



Persepsi Pengunjung Tentang Komponen Daya Tarik Wisata Pulau Pigago Pasaman Barat

Wildan Alghifari ¹, Dwi Pratiwi Wulandari ²

¹Universitas Negeri Padang

²Universitas Negeri Padang

Email: alghifari2321@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya permasalahan tentang persepsi pengunjung mengenai daya tarik wisata Pulau Pigago Pasaman Barat. Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kuantitatif metode survei. Penelitian dilakukan di Pulau Pigago Pasaman Barat. Adapun jumlah populasi dalam penelitian sebanyak 12.941 orang dengan sampel 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Menggunakan analisis deskriptif dan klarifikasi skor kelas interval melalui program SPSS versi 25.00. berdasarkan hasil penelitian diketahui data indikator secara keseluruhan dengan hasil 157,16 dikategorikan cukup baik. Indikator atraksi dengan hasil 54.58 dikategorikan cukup baik, indikator fasilitas dengan hasil 47.32 dikategorikan buruk, indikator aksesibilitas dengan hasil 52.78 dikategorikan cukup baik, indikator jasa pendukung dengan hasil 46.91 dikategorikan buruk. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung tentang komponen daya tarik wisata Pulau Pigago Pasaman Barat cukup baik.

Kata kunci: Persepsi Penunjang, Daya Tarik Wisata, Wisata

ABSTRACT

This research was motivated by the problem of visitors' perceptions regarding the tourist attraction of Pigago Island, West Pasaman. This research uses a descriptive quantitative survey method. The research was conducted on Pigago Island, West Pasaman. The total population in the study was 12,941 people with a sample of 100 respondents. Data collection used a questionnaire with a Likert scale. Using descriptive analysis and clarification of interval class scores using the SPSS version 25.00 program. Based on the research results, it is known that the overall indicator data with a result of 157.16 is categorized as quite good. The attraction indicator with a result of 54.58 is categorized as quite good, the facilities indicator with a result of 47.32 is categorized as bad, the accessibility indicator with a result of 52.78 is categorized as quite good, the supporting services indicator with a result of 46.91 is categorized as bad. So it can be concluded that visitors' perceptions of the tourist attraction components of West Pasaman Pigago Island are quite good

Keywords: Visitor Perception, Tourist Attraction, Tourism

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan pergerakan manusia yang bersifat sementara ke tujuan-tujuan wisata yang berbeda di luar tempat kerja dan tempat tinggalnya sehari-hari dimana aktivitas dilaksanakan selama tinggal dalam daerah tujuan wisata dan disediakannya fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka[1]. Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan juga pemerintah daerah[2]. Dalam penyelenggaraan tata kelola kepariwisataan yang baik, maka dibutuhkan peningkatan pengunjung dan agar bisa mempertahankan kestabilan dengan menerapkan beberapa komponen pariwisata yang dikenal dengan 4A, yaitu: *Attraction*, *Amenities*, *Accessibility*, *Ancillary service*[3][4].

[5] Menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi wisata terdiri dari komponen-komponen utama, yaitu: *Attraction* berupa keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, buatan/finansial; *Accessibility* mencakup kemudahan sarana dan transportasi; *Amenities* mencakup fasilitas pendukung atau penunjang wisata; dan *Ancillary service* sesuatu yang dapat mendukung dan pengembangan wisata. *Attraction* yang dimaksud menyediakan berbagai macam aktivitas yang bisa dilakukan saat wisatawan berada ditempat wisata. Atraksi dibagi menjadi 3 golongan yaitu: (1) atraksi wisata alam, sesuatu yang erat kaitannya dengan pemandangan alam seperti pantai, danau, gunung, perbukitan dll; (2) atraksi budaya berhubungan dengan kearifan wisata lokal seperti kesenian, tari daerah, dan segala sesuatu yang dilakukan masyarakat setempat; (3) atraksi buatan dalam hal ini wisatawan bisa melakukan kegiatannya selain menikmati pemandangan seperti halnya berbelanja, bermain, berolahraga, dan lainnya[6].

