

**HUBUNGAN PERSEPSI PENGUNJUNG TENTANG
AKSESIBILITAS DENGAN MINAT BERKUNJUNG
KEMBALI DI CURUG CIPAMINGKIS**

**SKRIPSI
HENY NUR HANDAYANI
044120323**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2024**

**HUBUNGAN PERSEPSI PENGUNJUNG TENTANG
AKSESIBILITAS DENGAN MINAT BERKUNJUNG
KEMBALI DI CURUG CIPAMINGKIS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan

**HENY NUR HANDAYANI
044120323**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2024**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali Di Curug Cipamingkis** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui dan memberikan kepada Universitas Pakuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) karya ilmiah ini. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Pakuan berhak menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak. Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 26 Juni 2024

Heny Nur Handayani
044120323

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi berjudul Hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali Di Curug Cipamingkis ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarisme. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Bila terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka Universitas Pakuan berhak membatalkan isi skripsi yang telah saya tulis dan saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Pakuan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa tekanan atau paksaan dari pihak mana pun.

Bogor, 26 Juni 2024
Yang menyatakan

Heny Nur Handayani
044120323

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Heny Nur Handayani

NPM : 044120323

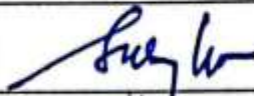
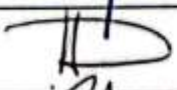
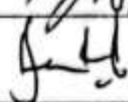
Judul : Hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali Di Curug Cipamingkis

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 26 Juni 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Drs. Sasongko S. Putro, M.M NIK: 1.0497021275	
Pembimbing 1/ Penguji 1	Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si. NIK: 1.0641025628	
Pembimbing 2/ Penguji 2	Muhammad Reza, M.Si. NIK: 1.140919888	
Penguji Utama	Dr. Muslim, M.Si. NIK: 1.0909048513	

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si.
NIP: 196006071990092001



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn.
NIK: 1.0113001607

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali Di Curug Cipamingkis” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

Penyusunan skripsi ini berupaya untuk memberi gambaran hubungan persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali di Curug Cipamingkis. Pada Bab I penelitian ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian. Bab 2 berisi tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian ini. Selanjutnya bab 3 yang berisi metode penelitian dimana terangkum dengan cara penelitian apa penelitian ini akan diperoleh hasil. Bab 4 yang merupakan gambaran umum dan pembahasan dimana peneliti membahas dan menjabarkan hasil penelitian yang dilakukan. Sementara bab 5 berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini mungkin terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga dengan skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan para pembaca.

Bogor, 26 Juni 2024

Heny Nur Handayani

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
2. Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si., pembimbing I yang telah memberikan arahan yang baik selama bimbingan dan tak pernah henti memberikan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Muhammad Reza, M.Si., pembimbing II yang telah membimbing selama proses penulisan skripsi ini.
5. Dr. Muslim, M.Si., Penguji utama yang telah memberikan masukan dan pengarahan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Para Dosen Pengajar Ilmu Komunikasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu dan motivasi selama mengajar di bangku perkuliahan.
7. Pengelola Curug Cipamingkis (kak Andi) yang telah memberikan izin dan informasi yang membantu dalam memperoleh data yang dibutuhkan.
8. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan materil maupun moril untuk kelancaran selama skripsi ini.
9. Kakak yang selalu memberikan motivasi selama skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat (Nisa, Febbyana, Qhoirunisa) yang telah berjuang bersama dari masa perkuliahan sampai skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan (Humas 5, Himni angkatan 13, Alumni Icpr) yang telah memberikan berbagai pengalaman dalam hal kerja sama.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

BIODATA

Nama : Heny Nur Handayani
NPM : 044120323
Tempat dan tanggal lahir : Bogor, 07 Juni 2002
Nomor telepon : 085771061472
Surel : henynurhandayani66@gmail.com
Alamat : Perumahan Griya Alam Sentosa A9.12,
Desa Pasir angin, Kecamatan Cileungsi

Riwayat Pendidikan Formal
2017 – 2020 : SMA MUHAMMADIYAH CILEUNGSI
2014 – 2017 : SMP NEGERI 3 CILEUNGSI
2008 – 2014 : SDN LIMUSNUNGGAL 01

