

## PENGARUH IKONIK DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA LOHA

*(The Influence Of Iconic And Accessibility On The Interest Of Tourists Visiting Loha Tourism Village)*

Kapra Ade Hedri Yusta<sup>1</sup>, Septy Indrianty ✉<sup>2</sup>, Lia Afriza<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata - Yapari

✉ Penulis korespondensi: [septyindrianty19@gmail.com](mailto:septyindrianty19@gmail.com)

### ABSTRACT

*The growth of the tourism sector in Indonesia has shown rapid development along with the increasing number of tourist visits. On the other hand, public interest in the concept of tourism villages is also relatively significant, as reflected in Google Trends data in 2025. This study aims to analyze the effect of Iconicity and Accessibility on Tourist Visit Intention in Loha Tourism Village. The method used is a quantitative approach. The population in this study consists of all tourists visiting Loha Tourism Village, with a sample of 100 respondents. Data collection was carried out through questionnaires, and then analyzed using descriptive and verification approaches with the assistance of SPSS version 25. The independent variables in this study are Iconicity (X1) and Accessibility (X2), while the dependent variable is Tourist Visit Intention (Y). The results of the descriptive analysis show that the average value of the iconic variable is 3.90, accessibility is 3.53, and visit intention is 3.89, all of which are in the good category. Meanwhile, the verification analysis results indicate that partially, iconicity has a positive and significant effect on visit intention, while accessibility has a negative and insignificant effect. However, simultaneously, both variables have a significant effect with a contribution of 61.60% to tourists' visit intention in Loha Tourism Village, while the remaining 38.40% is influenced by other factors beyond the scope of this study.*

**Keywords:** *Iconicity, Accessibility, Tourist Visit Intention, Loha Tourism Village.*

### ABSTRAK

Pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia menunjukkan perkembangan yang semakin pesat seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan. Di sisi lain, minat masyarakat terhadap konsep Desa Wisata juga tergolong signifikan, sebagaimana tercermin dalam data Google Trends tahun 2025. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Ikonik dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Loha. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata Loha, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Ikonik (X1) dan Aksesibilitas (X2), sedangkan variabel

dependen adalah Minat Kunjungan Wisatawan (Y). Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel ikonik sebesar 3,90, aksesibilitas 3,53, dan minat kunjungan 3,89, yang seluruhnya berada dalam kategori baik. Sementara itu, hasil analisis verifikatif menunjukkan bahwa secara parsial variabel ikonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan, sedangkan aksesibilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Namun, secara simultan kedua variabel berpengaruh signifikan dengan kontribusi sebesar 61,60% terhadap minat kunjungan wisatawan di Desa Wisata Loha, sedangkan sisanya sebesar 38,40% dipengaruhi oleh faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

**Kata Kunci:** Ikonik, Aksesibilitas, Minat Kunjungan Wisatawan, Desa Wisata Loha.

## PENDAHULUAN

Salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang tengah populer adalah desa wisata. Berdasarkan data Google Trends (2025), penelusuran masyarakat terhadap istilah “desa wisata” dalam lima tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Hal ini menandakan meningkatnya minat publik terhadap konsep pariwisata berbasis masyarakat yang mengedepankan potensi lokal dan keberlanjutan.

Pulau Flores di Provinsi Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu wilayah yang memiliki banyak destinasi wisata menarik dan populer. Salah satu kawasan yang paling terkenal adalah Labuan Bajo. Popularitas Labuan Bajo meningkat pesat karena memiliki berbagai daya tarik wisata unggulan seperti satwa langka Komodo, Gua Rango, Puncak Waringin, dan destinasi lainnya di wilayah tersebut. Keindahan alam dan keunikan destinasi ini mampu menarik minat wisatawan mancanegara (wisman) maupun wisatawan nusantara (wisnus) untuk berkunjung.

Dalam konteks pengembangan pariwisata berbasis desa, Desa Wisata Loha hadir sebagai salah satu destinasi yang memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik ikonik yang dimiliki Desa Wisata Loha, serta mengkaji kondisi aksesibilitas yang tersedia di kawasan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat minat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Loha. Lebih lanjut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis besarnya pengaruh aspek ikonik dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan di Desa Wisata Loha.

Berdasarkan Tabel 1, jumlah kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yang turut mendorong pertumbuhan sektor pariwisata di wilayah tersebut. Sebagai ibu kota Kabupaten Manggarai Barat, Labuan Bajo menjadi pusat perhatian, meskipun masih terdapat potensi wisata lain yang belum banyak dikenal, salah satunya Desa Wisata Loha di Kecamatan Pacar. Desa ini memiliki daya tarik alam dan budaya yang unik, namun tingkat kunjungannya masih relatif rendah.

Desa Wisata Loha memiliki beberapa atraksi unggulan yang bersifat ikonik, seperti air terjun, Gua Namu, dan wisata edukasi kokor gola (pembuatan gula merah tradisional). Ketiga atraksi ini menjadi pembeda utama dibandingkan destinasi lain di sekitarnya. Air Terjun Loha dikenal karena keindahan alamnya yang asri dan sering dimanfaatkan sebagai media promosi visual. Gua Namu menjadi simbol alam dengan kedalaman sekitar 700 meter, dilengkapi kolam air jernih serta keberadaan burung walet yang menambah keunikannya. Sementara itu, kokor gola merepresentasikan kearifan lokal melalui proses pembuatan gula merah secara tradisional. Dengan keunggulan tersebut, Desa Wisata

Loha diakui sebagai destinasi yang memiliki ciri khas kuat, di mana daya tarik utama bagi wisatawan adalah gua dan air terjun yang masih alami dan dikelilingi pepohonan rindang.

**Tabel 1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Labuan Bajo**

Tahun	Jumlah Kunjungan
2025	152.329
2024	411.349
2023	123.359
2022	170.354
2021	60.439

*Sumber: Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan  
Kab. Manggarai Barat (2025) data diolah peneliti*

Salah satu faktor penting dalam menarik minat wisatawan adalah keberadaan ikonik atau daya tarik khas pada suatu destinasi wisata. Menurut Indrianty et al. (2025) ikon-ikon khas di desa wisata tidak hanya menjadi cermin dari identitas budaya dan warisan sejarah setempat, tetapi juga berfungsi sebagai daya tarik utama yang memikat pengunjung untuk datang dan mengeksplorasi keunikan wilayah tersebut. Dengan kata lain, elemen ikonik berperan strategis dalam memperkuat citra destinasi dan mendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung.

Namun demikian, potensi ikonik tidak akan optimal tanpa dukungan aksesibilitas yang memadai. Aksesibilitas yang buruk dapat menjadi penghambat utama dalam pengembangan pariwisata, karena wisatawan cenderung memilih destinasi yang mudah untuk dijangkau.



**Gambar 1**  
**Daya Tarik Desa Wisata Loha**

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa Desa Wisata Loha masih belum banyak dikenal, meskipun memiliki ikonik yang kuat dan berbeda dari desa wisata lainnya. Rendahnya tingkat kunjungan wisatawan diduga disebabkan oleh terbatasnya aksesibilitas, seperti kondisi jalan yang kurang baik, rambu petunjuk arah belum optimal, keterbatasan transportasi umum, serta sarana pendukung yang belum memadai.

Fenomena tingkat kunjungan wisatawan di Desa Wisata Loha pada kurun waktu lima tahun terakhir masih dapat dikategorikan cukup rendah, sebagaimana yang terdapat pada kolom tabel berikut ini.

