

# PENGARUH DAYA TARIK WISATA PANTAI LASIANA TERHADAP TINGKAT PREFERENSI ANAK MILLENIAL DI KOTA KUPANG

*The Influence Of Lasiana Beach Tourism Attraction On The Preference Level Of Millenial Children In Kupang City*

Muhammad Ilyas<sup>1,a)</sup>, Apriana H. J. Fanggidae<sup>2,b)</sup>, Christien C. Foenay<sup>3,c)</sup>, Ronald P.C. Fanggidae<sup>4,d)</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : <sup>a)</sup> muhammad.ilyas1498@gmail.com, <sup>b)</sup> apriana.fanggidae@staf.undana,

<sup>c)</sup> christien.foenay@staf.undana.ac.id, <sup>d)</sup> ronalfanggidae@staf.undana.ac.id

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata pantai lasiana terhadap preferensi anak millenial di kota kupang. Jenis penelitian pada penelitian ini ialah Deskriptif-Asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan menggunakan penelitian survey yang kuisisionernya disebarkan kepada pengunjung pantai lasiana kupang untuk pengumpulan datanya. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung pantai lasiana kupang dan jumlah sampel yang diambil berjumlah 50 responden dengan menggunakan teknik sampel jenuh yang dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan dalam uji kualitas data. Uji kualitas data dan uji asumsi klasik sudah terpenuhi kemudian diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi  $Y = 1,867 + 0,318X$  dimana variabel daya tarik wisata memiliki hubungan positif dan signifikan dengan variabel preferensi anak millenia. Hasil dari uji t ditunjukkan secara simultan berpengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji determinan menunjukkan bahwa  $R$  Square sebesar 0,663 sehingga bisa disimpulkan bahwa daya tarik wisata mempengaruhi preferensi anak millenial sebesar 0,663 atau 66%. Sedangkan 34% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain daya tarik wisata.

**Kata Kunci :** Preferensi, Anak Millenial Dan Daya Tarik

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dengan didukung sumber daya alam yang sangat beraneka ragam yang berpotensi untuk diolah dan dimanfaatkan. Selain itu negara indonesia juga kaya keindahan panorama alamnya yang cukup potensi untuk dikembangkan dengan baik. Sebagai produk wisata, Indonesia merupakan salah satu destinasi pariwisata yang memiliki daya tarik wisata alam yang banyak dicari oleh wisatawan yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan nasional (Zaenuri, 2012). Daya tarik wisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. faktor utama yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata adalah potensi dan daya tarik yang dimiliki objek wisata tersebut.

Preferensi adalah kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain. Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan dari seorang individu. Komponen-komponen tersebut antara lain melingkupi persepsi, sikap dan nilai. Komponen tersebut saling mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Preferensi didefinisikan sebagai selera subjektif (individu, yang perlu diperhatikan adalah preferensi itu bersifat independen, menyukai atau tidak disukai) (Roby, Dwiputra : 2013).

Menurut Nuraeni (2014) menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator dalam mengukur daya tarik wisata, yaitu: 1.) Adanya hal yang menarik perhatian wisatawan dalam hal ini dapat berupa keindahan alam, budaya, seni, sejarah ataupun sesuatu yang menonjol lainnya yang menjadi ciri khas objek wisata; 2.) Fasilitas yang mendukung daya tarik wisata, seperti homestay, restoran, parking area, serta fasilitas lainnya yang membuat wisatawan merasa nyaman; 3.) Infrastruktur dari objek wisata yang mendukung; 4.) Tersedianya alat transportasi yang dapat menghubungkan satu destinasi ke destinasi lainnya; 5.) Sikap ramah kepada wisatawan yang berkunjung.

Kota Kupang sebagai ibukota Provinsi NTT memiliki potensi wisata alam yang tak kalah indah dan menarik dengan daerah lainnya. Salah satu objek wisata alam yang dimiliki Kota Kupang adalah Pantai Lasiana yang terletak di Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang. Pantai Lasiana adalah salah satu objek wisata di kota kupang, yang dikelola secara resmi oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Timur (NTT) berdasarkan surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat 1 NTT nomor: 232/SKEP/HK/1993 tentang penunjukan dinas pariwisata provinsi daerah tingkat 1 NTT sebagai pengelola objek wisata pantai Lasiana.

Pantai Lasiana dikenal sebagai pantai yang indah dengan ombak yang tenang serta pasir putihnya. Daya tarik panorama alam pantai lasiana yang masih alami dan indah membuat objek wisata ini menjadi tempat favorit masyarakat Kota Kupang untuk menikmati sunset dikawasan objek wisata ini. Dengan panorama yang indah yaitu adanya deretan pohon lontar disekitar objek wisata ini menambah kesejukan udara dan keunikan tempat ini. Pada objek wisata pantai lasiana memiliki keunikan yaitu adanya jalur pemecah ombak yang berbentuk seperti huruf J yang banyak dijadikan sebagai tempat berfoto yang menarik. Keunikan-keunikan pada pantai Lasiana menjadi daya tarik tersendiri oleh wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik lain dari objek wisata pantai Lasiana yaitu terdapat berbagai fasilitas wisata seperti lopo-lopo, kantor pengelola, panggung hiburan dan lainnya. Pantai lasiana memiliki pantai yang indah dan tenang serta banyak tempat untuk bersantai sambil menikmati makanan yang dijual sekitar objek wisata pantai lasiana, sehingga sangat banyak diminati oleh wisatawan. Berikut adalah tabel berisi jumlah pengunjung di objek wisata pantai lasiana :