Amenities merupakan segala sesuatu fasilitas yang dibutuhkan wisatawan saat berada di objek wisata, seperti ketersediaan musholla untuk beribadah, warung atau rumah makan untuk wisatawan berbelanja, tempat parkir untuk menipkan kendaraan ditempat yang aman, dan lainnya[3]. Semakin banyak fasilitas dan baik kualitas amenities maka wisatawan akan merasa nyaman dan betah tinggal di lokasi serta akan kembali lagi untuk berkunjung secara berulang-ulang[7][8]. *Accessibility* merupakan ketersediaan infrastruktur akses jalan dan kendaraan yang bisa digunakan saat perjalanan menuju tempat wisata serta berapa jauh berapa jauh dan lama waktu yang dipergunakan dalam perjalanan[3]. *Ancillary service* adalah ketersediaan lembaga-lembaga yang memberikan fasilitas informasi tentang objek wisata seperti menyediakan *website* dan mengenalkan daerah tersebut kepada wisatawan mancanegara[3]. Daya tarik wisata dikelompokkan menjadi 3 jenis, yaitu: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan manusia[9].

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki daya tarik wisata yang beragam mulai dari alam, budaya, dan buatan. Daya tarik wisata ini tersebar diseluruh wilayah di Indonesia dari Provinsi Nangroe Aceh Darussalam sampai Provinsi Papua, salah satunya terdapat di Provinsi Sumatra Barat. Sumatra Barat memiliki daya tarik wisata pegunungan, pulau, pantai, budaya dan sebagainya. Beberapa diantaranya adalah wisata pegunungan seperti Gunung Talamau, Gunung Singgalang, Gunung Talang, dan sebagainya. Wisata budaya seperti Istana Pagaruyuang, Menenun ke Desa Pandai Sikek dan lainnya. Wisata pantai seperti Pantai Gondariah, Pantai Sasak, Pantai Cerocok dan lainnya. Pulau-pulau di Sumatra Barat terletak di berbagai daerah, seperti Pulau Pasumpahan yang berlokasi di Perairan Bungus Kota Padang, Pulau Mandeh terletak di Kecamatan XI Tarusan Pasisir Selatan, Pulau Angso Duo yang berada dalam wilayah Pariaman, dan Pulau Pigago yang berada di Kabupaten Pasaman Barat.

Pulau Pigago yang berlokasi di daerah Air Bangis, Kecamatan Sungai Beremas merupakan salah satu destinasi wisata pulau yang ada di Kabupaten Pasaman Barat. Untuk akses ke Pulau Pigago pengunjung bisa menggunakan kendaraan pribadi atau angkutan umum terlebih dahulu ke Pantai Air Bangis atau Pelabuhan Air Bangis yang berjarak 76 km dari Simpang Ampek (pusat kota Pasaman Barat) atau waktu tempuh 1 jam 50 menit. Setelah sampai di Air Bangis, pengunjung bisa menyebrang ke Pulau Pigago menggunakan perahu masyarakat setempat dengan ongkos sekitar Rp.15.000 hingga

Rp.50.000 yang berjarak 1 jam perjalanan dari dermaga Pantai Air Bangis. Pulau Pigago dikelilingi oleh lautan biru yang bersih dengan ombak yang tenang. Aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan di Pulau Pigago adalah bermain air, berenang, memancing, dan sebagainya. Akan tetapi, untuk dapat melakukan aktivitas tersebut pengunjung harus menyediakan peralatan sendiri karena di Pulau Pigago belum tersedia tempat penyewaan alat. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh [10][11] perkembangan pariwisata telah mampu memberikan dampak positif terhadap perubahan kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat meskipun belum maksimal.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, penulis meyakini bahwa hal ini layak untuk diteliti agar daya tarik yang ada di Pulau Pigago dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Sehingga berdampak positif bagi kehidupan masyarakat disekitar Pulau Pigago. Maka dilakukan penelitian dengan judul “Persepsi Pengunjung Tentang Komponen Daya Tarik Wisata Pulau Pigago Pasaman Barat”.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan metode survey. Informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan angket atau kuesioner, diperoleh data yang dianalisis dan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan dan pertanyaan penelitian [12]. Analisis penelitian deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi [13]. Populasi penelitian ini adalah pengunjung pulau dengan sampel penelitian yang dihitung menggunakan rumus slovin sebanyak 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Berikut adalah hasil dari penelitian ini:

Tabel 1. Data Statistik Keseluruhan Indikator.

