



Pengaruh Media Sosial, Akseibilitas, Fasilitas, Event Pariwisata, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara

Lustono¹⁾, Kartika Dewi Permatasari²⁾

STIE Tamansiswa Banjarnegara

Email: lustono7@gmail.com¹⁾, kartikadewi1510@gmail.com²⁾

ABSTRACT

Tourism villages in Indonesia are currently experiencing fairly rapid development. Data from the BPS recorded that there were 1302 tourist villages in 2014, and this number increased to 1734 tourist villages in 2018. The Village Fund is basically to improve people's welfare, by 1) creating jobs, 2) overcoming inequality, and 3) alleviating poverty. In its use, the Village Fund is the authority of the Village, is participatory and through self-management based on village resources is utilized in accordance with the village typology. The purpose of this research is to examine the effect of social media, accessibility, facilities, tourism events, and tourist attractions on the interest of tourists visiting Pagak Tourism Village, Banjarnegara. The type of research in this study is to collect data using a questionnaire. The population used in this study were visitors who came to Pagak Tourism Village, Banjarnegara, using a sample of 100 respondents in this study. The sampling method in this study used a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The results of the research show that Social Media, Accessibility, Facilities, Tourism Events, and Tourist Attractions have a positive effect on Tourist Visiting Interest in Pagak Tourism Village, Banjarnegara.

Keywords: *Social Media, Accessibility, Facilities, Tourism Events, Tourist Attractions, Tourists' Visiting Interest*

PENDAHULUAN

Desa wisata di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Data Biro Pusat Statistik (BPS) mencatat ada 1302 desa wisata pada tahun

2014, dan jumlah tersebut mengalami peningkatan hingga mencapai 1734 desa wisata pada tahun 2018. Dana Desa pada dasarnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam

penggunaannya, Dana Desa merupakan kewenangan dari Desa, bersifat partisipatif dan melalui swakelola yang berbasis sumber daya desa dimanfaatkan sesuai dengan typology desa. Oleh karena itu sejak tahun 2015 mulai banyak bermunculan wisata desa yang mengeksplorasi alam desa, termasuk Daerah Pagak dikenal memiliki banyak area wisata yang sangat menarik, khususnya wisata alamnya, baik berupa area sawah, wisata home industri dan *outbond*, wisata *rafting*, maupun daerah kumuh yang disulap menjadi obyek wisata menarik, dan masih banyak lagi pilihan wisata yang lain. Tujuan wisata Pagak adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberdayakan masyarakat di daerah sekitarnya, dengan mengeksplorasi kekayaan alam sesuai dengan typology daerah tersebut.

Secara konseptual, pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain memberdayakan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat. Minat kunjung wisatawan kembali tidak hanya dihanya dipengaruhi oleh event pariwisata, tetapi fasilitas pelayanan juga memiliki pengaruh

besar terhadap kunjungan kembali ke destinasi wisata.

Jika fasilitas layanan sarana dan prasarana pendukung seperti fasilitas keamanan yang digunakan untuk bermain sandboarding menjamin, maka akan berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan kembali wisatawan karena merasakan aman dengan fasilitas yang sudah disediakan. Penelitian yang dilakukan oleh Fitriani & Wilardjo (2018) dan Iswidyamarsha & Dewantara (2020) bahwa Fasilitas yang lengkap dan memadai serta standar pelayanan telah dipenuhi oleh obyek wisata maka akan menarik wisatawan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marpaung (2019) menunjukkan hasil pengaruh positif fasilitas layanan terhadap minat kunjungan kembali.

Perkembangan teknologi digital seperti sekarang ini banyak orang yang bergantung kepada media sosial untuk bisnis, mencari informasi berbagai hal termasuk destinasi wisata melalui media sosial. Nasrullah (2017) menjelaskan media sosial adalah sarana yang dengan basis internet yang memudahkan pengguna untuk mempresentasikan dirinya atau berkomunikasi dengan berbagi teks, gambar, video, dan membentuk kelompok sosial secara virtual. Media sosial memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat kunjung wisatawan kembali ke objek

wisata Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Maka dari itu, sebaiknya pengelola wisata sandboarding aktif mengelola media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube untuk promosi wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tambunan (2016) serta Susanto dan Astutik (2020) menunjukkan bahwa promosi media sosial berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan kembali.