Pengalaman Organisasi
2022 : Sekretaris Himpunan Ilmu Komunikasi
2022 : Anggota Divisi Perencanaan Intellectual Club of
Public Relation
2021 : Pengurus Himpunan Ilmu Komunikasi
2021 : Anggota Intellectual Club of Public Relation

Pengalaman Kerja
2023 : Divisi Procurement di PT Voksel Electric Tbk

ABSTRAK

HENY NUR HANDAYANI. 044120323. 2024. Hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali Di Curug Cipamingkis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: **Yogaprasta Adi Nugraha** dan **Muhammad Reza**.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pengunjung tentang aksesibilitas di Curug Cipamingkis, untuk mendeskripsikan minat berkunjung kembali wisatawan di Curug Cipamingkis, dan menganalisis hubungan persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali di Curug Cipamingkis. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. Penelitian ini dilaksanakan di Curug Cipamingkis dengan menggunakan teknik pengambilan data melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden dengan kriteria sudah pernah mengunjungi Curug Cipamingkis minimal 1 kali dan wawancara dengan 1 responden yang juga telah mengunjungi Curug Cipamingkis minimal 1 kali. Penelitian ini untuk menguji adanya hubungan menggunakan uji korelasi *Spearman rank* dengan menggunakan SPSS versi 26. Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata untuk variabel aksesibilitas memperoleh nilai sebesar 2,63 yang masuk dalam kategori tinggi. Sedangkan hasil skor rata-rata untuk variabel minat berkunjung kembali memperoleh nilai sebesar 3,12 yang masuk dalam kategori tinggi. Setelah dilakukan uji korelasi menggunakan *Spearman rank*, koefisien korelasi antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali adalah 0,619. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali di Curug Cipamingkis.

Kata kunci: Aksesibilitas, Minat berkunjung kembali, Pariwisata, Persepsi

ABSTRACT

HENY NUR HANDAYANI. 044120323. 2024. *The Relationship between Visitor Perceptions of Accessibility and Interest in Revisiting Curug Cipamingkis*. Faculty of Social and Humanities, Departement of Communication Science, Pakuan University, Bogor. Supervised by: *Yogaprasta Adi Nugraha and Muhammad Reza*.

This study aims to describe visitors' perceptions of accessibility at Cipamingkis waterfall, to describe the interest of tourists in visiting Cipamingkis waterfall, and to analyze the relationship between visitors' perceptions of accessibility and interest in visiting Cipamingkis waterfall. This research uses the Quantitative method. The sampling technique used is a non-probability sampling method with purposive sampling technique which is selected intentionally based on certain criteria. This research was conducted at Curug Cipamingkis using data collection techniques through questionnaires distributed to 100 respondents with the criteria of having visited Curug Cipamingkis at least once and interviews with 1 respondent who had also visited Curug Cipamingkis at least once. Based on the results of the analysis of the average score for the accessibility variable obtained a value of 2.63 which is in the high category. While the results of the average score for the revisit interest variable obtained a value of 3.12 which is included in the high category. After conducting a correlation test using Spearman rank, the correlation coefficient between accessibility and interest in visiting again is 0.619. Based on the results of this study, it shows that there is a significant relationship between visitors' perceptions of accessibility and interest in visiting Curug Cipamingkis.

Keywords: Accessibility, Interest in revisiting, Perception, Tourism

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN HAK CIPTA	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
BIODATA.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Komunikasi	10
2.2 Persepsi.....	11
2.3 Pariwisata	12
2.4 Aksesibilitas	13
2.5 Minat berkunjung kembali	14
2.6 Teori Atribusi	15
2.7 Penelitian terdahulu.....	16
2.8 Kerangka berpikir.....	17
2.9 Hipotesis.....	17
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
3.3 Populasi dan Sampel	18
3.3.1 Populasi Penelitian.....	18