**Tabel 1.**  
Jumlah Pengunjung di Pantai Lasiana

NO	Tahun	Jumlah Penerimaan (Rp)	Jumlah Wisatawan		Total Wisatawan
			Anak Milleneal	Orangtua	
1	2019	Rp 71.242.000,00	17.812	8.905	26.716
2	2020	Rp 124.868.000,00	28.074	14.037	42.111
3	2021	Rp 67.557.000,00	23.086	11.543	34.629

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung di objek wisata pantai lasiana kupang pada tahun 2019 sampai 2021 mengalami fluktuatif (tidak stabil) dikarenakan pada tahun tersebut terjadi pandemi Covid-19 yang mengakibatkan jumlah kunjungan wisatawan di pantai lasiana mengalami penurunan. Serta dari data tabel wisatawan yang berkunjung ke pantai lasiana Kupang di atas menerangkan bahwa dari sekian banyak waraga kota kupang yang paling banyak melakukan kunjungan ke pantai lasiana kupang yaitu dari kalangan anak-anak millennial, yang dimana mereka cepat mengetahui perubahan dan pesona apa saja yang terdapat di pantai lasiana kupang melalui media sosial.

Dengan semakin berkembang pesatnya kemajuan teknologi saat ini, anak milenial lebih memilih suatu tempat yang menarik, memotivasi dan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Seperti yang dijelaskan pada penelitian preferensi, karena anak millennial sekarang mudah mengakses internet dimanapun untuk mengetahui suatu objek wisata secara online salah satu contohnya seperti objek wisata pantai lasiana di kota kupang. Maka dari itu pengelola suatu objek wisata harus terus mengembangkan dan terus berinovasi dalam mempercantik suatu tempat wisata, agar memiliki daya tarik tersendiri dan berbeda dari objek wisata lainnya seperti menambah fasilitas-fasilitas yang menarik dan unik sesuai dengan minat anak millennial saat ini tetapi tanpa mengubah kemurnian keindahan alam yang ada.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH DAYA TARIK WISATA PANTAI LASIANA TERHADAP TINGKAT PREFERENSI ANAK MILENIAL DI KOTA KUPANG”**.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Daya Tarik Wisata**

Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Obyek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan, tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu kepariwisataan sulit untuk dikembangkan. Selain itu, Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, serta nilai yang beranekaragam berupa kekayaan alam, kekayaan budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran para wisatawan (Muksin, 2016).

Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan suatu keindahan dan keunikan yang terdapat dalam suatu objek atau tempat wisata tertentu yang memiliki nilai dan daya tarik untuk dikonsumsi dan dikunjungi oleh orang banyak serta memberikan dampak yang baik dari segi sosial maupun ekonomi untuk daerah tersebut.

### **Jenis Daya Tarik Wisata**

Menurut (Basiya & Rozak, (2012)), daya tarik tempat tujuan wisata terdiri dari:

1. Daya tarik wisata alam
2. Daya tarik wisata berupa bangunan-bangunan
3. Daya tarik wisata budaya
4. Daya tarik wisata sosial

### **Faktor - Faktor Daya Tarik Wisata**

Faktor-faktor yang dapat menjadi daya tarik wisata, menurut Pitana dan Gayatri (dalam Utama, 2017:143), mengidentifikasi terdapat 10 faktor yang menjadi faktor penarik suatu daerah menjadi daya tarik wisata, yaitu:

1. Iklim suatu daerah
2. Gencarnya usaha promosi
3. Produk barang maupun jasa pada suatu daerah
4. Even-even khusus
5. Insentif potongan harga dan sejenis
6. Ajakan teman
7. Mengunjungi kerabat dan teman
8. Daya tarik wisata
9. Budaya, dan
10. Lingkungan alamiah maupun buatan manusia.

### **Syarat Daya Tarik Wisata**

Menurut Utama (2017:141), suatu objek daya tarik wisata pada prinsipnya harus memenuhi tiga persyaratan berikut, yakni *something to see* (ada yang dilihat), *something to do* (ada yang dikerjakan), dan *something to buy* (ada yang dibeli/suvenir). Objek atau daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga:

1. Objek wisata alam: laut, pantai, gunung, danau, fauna, flora, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam.
2. Objek wisata budaya: upacara kelahiran, tari-tarian tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara laut, upacara turun ke sawah, cagar budaya, bangunan bersejarah, dan lainnya.
3. Objek wisata buatan: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layang-layang), hiburan (lawak, akrobatik), dan lain-lain.

### **Indikator Daya Tarik Wisata**

Menurut Nuraeni (2014) daya tarik wisata meliputi:

1. *Attractions* (atraksi) Atraksi atau daya tarik wisata dapat berupa objek wisata penampakan alam seperti bentang alam, hewan dan tumbuhan dan penampakan hasil budidaya manusia berupa gedung, museum, objek wisata yang mencakup manusia beserta kebudayaannya baik itu berupa kesenian maupun adat istiadat.
2. *Facilities* (fasilitas) Fasilitas penampung atau pelayanan dalam objek wisata selalu bervariasi dan berbeda antara objek wisata yang satu dengan yang lain.
3. *Infrastructure* (infrastruktur) Infrastruktur dibutuhkan untuk menunjang poin-poin yang

telah disebutkan diatas.

