) Varibel Terikat

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Apabila populasi penelitian tidak dapat diketahui jumlahnya secara pasti, maka pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran.

2. Sampel

Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus Cochran.

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 \cdot pq}{e^2} \\ n &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\ n &= \frac{0,9604}{0,01} \end{aligned}$$

$$n = 96,04$$

Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua bagian yakni *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *probability sampling*, dengan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data harus relevan untuk menunjang analisa demi menganalisis dan memecahkan masalah. Dengan demikian teknik yang digunakan penulis dalam memperoleh data adalah observasi, dokumentasi dan kuesioner.

1. Observasi
2. Dokumentasi
3. Kuesioner

Untuk memudahkan penilaian rata-rata dan setiap jawaban dari responden, maka digunakan interval untuk menentukan panjang kelas interval dengan rumus, menurut Sugiyono (2010:136) sebagai berikut :

$$P = \frac{\text{skor tinggi} - \text{skor rendah}}{\text{alternatif jawaban}}$$

$$P = \frac{4 - 1}{4}$$

$$= 0,75$$

Keterangan:

P : Panjang kelas interval

Rentang : Skor tertinggi sampai skor terendah

Dengan rata-rata skor berkisar antara 1,00 sampai 4,00 dengan kategorinya adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Kelas Interval

Kategori	Skor
Rendah	1,00 – 1,75
Kurang	1,75 – 2,50
Sedang	2,50 – 3,25
Tinggi	3,25 – 4,00

Adapun uji instrument yang digunakan (Seran,2011) adalah:

- 1) Uji Validitas instrument

Dimaksud untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan untuk mengukur persoalan yang diteliti sudah sesuai sehingga dapat menghasilkan data yang valid. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini, menggunakan teknik korelasi *product moment* model *person's* dengan formulasi sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Hasil tabulasi data yang telah selesai dibuat menggunakan rumus korelasi product moment, hasil korelasinya dilihat menggunakan interval korelasi yang dikemukakan oleh Sugiyono. Dapat ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3
Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,1000	Sangat Kuat

Defenisi Operasional

Dalam penelitian ini, ketiga variabel penelitian dijabarkan dalam beberapa indikator seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4
Operasional Variabel Infrastruktur (X₁)

No	Variabel	Indikator	Skala
	Infrastruktur	a. Akses jalan yang baik	Likert
		b. Terdapat Fasilitas dan pelayanan wisatawan yang baik	Likert

Sumber : Olahan Penulis 2024

Tabel 5
Operasional Variabel Promosi (X₂)

No	Variabel	Indikator	Skala
	Promosi	a. Periklanan	Likert
		b. Promosi Penjualan	Likert Likert
		c. Penjualan Perorangan	Likert Likert
		d. Hubungan Masyarakat	
		e. Penjualan Langsung	

Sumber : Olahan Penulis 2024

Tabel 6
Operasional Variabel Minat Wisatawan (Y)

No	Variabel	Indikator	Skala
	Minat wisatawan	a. Faktor penarik (daya tarik wisata, aksesibilitas, informasi dan fasilitas)	Likert

b. Faktor pendorong (waktu, biaya dan alasan melakukan perjalanan).

Likert

Sumber : Olahan Penulis 2024

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 25. Dari penelitian yang dikumpulkan maka selanjutnya akan disajikan teknik analisis, sebagai berikut:

- 1) Analisis Deskriptif
- 2) Analisis Inferensial

Teknik Pengujian Hipotesis (Uji t)

Digunakan untuk menguji signifikan hubungan masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), yakni signifikansi pengaruh:

- a. Variabel infrastruktur (X_1) terhadap minat wisatawan (Y).
- b. Variabel promosi (X_2) terhadap minat wisatawan (Y).

Rumusnya (Sugiyono, 2003: 250) adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
t = t hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan t tabel
r = koefisien korelasi
 r^2 = koefisien determinasi

Distribusi t ini dikemukakan oleh $t=(\alpha/2;n-2)$. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. H_0 ditolak jika $\alpha < 0,05$ dan t hitung $>$ t table
- b. H_0 diterima jika $\alpha > 0,05$ dan t hitung $<$ t table

Hasil hipotesis t hitung dibandingkan dengan t table dengan kriteria uji sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $< 0,05$ dan t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh secara parsial).
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh secara parsial).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa **Infrastruktur** dan **Promosi** yang ada di Objek Wisata Air Terjun Siata Mauhalek berpengaruh signifikan terhadap **Minat Wisatawan**. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden.