3.3.2 Sampel Penelitian	18
3.4 Jenis dan Sumber Data	19
3.5 Teknik Pengumpulan data	19
3.6 Teknik Analisis Data	20
3.6.1 Analisis Skor Rataan.....	20
3.7 Uji Instrumen.....	21
3.7.1 Uji Validitas.....	21
3.7.2 Uji Reliabilitas	23
3.8 Uji Korelasi <i>Spearman Rank</i>	24
3.9 Definisi Operasional.....	25
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran umum Curug Cipamingkis.....	26
4.2 Data Karakteristik Responden.....	28
4.2.1 Karakteristik Responden.....	28
4.2.2 Aksesibilitas (X)	31
4.2.3 Minat Berkunjung Kembali (Y).....	40
4.3 Uji Korelasi <i>Spearman Rank</i>	45
4.3.1 Uji hubungan antara variabel aksesibilitas (X) dengan variabel minat berkunjung kembali (Y).....	46
4.4 Pembahasan	48
4.4.1 Persepsi pengunjung tentang aksesibilitas di Curug Cipamingkis	48
4.4.2 Minat berkunjung kembali wisatawan di Curug Cipamingkis	49
4.4.3 Hubungan persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali wisatawan di Curug Cipamingkis.....	50
4.5 Hubungan Teori Atribusi dengan Hasil penelitian.....	52
BAB 5 PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan 2021-2022.....	1
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata 2018-2022	2
Tabel 1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Bogor 2018-2021.....	3
Tabel 1.4 Jumlah Kunjungan Wisatawan Curug Cipamingkis 2021-2023.....	4
Tabel 1.5 Ulasan Wisatawan.....	6
Tabel 3. 1 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert	20
Tabel 3. 2 Hasil uji validitas aksesibilitas (X)	21
Table 3.3 Hasil uji validitas minat berkunjung kembali (Y)	23
Table 3.4 Hasil uji reliabilitas	24
Table 3.5 Interpretasi koefisien korelasi	25
Tabel 4.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.....	28
Tabel 4.2 Distribusi responden berdasarkan jenis usia	21
Tabel 4.3 Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	29
Tabel 4.4 Distribusi responden berdasarkan pekerjaan	21
Tabel 4.5 Distribusi responden berdasarkan uang saku/pendapatan.....	30
Tabel 4.6 Distribusi responden berdasarkan intensitas kunjungan	31
Tabel 4.7 Skor rata-rata indikator lokasi yang mudah dijangkau.....	31
Tabel 4.8 Skor rata-rata indikator transportasi	33
Tabel 4.9 Skor rata-rata indikator ketersediaan rambu-rambu	36
Tabel 4.10 Skor rata-rata indikator akses jalan	38
Tabel 4.11 Skor rata-rata indikator rencana berkunjung kembali	40
Tabel 4.12 Skor rata-rata indikator referensi mengunjungi kembali	42
Tabel 4.13 Skor rata-rata indikator minat preferensi kunjungan.....	44
Tabel 4.14 Korelasi	46
Tabel 4.15 Interpretasi koefisien korelasi	46
Tabel 4.16 Hasil nilai hubungan antara variabel aksesibilitas dengan variabel minat berkunjung kembali	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bukti jalan rusak	5
Gambar 2.1 Kerangka berpikir.....	17
Gambar 4.1 Curug Cipamingkis	26
Gambar 4.2 Penginapan di Curug Cipamingkis	27
Gambar 4.3 Sertifikat CHSE.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Foto dengan narasumber, responden, dan pengelola objek wisata....	66
Lampiran 3. Hasil Wawancara.....	68
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	72
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	74
Lampiran 6. Hasil Uji Korelasi Spearman rank.....	75
Lampiran 7. Hasil nilai hubungan antara variabel aksesibilitas dengan variabel minat berkunjung kembali	76