**Tabel 2**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Loha**

Tahun	Jumlah Kunjungan
2021	72
2022	153
2023	141
2024	517
2025	392

Sumber: Pemerintah Desa Loha (2025)

Berdasarkan data kunjungan tersebut, tingkat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Loha cenderung fluktuatif dan belum menunjukkan pola yang stabil dari tahun ke tahun. Kondisi ini diduga berkaitan dengan keterbatasan aksesibilitas serta belum optimalnya pengenalan unsur ikonik desa kepada publik.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara daya tarik wisata maupun fasilitas terhadap minat kunjungan wisatawan. Namun demikian, temuan terkait pengaruh aksesibilitas terhadap minat kunjungan masih menunjukkan hasil yang beragam dan belum konsisten. Di sisi lain, kajian yang secara spesifik mengaitkan unsur ikonik dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan, khususnya pada konteks Desa Wisata Loha, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Penelitian ini memiliki urgensi sebagai bahan evaluasi bagi pengelola Desa Wisata Loha dalam upaya meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar dalam menjaga, mengembangkan, dan melestarikan nilai-nilai ikonik desa, sekaligus mendorong peningkatan kualitas aksesibilitas secara optimal. Dengan demikian, Desa Wisata Loha diharapkan mampu berkembang dan semakin dikenal luas, sebagaimana destinasi unggulan seperti Labuan Bajo. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat bagi pelaku usaha pariwisata lainnya sebagai referensi mengenai pentingnya aspek ikonik dan aksesibilitas dalam menarik minat wisatawan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ikonik dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Loha.” Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik ikonik yang dimiliki Desa Wisata Loha serta mengkaji kondisi aksesibilitas di kawasan tersebut.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat minat kunjungan wisatawan dan menganalisis besarnya pengaruh aspek ikonik dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan di Desa Wisata Loha

## Kajian Teori

### Manajemen

Petter Drucker dalam Edison et al. (2017:5) mengutarakan bahwa manajemen pada dasarnya merupakan suatu bentuk praktik, bukan ilmu pengetahuan, karena yang menjadi tuntutan utamanya adalah pencapaian prestasi, bukan sekadar penguasaan pengetahuan. Senada ditegaskan oleh Edison et al. (2017:5) selain itu, manajemen memainkan peran krusial dalam memastikan bahwa tujuan-tujuan organisasi dapat diwujudkan dengan cara yang teratur, efektif, dan efisien, sambil mempertahankan keseimbangan serta sinergi antar berbagai unit yang ada. Adapun Ricky W. Griffin dalam Naim & Helmita (2022) mendefinisikan manajemen dapat dipahami sebagai suatu proses sistematis yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, serta pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Definisi manajemen menurut Oxford dalam Naim & Helmita (2022:4) yaitu *“The process of dealing with or controlling people or things (Proses beurusan dengan atau mengendalikan orang atau benda).”*

Berdasarkan berbagai definisi sebagaimana yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan manajemen pada dasarnya merupakan praktik yang bertujuan mencapai prestasi melalui pengendalian sumber daya manusia, materi dan benda, bukan sekadar penguasaan pengetahuan teoritis. Proses ini melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, serta pengendalian untuk mewujudkan tujuan organisasi secara teratur, efektif, dan efisien, sambil menjaga keseimbangan serta sinergi antar departemen.

### Pariwisata

Walton (2025) mengutarakan “Pariwisata, tindakan dalam proses menghabiskan waktu jauh dari rumah untuk mencari rekreasi, relaksi dan kesenangan sambil memanfaatkan penyediaan layanan komersial” (Dalam Indrianty et al., 2025). Senada dengan *United Nations World Tourism Organization (UNWTO)* mendefinisikan pariwisata “perjalanan dan kunjungan sementara orang-orang ke tempat-tempat diluar tempat tinggal mereka, untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau lainnya” (Dalam Saputra et al., 2024).

Dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilaksanakan oleh seseorang atau lebih dari tempat asal ke destinasi tujuan bermaksud untuk refreasing, hiburan, perjalanan bisnis dan berbagai kepentingan lain sembari menggunakan layanan komersial namun hanya untuk sementara waktu. Definisi ini secara khusus menyoroti dimensi sosial, budaya, dan ekonomi yang terkait, di mana pariwisata bukan hanya berfungsi sebagai sektor industri semata, melainkan juga sebagai hal utama dalam mendorong pembangunan yang berkelanjutan.

### Definisi Desa Wisata

Maryani (2019) mendefinisikan desa wisata merupakan bentuk pariwisata yang dikembangkan secara sadar dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada di kawasan pedesaan sumber daya ini mencakup keindahan lanskap alam yang memukau, kondisi cuaca yang menyegarkan serta menenangkan, lahan pertanian yang produktif, elemen udara seperti danau dan sungai, pola pengelolaan lahan yang ada, serta potensi

manusia yang meliputi kekayaan budaya, dinamika kehidupan sehari-hari masyarakat, dan sikap-sikap yang dilakukan oleh penduduk setempat. Disamping itu Afriza, Muttaqien, & Putra (2025) mengutarakan Desa wisata merujuk pada suatu kawasan pedesaan yang menghadirkan keotentikan dalam berbagai dimensi, termasuk aspek sosial budaya, tradisi adat, pola kehidupan sehari-hari, bangunan tradisional, serta susunan tata ruang wilayah desa keaslian tersebut dipresentasikan melalui penggabungan berbagai elemen pariwisata, seperti daya tarik wisata, tempat menginap, dan sarana penunjang lainnya. Desa wisata sebagai kawasan pedesaan yang memikat perhatian melalui potensi uniknya, sekaligus menghadirkan pengalaman autentik kehidupan desa dimana kawasan ini mencakup berbagai elemen seperti bangunan-bangunan tradisional, penataan ruang, dinamika sosial-budaya, serta praktik adat istiadat setempat, sambil memastikan kebutuhan dasar bagi pengunjung wisata (Adikampana & parashita dalam Susanti et al., 2021). Nurdiansyah mengutarakan desa wisata merupakan sebuah strategi pengembangan pariwisata yang menekankan keterpaduan dan keselarasan antara berbagai komponen wisata seperti atraksi, akomodasi, transportasi, aspek kelembagaan atau pengelolaan, serta infrastruktur dan fasilitas pendukung lainnya dengan kehidupan masyarakat setempat serta kondisi fisik wilayah desa tersebut. Pendekatan ini memastikan bahwa elemen-elemen tersebut tidak hanya mendukung kegiatan wisata, tetapi juga terintegrasi secara harmonis dengan dinamika sosial dan lingkungan lokal (dalam Sahara, et al., 2024).

Adapun menurut Indrianty et al. (2025:25) “Desa wisata merupakan salah satu pendekatan pengembangan pariwisata yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan perekonomian lokal, melestarikan budaya dan menjaga kelestarian lingkungan.”

Sebagaimana yang telah rumuskan oleh berbagai perpektif diatas dapat disimpulkan desa wisata merupakan model pengembangan pariwisata di wilayah pedesaan yang secara harmonis menyatukan berbagai sumber daya seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya, sosial, dan komponen wisata seperti atraksi, akomodasi, transportasi, serta infrastruktur dengan dinamika masyarakat setempat, bertujuan untuk memperkuat ekonomi lokal, menjaga kelestarian tradisi, dan melindungi lingkungan.

## **Ikonik**

Ikon merupakan entitas yang berfungsi sebagai simbol atau ciri khas yang mudah diidentifikasi, serta mencerminkan identitas suatu wilayah, kebudayaan, atau kelompok masyarakat (Indrianty et al., 2025). Dalam pengertian yang lebih luas, ikon tidak hanya dipahami sebagai penanda visual, tetapi juga sebagai representasi makna yang mampu merefleksikan karakter dan identitas kolektif suatu entitas sosial. Dengan demikian, peran ikon tidak terbatas pada aspek pengenalan, melainkan juga mencakup pembentukan citra dan makna yang melekat secara mendalam dalam benak masyarakat maupun pengunjung.

Lebih lanjut, Velikova et al. (2023) menjelaskan bahwa sebagian besar penelitian mengenai daya tarik wisata ikonik merujuk pada landmark yang telah dikenal secara global, seperti Menara Eiffel, Big Ben, Grand Canyon, Taj Mahal, dan Tembok Besar Tiongkok. Daya tarik tersebut mencakup berbagai bentuk, mulai dari monumen, museum, galeri seni, taman, bangunan bersejarah, hingga artefak, yang umumnya bersifat konkret dan berwujud fisik. Namun demikian, unsur ikonik tidak terbatas pada objek fisik semata, melainkan juga dapat muncul dari elemen non-fisik, seperti film yang melekat dengan destinasi tertentu (misalnya *The Lord of the Rings* atau *Harry Potter*), maupun aktivitas

khas seperti ski di Alpen, safari di Afrika Timur, serta wisata petualangan ekstrem di Queenstown.

Dalam konteks yang lebih luas, sebuah merek ikonik memiliki narasi yang kuat yang dibangun berdasarkan nilai-nilai inti, sehingga menghadirkan kesan autentisitas (authenticity) dan beroperasi dalam ranah ideologis (Holt, 2004 dalam Velikova et al., 2023). Merek ikonik juga mampu membangkitkan berbagai resonansi budaya serta mencerminkan ideologi sosial yang sangat dipengaruhi oleh konteks geografis tempat merek tersebut berkembang (Suarez & Belk, 2017 dalam Velikova et al., 2023).

Dapat disimpulkan bahwa ikon merupakan simbol khas yang merepresentasikan identitas suatu wilayah atau budaya, baik dalam bentuk fisik maupun non-fisik, yang tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual tetapi juga pembentuk makna dan citra kolektif. Dalam konteks pariwisata, ikon yang berkembang menjadi merek ikonik memiliki nilai, autentisitas, serta resonansi budaya yang kuat, sehingga berperan penting dalam membentuk persepsi dan daya tarik suatu destinasi.