4. *Transportations* (transportasi) Perkembangan transportasi mempengaruhi bagaimana arus wisatawan dan juga perkembangan dari objek pariwisata.
5. *Hospitality* (keramahtamahan) Sikap atau perilaku yang penuh dengan keramahan dalam memberikan pelayanan maupun perhatian dan kebaikan kepada para wisatawan.

### **Preferensi**

Preferensi merupakan pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dengan pendapatan mereka yang terbatas. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi. Al-Arif dan Amalia (2010:110) menyatakan bahwa dalam kajian ekonomi ada empat prinsip pilihan rasional:

1. Kelengkapan (*completeness*) Prinsip ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan.
2. Transivitas (*transivity*) Prinsip ini, menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk.
3. Kontinuitas (*continuity*) Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai dari pada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai dari pada produk B.
4. Lebih banyak dan lebih baik (*the more is the better*) Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut.

Teori ini relevan menjadi dasar penelitian preferensi karena anak millennial sekarang mudah mengakses internet dimanapun untuk mengetahui suatu objek wisata secara online.

### **Anak Millennial**

Millennial (juga dikenal sebagai Generasi Y, Gen Y atau Generasi Langgas) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X) fenomena ini muncul pada abad 21. Genereasi Y atau *Y Generation* atau yang juga disebut dengan *Millennial Generation* merupakan kelompok anak muda yang berusia belasan tahun hingga awal tiga puluhan, lahir awal 1980 hingga akhir 2000 (Horovits, 2012).

### **Pariwisata**

Pariwisata adalah salah satu jenis industri yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta adanya keterkaitan dengan sektor-sektor produktivitas lainnya. Selanjutnya pariwisata sebagai sektor yang kompleks meliputi industri kecil seperti kerajinan tangan, penginapan, cendramata dan transportasi maka secara ekonomi dipandang sebagai industri. Disamping itu pariwisata memberikan pendapatan bagi pemerintah dalam hal penarikan pajak Pendapatan Asli Daerah (PAD).

## **Hubungan Daya Tarik dengan Preferensi**

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, serta nilai yang beranekaragam berupa kekayaan alam, kekayaan budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan (Utama, 2017:335).

Preferensi adalah kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain. Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan dari seorang individu. Komponen-komponen tersebut antara lain melingkupi persepsi, sikap dan nilai. Komponen tersebut saling mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Preferensi didefinisikan sebagai selera subjektif (individu, yang perlu diperhatikan adalah preferensi itu bersifat independen, menyukai atau tidak disukai (Dwiputra : 2013).

Terdapat hubungan antara daya tarik wisata dengan preferensi karena daya tarik wisata memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang dapat menarik wisatawan sehingga menjadi faktor daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut (Abdillah, 2017:62). Dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan antara daya tarik dengan preferensi menjadi faktor utama wisatawan dalam memilih suatu objek wisata untuk dikunjungi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Objek Penelitian**

Penetapan pantai Lasiana sebagai obyek wisata mulai dirintis sekitar tahun 1979 sejalan dengan pemberlakuan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1979 tentang penyerahan Urusan bidang Kepariwisata kepada Daerah Tingkat 1, dimana salah satu urusan yang diserahkan adalah urusan obyek wisata. pada awal obyek wisata ini dikelola Direktorat Jendral Pariwisata dan Telekomunikasi Propinsi Nusa Tenggara Timur dan Timor Timur. Dengan diundangkan UU Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata, yang mana sektor pariwisata adalah sebagai salah satu penghasil devisa negara, maka kepariwisataan NTT mulai mendapat perhatian serius ditandai dengan dikeluarkannya surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat 1 NTT Nomor : 232/SKEP/HK/1993 tentang penunjukan Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Tingkat 1 NTT sebagai pengelola obyek wisata Pantai Lasiana. Pengelolaan Obyek wisata ini berlangsung sampai bulan september 2003. Seiring dengan dinamika politik dan ekonomi, maka pada tahun 1996 Kota Kupang ditingkatkan statusnya dari kota administratif menjadi Kota Madya Daerah Tingkat II Kupang. Berdasarkan UU Nomor 5 tahun 1996 tentang Pembentukan Kota Madya Daerah tingkat II Kupang, yang diikuti dengan adanya pergeseran paradigma dari rezim orde baru ke rezim reformasi.

Kota Kupang merupakan pintu gerbang selatan dari australia yang akan menerima arus kunjungan wisatawan dari wilayah tersebut. untuk menunjang kesiapan obyek obyek wisata yang ada di Kota Kupang yang harus dibangun dan dikembangkan dengan menyediakan berbagai prasarana dan sarana pariwisata agar menarik mnat wisatawan berkunjung ke obyek wisata dimaksud. Berdasarkan pada pertimbangan di atas, maka pemerintah kota Kupang meminta kepada pemerintah Provinsi NTT untuk menyerahkan obyek wisata Pantai Lasiana dan aset-aset Kepariwisata yang ada di dalamnya kepada Pemerintah Kota Kupang. sebagai realisasinya dikeluarkan surat keputusan Bersama antara Gubernur NTT dengan Walikota

Kupang Nomor : HK.19 Tahun 2003 dan 23/PEMKOT/2003 tanggal 14 Agustus 2003, maka pada bulan Oktober 2003 obyek wisata Pantai Lasiana diserahkan kepada Pemerintah Kota Kupang sebagai Pengelola dengan sistem berbagi hasil.