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang saat ini sedang berkembang dan menjadi fokus perhatian pemerintah. Pariwisata memiliki potensi yang besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup, serta mendorong sektor – sektor produktif lainnya. Secara sederhana pariwisata dapat didefinisikan sebagai suatu perjalanan yang direncanakan dan bersifat sementara oleh individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lainnya untuk memenuhi kebutuhan rekreasi dan hiburan (Prayogo, 2018). Hal ini tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan kesejahteraan rakyat, menciptakan lapangan kerja untuk mengurangi pengangguran, mendorong pembangunan daerah, melestarikan alam, mengembangkan kebudayaan, memupuk rasa cinta akan tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Menurut laporan Indeks Pengembangan Pariwisata dan Perjalanan *Travel and Tourism Development Index* (TTDI) yang dipublikasikan pada bulan Mei 2021, sektor pariwisata Indonesia menduduki peringkat ke-32 dari total 117 negara di seluruh dunia pada tahun 2021 (Sumber: CNBC Indonesia). Indeks ini mengukur dari berbagai aspek termasuk seperti keamanan, kebersihan dan higienitas, sumber daya alam, lingkungan bisnis, infrastruktur, dan daya saing harga yang kompetitif. Keunggulan geografis Indonesia sebagai negara kepulauan memungkinkan Indonesia untuk menarik wisatawan mancanegara sebagai destinasi wisata yang terkenal dengan keindahan alam dan kekayaan sumber daya alam yang melimpah. Dengan beragamnya destinasi pariwisata di Indonesia tentunya menjadi salah satu sumber pendapatan yang cukup menjanjikan bagi negara karena banyaknya wisatawan yang datang ke Indonesia untuk mengunjungi ke berbagai destinasi wisata. Jumlah Wisatawan Mancanegara dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

**Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia
Menurut Kebangsaan 2021-2022**

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)
2021	1.557.530
2022	5.889.031

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Berdasarkan pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa adanya peningkatan yang signifikan dalam jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi Indonesia untuk berlibur dari tahun 2021 sampai 2022. Pada tahun 2021 tercatat sebanyak 1.557.530 wisatawan yang berkunjung ke Indonesia, sedangkan pada tahun 2022 jumlahnya melonjak tajam menjadi 5.889.031 wisatawan. Fenomena ini

memberikan dampak yang positif pada pendapatan negara mengingat banyaknya wisatawan yang memilih Indonesia sebagai destinasi utama untuk menikmati keindahan dan keragaman tempat wisata di negara ini.

Berdasarkan keindahan alamnya potensi pariwisata di Provinsi Jawa Barat sangat besar untuk dikembangkan. Menurut data yang dikutip dari Sumber Data Indonesia, Provinsi Jawa Barat memiliki sebanyak 414 daya tarik wisata menjadikannya provinsi dengan jumlah daya tarik wisata terbanyak di Indonesia pada tahun 2021. Dari jumlah tersebut, 141 tempat wisata di Jawa Barat merupakan tempat wisata buatan, sedangkan sisanya terbagi menjadi 116 tempat wisata alam, 101 tempat wisata air, 37 taman hiburan, 16 tempat wisata budaya, dan 3 kawasan pariwisata. Dengan beragamnya destinasi wisata, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat terus meningkat setiap tahunnya. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika Jawa Barat menjadi destinasi wisata favorit bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Jumlah Wisatawan yang mengunjungi Jawa Barat dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata 2018-2022

Wisatawan	2018	2019	2020	2021	2022
Wisatawan Mancanegara	2.597.455	3.645.433	1.905.213	220.531	537.443
Wisatawan Domestik	63.298.608	64.610.832	36.524.515	47.132.138	73.013.573

Sumber: Open Data Jabar, 2023

Berdasarkan pada tabel 1.2 dapat diketahui bahwa variasi jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jawa Barat dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Pada tahun 2018 tercatat sebanyak 2.597.455 wisatawan mancanegara yang mengunjungi Jawa Barat dan angka ini meningkat menjadi 3.645.433 wisatawan pada tahun 2019. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan signifikan menjadi 1.905.213 wisatawan akibat dampak pandemi Covid-19 yang mulai melanda Indonesia pada bulan Maret 2020. Jumlah wisatawan mancanegara terus menurun hingga tahun 2021 dengan hanya 220.531 wisatawan. Kemudian terjadi peningkatan kembali pada tahun 2022 dengan jumlah 537.443 wisatawan. Sementara itu, dari sisi wisatawan domestik pada tahun 2018 tercatat 63.298.608 wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat dan angka ini meningkat menjadi 64.610.832 wisatawan pada tahun 2019. Tahun 2020 mengalami penurunan drastis menjadi 36.524.515 wisatawan akibat dampak pandemi. Namun, terjadi pemulihan pada tahun 2021 dengan jumlah 47.132.138 wisatawan domestik dan terus meningkat pada tahun 2022 menjadi 73.013.573 wisatawan.