Selanjutnya, Indrianty et al. (2025:130–132) mengemukakan bahwa dimensi ikonik memiliki peran penting dalam menganalisis proses pembentukan ikon, daya tariknya terhadap minat kunjungan wisatawan, serta kontribusinya dalam memperkuat identitas dan citra destinasi. Dalam hal ini, terdapat tujuh dimensi mendasar yang membentuk daya tarik ikonik sebuah destinasi wisata, yaitu:

- 1) Visualitas (*Visual impact*): yang merujuk pada intensitas dan kekuatan daya tarik penampilan visual suatu ikon.
- 2) Keaslian dan otentisitas (*Authenticity*): yang mengukur sejauh mana ikon tersebut mampu merepresentasikan nilai-nilai asli dari khazanah budaya, rekam jejak sejarah, maupun karakteristik lingkungan setempat secara asli.
- 3) Makna simbolik (*Symbolic meaning*): ikon tidak sekedar berfungsi sebagai objek fisik atau lanskap visual yang memikat, melainkan juga mengandung nilai simbolik yang substansial. Dimensi simbolik ini memberikan pengalaman emosional yang lebih mendalam bagi wisatawan yang memahami dan menghayati maknanya.
- 4) Keterkaitan budaya dan sosial (*Culture and social relevance*): yang menunjukkan bahwa ikon berpengaruh umumnya memiliki keterkaitan yang erat dengan sistem budaya dan dinamika kehidupan sosial komunitas lokal.
- 5) Fungsionalitas dan aksesibilitas (*Functionality and accessibility*): dimana sebuah ikon perlu memiliki kemudahan akses dan dapat dinikmati oleh wisatawan sebagai nilai tambah yang signifikan.
- 6) Daya ingat dan keunikan (*memorability and Uniqueness*): yang menekankan bahwa suatu ikon harus memiliki karakteristik yang khas dan mudah diingat sehingga mampu menciptakan kesan yang kuat dalam ingatan wisatawan.
- 7) Peran dalam pemasaran (*Marketing Potential*): yang mengacu pada kapasitas ikon untuk dimanfaatkan sebagai instrumen promosi dalam meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap destinasi.

## Aksesibilitas

Susanti et al. (2021) menyatakan aksesibilitas dalam konteks desa wisata mengacu pada ketersediaan berbagai sarana dan infrastruktur yang penting untuk memudahkan

wisatawan mencapai lokasi tersebut. Elemen ini sangat penting sebagai penunjang utama bagi pengalaman wisatawan, di mana mencakup akses jalan raya yang layak untuk dilalui oleh kendaraan, fasilitas transportasi yang memadai, serta petunjuk arah yang jelas dan mudah dipahami Hadiwijoyo 2018:40 dalam (Safari et al. 2025) mengemukakan bahwa aksesibilitas mencakup berbagai elemen yang memfasilitasi kemudahan bagi wisatawan dalam mengunjungi desa, seperti keberadaan papan penunjuk arah, sarana transportasi yang memadai untuk mencapai beragam daya tarik wisata di desa tersebut, serta kondisi jalan penghubung yang layak dan terjaga dengan baik. Safari et al. (2025) menegaskan bahwa ketersediaan dan kesiapan sarana pendukung mengenai aksesibilitas merupakan faktor krusial dalam menghadirkan rasa nyaman serta kemudahan bagi wisatawan. Oleh karena itu, aksesibilitas dapat dipandang sebagai elemen mendasar dalam mewujudkan destinasi pariwisata yang mudah dijangkau, inklusif, serta memiliki daya saing yang kuat di tengah kompetisi industri pariwisata global.

Dari perspektif tersebut dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas dalam desa wisata merujuk pada ketersediaan berbagai infrastruktur seperti jalan yang layak, sarana transportasi memadai, petunjuk arah yang jelas, serta sarana pendukung lainnya yang semuanya sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan, kemudahan kunjungan dan pengalaman wisatawan serta menciptakan daya saing yang tinggi pada destinasi pariwisata.

Sebagaimana dijelaskan oleh Soekadji dalam Safari et al. (2025) bahwa aksesibilitas dapat dievaluasi melalui dimensi-dimensinya, yang mencakup beberapa persyaratan pokok untuk mendukung pengalaman wisatawan. Persyaratan ini dirumuskan secara sistematis untuk efisiensi dan kenyamanan, sebagai berikut:

- 1) Akses informasi, yang menekankan pada kemudahan pencarian dan pendekatan fasilitas, sehingga memungkinkan wisatawan lebih leluasa dalam memilih kawasan yang sesuai dengan minat mereka. Bentuk informasi ini sering kali melibatkan promosi dan publikasi yang dirancang untuk memberikan panduan yang jelas.
- 2) Akses jalan, yang mengharuskan rute perjalanan tetap dapat dilalui dan terintegrasi dengan infrastruktur umum. Keadaan jalan umum maupun akses langsung, menjadi penentu utama tingkat aksesibilitas suatu objek wisata, menjadikannya sebagai elemen krusial dalam pengembangan pariwisata.
- 3) Tempat akhir perjalanan, yang merujuk pada fasilitas penunjang di lokasi objek wisata, seperti adanya terminal atau area parkir minimal yang memadai. Fasilitas ini perlu dirancang sesuai dengan perkiraan kebutuhan, termasuk volume wisatawan yang diantisipasi serta jenis dan jumlah kendaraan yang kemungkinan digunakan, untuk menjamin kelancaran kunjungan.

## **Minat Kunjungan wisatawan**

Konsep minat wisatawan terhadap kegiatan berkunjung memiliki hubungan yang sangat kuat dengan konsep minat konsumen dalam melakukan pembelian. Philip Kotler, John Bowen, dan James Makens mengutarakan bahwa minat para wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata dapat dibandingkan langsung dengan minat konsumen dalam melakukan pembelian, karena kedua hal ini dapat diukur melalui indikator yang serupa. (Putra & Pangestuti dalam Krisnadi & Natalia, 2020).

Dalam kajian dimensi minat berkunjung, Albarq dalam Rengkung et al. (2024) menyoroti, konsep minat seseorang untuk mengunjungi suatu objek dapat disamakan secara analogis dengan konsep minat beli, sehingga keduanya mencerminkan pola perilaku serupa dalam konteks konsumen. Perspektif tersebut memberikan dasar yang kokoh untuk memahami hubungan antara kedua aspek tersebut dalam analisis perilaku manusia. Fedinand mengemukakan bahwa minat beli seseorang dapat diukur melalui serangkaian indikator utama yang mencerminkan berbagai aspek perilaku konsumen. Indikator-indikator ini meliputi:

- 1) Minat transaksional, yang menggambarkan keinginan individu untuk melakukan pembelian langsung terhadap suatu produk, sebagai wujud dari dorongan konsumen tersebut.
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang-orang di sekitarnya, sebagai bentuk dukungan atau promosi informal.
- 3) Minat preferensial, yang menunjukkan posisi prioritas suatu produk dalam pilihan utama seseorang, meskipun preferensi ini dapat berubah jika muncul masalah atau perubahan pada produk yang bersangkutan.
- 4) Minat eksploratif, yaitu upaya aktif seseorang untuk mencari dan mengumpulkan informasi terkini mengenai produk yang diminatinya, termasuk data pendukung yang relevan untuk memperdalam pemahamannya. (Wilopo & Pangestuti dalam Krisnadi & Natalia, 2020).

## Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis menggunakan literatur *review* sebagai bahan referensi pada penelitian ini yang dipaparkan dibawah ini:

**Tabel 3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Destination image and the perceptions of regional iconic goods. (Velikova et al., 2023)	Produk ikonik suatu daerah tidak hanya berfungsi sebagai simbol identitas destinasi, tetapi juga memiliki hubungan timbal balik dengan citra destinasi itu sendiri. Produk ikonik dapat memperkuat persepsi positif terhadap destinasi	Sama-sama meneliti aspek ikonik, dimana nilai ikonik memiliki nilai strategis.	Mereka meneliti aspek ikonik pada suatu produk, sedangkan penelitian ini berfokus pada aspek ikonik destinasi di Desa Wisata Loha.
2.	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Kampung Cakrawala Kab. Sukabumi (Safari et al., 2025).	Hasil penelitian menjelaskan bahwa Daya Tarik wisata dan Aksesibilitas berpengaruh positif secara simultan terhadap minat berkunjung, sebesar 58%.	Variabel dependen minat berkunjung (Y) dan variabel independen aksesibilitas (X2).	Variabel independen daya tarik wisata (X1), dan lokasi penelitian.
3.	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, daya	Variabel dependen minat kunjungan wisatawan (Y), dan	Variabel independen daya tarik wisata

# Manajemen dan Pariwisata

ISSN 2829-5692 (Print), ISSN 2964-3961 (Electronic)

Volume 5 Nomor 1, April 2026

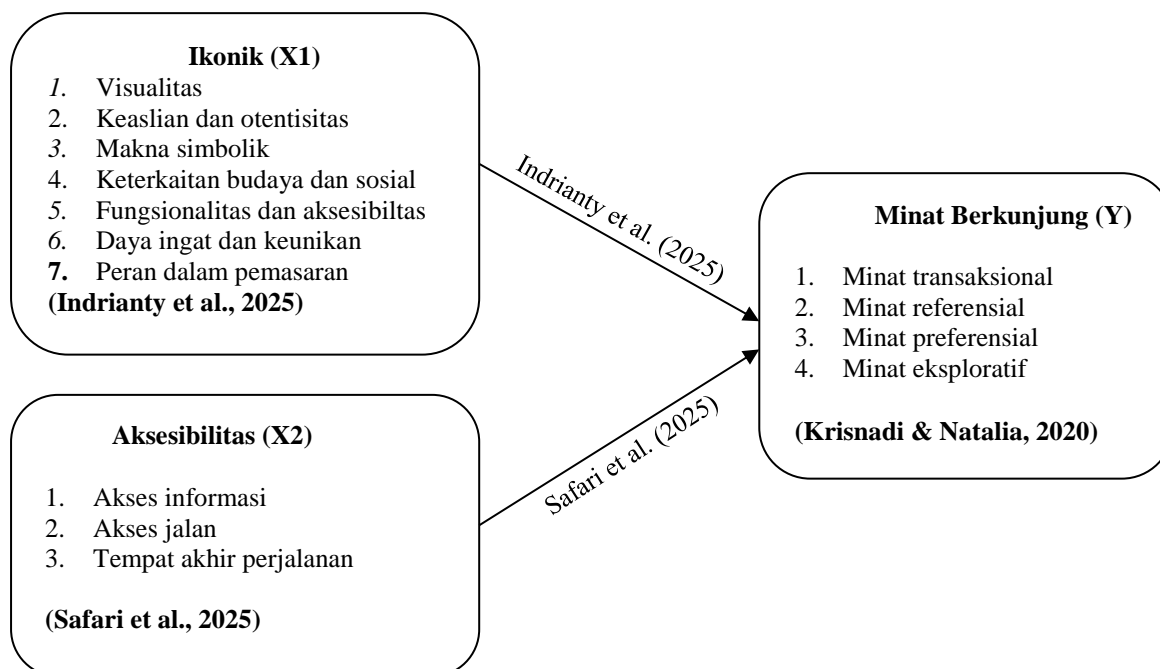
	Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo. (Aso, Roedjinandari, Rachmadian, Setioko, & Sutanto, 2020)	tarik wisata dan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjungan, dengan aksesibilitas sebagai faktor paling dominan.	variabel independen aksesibilitas (X2).	(X1), dan lokus penelitian.
4.	Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Boomi Carnival di Pakuwon City Mall Surabaya Timur  (Firmansyah & Susanti, 2025)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata (X1) dan Aksesibilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y), dengan aksesibilitas sebagai faktor yang paling dominan.	Variabel dependen minat kunjungan wisatawan (Y), dan variabel independen aksesibilitas (X2).	Variabel independen daya tarik wisata (X1), dan lokus penelitian.
5.	Strategi Istana Maimun Sebagai Ikon Pariwisata Kota Medan.  Simamaora, Y, I., Mulyani, S, A., Lubis, I, K, et al., 2023).	Untuk menjadikan Istana Maimun sebagai ikon pariwisata Kota Medan, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan dan preferensi wisatawan sebagai dasar dalam merancang strategi pengembangan yang tepat dan berdaya saing.	Sama-sama meneliti aspek ikonik sebagai upaya strategis dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan.	Mereka menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian ini kuantitatif.
6.	Inventarisasi dan Identifikasi Objek Daya Tarik Wisata dalam Perencanaan Pariwisata Wakatobi  (Syahadat, R, M., 2022)	Pasar Terapung Lok Baintan sebagai ikon wisata Banjarmasin diteliti secara kualitatif; hasilnya menekankan perlunya peningkatan fasilitas, kebersihan, keamanan, dan pelayanan untuk memperkuat nilai ikonik serta menarik lebih banyak wisatawan.	Sama-sama meneliti aspek ikonik sebagai upaya strategis dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan.	Mereka meneliti dari aspek kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa aspek ikonik dan aksesibilitas merupakan dua faktor kunci dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Nilai ikonik, baik dalam bentuk **produk** maupun **destinasi**, berfungsi sebagai identitas dan simbol yang mampu memperkuat citra serta daya tarik suatu daerah, sehingga mendorong persepsi positif wisatawan. Sementara itu, aksesibilitas terbukti memiliki pengaruh signifikan, bahkan dalam beberapa penelitian menjadi faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan kunjungan.

## Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dapat didefinisikan sebagai konsep integrasi yang menggabungkan hubungan antar variabel, yang dibangun berdasarkan beragam teori yang sebelumnya telah dijelaskan secara rinci (Sudaryana & Agusiady, 2022). Berdasarkan

definisi tersebut maka kerangka berpikir judul penelitian pengaruh Ikonik dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Loha seperti berikut:



**Gambar 2**  
**Paradigma Penelitian**

## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memverifikasi teori-teori yang telah dikembangkan sebelumnya serta menyandingkannya dengan kondisi aktual yang diamati di lapangan. Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu metode ilmiah yang mencakup proses pengumpulan data berorientasi numerik, diikuti dengan pengolahan, analisis, serta penyajiannya secara objektif. Pendekatan ini dirancang untuk menangani berbagai permasalahan, menguji hipotesis yang diajukan, atau membentuk prinsip-prinsip umum yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam melalui data yang dapat diukur dan diuji secara empiris (Duli, 2019).

### Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel adalah upaya untuk menjabarkan variabel yang umumnya masih berupa konsep atau (konstruk) yang abstrak dan luas agar menjadi spesifik dan operasional sehingga pada gilirannya bisa dilakukan pengukuran untuk memperoleh data tentang nilai dari variabel tersebut” (Sugeng,2020). Pada penelitian ini variabel (X1) yaitu Ikonik dan variabel (X2) yaitu Aksesibilitas serta variabel (X3) yaitu Minat Kunjungan Wisatawan.

**Tabel 4**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Ikonik (Indrianty et al., 2025)	Visualitas ( <i>Visual Impact</i> )	a). Ikon alam memiliki tampilan visual yang menarik dan mudah dikenali oleh wisatawan, seperti panorama di gua, atau derasnya aliran air di air terjun.  b). Keunikan bentuk alam dan estetika alamiah (seperti warna air, formasi batu, cahaya yang masuk ke gua) mampu menjadi daya tarik fotografi.	1. Gua/air terjun memiliki tampilan yang menarik dan mudah dikenali.  2. Bentuk dan pemandangan gua/air terjun unik dan memikat.	Ordinal
	Keaslian dan otentisitas ( <i>Authenticity</i> )	a). Ikon alam (gua dan air terjun) mencerminkan keaslian lingkungan lokal tanpa campur tangan berlebihan manusia.  b) Keberadaan ikon mempertahankan karakter asli alam dan ekosistemnya, sehingga wisatawan merasakan pengalaman autentik.	3. Gua/air terjun mencerminkan kondisi alam asli dan alami.  4. Keadaan gua/air terjun tetap alami tanpa banyak perubahan.	
	Makna Simbolik ( <i>Symbolic Meaning</i> )	a) Gua dan air terjun memiliki makna simbolik yang mewakili identitas daerah.  b) Ikon menyampaikan nilai sejarah, atau filosofi lokal yang dapat dipahami dan dihargai wisatawan.	5. Gua/air terjun merepresentasikan identitas daerah.  6. Gua/air terjun memiliki nilai sejarah atau filosofi lokal yang jelas.	
	Keterkaitan budaya dan sosial ( <i>Cultural and Social Relevance</i> )	a) Gua dan air terjun memiliki keterkaitan dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat. b) Masyarakat lokal berperan aktif dalam menjaga, merawat, dan memaknai gua atau air terjun sebagai bagian dari identitas komunitas.	7. Gua/air terjun terkait dengan tradisi atau budaya setempat.  8. Masyarakat lokal ikut menjaga dan memaknai gua/air terjun.	
	Fungsionalitas dan aksesibilitas ( <i>Functionality</i> )	a) Akses gua dan air terjun aman dan nyaman.  b) Tersedia fasilitas pendukung seperti jalur	9. Akses di gua dan air terjun sekitarnya baik dan nyaman.  10. Tersedia fasilitas pendukung seperti	