Statistics		
Presepsi pengunjung		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		157,16
Std. Error of Mean		2.100
Median		148.00
Mode		132
Std. Deviation		33.817
Variance		1143.612
Range		127
Minimum		15
Maximum		75
Sum		36.147

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil penelitian variabel persepsi pengunjung tentang komponen daya tarik wisata dilihat jawaban responden menunjukkan skor terendah adalah 15 dan skor tertinggi adalah 75. Berdasarkan distribusi skor diperoleh nilai rata-rata sebesar 157,16, skor tengah sebesar 148, skor yang sering muncul sebesar 132, simpangan baku sebesar 33.817, rentang nilai sebesar 127, skor variasi 1143.612 dan nilai total 36.147.

Tabel 2. Deskripsi Data Keseluruhan Indikator.

Kategori	Kelas Interval	F	Persentase (%)
Sangat Baik	$\geq 35,15$	15	15
Baik	$\geq 35,05 - < 35,15$	19	19
Cukup	$\geq 34,95 - < 35,05$	25	25
Buruk	$\geq 34,85 - < 34,95$	22	22
Sangat Buruk	$< 34,85$	16	16
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan nilai dari statistik hasil penelitian, rata-rata komponen daya tarik wisata sebesar 157.16 termasuk pada rentang skor $\geq 34,95 - < 35,05$ menunjukkan **kategori cukup baik**.

Indikator *Attraction*.

Tabel 3. Data Statistik Indikator *Attraction*.

Statistics		
<i>Attraction</i>		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		54,58
Std. Error of Mean		822
Median		59
Mode		51
Std. Deviation		12.467
Variance		155.421
Range		57
Minimum		4
Maximum		20
Sum		14.380

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 3 didapat hasil jawaban responden dengan skor terendah 4 dan skor tertinggi 20. Distribusi skor diperoleh nilai rata-rata sebesar 54,58, skor tengah sebesar 59, skor yang sering muncul sebesar 51, simpangan baku sebesar 12.467, rentang nilai sebesar 57, skor variasi 155.421 dan nilai total sebesar 14.380

Tabel 4. Deskripsi Data Indikator *Attraction*.

Kategori	Kelas Interval	F	Persentase (%)
Sangat Baik	$\geq 12,45$	23	23
Baik	$\geq 12,15 - < 12,45$	24	24
Cukup	$\geq 11,85 - < 12,15$	34	34
Buruk	$\geq 11,55 - < 11,85$	9	9
Sangat Buruk	$< 11,55$	10	10
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa dari 100 responden untuk tingkat kinerja indikator *Attraction* dapat dilihat bahwa penilaian rata-rata pengunjung mengenai *Attraction* sebesar 54.58 termasuk pada rentang skor $> 11,85 - < 12,15$ menunjukkan **kategori cukup baik**.

Indikator *Amenities*.

Tabel 5. Data Statistik Indikator *Amenities*.

Statistics		
<i>Amenities</i>		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		47.32
Std. Error of mean		1.010
Median		61
Mode		54
Std. Deviation		15.317
Variance		234.622
Range		62
Minimum		4
Maximum		20
Sum		14.590

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 5 didapat bahwa hasil penelitian indikator *Amenities* dari jawaban responden menunjukkan skor terendah 4 dan skor tertinggi 20. Diperoleh distribusi skor dengan nilai rata-rata sebesar 47.32, skor tengah sebesar 61, skor yang sering muncul 54, simpangan baku sebesar 15.317, rentang nilai sebesar 62, skor variasi 234.622 dan nilai total 14.590.

Tabel 6. Deskripsi Data Indikator *Amenities*.