Kurang media promosi, fasilitas belum memadai, belum dikenal destinasi karena kurangnya daya Tarik wisatawan ke Desa Wisata Pagak. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung wisatawan wisatawan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sondakh & Tumbel (2016) dan Alfitriani, et al (2021) bahwa keindahan alam dan atraksi wisata yang dipelihara dan dikelola dengan baik akan menjadikan objek wisata tersebut memiliki daya tarik sehingga wisatawan ingin berkunjung pada objek wisata dan memuaskan untuk tujuan rekreasi dan menikmati perjalanannya.

Aksesibilitas ke area Wisata masih belum bagus dan terarah secara jalur wisata perlu adanya peta wisata yang jelas dan mudah dipahami. Penelitian yang dilakukan Abdulhaji & Yusuf (2016) dan Marpaung & Sahla (2017) bahwa

keberadaan objek wisata yang menarik dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai guna mendukung kenyamanan wisatawan dalam berwisata.

Perlu adanya event Wisata berbasis Ekonomi Kreatif dengan menggandeng dengan stakeholder, pemerintah, dan perguruan tinggi. Penelitian terdahulu yang dilakukan Larasati (2017) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara event pariwisata terhadap minat kunjung wisatawan kembali. Penelitian yang telah dibahas diatas serta permasalahan yang muncul dapat dibuat penelitian dengan judul Pengaruh Media Sosial, Aksesibilitas, Fasilitas, Event

METODE PENELITIAN

Jenis riset pada penelitian ini adalah dengan melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah pengunjung yang datang ke Desa Wisata Pagak, Banjarnegara, menggunakan sampel sebanyak 100 responden dalam penelitian ini. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka pada lembar jawaban setiap variabel diberikan skor dengan skala *likert* sebagai berikut:

a.	Sangat Setuju (SS)	5
b.	Setuju (S)	4
c.	Netral (N)	3
d.	Tidak Setuju (TS)	2
e.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kuesioner dianalisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas sehingga mendapatkan hasil keabsahan dari kuesioner, kemudian dilakukan analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, dan analisis jalur dengan persamaan regresi pada penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

- Y = Minat kunjung wisatawan
- α = Koefisien Konstanta
- X₁ = Media Sosial
- X₂ = Aksebilitas
- X₃ = Fasilitas
- X₄ = *Event* Pariwisata

- X₅ = Daya Tarik Destinasi
- b₁ = Koefisien Media Sosial
- b₂ = Koefisien Aksebilitas
- b₃ = Koefisien Fasilitas
- b₄ = Koefisien *Event* Pariwisata
- b₅ = Koefisien Daya Tarik Destinasi
- e = *Error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas menggunakan 100 responden dan hasilnya adalah semua instrumen pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai R-Hitung > 0,286 dan nilai signifikansi < 0,05. Ringkasan hasil uji validitas disajikan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Signifikansi	Keterangan
Media Sosial (X1)	X1_1	0,762	0,286	0,000	Valid
	X1_2	0,531	0,286	0,000	Valid
	X1_3	0,865	0,286	0,000	Valid
	X1_4	0,632	0,286	0,000	Valid
	X1_5	0,666	0,286	0,000	Valid
Aksebilitas (X2)	X2_1	0,708	0,286	0,000	Valid
	X2_2	0,664	0,286	0,000	Valid
	X2_3	0,758	0,286	0,000	Valid
	X2_4	0,716	0,286	0,000	Valid
	X2_5	0,569	0,286	0,000	Valid
Fasilitas (X3)	X3_1	0,772	0,286	0,000	Valid
	X3_2	0,726	0,286	0,000	Valid
	X3_3	0,735	0,286	0,000	Valid