# Manajemen dan Pariwisata

ISSN 2829-5692 (Print), ISSN 2964-3961 (Electronic)

Volume 5 Nomor 1, April 2026

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
	<i>and Accessibility)</i>	aman, area istirahat di lokasi Gua dan Air terjun	jalur aman, area istirahat di lokasi gua dan air terjun	
	Daya ingat dan keunikan ( <i>Memorability and Uniqueness)</i>	a) Formasi batu yang unik, air terjun dengan ketinggian tertentu, atau gua dengan stalaktit/stalakmit khas membuat ikon berbeda dari destinasi lain.  b) Pengalaman mengunjungi gua dan air terjun meninggalkan kesan mendalam sehingga wisatawan mudah mengingat dan menceritakan pengalaman tersebut.	11. Gua/air terjun memiliki keunikan dibanding destinasi lain. 12. Kesan yang ditinggalkan gua/air terjun mudah diingat oleh pengunjung.	
	Peran dalam pemasaran ( <i>Marketing Potential)</i>	Gua dan air terjun efektif digunakan sebagai ikon promosi destinasi wisata karena keindahan dan cerita yang melekat padanya.  b) Keunikan dan pengalaman yang ditawarkan mampu meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi dan mempromosikan destinasi melalui media sosial atau word-of-mouth.	13. Gua/air terjun dapat digunakan sebagai ikon promosi wisata. 14. Gua/air terjun meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.	
Aksesibilitas  (Safari et al., 2025)	Akses Informasi	Ketersediaan Infrastruktur dan Layanan	15. Tersedianya air bersih yang memadai. 16. Layanan pusat informasi tersedia dan mudah ditemukan di kawasan destinasi.	Ordinal
	Akses kondisi jalan	Kemudahan akses	17. Banyaknya alat transportasi menuju lokasi. 18. Petunjuk arah yang jelas dalam menuju destinasi. 19. Kemudahan akses menuju destinasi wisata.	Ordinal

# Manajemen dan Pariwisata

ISSN 2829-5692 (Print), ISSN 2964-3961 (Electronic)

Volume 5 Nomor 1, April 2026

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
	Tempat akhir perjalanan	Fasilitas umum	20. Fasilitas toilet nya bersih dan nyaman. 21. Fasilitas pondok rest area nya bersih dan nyaman. 22. Fasilitas parkir nyaman, aman dan memadai.	
Minat Berkunjung  Ferdinand (Wilopo & Pangestuti dalam Krisnadi & Natalia, 2020)	Minat transaksional	Frekuensi pembelian	23. Saya tertarik untuk berkunjung kembali. 24. Memilih Desa Wisata Loha untuk berlibur di akhir pekan.	Ordinal
	Minat referensial	Referensi media atau teknologi	25. Saya akan merekomendasikan Desa Wisata Loha ke orang lain. 26. Mendapatkan informasi destinasi dari media sosial. 27. Informasi yang disajikan di media sosial sangat menarik.	
	Minat Preferensial	Survei dan Kuesioner	28. Destinasi ini menjadi alternatif utama karena daya tarik yang sangat baik. 29. Tertarik berkunjung ke Desa Wisata Loha untuk menikmati keindahannya. 30. Sangat besar minat mengunjungi destinasi tersebut.	
	Minat eksploratif	Pencarian informasi	31. Mencari informasi dari media sosial. 32. Mencari informasi dari teman dan saudara. 15. 33. Informasi tentang Desa Wisata Loha mendorong keinginan untuk berkunjung.	

## Populasi

Populasi dalam penelitian merujuk pada wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan. Populasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga

dapat mencakup berbagai objek lain beserta seluruh atribut yang melekat padanya, bukan sekadar jumlahnya (Sudaryana & Agusiady, 2022). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Loha selama kurun waktu 2021–2025, dengan total sebanyak 1.275 wisatawan.

## Sampel

Sampel merupakan segmen yang mencerminkan jumlah dan sifat-sifat yang ada dalam populasi. Pada Penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin untuk menentukan ukuran sampel yang di butuhkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dengan Keterangan:

$n$  : Jumlah Sampel

$N$  : Total Seluruh Populasi

$e$  : Taraf Signifikan

$N$  : 1.275 Wisatawan/ Tahun

$e$  : 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.275}{1 + 1.275 (0.1)^2} \\ &= \frac{1.275}{1 + 1.275 (0.1 \times 0.1)} \\ &= \frac{1.275}{1 + 12} \\ &= \frac{1.275}{13} \\ &= 98,07 \end{aligned}$$

Sampel yang dibutuhkan yaitu sebesar 98,07 dibulatkan tmenjadi 100 responden.

## Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan berbagai metode pengumpulan data melalui instrumen yang dipilih secara selektif untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Pendekatan ini dirancang guna menjamin kelancaran proses penelitian, membuatnya lebih terstruktur, serta memudahkan analisis data selanjutnya. Instrumen yang diterapkan mencakup beberapa teknik utama, yaitu sebagai berikut:

### 1) Observasi

Peneliti melakukan observasi secara langsung dan online di Desa Wisata Loha dengan tujuan mengamati dan memahami kondisi nyata di lokasi tersebut. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh data yang akurat tentang situasi terkini, sekaligus mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai berbagai isu yang menjadi fokus objek penelitian.

## 2) Studi kepustakaan

Peneliti memanfaatkan studi kepustakaan untuk mengumpulkan informasi yang komprehensif sebagai dasar teori dan acuan dalam pengolahan data. Proses ini meliputi kegiatan membaca, menganalisis, serta menelaah berbagai sumber literatur, termasuk buku, jurnal, dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diteliti. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan serta mempelajari analisis data sekunder yang berkaitan erat dengan objek penelitian untuk memperkaya.

## 3) Kuesioner

Kuesioner disusun sebagai rangkaian pertanyaan yang disampaikan kepada responden, dengan tujuan untuk menggali persepsi dan melihat mereka sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditetapkan. Instrumen ini membantu dalam memperoleh data primer yang mewakili pendapat responden secara sistematis.

## Pengujian Instrumen

Dalam konteks penelitian ini, peneliti melakukan instrumen yang terdapat pada kuesioner yang akan disebarakan kepada responden. Instrumen tersebut dilakukan dengan melibatkan sebanyak 100 orang partisipan, yaitu wisatawan Desa Wisata Loha untuk menilai tingkat keabsahan setiap item pertanyaan yang disajikan. Khususnya, peneliti merencanakan pelaksanaan tiga jenis pengujian diantaranya:

### 1) Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menggambarkan seberapa sah atau akurat suatu instrumen penelitian. Instrumen yang kurang valid umumnya menunjukkan tingkat validitas yang rendah, sementara instrumen yang sah biasanya memiliki validitas yang tinggi. Dalam konteks ini, validitas membantu menilai apakah instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan, sehingga memastikan keandalan hasil penelitian. (Qomusuddin & Romlah, 2021). Menurut Lesmana et al. (2026), “Jika nilai korelasi suatu item lebih tinggi dari nilai  $r$  hitung atau melebihi angka 0,30, maka item tersebut dianggap valid dan layak digunakan dalam penelitian.”

Senada dengan itu, Sugiyono dalam (Safari et al. 2025) menjelaskan bahwa Instrumen yang dianggap valid merupakan alat pengukuran yang andal untuk memperoleh data, di mana validitasnya menunjukkan kemampuan instrumen tersebut untuk mengukur aspek yang sebenarnya dimaksudkan. Secara spesifik, validitas ini tercapai apabila nilai korelasi hitung ( $r$  hitung) > nilai korelasi tabel ( $r$  tabel) pada tingkat signifikansi 0,30. Dalam hal ini, item instrumen dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai  $r$  hitung < 0,30, maka instrumen tersebut dianggap tidak valid. Uji validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi yang didasarkan pada metode *Pearson Product Moment*, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{n(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien Korelasi

$\sum xy$  = Jumlah perkalian variabel  $x$  dan  $y$

$\sum x$  = Jumlah nilai variabel  $x$

$\sum y$  = Jumlah nilai variabel  $y$

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada suatu metode evaluasi yang dirancang untuk menentukan tingkat konsistensi hasil pengukuran ketika pengukuran dilakukan beberapa kali terhadap fenomena yang sama dengan memanfaatkan alat ukur yang serupa. Seperti yang ditulis oleh Duli (2019), “Reliabilitas merupakan suatu bentuk pengujian yang bertujuan untuk menilai sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika pengukuran dilakukan berulang kali terhadap gejala yang sama...” dengan menggunakan instrumen yang identik, tingkat reliabilitas dari suatu konstruk atau variabel dalam penelitian dapat diukur melalui nilai statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Lebih lanjut menurut Hermanto et al. (2025), “Nilai alpha di atas 0.7 umumnya dianggap baik, sedangkan nilai di atas 0.8 dianggap sangat baik.”