Kategori	Kelas Interval	F	Persentase (%)
Sangat Baik	$\geq 9,75$	23	23
Baik	$\geq 9,25 - < 9,75$	22	22
Cukup	$\geq 8,75 - < 9,25$	16	16
Buruk	$\geq 8,25 - < 8,75$	27	27
Sangat Buruk	$< 8,25$	12	12
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan nilai rata-rata pada tabel 19, terlihat bahwa penilaian rata-rata pengunjung mengenai *Ammenities* sebesar 47.32 termasuk pada rentang skor $\geq 8,25 - < 8,75$ menunjukkan **kategori buruk**.

Indikator *Accessibility*

Tabel 7. Data Statistik Indikator *Accessibility*.

Statistics		
<i>Accessibility</i>		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		52.78
Std. Error of Mean		498
Median		27
Mode		27
Std. Deviation		7.551
Variance		57.019
Range		27
Minimum		3
Maximum		15
Sum		7.177

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Pada tabel 7 diketahui hasil penelitian indikator *Accessibility* dari jawaban responden dengan skor terendah adalah 3 dan skor tertinggi adalah 15. Berdasarkan distribusi skor, diperoleh nilai rata-rata 52.78, skor tengah 27, skor yang sering muncul 27, simpangan baku 7.551, rentang nilai 27, variasi 57.019 dan nilai total 7.177.

Tabel 8. Deskripsi Data Indikator *Accessibilty*.

Kategori	Kelas Interval	F	Persentase (%)
Sangat Baik	>12,45	12	12
Baik	≥12,15 - <12,45	15	15
Cukup	≥11,85 - <12,15	36	36
Buruk	≥11,55 - <11,85	29	29
Sangat Buruk	<11,55	8	8
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan nilai rata-rata dari statistik hasil penelitian, terlihat penilaian rata-rata pengunjung mengenai indikator *accessibility* sebesar 52.78 termasuk pada rentang skor ≥11,85 - <12,15 menunjukkan **kategori cukup baik**.

Indikator *Ancillary service*

Tabel 9. Data Statistik Indikator *Ancillary service*.

Statistics		
<i>Ancillary service</i>		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		46.91
Std. Error of Mean		362
Median		41
Mode		45
Std. Deviation		5.482
Variance		30.057
Range		23
Minimum		4
Maximum		20
Sum		9.160

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 9 diketahui hasil penelitian indikator *ancillary service* dari jawaban responden diperoleh skor terendah 4 dan skor tertinggi 20. Berdasarkan distribusi skor diperoleh nilai rata-rata 46.91, skor tengah 41, *mode* sebanyak 45, simpangan baku 5.482, rentang nilai 23, skor variasi 30.057 dan nilai total 9.160.

Tabel 10 Deskripsi data Indikator *Ancillary service*.

Kategori	Kelas Interval	F	Persentase (%)
Sangat Baik	≥12,45	27	27
Baik	≥12,15 - <12,45	29	29
Cukup	≥11,85 - <12,15	10	10
Buruk	≥11,55 - <11,85	30	30
Sangat Buruk	<11,55	4	4
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Berdasarkan rata-rata nilai hasil statistik penelitian, terdapat penilaian rata-rata pengunjung mengenai *ancillary service* sebesar 46.91 termasuk pada rentang skor $\geq 11,55$ - $< 11,85$ menunjukkan kategori buruk.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian persepsi pengunjung tentang komponen daya tarik wisata Pulau Pigago adalah cukup baik. Hasil penelitian ini dilakukan berdasarkan indikator *attraction*, *amenities*, *accessibility*, and *ancillary service*. Hasil penelitian yang didapat memenuhi nilai persepsi pengunjung yang berbeda-beda.

Attraction

Berdasarkan hasil penelitian ini kondisi *attraction* atau atraksi di Pulau Pigago yang terdiri dari atraksi wisata alam dinilai cukup baik oleh pengunjung. Kondisi atraksi tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh [1] “atraksi adalah bentuk kegiatan budaya, keindahan alam dan *event* yang memotivasi wisatawan untuk datang berkunjung”. Hal ini berarti kondisi atraksi di Pulau Pigago harus dioptimalkan untuk perubahan yang lebih baik. Kondisi atraksi yang baik tentunya dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke suatu daya tarik wisata [15][16].