### **Keadaan Geografis**

Obyek wisata Pantai Lasiana terletak di Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Lokasi obyek wisata ini memiliki luas wilayah 6,5 Ha.

### **Topografi**

Obyek wisata Pantai Lasiana merupakan wilayah pesisir dengan konfigurasi umum lahan datar, berada pada ketinggian nol sampai 1 meter di atas permukaan laut, jenis material tanah yang ada yaitu pasir putih, berpasir dan tanah coklat tua kemerah-merahan.

### **Sumber Daya Manusia**

Jumlah penduduk yang mendiami wilayah Kelurahan Lasiana berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2018 secara keseluruhan berjumlah 14.997 jiwa terdiri atas laki-laki sebanyak 8.009 jiwa dan perempuan sebanyak 6.969 jiwa. Dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 2432 KK. Tingkat pendidikan penduduk di Kelurahan Lasiana didominasi oleh penduduk yang tamatan SMA yang berjumlah 1.962, sedangkan perguruan tinggi didominasi oleh D3 dengan jumlah 1.708. Demikian maka tingkat pendidikan masyarakat di Kelurahan Lasiana sudah cukup baik.

Di kelurahan lasiana juga terdapat beberapa golongan agama seperti, agama katolik, islam, kristen, hindu, dan budha. Golongan agama Kristen merupakan kelompok mayoritas. Dimana jumlah golongan agama kristen lebih banyak dari golongan agama yang lain. Golongan agama budha merupakan jumlah golongan agama yang paling sedikit dibandingkan dengan golongan agama lain.

### **Matapencarian Masyarakat**

Kelompok masyarakat di kelurahan Lasiana memiliki jenis jenis pekerjaan yang bervariasi. Kelompok yang bermata pencaharian terbanyak adalah pedagang sebanyak 1.167 orang, karena penduduk kelurahan ini merupakan daerah pinggiran Kota Kupang dan cukup strategis untuk memasarkan hasil produksinya terutama kepada pengunjung obyek wisata lasiana. Sedangkan masyarakat yang berprofesi sebagai wiraswasta lebih banyak dibandingkan dengan masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan/petani karena kurangnya modal untuk mendapatkan peralatan penangkap ikan. Selain itu juga profesi ini kurang diminati karena kurangnya keterbatasan atau skill.

### **Keadaan Responden**

Untuk meningkatkan daya tarik wisata di pantai lasiana pemerintah menyediakan segala bentuk fasilitas. Fasilitas yang disediakan ini memungkinkan untuk menarik para wisatawan berkunjung ke pantai lasiana. Fasilitas yang dimiliki antara lain disediakan lopo untuk tempat berteduh atau sekedar duduk santai. Ada pula cafe-cafe di pinggir pantai serta warung-warung makanan yang menjajahkan makanan bagi pengunjung. Di pantai lasiana juga pengunjung dapat berkunjung kapan saja karena wisata pantai lasiana ini buka dari pagi sampai malam. Di

pantai lasiana juga tidak ada pembatasan umur bagi para pengunjung. Derta memiliki akses jalan masuk yang memadai dan dengan di lengkapi dengan penerangan jalan yang baik.

Untuk biaya masuk pantai lasiana disesuaikan dengan usia dan jenis kendaraan yang dibawa dan memiliki surat karcis yang jelas sehingga tidak menimbulkan salah paham dan keributan didalamnya.

### **Karakteristik Responden**

Dari 50 sampel atau responden yang diteliti. Peneliti membagikan kuisisioner dalam dua bagian yaitu, bagian pertama identitas responden dan pada bagian kedua meliputi pertanyaan-pertanyaan sikap responden terhadap spiritualitas kerja dan motivasi kerja. Berikut adalah beberapa uraian mengenai responden.

Responden yang di teliti oleh peneliti sebagai pengunjung pantai lasiana berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Klasifikasi responden yang dikelompokan menurut jenis kelamin, usia, pekerjaan dan waktu berkunjung.

**Tabel 2.**  
Klasifikasi Responden

<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-Laki	18
	Perempuan	32
<b>Usia</b>	15-22 tahun	12
	23-30 tahun	38
	31-40 tahun	0
	41 tahun keatas	0
<b>Pekerjaan</b>	Pelajar/mahasiswa	22
	Pegawai negeri	3
	Pegawai swasta	13
	Buruh	2
	Pedagang	2
<b>Waktu Berkunjung</b>	Tidak bekerja	8
	Pagi	4
	Siang	5
	Sore	35
	Malam	6

Berdasarkan tabel klasifikasi responden diatas menunjukkan bahwa dengan kondisi yang dimiliki oleh pantai lasiana mampu menarik para pengunjung untuk berkunjung ke pantai lasiana baik di waktu pagi, siang, sore bahkan malam. Kebanyakan dari pengunjung pantai lasiana berkisar dari usia 15–22 tahun yaitu sebanyak 12 orang dan usia 23-30 tahun sebanyak 38 orang. Dan dari tabel diatas juga dapat kita lihat bahwa pengunjung terbanyak itu didominasi oleh para mahasiswa. Ini membuktikan bahwa para pengunjung pantai lasiana adalah anak-anak millennial yang usianya berkisar dari 21-41 tahun.

Jadi ini menunjukkan adanya daya tarik tersendiri dari pantai lasiana, sehingga bisa mempengaruhi pilihan dari para pengunjung. Terlebih lagi pengunjung dari kalangan millennial yang sekarang sudah melek dengan teknologi sehingga mudah mencari tahu dan mendapatkan informasi terkait dengan objek wisata yang memilii daya tarik yang baik.



## Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pertanyaan-pertanyaan dari 2 variabel yang akan dijabarkan sebagai berikut:

### 1. Deskripsi Variabel X (Daya Tarik Wisata)

Variabel Daya Tarik Wisata terbagi atas 22 item pertanyaan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi, keramahtamahan. Berdasarkan pengambilan data melalui kuisioner yang telah dibagikan, berikut hasil jawaban responden dari variabel X (Daya Tarik Wisata) yang disajikan dalam tabel 4.2.

Nilai total tanggapan responden pada tabel 4.2 terdapat 22 item pertanyaan yang berhubungan dengan capaian variabel X (Daya Tarik Wisata) adalah sebesar 4532 berada pada kriteria pengaruh dengan dimensi atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi, keramahtamahan. Hal ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata di pantai lasiana memiliki pengaruh yang tinggi. Berikut adalah tabel dari capaian dimensi variabel X (Daya Tarik Wisata):

**Tabel 3.**  
Capaian Dimensi Variabel X (Daya Tarik Wisata)

No.	VARIABEL/DIMENSI	SKOR					JUMLAH	KRITERIA
		5	4	3	2	1		
A	<i>Attractions/ atraksi</i>						839	Pengaruh
1.	Item 1	33	10	4	2	1	222	Sangat Pengaruh
2.	Item 2	26	12	8	3	1	209	Pengaruh
3.	Item 3	25	11	10	2	2	205	Pengaruh
4.	Item 4	24	10	12	3	1	203	Pengaruh
B	<i>Facility/ fasilitas</i>						1969	Pengaruh
5.	Item 5	15	19	13	1	2	194	Pengaruh
6.	Item 6	15	15	15	2	3	187	Pengaruh
7.	Item 7	24	13	7	3	3	202	Pengaruh
8.	Item 8	26	12	10	2	0	212	Pengaruh
9.	Item 9	29	14	4	0	2	215	Sangat Pengaruh
10.	Item 10	19	15	8	3	5	190	Pengaruh
11.	Item 11	20	17	7	5	1	200	Pengaruh
12.	Item 12	16	15	9	5	5	182	Pengaruh
13.	Item 13	22	13	7	5	3	196	Pengaruh
14.	Item 14	19	13	11	4	3	191	Pengaruh
C	<i>Infrastruktire/ infrastruktur</i>						865	Sangat Pengaruh
15.	Item 15	35	10	4	0	1	228	Sangat Pengaruh
16.	Item 16	28	12	7	2	1	214	Sangat Pengaruh
17.	Item 17	25	13	7	4	1	207	Pengaruh
18.	Item 18	27	15	6	1	1	216	Sangat Pengaruh
D	<i>Transportatio/ transportasi</i>						431	Sangat Pengaruh
19.	Item 19	39	6	1	3	1	229	Sangat Pengaruh
20.	Item 20	22	17	5	3	3	202	Pengaruh
E	<i>Hospitality/ keramahtamahan</i>						428	Sangat Pengaruh
21.	Item 21	31	10	6	0	3	216	Sangat Pengaruh
22.	Item 22	24	19	4	1	2	212	Pengaruh
	Capaian Dimensi						4532	Pengaruh

Sumber: data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3. capaian dimensi Atraksi terdiri dari 4 item pertanyaan dengan jumlah capaian sebesar 839 berada pada kriteria pengaruh. Artinya pengunjung pantai lasiana merasa bahwa objek wisata dan penampakan alam memberikan pengaruh kepada wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata. Capaian dimensi fasilitas terdiri dari 10 item pertanyaan dengan jumlah capaian 1969 berada pada criteria pengaruh. Artinya pengunjung pantai lasiana merasa bahwa fasilitas yang ada di pantai lasiana mejadi salah satu pengaruh para wisatawan untuk datang berkunjung.

Capaian dimensi infrastruktur terdiri dari 4 item pertanyaan dengan jumlah capaian sebesar 865 berada pada criteria sangat pengaruh. Artinya pengunjung pantai lasiana merasa bahwa adanya infrastruktur yang memadai juga sangat berpengaruh bagi para wisatawan untuk berkunjung.

Capaian dimensi transportasi terdiri dari 2 item pertanyaan dengan jumlah capaian sebesar 431 berada pada criteria sangat pengaruh. Artinya pengunjung pantai lasiana menyadari bahwa perkembangan transportasi sangat berpengaruh bagi arus wisatawan dan perkembangan objek wisata.

Capaian dimensi keramahtamaan terdiri dari 2 item pertanyaan dengan jumlah capaian sebesar 428 berada pada criteria sangat pengaruh. Artinya pengunjung pantai lasiana merasa bahwa sikap dan perilaku yang rama dalam memberikan pelayanan sangat memberikan pengaruh bagi para wisatawan untuk berkunjung.

## 2. Deskripsi Variabel Y (Preferensi Anak Millenial)

Variabel Preferensi Anak Millenial terbagi atas 8 item pertanyaan yang terdiri dari 4 dimensi yaitu kelengkapan, transivitas, kontinuitas, dan lebih banyak lebih baik. Berdasarkan pengambilan data yang dilakukan dengan pembagian kuisisioner kepada responden, berikut adalah hasil jawaban responden dari pertanyaan variabel Y (Preferensi Anak Millenial) yang disajikan dalam tabel 4.3. Nilai total tanggapan responden pada tabel 4. terdapat 8 item pertanyaan yang berhubungan dengan capaian variabel Y (Preferensi Anak Millenial) adalah sebesar 1537 berada pada kriteria pengaruh dengan dimensi kelengkapan, transivitas, kontinuitas, dan lebih banyak lebih baik.