Adapun Qomusuddin & Romlah (2021) mengutarakan bahwa reliabilitas merujuk pada tingkat kepercayaan terhadap hasil pengukuran, atau dengan kata lain, untuk menilai sejauh mana konsistensi instrumen sebagai alat ukur. Dalam penelitian ini, pengukuran reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus alpha  $\alpha$ .

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas alpha

$k$  = jumlah item

$S_j$  = varians responden untuk item 1

$S_x$  = jumlah varians skor total

## 3) Uji Normalitas

Normalitas data merupakan prasyarat utama yang wajib terpenuhi dalam analisis parametrik. Sebelum menerapkan metode seperti perbandingan dua rata-rata, analisis variansi satu arah, korelasi, regresi, dan teknik serupa lainnya, pengujian normalitas data harus dilakukan terlebih dahulu. Tujuan utama dari pengujian ini adalah untuk menentukan apakah data tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak. Pentingnya normalitas data terletak pada kemampuannya untuk memastikan bahwa data yang digunakan benar-benar dapat mewakili populasi yang lebih luas.

Sebelum melangkah ke analisis inti penelitian, penting untuk memeriksa apakah distribusi data penelitian memenuhi syarat normalitas. Data yang dianggap berkualitas tinggi adalah data yang menunjukkan distribusi normal. Kriteria utama dalam pengujian normalitas didasarkan pada nilai signifikansi: apabila nilai  $\text{Sig} > \alpha = 0,05$ , maka data dapat dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai  $\text{sig} < \alpha = 0,05$ , data tersebut tidak berdistribusi normal (Duli, 2019).

## 4) Rancangan Analisis Data

### a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan pendekatan dalam analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi atau karakteristik sampel secara sistematis, dengan menelaah setiap variabel penelitian secara terpisah (Djaali, 2021). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran umum mengenai pola, kecenderungan, dan distribusi data, sehingga membantu dalam memahami kondisi awal sebelum dilakukan analisis lanjutan yang lebih kompleks.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (mean) menggunakan skala ordinal, yaitu: 1 = sangat tidak baik, 2 = tidak baik, 3 = cukup baik, 4 = baik, dan 5 = sangat baik. Pendekatan ini digunakan untuk menilai persepsi responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti secara lebih terstruktur dan terukur.

### b. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan pendekatan penelitian yang dirancang untuk memverifikasi keabsahan hipotesis, yang pada dasarnya berarti menyebarkan validitas teori yang telah dikembangkan sebelumnya. Metode ini dilakukan melalui pemeriksaan mendalam terhadap beberapa aspek utama, yaitu:

#### 1) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda diterapkan untuk menggambarkan bagaimana variabel dependen, yang juga dikenal sebagai kriteria, mengalami perubahan ketika dua atau lebih variabel independen yang berfungsi sebagai prediktor mengubah nilai. Pendekatan ini melibatkan variabel dependen (Y) bersama dengan variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ). Persamaan regresi yang digunakan dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dengan keterangan:

1. Y = variabel dependen
2.  $\beta_0$  = parameter konstanta
3.  $\beta_1 \beta_2$  = parameter penduga
4.  $X_1 X_2$  = variabel independen

Pendekatan yang digunakan dalam estimasi persamaan regresi linear berganda melibatkan penggabungan semua variabel independen, kemudian dilakukan analisis untuk mengidentifikasi variabel independen mana saja yang memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Duli, 2019).

#### 2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berperan sebagai indikator untuk mengevaluasi sejauh mana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dianggap sesuai atau akurat. Pada intinya, koefisien ini mengukur tingkat ketepatan model regresi yang berasal dari sampel dalam memperkirakan nilai-nilai sebenarnya. Nilai koefisien determinasi terletak dalam kisaran  $0 \leq R^2 \leq 1$ ,

dengan nilai yang semakin dekat ke 1 atau 100% menandakan model yang lebih efektif baik, karena hal tersebut mengimplikasikan bahwa variabel-variabel independen mampu memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memperkirakan variasi pada variabel dependen (Mutmainah et al., 2025).

### 3) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti didasarkan pada kerangka penelitian tertentu, yang melibatkan penerapan analisis linear berganda sebagai metode utama. Qomusuddin & Romlah (2021) mengemukakan bahwa dalam konteks pengujian hipotesis, setiap keputusan yang diambil selalu menyertakan elemen menyeluruh, yang berarti hasilnya dapat akurat atau salah, sehingga menghasilkan risiko. Besaran risiko ini dinyatakan melalui ukuran probabilitas.

- **Uji t (Uji Parsial):** Menurut Pallant dalam Akbar et al. (2024) pada analisis regresi, uji t diterapkan untuk mengevaluasi hipotesis penelitian yang menyangkut dampak parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Perspektif tersebut mendeskripsikan uji t diterapkan untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh yang bermakna antara Ikonik serta Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Lebih lanjut Sugiyono dalam Safari et al. (2025) menjelaskan uji t melibatkan perbandingan antara nilai tingkat signifikan yang diperoleh dengan ambang probabilitas yang telah ditetapkan, yaitu 5% atau 0,05. dalam konteks uji t atau uji parsial.
- **Uji F (Uji Simultan):** Sugiyono dalam Safari et al. (2025), menjelaskan uji F merupakan metode pengujian yang diterapkan pada koefisien regresi secara bersamaan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menilai dampak kolektif dari seluruh variabel independen dalam model terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai di atas 0,30. Hal ini sejalan dengan pendapat Lesmana et al. (2026) yang menyatakan bahwa “Jika nilai korelasi suatu item lebih tinggi dari nilai  $r$  hitung atau melebihi angka 0,30, maka item tersebut dianggap valid dan layak digunakan dalam penelitian.”

Sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Ikonik (X1) dengan 14 item pernyataan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,855, variabel Aksesibilitas (X2) dengan 8 item pernyataan sebesar 0,898, dan variabel Minat Kunjungan Wisatawan (Y) dengan 11 item pernyataan sebesar 0,882. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimal yang ditetapkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Temuan ini sejalan dengan pendapat Hermanto et al. (2025) yang menyatakan bahwa “Nilai alpha di atas 0.7 umumnya dianggap baik, sedangkan nilai di atas 0.8 dianggap sangat baik.”

## Uji Normalitas

Peneliti melakukan uji normalitas terhadap variabel independen dan dependen menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan hasil output yang diperoleh, nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,14, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

**Tabel 5**  
**Hasil Data Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.014 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

## Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

#### 1) Variabel Ikonik (X1)

Variabel Ikonik (X1) dalam penelitian ini mencakup tujuh dimensi utama, yaitu visualitas, keaslian dan otentisitas, makna simbolik, keterkaitan budaya dan sosial, fungsionalitas dan aksesibilitas, daya ingat dan keunikan, serta peran dalam pemasaran. Pengukuran dilakukan melalui 14 pernyataan dalam kuesioner yang dianalisis menggunakan nilai rata-rata (mean). Hasil menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Bentuk dan pemandangan gua/air terjun unik dan memikat” sebesar 4,13 (kategori baik), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan terkait ketersediaan fasilitas pendukung sebesar 3,64 (kategori baik). Secara keseluruhan, variabel Ikonik (X1) berada pada kategori baik, yang mencerminkan persepsi positif wisatawan terhadap daya tarik ikonik Desa Wisata Loha.

#### 2) Variabel Aksesibilitas (X2)

Variabel Aksesibilitas (X2) meliputi tiga dimensi, yaitu akses informasi, kondisi jalan, dan kemudahan mencapai lokasi akhir. Pengukuran dilakukan melalui 8 pernyataan yang dianalisis menggunakan nilai rata-rata. Hasil menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada pernyataan “Petunjuk arah yang jelas menuju destinasi” sebesar 3,68 (kategori baik), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan “Fasilitas toilet bersih dan nyaman” sebesar 3,33 (kategori netral). Secara keseluruhan, nilai rata-rata sebesar 3,53 menunjukkan bahwa aksesibilitas di Desa Wisata Loha berada pada kategori baik, meskipun masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan.