Dari hasil analisis data, diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 2.25 + 0.45X_1 + 0.60X_2$$

Dimana:

Y adalah Minat Wisatawan,

X1 adalah Infrastruktur, dan
X2 adalah Promosi.

Persamaan regresi ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 unit pada Infrastruktur (X1) akan meningkatkan Minat Wisatawan (Y) sebesar 0,45 unit, dan setiap peningkatan 1 unit pada Promosi (X2) akan meningkatkan Minat Wisatawan (Y) sebesar 0,60 unit. Dengan kata lain, Promosi memiliki pengaruh yang sedikit lebih besar daripada Infrastruktur dalam meningkatkan minat wisatawan.

Berdasarkan analisis regresi tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Infrastruktur dan Promosi memiliki pengaruh positif terhadap Minat Wisatawan diterima. Oleh karena itu, hipotesis nol ditolak, yang berarti Infrastruktur dan Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Wisatawan.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas infrastruktur yang tersedia di objek wisata dan semakin gencar serta tepat promosi yang dilakukan, maka semakin besar minat wisatawan untuk mengunjungi dan kembali ke Objek Wisata Air Terjun Siata Mauhalek.

Infrastruktur yang baik, seperti akses jalan yang memadai, fasilitas yang lengkap, serta parkir yang aman, memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Kenyamanan ini menjadi faktor penting dalam mempertahankan dan menarik wisatawan untuk berkunjung kembali.

Temuan ini konsisten dengan teori pemasaran yang menyebutkan bahwa Promosi memiliki pengaruh besar dalam menciptakan minat konsumen. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa promosi yang efektif mampu membangkitkan rasa ingin tahu konsumen dan memperkuat keinginan mereka untuk menggunakan produk atau jasa yang dipromosikan. Dalam konteks ini, promosi wisata melalui media sosial dan platform lainnya memberikan informasi yang cukup bagi wisatawan untuk tertarik dan berkunjung ke lokasi wisata.

Semakin baik infrastruktur yang tersedia, semakin besar pula tingkat kepuasan dan minat wisatawan untuk kembali. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan pentingnya fasilitas yang memadai dalam industri pariwisata.

Hasil penelitian saat ini menunjukkan bahwa infrastruktur dan promosi secara signifikan memengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi Objek Wisata Air Terjun Siata Mauhalek, dengan promosi memiliki pengaruh yang sedikit lebih besar dibandingkan infrastruktur. Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang juga menyoroti peran penting infrastruktur dan promosi dalam meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata.

Meskipun penelitian saat ini tidak mencakup variabel harga, kedua penelitian menegaskan bahwa promosi menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan minat wisatawan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang menemukan pengaruh signifikan dari sarana, prasarana, dan promosi terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Sendang Asih. Penelitian Susilowati memperkuat pentingnya elemen infrastruktur dalam memberikan kenyamanan kepada pengunjung, sebagaimana ditemukan dalam penelitian saat ini.

Pengaruh signifikan infrastruktur dan pelayanan terhadap minat kunjungan wisatawan, yang menunjukkan bahwa kombinasi faktor fisik dan layanan dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik. Meskipun penelitian saat ini tidak mencakup variabel pelayanan,

pengaruh infrastruktur yang signifikan dalam menarik minat wisatawan tetap sejalan dengan temuan ini.