Hal ini menunjukkan bahwa Preferensi Anak Millenial memiliki pengaruh yang tinggi. Berikut adalah tabel dari capaian dimensi variabel Y (Preferensi Anak Millenial):

**Tabel 4.**  
Capaian Dimensi Variabel Y (Preferensi Anak Millenial)

No.	VARIABEL/DIMENSI	SKOR					JUMLAH	KRITERIA
		5	4	3	2	1		
F	<i>Completeness/ kelengkapan</i>						399	Pengaruh
1	Item 23	21	15	10	4	0	203	Pengaruh
2	Item 24	18	16	10	6	0	196	Pengaruh
G	<i>Transivity/ transivitas</i>						370	Pengaruh
3	Item 25	13	18	11	7	1	185	Pengaruh
4	Item 26	14	13	19	2	2	185	Pengaruh
H	<i>Continuity/ kontinuitas</i>						350	Pengaruh
5	Item 27	15	13	14	6	2	183	Pengaruh
6	Item 28	10	14	12	11	3	167	Pengaruh
I	<i>The more is the better/ lebih banyak lebih baik</i>						418	Pengaruh
7	Item 29	20	16	9	3	2	199	Pengaruh
8	Item 30	30	11	7	2	0	219	Sangat Pengaruh
	Capaian Dimensi						1537	Pengaruh

Sumber : data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4. diatas capaian dimensi kelengkapan terdiri dari 2 item pertanyaan dengan jumlah capaian sebesar 399 berada pada kriteria pengaruh. Artinya pengunjung pantai lasiana menyadari bahwa kelengkapan dari suatu tempat wisata memberikan pilihan bagi para wisatawan untuk berkunjung.

Capaian dimensi transivitas terdiri dari 2 item pertanyaan dengan jumlah capaian sebesar 370 berada pada kriteria pengaruh. Artinya pengunjung pantai lasiana kupang memiliki tingkat konsistensi dalam menentukan pilihanya untuk berkunjung pada suatu objek wisata.

Capaian dimensi kontinuitas teridiri dari 2 item pertanyaan dengan jumlah capaian sebesar 350 berada pada kriteri pengaruh. Artinya pengunjung pantai lasiana memiliki tingkat kekonsistenan dalam memilih objek wisata mana yang akan menjadi tempat mereka berwisata/berkunjung.

Capaian dimensi kontinuitas teridiri dari 2 item pertanyaan dengan jumlah capaian sebesar 418 berada pada kriteri pengaruh. Artinya dengan capaian tersebut memberikan pandangan bahwa dalam setiap pegunjung sangat menginginkan lebih banyak objek wisata dari suatu tempat wisata yang mereka kunjungi atau tempat yang mudah untuk dijangkau dari tempat tinggal mereka sehingga berpengaruh terhadap pemilihan tempat untuk berwisata.

### Uji Instrumen Penelitian

Uji kualitas data pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reabilitas intrumen pada variabel yang diteliti.

### Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Menurut Ghozali (2013), uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini, uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlation) dengan nilai r tabel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Berikut adalah hasil Uji Validitas tiap item dari variabel X (Daya Tarik Wisata) dan variabel Y (Preferensi Anak Millennial) menggunakan program SPSS 16:

**Tabel 5.**

Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Instrumen	No. Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X	<i>Attractions/ atraksi</i>	1	0,681	0,2353	Valid
		2	0,811	0,2353	Valid
		3	0,636	0,2353	Valid
		4	0,871	0,2353	Valid
		5	0,433	0,2353	Valid
	<i>Facility/ fasilitas</i>	6	0,593	0,2353	Valid
		7	0,835	0,2353	Valid
		8	0,636	0,2353	Valid
		9	0,737	0,2353	Valid
		10	0,724	0,2353	Valid
		11	0,589	0,2353	Valid
		12	0,33	0,2353	Valid
		13	0,799	0,2353	Valid
		14	0,702	0,2353	Valid
		15	0,679	0,2353	Valid
	<i>Infrastrukture/ i nfrastruktur</i>	16	0,74	0,2353	Valid
		17	0,804	0,2353	Valid
		18	0,658	0,2353	Valid
		19	0,754	0,2353	Valid
	<i>Transportatio/ transportasi</i>	20	0,542	0,2353	Valid
		21	0,727	0,2353	Valid
	<i>Hospitality/ keramahtamahan</i>	22	0,763	0,2353	Valid
23		0,664	0,2353	Valid	
Y	<i>Completeness / kelengkapan</i>	24	0,703	0,2353	Valid
		25	0,804	0,2353	Valid
	<i>Transivity / transivitas</i>	26	0,784	0,2353	Valid
		27	0,783	0,2353	Valid
	<i>Continuity / kontinuitas</i>	28	0,765	0,2353	Valid
		29	0,762	0,2353	Valid
	<i>The more is the better / lebih banyak lebih baik</i>	30	0,595	0,2353	Valid

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan tiap item dari kedua variabel dinyatakan *valid* karena  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Dimana Uji validitas menunjukkan bahwa data layak dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruksi. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2008), suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel (andal) jika memiliki koefisien keandalan atau reliabilitas sebesar 0,60 atau lebih (Aritkunto, 1992:63, dalam Bait, 2017). Pengujian reliabilitas instrument dalam penelitian ini menguatkan metode Alpha Crombach dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas alpha

$k$  = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$  = jumlah varian butir

$\sigma^2 t$  = varians total

Setelah diperoleh nilai  $r$  hitung, selanjutnya untuk dapat dipastikan instrument reliabel atau tidak, nilai tersebut dikonsultasikan dengan nilai  $r$  tabel untuk taraf kesalahan 5% maupun 1% maka dapat disimpulkan instrumen tersebut reliabel dan dapat dipergunakan untuk penelitian.