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Signifikansi	Keterangan
	X3_4	0,782	0,286	0,000	Valid
	X3_5	0,745	0,286	0,000	Valid
Event Pariwisata (X4)	X4_1	0,851	0,286	0,000	Valid
	X4_2	0,757	0,286	0,000	Valid
	X4_3	0,724	0,286	0,000	Valid
	X4_4	0,827	0,286	0,000	Valid
	X4_5	0,493	0,286	0,000	Valid
Daya Tarik Destinasi (X5)	X5_1	0,689	0,286	0,000	Valid
	X5_2	0,577	0,286	0,000	Valid
	X5_3	0,646	0,286	0,000	Valid
	X5_4	0,566	0,286	0,000	Valid
	X5_5	0,522	0,286	0,000	Valid
Minat kunjung wisatawan Kembali (Y)	Y1	0,830	0,286	0,000	Valid
	Y2	0,643	0,286	0,000	Valid
	Y3	0,725	0,286	0,000	Valid
	Y4	0,713	0,286	0,000	Valid
	Y5	0,590	0,286	0,000	Valid

Uji Reliabilitas

cronbach's alpha dari semua variabel >

Uji reliabilitas menggunakan 100 responden dan menunjukkan nilai

0,6 yang dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Media Sosial (X1)	0,770	Reliabel
Akseibilitas (X2)	0,771	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,792	Reliabel
Event Pariwisata (X4)	0,788	Reliabel
Daya Tarik Destinasi (X5)	0,729	Reliabel
Minat kunjung wisatawan Kembali (Y)	0,779	Reliabel

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T-Hitung	Signifikansi	Kesimpulan
Media Sosial (X1)	0,225	2,109	0,038	Signifikan
Akseibilitas (X2)	0,268	2,244	0,027	Signifikan
Fasilitas (X3)	0,250	2,365	0,020	Signifikan
Event Pariwisata (X4)	0,206	2,108	0,038	Signifikan
Daya Tarik Destinasi (X5)	0,420	3,856	0,000	Signifikan
Konstanta	-5,706	-2,605	0,011	-
<i>Adjusted R²</i>	0,502	-	-	-

Sig. F	-	-	0,000	-
--------	---	---	-------	---

Variabel Dependen : Minat kunjung wisatawan Kembali (Y)

Berikut ini adalah persamaan regresi berdasarkan data tabel 9 di atas yang telah diolah menggunakan SPSS:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$\text{Minat kunjung wisatawan Kembali} = 0,011 + 0,225X_1 + 0,268X_2 + 0,250X_3 + 0,206X_4 + 0,420X_5 + e$$

Tabel 3 di atas, diketahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan uraian berikut ini:

1. Pengaruh Media Sosial (X₁) terhadap Minat kunjung wisatawan (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai t-hitung 2,109 > 1,986 dan nilai signifikansi 0,038 < 0,050. Artinya, semakin tinggi media social (X₁), maka minat kunjung wisatawan (Y) juga semakin meningkat. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis pertama yang mengatakan media sosial (X₁) berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan (Y) diterima.

2. Pengaruh Aksebilitas (X₂) terhadap Minat kunjung wisatawan (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai t-hitung 2,244 > 1,986 dan nilai signifikansi 0,027 < 0,050. Artinya, semakin tinggi aksebilitas (X₂), maka minat kunjung

wisatawan (Y) semakin meningkat. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang mengatakan aksebilitas (X₂) berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan (Y) diterima.

3. Pengaruh Fasilitas (X₃) terhadap Minat kunjung wisatawan (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai t-tabel 2,365 > 1,986 dan nilai signifikansi 0,020 < 0,050. Artinya, semakin tinggi fasilitas (X₃), maka minat kunjung wisatawan (Y) semakin meningkat. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis ketiga yang mengatakan fasilitas (X₃) berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan (Y) diterima.

4. Pengaruh *Event* Pariwisata (X₄) terhadap Minat kunjung wisatawan (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai t-tabel 2,108 > 1,986 dan nilai signifikansi 0,038 < 0,050. Artinya, semakin tinggi *event* pariwisata (X₄), maka minat kunjung wisatawan (Y) semakin meningkat. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis keempat yang mengatakan *event* pariwisata (X₄) berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan (Y) diterima.