Kesamaan temuan di berbagai penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan infrastruktur yang baik dan promosi yang efektif dalam industri pariwisata. Penelitian saat ini melengkapi temuan terdahulu dengan memberikan bukti kuantitatif berupa persamaan regresi, yang menunjukkan bagaimana peningkatan infrastruktur dan promosi masing-masing berdampak langsung pada minat wisatawan. Dengan demikian, hasil penelitian saat ini tidak hanya memperkuat temuan sebelumnya tetapi juga memberikan dasar yang lebih spesifik untuk pengembangan strategi promosi dan perbaikan infrastruktur di destinasi wisata.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data serta interpretasi dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hasil analisis statistic Product Moment menunjukkan nilai $r=0,50$ yang termasuk dalam kategori sedang. Hal ini berarti pengaruh Infrastruktur (X1) dan Promosi (X2) terhadap Minat Wisatawan (Y) adalah 50%, dan selebihnya 50% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti pengalaman wisatawan, kondisi cuaca, dan faktor lainnya. Infrastruktur dan Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Wisatawan di Objek Wisata Air Terjun Siata Mauhalek. Berdasarkan hasil uji regresi, diperoleh nilai koefisien regresi untuk Infrastruktur sebesar 0,45. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas Infrastruktur dan semakin efektif Promosi, maka Minat Wisatawan akan semakin meningkat. dan untuk Promosi sebesar 0,60, yang keduanya bernilai positif.

Maka dari itu, dalam meningkatkan Minat Wisatawan, perlu dilakukan langkah-langkah perbaikan pada kedua aspek tersebut. Berikut adalah beberapa saran yang dapat diterapkan:

1. Peningkatan Infrastruktur

Pengelola wisata perlu melakukan perbaikan dan peningkatan fasilitas infrastruktur di kawasan wisata, seperti memperbaiki akses jalan menuju lokasi wisata, menyediakan fasilitas parkir yang memadai, serta memastikan ketersediaan fasilitas umum seperti kamar ganti dan tempat makan. Fasilitas yang memadai akan memberikan kenyamanan lebih bagi wisatawan.

2. Peningkatan Promosi

Kegiatan promosi perlu dilakukan lebih gencar dan menyeluruh, khususnya melalui media sosial yang banyak diakses oleh masyarakat. Pengelola wisata bisa meningkatkan kerja sama dengan influencer wisata atau media online untuk meningkatkan eksposur Objek Wisata Air Terjun Siata Mauhalek. Selain itu, promosi juga perlu dilakukan di waktu yang tepat, misalnya menjelang musim liburan atau melalui pameran wisata.

3. Pelayanan di Kawasan Wisata

Untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak wisatawan, pelayanan di kawasan wisata perlu ditingkatkan. Penjaga parkir, petugas kebersihan, dan pemandu wisata

diharapkan dapat memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan sigap dalam membantu wisatawan selama berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Albarg, Abbas N. (2014). Measuring the Impact of Attitude and Intentions to Visit Jordan, An Empirical Study. *International Business Research*: Vol. 7, No.1
- Anggraini, O.R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi terhadap Minat Wisatawan Berkunjung ke Desa Wisata Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri (*Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang*).
- Ariansyah, A. (2021). Analisis Daya Tarik Wisata dan Promosi terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Museum Kayu Tuah Himba Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 9(4), 296-301.
- Arikonto, Suharsimih. 2006. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta
- Arikonto, Suharsimih. 1993. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta
- Atiko, G., Sudrajat, R.H., Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel). *eProceedings of Management*, 3(2).
- Botha, Hendrikus Hironimus (2020). Kualitas Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Moewardi Surakarta (Reliability, Accessibility, Comfortabel, Competence, Assurance, dan Tangibel). *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 4(1), 53-67. <https://doi.org/10.25139/jmnegara.v4i1.2463>
- Dwijosusilo, K., Shafiyah, S. (2020). Partisipasi Masyarakat dalam Pemanfaatan Dana Desa untuk Pembangunan Infrastruktur di Desa Klobur Kecamatan Sresih Kabupaten Sampang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 4(2), 143-156.
- Fandeli, C. 1995. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty Offset. Yogyakarta.
- Grigg, N. 1988. *Infrastructure Engineering and Management*, John Wiley & Sons.
- Hanifan, M.A., Nugroho, S. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Kedung Kayang Kabupaten Magelang Berdasarkan Aspek Promosi, Aspek Aksesibilitas, Aspek Infrastruktur dan Aspek Kelembagaan (*Doctoral Dissertation, Undip: Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).
- Harahap, S.A., & Rahmi D.H. (2020). Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata Budaya terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kota Gede. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalis*, 4(1), 9.