Berikut adalah hasil Uji Reliabilitas tiap variabel yaitu Variabel X (Daya Tarik Wisata) dan Variabel Y (Preferensi Anak Millennial) menggunakan SPSS 16. Hasil Uji Reliabilitas tiap variabel dapat dirangkum dalam tabel berikut:

**Tabel 6.**  
Hasil Uji Reliabilitas Intrumen Penelitian

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: Output SPSS16 (2023)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	22

Sumber: Output SPSS16 (2023)

Berdasarkan uji reliabilitas yang terdapat pada tabel diatas dapat diketahui *alpha cronbach* adalah sebesar 0.944. Jadi angka tersebut (0.944) lebih besar dari nilai minimal *alpha cronbach* 0.6 oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel dapat dikatakan reliabilitas.

## METODE ANALISIS DATA

### Analisis Regresi Sederhana

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan tujuan untuk mengetahui apakah data valid dan non konsisten maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan analisis regresi sederhana dengan tujuan untuk mencari pengaruh antara daya tarik wisata (X) terhadap preferensi anak millenial (Y), hasil analisis regresi sederhana diperoleh sebagai berikut:

Tabel 7.

### Analisis Regresi Sederhana

Keterangan	Koefisien	t-Hitung	Sig. 0.05
Konstanta	1,867	0,62	0.538
Daya Tarik Wisatawan	0,318	9,727	0

Sumber: data primer diolah (2023)

Dari tabel analisis regresi sederhana diatas diketahui bahwa besarnya nilai  $t_{hitung} = 9,727$  sedangkan besarnya signifikan = 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh variabel daya tarik wisata terhadap preferensi anak millenial. Nilai konstanta (a) adalah 1,867 sedangkan nilai daya tarik wisata adalah 0,318. Sehingga persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 1,867 + 0,318X$$

Persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi yang diperoleh maka nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1,867, artinya jika nilai daya tarik wisata sebesar 0 (tidak ada) maka nilai preferensi anak millenial adalah sebesar 1,867.
2. Koefisien regresi variabel daya tarik wisata (b) 0,318, artinya memiliki hubungan positif dan signifikan jika variabel daya tarik wisata (X) naik satu satuan maka (X) naik sebesar 0,318.

**Tabel 8.**  
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.867	3.013		.620	.538
X	.318	.033	.815	9.727	.000

a. Dependent Variable: Total Y  
Sumber : Output SPSS16 (2023)

Dari tabel hasil uji hipotesis (uji t) pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Sig. pada variabel X (Daya Tarik Wisata) 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sebagai nilai *cut off* dari signifikan, dengan  $t_{hitung} (3,013) > t_{tabel} (0,620)$  data ini dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi anak millennial.

### Uji Koefisien Determinan

Untuk melihat pengaruh antara daya tarik wisata terhadap preferensi anak millennial maka dilihat dari nilai koefisien determinannya ( $R^2$ ) dari hasil output ditemukan:

**Tabel 9.**  
Hasil Koefisien Determinan

Model Summary <sup>p</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.815 <sup>a</sup>	.663	.656	3.661	2.255

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS16 (2023)

Dari tabel hasil koefisien determinan diatas dapat dijelaskan bahwa *R Square* sebesar 0,663 sehingga bisa disimpulkan bahwa daya tarik wisata mempengaruhi preferensi anak millennial sebesar 0,663 atau 66%. Sedangkan 34% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain daya tarik wisata.

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### Pengaruh Daya Tarik Wisata Pantai Lasiana Terhadap Tingkat Preferensi Anak Millennial di Kota Kupang

Hasil pengujian hipotesis (uji t) telah membuktikan terdapat pengaruh daya tarik wisata terhadap preferensi anak millennial. Melalui hasil perhitungan yang dilakukan diperoleh bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ . Hal ini berarti bahwa semakin tinggi daya tarik wisata maka akan meningkatkan preferensi anak millennial dalam memilih objek wisata. Daya tarik wisata dalam suatu objek wisata memberikan keunggulan tersendiri bagi objek wisata tersebut dan menarik banyak pengunjung untuk berkunjung. Pengujian ini

secara statistik membuktikan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi anak millennial. Artinya bahwa berpengaruh positif dan signifikan antara variabel daya tarik wisata terhadap preferensi anak millennial.

Hubungan antara daya tarik wisata terhadap preferensi anak millennial sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Mia Ayu Saputri, I Made Kusuma Negara, I Wayan Suardana (2020). Hasilnya menunjukkan variabel preferensi wisatawan berpengaruh terhadap fasilitas yang ada pada wisata bandung bali. Hal ini berarti semakin baik fasilitas wisata mempengaruhi preferensi wisatawan. Sehingga korelasi preferensi wisatawan dan fasilitas wisata memberikan kontribusi baik untuk individu dan kelompok yang berkunjung di objek wisata tersebut.