Ammenities

Berdasarkan hasil penelitian ini kondisi *ammunities* atau fasilitas di Pulau Pigago dinilai buruk oleh pengunjung. Seperti tidak ada dermaga untuk menurunkan penumpang di pulau, keadaan mushoalla yang tidak terawat, dan tidak ada fasilitas yang dapat digunakan untuk beristirahat. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Proses Penurunan Penumpang di Pulau Pigago.



Gambar 2. Musholla Pulau Pigago.

Kondisi fasilitas tersebut bertentangan dengan teori yang dikemukakan oleh [6] “fasilitas wisata adalah berbagai jenis fasilitas dan kelengkapan yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk istirahat dan bersantai dengan nyaman serta menginap selama melakukan kunjungan ke suatu

destinasi”. Hal ini berarti kondisi fasilitas di Pulau Pigago perlu diperbaiki dan harus dioptimalkan untuk perubahan yang lebih baik. Fasilitas wisata yang baik akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke suatu destinasi wisata[17]. Fasilitas yang baik dapat memberikan pengalaman positif pada wisatawan[18] dan membuat mereka berkunjung kembali ke tempat tersebut[19].

Accessibility

Berdasarkan hasil penelitian, kondisi *accessibility* atau aksesibilitas di Pulau Pigago yang terdiri dari kondisi jalan, moda transportasi, jalan penghubung, sarana transportasi, dan rambu-sambu jalan dinilai cukup baik oleh pengunjung. Walaupun transportasi menuju ke pulau belum menggunakan kapal khusus ke Pulau Pigago, tetapi pengunjung masih dapat menuju pulau menggunakan kapal nelayan seperti gambar berikut:



Gambar 3. Kapal Nelayan.

Kondisi aksesibilitas tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan [20] “aksesibilitas pariwisata yang dimaksud adalah suatu sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk menuju suatu tujuan wisata yang diminati”. Hal ini berarti kondisi aksesibilitas di Pulau Pigago harus dioptimalkan menjadi lebih baik.

Ancillary service

Berdasarkan penelitian ini, kondisi *ancillary service* atau jasa pendukung di Pulau Pigago dinilai buruk oleh pengunjung. Hal ini disebabkan karena tidak adanya organisasi yang memberikan layanan kepada pengunjung. Kondisi jasa pendukung tersebut bertentangan dengan teori yang dikemukakan oleh [21] “*ancillary* yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti *destination marketing management organization, conventional and visitor bureau*”. Berarti kondisi jasa pendukung di Pulau Pigago perlu diperbaiki dan dioptimalkan menjadi lebih baik.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan variabel daya tarik wisata memiliki 4 indikator di tinjau dari *attraction, amenities, accessibility, ancillary service*. Selanjutnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penilaian daya tarik wisata secara keseluruhan menunjukkan nilai rata-rata 157,16 dengan persentase 25% dan berada pada kategori **cukup baik**.
2. Berdasarkan hasil penilaian indikator *attraction* menunjukkan nilai rata-rata 54.58 dengan persentase 34% dan berada pada kategori **cukup baik**.