#### 3) Minat Kunjungan Wisatawan (Y)

Variabel Minat Kunjungan Wisatawan (Y) mencakup empat dimensi, yaitu minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Pengukuran dilakukan

melalui 11 pernyataan yang dianalisis menggunakan nilai rata-rata. Hasil menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya akan merekomendasikan Desa Wisata Loha kepada orang lain” sebesar 4,08 (kategori baik), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan terkait pencarian informasi melalui media sosial sebesar 3,76 (kategori baik). Secara keseluruhan, nilai rata-rata sebesar 3,89 menunjukkan bahwa minat kunjungan wisatawan berada pada kategori baik, yang mencerminkan ketertarikan wisatawan terhadap Desa Wisata Loha.

## 2. Analisis Verifikatif

### 1) Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel Independen yaitu variabel Ikonik (X<sub>1</sub>) dan variabel Aksesibilitas (X<sub>2</sub>) terhadap variabel dependen yaitu variabel Minat Kunjungan Wisatawan (Y) di Desa Wisata Loha, maka penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan software IBM SPSS versi 25 dengan perolehan hasil sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,897	3,216		1,212	0,229
	Ikonik	0,675	0,081	0,734	8,299	0,000
	Aksesibilitas	0,074	0,094	0,070	0,786	0,434

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan

*Sumber: Olahan Peneliti 2026*

Dilihat dari tabel 4.13 nilai *Constanta a* sebesar 3,897, skor Ikonik ( $\beta_1$ ) yaitu 0,675 dan Aksesibilitas ( $\beta_2$ ) yaitu 0,074. Berdasarkan uraian data diatas, *constant a* = 3,897, Koefisien regresi X<sub>1</sub> sebesar 0,675, Koefisien regresi X<sub>2</sub> sebesar 0,074, maka regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 3,897 + 0,675 X_1 + 0,074 X_2$$

Koefisien regresi untuk variabel Ikonik (X<sub>1</sub>) memiliki nilai positif, yang mengindikasikan terdapat perubahan yang searah. Artinya, apabila Ikonik meningkat sejumlah satu satuan maka minat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Loha turut meningkat dengan koefisien regresi senilai 0,675. Demikian pula, koefisien regresi untuk variabel Aksesibilitas (X<sub>2</sub>) bernilai positif, menunjukkan hubungan yang searah. Dengan kata lain, apabila Ikonik meningkat sejumlah satu satuan maka minat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Loha turut meningkat dengan koefisien regresi senilai 0,074

## 2) Koefisien Determinasi

Dibawah ini terdapat uraian tabel hasil analisis koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 <sup>a</sup>	0,616	0,608	4,350
a. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Ikonik				

*Sumber: Olahan Peneliti 2026*

Tabel tersebut juga menjelaskan besarnya pengaruh variabel independen Ikonik (X1) dan Aksesibilitas (X2) terhadap variabel dependen Minat Kunjungan Wisatawan (Y) melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,616, yang berarti kedua variabel tersebut memberikan kontribusi yang kuat, yaitu sebesar 61,60% terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Loha. Sementara itu, sisanya sebesar 38,40% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

## 3) Uji Instrumen

**Hasil Uji t (Uji Parsial):**

**Tabel 8**  
**Hasil Uji t (Uji Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,897	3,216		1,212	0,229
	Ikonik	0,675	0,081	0,734	8,299	0,000
	Aksesibilitas	0,074	0,094	0,070	0,786	0,434
a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan						

*Sumber: Olahan Peneliti 2026*

Berdasarkan uji t, variabel Ikonik (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y) (Sig. 0,000 < 0,05; thitung 8,299 > ttabel 1,984), sehingga H1 diterima. Sementara itu, variabel Aksesibilitas (X2) berpengaruh positif namun tidak signifikan (Sig. 0,434 > 0,05; thitung 0,786 < ttabel 1,984), sehingga H2 ditolak. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F diterapkan untuk menguji hipotesis simultan terkait pengaruh variabel ikonik dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan di Desa Wisata Loha. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah kedua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

variabel dependen, yang dapat dilihat melalui perbandingan antara nilai  $f_{hitung}$  dan  $f_{tabel}$ , serta melalui tingkat signifikansi. Uji F (uji simultan) diinterpretasikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 9**  
**Hasil Uji F (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	Regression	2943,954	2	1471,977	77,792	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1835,436	97	18,922		
	Total	4779,390	99			
a. <i>Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan</i>						
b. <i>Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Ikonik</i>						

*Sumber: Olahan peneliti 2026*

Ditinjau dari table di atas, hasil analisis uji F melalui ANOVA (*Analysis of Varians*) mengindikasikan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $77,792 > 3,09$ ) dan tingkat signifikansi berada di bawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, sedangkan hipotesis alternatif ( $H_3$ ) diterima. Temuan ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen Ikonik ( $X_1$ ) dan Aksesibilitas ( $X_2$ ) secara bersamaan terbukti memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap variabel dependen Minat Kunjungan Wisatawan ( $Y$ ) di Desa Wisata Loha.

## Pembahasan

### 1. Ikonik di Desa Wisata Loha

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menganalisis variabel ikonik, yang terdiri dari 14 item pernyataan. Analisis tersebut merujuk pada dimensi dari Ikonik sebagaimana dikemukakan oleh Indrianty et al. (2025), yang mencakup: Visualitas (*Visual impact*), Keaslian dan otentisitas (*Authenticity*), makna simbolik (*symbolic meaning*), keterkaitan budaya dan sosial (*culture and social relevance*), fungsionalitas dan aksesibilitas (*functionality and accessibility*), daya ingat dan keunikan (*memorability and uniqueness*), peran dalam pemasaran (*marketing potential*). Hasil dapat diperoleh dari *mean* variabel Ikonik.

Apabila diperinci berdasarkan masing-masing dari 14 pernyataan tersebut, skor tertinggi dicapai oleh dimensi visualitas (*visual impact*) pada pernyataan nomor 2, yaitu "Bentuk dan pemandangan gua/air terjun unik dan memikat", dengan nilai 4,13 yang masuk ke dalam kategori "baik." Hal ini mengindikasikan bahwa elemen pemandangan merupakan aspek paling dominan dalam menarik minat wisatawan di Desa Wisata Loha. Di sisi lain, skor terendah diperoleh dari dimensi fungsionalitas dan aksesibilitas (*functionality and accessibility*) pada pernyataan nomor 10, yakni "Tersedia fasilitas pendukung seperti jalur aman, area istirahat di lokasi gua dan air terjun.", dengan nilai 3,64 yang masih tergolong "baik." Walaupun demikian, nilai ini menunjukkan perlunya peningkatan jalur yang memadai dan tempat istirahat yang memadai di sekitar gua dan air terjun. Selain itu, nilai skor secara keseluruhan mencapai 3,90, yang menunjukkan

kategori “baik.” Temuan ini mengindikasikan bahwa wisatawan pada umumnya merasa puas dengan Ikonik di Desa Wisata Loha, serta mampu memperoleh pengalaman berwisata yang baik dan positif.

## 2. Aksesibilitas di Desa Wisata Loha

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menganalisis variabel Aksesibilitas, yang terdiri dari 8 item pernyataan. Analisis tersebut merujuk pada variabel Aksesibilitass sebagaimana dikemukakan oleh Safari et al. (2025), yang mencakup: akses informasi, akses jalan dan tempat akhir perjalanan. Hasil dapat diperoleh dari *mean* variabel aksesibilitas.

Apabila diperinci berdasarkan masing-masing dari 8 pernyataan tersebut, skor tertinggi dicapai oleh dimensi Akses kondisi jalan pada pernyataan nomor 4, yaitu “Petunjuk arah yang jelas dalam menuju destinasi” dengan nilai 3,68 yang masuk kategori “baik.” Hal ini mengindikasikan bahwa elemen petunjuk arah yang jelas merupakan aspek paling dominan dalam menciptakan kunjungan wisatawan yang bersifat nyaman dan positif. Di sisi lain, skor terendah diperoleh dari dimensi tempat akhir perjalanan pada pernyataan nomor 6, yakni "Fasilitas toiletnya bersih dan nyaman" dengan nilai 3,33 yang tergolong "netral". Walaupun demikian, nilai ini menunjukkan perlunya peningkatan fasilitas toilet yang bersih dan nyaman guna menunjang kenyamanan wisatawan di Desa Wisata Loha. Selain itu, nilai skor secara keseluruhan mencapai 3,53 yang menunjukkan kategori “baik”. Temuan ini mengindikasikan bahwa wisatawan pada umumnya merasa cukup puas dengan Aksesilitas di Desa Wisata Loha, serta mampu memperoleh pengalaman berwisata yang baik dan positif.