Hasil Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2014) . Dengan judul “ Preferensi pengunjung terhadap daya tarik objek wisata teluk palu di kota palu” yang menunjukkan preferensi pengunjung berpengaruh terhadap daya tarik wisatawan untuk berkunjung.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, daya tarik wisata pantai lasiana memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi anak millennial di kota kupang untuk berkunjung ke suatu tempat wisata.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa hasil analisis deskriptif rentang skor dari kedua variabel berada pada kategori baik. Yang artinya dari kedua variabel mendapatkan rentang skor yang menunjukkan pengaruh antara variabel daya tarik wisata dan variabel preferensi anak millennial.

Daya tarik wisata pantai lasiana berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi anak millennial di kota kupang. Dengan kata lain semakin baik daya tarik wisata yang disediakan oleh pantai lasiana maka semakin meningkatnya preferensi anak millennial di kota kupang.

Preferensi anak millennial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung masyarakat pada objek wisata pantai lasiana. Dengan kata lain semakin baik preferensi anak millennial terhadap objek wisata pantai lasiana maka akan semakin tinggi pula tingkat berkunjung dari masyarakat kota kupang ke pantai lasiana.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang ada, maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Pantai Lasiana pihak pengelola pantai lasiana perlu mempertahankan tingginya daya tarik wisata dan perlu untuk dimaksimalkan lagi pelayanan serta fasilitasnya agar para pengunjung merasa nyaman dan meningkatnya preferensi anak millennial yang ada di kota kupang.
2. Bagi peneliti selanjutnya dalam penelitian ini menggunakan satu variabel X yaitu daya tarik wisata, disarankan untuk peneliti selanjutnya agar meneliti tentang faktor-faktor lain seperti popularitas wisata, produk wisata, sarana wisata serta biaya wisata yang berpengaruh terhadap preferensi anak millennial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Y. F. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata B29 Lumajang*. Lumajang: STIE WIDYA GAMA LUMAJANG.
- Al-Arif, Rianto Nur M. (2010). *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabet.
- Al-Arif, Rianto Nur M. & Amalia, Euis (2010). *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto, Suharsimi (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bachori, Rizkhi Imam (2014). *Preferensi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Objek Wisata Teluk Palu di Kota Palu*. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota* Vol. 10, No. 4
- Basiya R dan Rozak, H.A (2012). *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah*. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* Vol. XI No. 2.
- Devy, H.A & Soemanto, R.B. (2017). *Pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar*. FISIP UNS: *Jurnal Sosiologi DILEMA*, Vol. 32, No. 01.
- Dwiputra, Roby (2013). *Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi*. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* . Vol 24. No 1.
- Frank, Robert H. (2011). *Microeconomics and Behavior*. Eighth edition, Mc. Graw. Hill Internasional edition.
- Ghozali (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Johan, Suwinto (2011). *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Juwita, Intan dan Oda I. B. Hariyanto (2016). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara*. *Jurnal Manajemen Pariwisata*. Vol.3, No.1.
- Kotler, Philip (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Lapian, S.Q.W., Mandey, S., & Loindong, S. (2015). *Pengaruh Advertising dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Pantai Firdaus di Kabupaten Minahasa Utara*.
- Magdalena, K. (2013). *Jenis-jenis Akomodasi*. Diunduh dari: <http://katrinmagdalena73.blogspot.co.id/2013/07pariwisata>
- Marsono, Dkk (2016). *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lingkungan dan Sosial Budaya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Pers.
- Muksin, I Ketut (2016). *Daya Tarik Wisata. Modul Jurusan Biologi Fakultas MIPA dan Ilmu Pengetahuan Alam*. Universitas Udayana
- Nuraeni, B. S. (2014) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarisita Semarang*. *Jurnal Bisnis Strategi*.



- Prayoga, Rangga Restu (2018). *Perkembangan Pariwisata dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- Rindani, Liantika (2016). *Kepuasan Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pantai Air Manis Padang*. E-journal Home Economic and Tourism.
- Saputri, Ni Kadek Mia Ayu, Negara, I Made Kusuma & Suardana, I Wayan (2020). *Preferensi Wisatawan Millenial Mancanegara ke Bandung Bali*. Jurnal IPTA Vol.8, No.1.
- Septiani, Emilia, Santoso, Bidi, Mulyadi & Muhdin (2019). *Analisis Presensi Pengunjung Kawasan Wisata Gili Meno Kabupaten Lombok Utara*. Jurnal Distribusi Ilmu Manajemen dan Bisnis. Vol. 7, No. 2.
- Suhartapa, Agung Sulistyono (2018). *Pengaruh Persepsi Wisatawan Pada Daya Tarik Objek Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjungan Ulang di Pantai Baru Yogyakarta*. Jurnal Pariwisata & Budaya Vol. 12, No.2.
- Sinaga, Supriono (2010). *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya. Program DII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiono (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Supranto, J(2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suwena, I Ketut & Widyatmaja, I Gusti Ngurah (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Cetakan Edisi Revisi. Denpasar, Bali. Pustaka Larasan.
- Tim Majala Femina (2015). *Ciri Khas Gen Y*. Retrieved 18 April 2015
- Utama (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta. Andi.
- Yuswohad (2016). *Millenial Trends 2016*. <http://www.yuswohady.com/2016/01/17/millenial-trends-2016/>
- Zaenuri, M (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta : e-Gov Publishing.