3. Berdasarkan hasil penilaian indikator *amenities* menunjukkan nilai rata-rata 47.32 dengan persentasi 27% dan berada pada kategori **buruk**.
4. Berdasarkan hasil penilaian indikator *accessibility* menunjukkan nilai rata-rata 52.78 dengan persentasi 36% dan berada pada kategori **cukup baik**.
5. Berdasarkan hasil penilaian indikator *ancillary service* menunjukkan nilai rata-rata 46.91 dengan persentasi 30% dan berada pada kategori **buruk**.
6. Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian kamar di OYO Kota Padang dengan nilai sample mean sebesar 0.314 yang memperlihatkan angka positif yang nilai t-statistic 3.693 melebihi nilai t-table 1.96 dengan p-value $0.000 < 0.05$.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suwantoro, "Dasar-Dasar Pariwisata," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, 2002.
- [2] Pemerintah Indonesia 2009, "Undang-Undang Dasar Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan Pemerintah Pusat, Jakarta," 2009.
- [3] B. Sunaryo, *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Gava Media, 2013.
- [4] T. Ismail and F. Rohman, "The role of attraction, accessibility, amenities, and ancillary on visitor satisfaction and visitor attitudinal loyalty of gili ketapang beach," *J. Manaj. Teor. Dan Terap.*, vol. 12, no. 2, pp. 149–165, 2019.
- [5] B. Sunaryo, "Kebijakan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia," *Yogyakarta Penerbit Gava Media*, 2013.
- [6] S. E. Bambang Supriadi and N. Roedjinandari, *Perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata*. Universitas Negeri Malang, 2017.
- [7] O. P. M. Adinda and Y. Abrian, "Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Favehotel Olo Padang," *J. Pendidik. Tambusa*, vol. 6, no. 2, pp. 15104–15112, 2022, doi: <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4793>.
- [8] Y. Candra and L. Zulfahri, "Pengaruh Perceived Value dan Fasilitas terhadap Repurchase Intention Wisatawan di Objek Wisata Gunung Padang," *Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 3, p. 56, 2018, doi: 10.31317/jmk.9.3.56-69.2018.
- [9] I. G. B. R. Utama, *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017.
- [10] D. P. Wulandari, "Analisis dampak perkembangan pariwisata terhadap perubahan kondisi sosial ekonomi masyarakat desa kersik tuo kecamatan kayu aro kabupaten kerinci," *Ensiklopedia J.*, vol. 2, no. 1, pp. 241–249, 2019.
- [11] J. Oktaranda, "Dampak Industri Pariwisata Lagoi Bertaraf Internasional Yang Dikelola Oleh PT. BRC Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau," *J. Online Mhs.*, vol. 5, no. II, pp. 1–13, 2018.

- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2018.
- [13] A. Kusumastuti, A. M. Khoiron, and T. A. Achmadi, *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish, 2020.
- [14] A. M. Sofyan and A. A. Noor, “Perancangan Konten Aplikasi Travel Guide Berbasis Android Menggunakan Identifikasi Komponen Pariwisata 6 (Enam) A,” *Ind. Res. Work. Natl. Semin.*, vol. 7, no. 1, pp. 161–166, 2016.
- [15] D. Fitroh, Syakir Kamil Ainul Hamid and L. Hakim, “Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung,” *Adm. Bisnis*, vol. 42, no. 2, pp. 18–25, 2017.
- [16] I. Safitri, A. M. Ramdan, and E. Sunarya, “Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan,” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 8, no. 3, p. 734, 2020, doi: 10.26740/jim.v8n3.p734-741.
- [17] A. Y. Putra and H. Suyuthie, “Persepsi Pengunjung tentang Fasilitas Daya Tarik Wisata Pantai Sako di Kota Padang,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 6, no. 1, pp. 2833–2839, 2022.
- [18] A. J. Putra and Y. Abrian, “TINJAUAN PENGALAMAN WISATAWAN TENTANG PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI PANTAI PASIA TIKU KABUPATEN AGAM OBSERVATION OF TRAVELERS EXPERIENCE REGARDING IMPLEMENTATION OF HEALTH PROTOCOLS DURING THE COVID- 19 PANDEMIC AT PASIA TIKU,” *Bogor Hosp. J.*, vol. 6, no. 2, pp. 18–23, 2022, doi: <https://doi.org/10.55882/bhj.v6i2.72>.
- [19] N. Vega and Y. Abrian, “Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Repurchase Intention Di Daima Hotel Padang,” *J. Manaj. pariwisata dan perhotelan*, vol. 2, no. 2, pp. 85–95, 2024, doi: <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i2.2838>.
- [20] B. Arifin, “Aplikasi Sensor Passive Infrared (PIR) Untuk Pendeteksian Makhluk Hidup Dalam Ruangan,” *Pros. SNST ke-4 Tahun 2013*, pp. 39–44, 2013.
- [21] Alisman and Wildian, “Rancang Bangun Sistem Kontrol Gorden , Lampu , dan Kipas Angin Berbasis Arduino Uno R3,” *J. Fis. Unand*, vol. 7, no. 3, pp. 279–285, 2018.