5. Pengaruh Daya Tarik Destinasi (X₅) terhadap Minat kunjung wisatawan (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai t-tabel $3,856 > 1,986$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$. Artinya, semakin tinggi daya tarik destinasi (X5), maka minat kunjung wisatawan (Y) semakin meningkat.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis kelima yang mengatakan daya tarik destinasi (X5) berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan (Y) diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel	F Hitung	Nilai Signifikansi	Keterangan
Media Sosial (X1)	20,979	0,000	Signifikan
Akseibilitas (X2)			
Fasilitas (X3)			
Event Pariwisata (X4)			
Daya Tarik Destinasi (X5)			

Dependent Minat Kunjung

Berdasarkan tabel 11 di atas memperlihatkan hasil regresi simultan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$. Berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan media sosial, akseibilitas, fasilitas, event pariwisata, dan daya tarik destinasi secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap minat berkunjung. Hal tersebut menunjukkan hipotesis keenam yang mengatakan media sosial, akseibilitas, fasilitas, event pariwisata, dan daya tarik destinasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung wisatawan diterima.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Nilai R	Nilai R-Square	Nilai Adjusted R-Square	Std. Error of The Estimate
Media Sosial (X1)	0,726	0,527	0,502	2,312
Akseibilitas (X2)				
Fasilitas (X3)				
Event Pariwisata (X4)				
Daya Tarik Destinasi (X5)				

Tabel 5 di atas menunjukkan koefisien determinasi (R²) yang dilihat pada kolom *Adjusted R-Square* sebesar 0,502 atau 50,2%. Artinya, media sosial, akseibilitas,

fasilitas, event pariwisata, dan daya tarik destinasi berkontribusi sebesar 50,2% terhadap minat kunjung wisatawan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Positif Media Sosial terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung lebih besar dari 1,986 yaitu 2,109 dan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,050 yaitu sebesar 0,038. Tambunan (2016) mengatakan bahwa sebagian besar wisatawan Indonesia mencari informasi tentang destinasi wisata melalui media sosial sebelum melakukan perjalanan wisata. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tambunan (2016) serta Susanto dan Astutik (2020) bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

Pengaruh Positif Aksebilitas terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksebilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung lebih besar dari 1,986 yaitu 2,244 dan nilai signifikansi kurang dari 0,050 yaitu sebesar 0,027. Dalam suatu tempat wisata kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh

aksebilitas di sebuah tempat wisata. Aksebilitas merupakan faktor yang tidak bisa dipisahkan dalam mendorong potensi pasar. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Larasati (2017) bahwa *event* pariwisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan kembali.

Pengaruh Positif Fasilitas terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung lebih besar dari 1,986 yaitu 2,365 dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,050 yaitu sebesar 0,020. Kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sehingga pengelola akan memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi wisatawan untuk menumbuhkan minat berkunjung bagi wisatawan berupa keamanan, keamanan, suasana, dan kenyamanan sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan.

Fasilitas mempunyai peranan yang penting dalam suatu pemasaran untuk memberikan sebuah manfaat atau keamanan kepada pengunjung. Maka dari itu, fasilitas yang baik di Desa Wisata Pahak, Banjarnegara akan membuat pelanggan tidak kecewa dan merasa aman. Hasil penelitian ini sejalan

dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marpaung (2019) bahwa fasilitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan.

Pengaruh Positif *Event* Pariwisata terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *event* pariwisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung lebih besar dari 1,986 yaitu 2,108 dan nilai signifikansi kurang dari 0,050 yaitu sebesar 0,038. Setiap daerah memiliki potensi alam sebagai daya tarik, sehingga dapat digunakan untuk mengadakan *special event* sebagai daya tarik tambahan untuk mendatangkan wisatawan (Getz dan Page, 2015). Festival merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan pariwisata karena dapat menarik wisatawan (Cudny, 2013). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Larasati (2017) bahwa *event* pariwisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

Pengaruh Positif Daya Tarik Destinasi terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik destinasi berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Hal ini

dibuktikan dengan nilai t-hitung lebih besar dari 1,986 yaitu 3,856 dan nilai signifikansi kurang dari 0,050 yaitu sebesar 0,000. Setiap tempat wisata memiliki keunikan dan nilai masing-masing yang menjadi daya tarik destinasi di sebuah tempat wisata. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Larasati (2017) bahwa *event* pariwisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan kembali.