## 3. Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Loha

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menganalisis variabel Minat Kunjungan Wisatawan, yang terdiri dari 11 item pernyataan. Analisis tersebut merujuk pada dimensi dari Minat Kunjungan Wisatawan sebagaimana dikemukakan oleh Krisnadi & Natalia (2020), yang mencakup: minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif. Hasil dapat diperoleh dari *mean* variabel aksesibilitas.

Apabila diperinci berdasarkan masing-masing dari 11 pernyataan tersebut, skor tertinggi dicapai oleh minat transaksional pada pernyataan nomor 3, yaitu “Saya akan merekomendasikan Desa Wisata Loha ke orang lain” dengan nilai 4,08 yang masuk kategori “baik.” Hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan di Desa Wisata Loha sebagian besar memiliki dorongan yang tinggi untuk merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Di sisi lain, skor terendah diperoleh dari dimensi minat eksploratif pada pernyataan nomor 9, yakni “Mencari informasi dari media sosial” dengan nilai 3,76 yang tergolong "baik". Walaupun demikian, nilai ini menunjukkan perlunya memberikan informasi yang lebih lengkap terkait Desa Wisata Loha melalui media sosial guna membantu wisatawan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan jelas. Selain itu, nilai skor secara keseluruhan mencapai 3,89, yang menunjukkan kategori “baik” Hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan pada umumnya merasa puas dengan Desa Wisata Loha.

## 4. Pengaruh Ikonik dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

Variabel Ikonik ( $X_1$ ) dan Aksesibilitas ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,616 atau 61,60% terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Loha.

Sisanya, sebesar 38,40%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel Ikonik ( $X_1$ ) dan Aksesibilitas ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ( $Y$ ). Selanjutnya, hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Ikonik ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ( $Y$ ). Namun, variabel Aksesibilitas ( $X_2$ ) justru berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ( $Y$ ) di Desa Wisata Loha.

Temuan ini sejalan dengan Indrianty et al. (2025) yang menegaskan bahwa ikon wisata tidak hanya memiliki daya tarik estetis, tetapi juga mengandung kekuatan emosional yang mampu mendorong minat kunjungan wisatawan serta menghadirkan pengalaman keunikan destinasi. Sementara itu, hasil penelitian terkait aksesibilitas tidak sejalan dengan Aso et al. (2020) yang menemukan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo, dengan nilai thitung sebesar 5,364 dan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ).

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai “Pengaruh Ikonik dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Loha”, dapat disimpulkan beberapa temuan utama sebagai berikut.

Pertama, aspek ikonik Desa Wisata Loha mencakup tujuh dimensi, yaitu visualitas, keaslian, makna simbolik, keterkaitan budaya dan sosial, fungsionalitas, daya ingat dan keunikan, serta peran dalam pemasaran. Secara keseluruhan, ketujuh dimensi tersebut berada pada kategori baik, yang menunjukkan bahwa wisatawan menilai ikon-ikon desa memiliki daya tarik yang unik dan mampu memberikan pengalaman berwisata yang positif.

Kedua, aksesibilitas Desa Wisata Loha meliputi akses informasi, kondisi jalan menuju lokasi, dan kemudahan mencapai titik akhir perjalanan. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga dimensi ini berada pada kategori netral hingga baik, yang mengindikasikan bahwa aksesibilitas sudah cukup memadai, meskipun masih memerlukan peningkatan pada beberapa aspek.

Ketiga, minat kunjungan wisatawan yang mencakup dimensi transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Loha memiliki daya tarik yang cukup kuat dan berpotensi untuk terus berkembang sebagai destinasi wisata berkelanjutan.

Keempat, secara parsial variabel ikonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan, sedangkan aksesibilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, dengan kontribusi sebesar 61,60% ( $R^2$ ), sementara 38,40% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Desa Wisata Loha disarankan untuk meningkatkan kualitas fasilitas pendukung, seperti perbaikan jalur akses di area gua dan air terjun, penambahan rambu keselamatan, serta penyediaan area istirahat yang memadai,

dengan tetap menjaga nilai-nilai ikonik desa. Selain itu, aspek kebersihan dan kenyamanan fasilitas, khususnya toilet, serta peningkatan layanan pusat informasi perlu diperhatikan guna meningkatkan kenyamanan wisatawan.

Di sisi lain, pemanfaatan media sosial perlu dioptimalkan secara strategis untuk memperluas publikasi dan memperkenalkan daya tarik desa. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat kunjungan wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, L., Muttaqien, R. R., & Putra, W. W. (2025). Pengembangan Atraksi Wisata Di Desa Wisata Cibodas Berbasis Masyarakat Kabupaten Bandung. *Manajemen dan Pariwisata*, 4(1), 81.
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2023). Analisis Data Penelitian Kuantitatif (Pengujian Hipotesis Asosiatif Korelasi). *Jurnal Pelita Nusantara: Kajian Ilmu Sosial Multidisiplin*, 1(3), 433.
- Aso, M. T., Roedjinandari, N., Rachmadian, A., Setioko, D., & Sutanto, D. H. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Kampung Adat Tutubhada Kabupaten Nagekeo. *Jurnal Pariwisata*, 15-20.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbit Cc Budi Utama).
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Hermanto, B., Edison, E., & Sukoco, I. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: ITB Press.
- Indrianty, S., Edison, E., & Karini, R. S. (2025). *Desa Wisata dan Penguatan Pariwisata Berkelanjutan*. Bandung: Jelajah pustaka.
- Lesmana, A. C., Pirastyo, S. P., & Kristiutami, Y. P. (2026). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Jelajah Pustaka.
- Krisnadi, A. R., & Natalia, D. (2020). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Komponen Destinasi Wisata di Kawasan Kuliner, Pasar Lama Tanggerang. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 34-36.
- Maryani, E. (2019). *Geografi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ombak .
- Mutmainah, L., Wibowo, F. W., Andani, L., Rahmat, B. Z., Nurhasanah, E., & Wisandani, I. (2025). *Cara Mudah Olah Data SPSS (Penelitian Kuantitatif & Kualitatif)*. Yogyakarta: PT Penamuda Media.
- Naim, & Helmita. (2022). *Pengantar Manajemen Pegangan Mahasiswa Semester Awal*. Malang: AE Publishing & Laa Tahzan.
- Putri, S. Z. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung*

- Wisatawan Di the Great Asia Africa Lembang.*  
<https://repository.stiepar.ac.id/file/mahasiswa/1824825485.pdf>
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2021). *Analisis Data Kuantitatif Dengan Program Ibm Spss :Statistic 20.0*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan Cv Budi Utama).
- Ratna Susanti, R., Purwandari, S., & Prilosadoso, B. H. (2021). *Perkembangan desa wisata berbasis kearifan lokal dan collaborative governance*. Yogyakarta: Jejak pustaka.
- Rengkung, R. C., Kapantow, G. M., & Tarore, M. L. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Tunan di Desa Talawaan Kecamatan Talawaan Kabupaten Minahasa Utara. *Agrirud*, 6(4), 224.
- Safari, A., Edison, E., & Gita, V. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung di Kampung Cakrawala Kab. Sukabumi. *Manajemen dan Pariwisata*, 4(1), 138-151.
- Sahara, L. S., Putri, A. N., Salsabila, S., Hanifa, R., Az-zahra, S. Y., Fuadi, M. A., . . . Said, A. R. (2024). *Menggali Pesona Desa Wisata*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Saputra, N. G., Eddyono, F., Fitriana, R., Sulistiyowati, R., Yulianti, Maryetti, . . . Putri, N. M. (2024). *Pengantar Pariwisata*. Yogyakarta: PT Penamuda Media.
- Simamaora, Y. I., Mulyani, S. A., Lubis, I. K, dkk. (2023). Strategi Istana Maimun Sebagai Ikon Pariwisata Kota Medan. *Jurnal Nawasena Vol 2 No 3*.
- Syahadat, R. M. (2022). Inventarisasi dan Identifikasi Objek Daya Tarik Wisata Dalam Perencanaan Pariwisata Wakatobi. *Journal of Regional and Rural Development Planning. Vol 6 (1) hal 30-46*
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan Cv Budi Utama).
- Sugeng, B. (2020). *Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish.  
<https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=ID&q=desa%20wisata&hl=id>
- Velikova, N., Charters, S., & Cogan-Marie, L. (2023). Destination image and the perceptions of regional iconic goods. *Current Issues In Tourism*, 27(17), 2726–2741.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2237635>