Pengaruh Media Sosial, Aksebilitas, Fasilitas, *Event* Pariwisata, dan Daya Tarik Destinasi secara Simultan terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara.

Hasil penelitian menunjukkan media sosial (X1), aksebilitas (X2), fasilitas (X3) *event* pariwisata (X4), dan daya tarik destinasi (X5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung wisatawan kembali (Y) yang dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,050 yaitu 0,000. Media sosial, aksebilitas, fasilitas, *event* pariwisata, dan daya tarik destinasi yang baik dan dimaksimalkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Semakin banyak promosi melalui media sosial, perbaikan aksebilitas, fasilitas yang baik, pengadaan *event* pariwisata, dan membuat daya tarik destinasi yang menarik, maka semakin tinggi minat wisatawan untuk berkunjung

pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Penelitian terdahulu yang dilakukan Octaviany dan Utami (2017) menunjukkan hasil bahwa mayoritas pengunjung memiliki keinginan untuk mengunjungi kembali destinasi wisata. Selain itu, mereka berkeinginan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh media sosial, aksesibilitas, fasilitas, *event* pariwisata, dan daya tarik destinasi terhadap minat kunjung wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Media sosial berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Artinya, semakin tinggi promosi dan memberikan informasi terbaru di media social Desa Wisata Pagak, maka pengunjung akan dengan mudah tertarik dan minat untuk berkunjung.
2. Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Artinya, semakin baik aksesibilitas yang diberikan untuk memudahkan pengunjung maka pengunjung akan merasa nyaman dan akan berminat untuk berkunjung ke Desa Wisata Pagak.
3. Fasilitas berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisatawan di Desa Wisata

Pagak, Banjarnegara. Artinya, semakin meningkat fasilitas, maka minat kunjung wisatawan di Desa Wisata Pagak juga akan meningkat.

4. *Event* pariwisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisata di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Artinya, semakin meningkat dan banyak *event* pariwisata di Desa Wisata Pagak, maka minat kunjung wisatawan juga akan meningkat.

5. Daya tarik destinasi berpengaruh positif terhadap minat kunjung wisata di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. Artinya, semakin banyak dan menariknya tempat wisata di Desa Wisata Pagak, maka minat kunjung wisatawan juga akan meningkat.

6. Media sosial, aksesibilitas, fasilitas, *event* pariwisata, dan daya tarik destinasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung wisatawan pada Desa Wisata Pagak, Banjarnegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*.
- Alfitriani., Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *JAMB (Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis)*, 1(2): 66-77

- Cudny, Waldemar. (2013). Festival Tourism: The Concept, Key Functions And Dysfunctions In The Context of Tourism Geography Studies. *Geographical Journal*, 65(2), 105-118.
- Fitriani, Rina dan Setia Budhi Wilardjo. (2017). Sadar Wisata, Kemenarikan Fasilitas, Jarak, Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Di Kota Semarang. *Jurnal Wawasan Manajemen*.
- Getz, D., & Page, S. J. (2015). Progress And Prospects For Event Tourism Research. *Tourism Management*.
- Iswidyamarsha, C., & Dewantara, Y. F. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga TMII. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(2): 72-80
- Larasati, Yuliana. (2017). Event Awareness, Event Image dan Kualitas Event Dalam Menciptakan Niat Berkunjung Kembali Pengunjung Solo Car Free Day. Skripsi. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Marpaung Halimatussaddiah dan Sahla Hilmiatus. (2017). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA*, 1151-1160.
- Marpaung, Budiman. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*
- Nasrullah, Rulli. (2017). Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurbaeti, Myrza Rahmanita, dkk. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*. Vol. 10, No. 2, Agustus 2021.
- Octaviany, V., & Utami, D. D. (2017). Revisit Intention Wisatawan di Taman Tematik Kota Bandung. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(1), 41-46.
- Pratiwi, Zulanda Dan Adhi Prakosa. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*. Vol. 11, No. 1, Maret 2021, Pp. 74-94.
- Sondakh, P. M., & Tumbel, A. (2016). Pelayanan Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tumohon.
- Tambunan, Debby Laura. (2016). Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Dki Jakarta. Skripsi. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