Menurut laporan Berita Satu News tanggal 6 Desember 2016, Kabupaten Bogor masuk dalam daftar 10 besar Indeks Pariwisata Indonesia yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia dengan menempati peringkat ke-9 dari seluruh kabupaten dan kota di Indonesia. Kabupaten Bogor menjadi salah satu daerah tujuan favorit para wisatawan untuk berlibur di Jawa Barat. Umumnya para wisatawan yang datang ke Kabupaten Bogor adalah orang-orang yang melepas penat dengan mencari suasana alam yang asri yang jarang mereka

temukan di kota-kota besar. Kabupaten Bogor terkenal sebagai daerah wisata dataran tinggi yang kaya akan curug-curug atau air terjun serta pesona pemandangan alam yang khas. Dengan potensi wisata yang dimilikinya tidak mengherankan jika jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bogor diperkirakan akan terus meningkat. Semakin berkembangnya fasilitas dan promosi pariwisata di daerah ini dapat menjadi daya tarik tambahan bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bogor dapat dilihat pada tabel 1.3 di bawah ini:

Tabel 1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Bogor 2018-2021

Wisatawan	2018	2019	2020	2021
Wisatawan Mancanegara	339.931	232.518	60.552	2.609
Wisatawan Domestik	7.173.278	9.397.067	5.057.335	6.453.345
Jumlah Wisatawan	7.513.209	9.720.585	5.117.889	6.445.954

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor, 2021

Berdasarkan pada tabel 1.3 dapat diketahui jumlah wisatawan yang berkunjung untuk berlibur ke Kabupaten Bogor pada tahun 2018 tercatat sekitar 7.513.209 wisatawan dan angka ini mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2019 menjadi 9.720.585 wisatawan. Kemudian pada tahun 2020, terjadi penurunan drastis dengan jumlah wisatawan mencapai 5.117.889 disebabkan oleh dampak pandemi Covid-19 yang membatasi pergerakan dan aktivitas wisata. Setelah mengalami penurunan pada tahun 2020 Kabupaten Bogor mengalami peningkatan kembali pada tahun 2021 dengan jumlah 6.445.954 wisatawan.

Kabupaten Bogor dikenal sebagai destinasi wisata yang kaya akan keindahan curug atau air terjun. Keberadaan curug-curug ini memberikan pengalaman eksplorasi dengan medan yang mudah diakses, menyuguhkan air yang jernih seperti kaca, dan beberapa diantaranya menawarkan tantangan bagi yang ingin memacu adrenalin. Beberapa tempat wisata air terjun di Bogor yang direkomendasi oleh Oketravel antara lain Curug Cilember, Curug Cipamingkis, Curug Luhur, Curug Cariu, Curug Cikuluwung, Curug Lembah Tepus, dan Curug Batu Gede. Kabupaten Bogor juga dikenal sebagai "kota seribu curug", yang menandakan keberagaman air terjun yang dimilikinya. Salah satu curug yang terkenal di Kabupaten Bogor adalah Curug Cipamingkis yang terletak di Jl. Puncak Dua Jonggol, Desa Wargajaya, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Curug Cipamingkis ini dikelola oleh KPH Perhutani Bogor dengan alamnya yang masih asri dan terjaga kelestariannya. Keindahan alam yang ditawarkan bersamaan dengan tiket masuk yang terjangkau menjadikan Curug Cipamingkis sebagai destinasi wisata yang diminati oleh berbagai kalangan termasuk keluarga. Jumlah wisatawan yang mengunjungi Curug Cipamingkis dapat dilihat pada tabel 1.4 di bawah ini:

Tabel 1.4 Jumlah Kunjungan Wisatawan Curug Cipamingkis 2021-2023

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)
2021	35.765
2022	50.584
2023	49.887

Sumber: Pengelola Curug Cipamingkis, 2023

Berdasarkan pada tabel 1.4 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Curug Cipamingkis untuk berlibur mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga tahun 2022. Pada tahun 2021 terdapat 35.765 wisatawan yang mengunjungi Curug Cipamingkis, sementara pada tahun 2022 angkanya meningkat menjadi 50.584 wisatawan. Namun terjadi penurunan pada tahun 2023 dengan mencapai jumlah 49.887 wisatawan.

Suatu objek wisata dapat berkembang menjadi destinasi favorit bagi wisatawan berdasarkan persepsi atau penilaian wisatawan terhadap objek wisata tersebut. Dalam bidang pariwisata, persepsi adalah cara pandang yang dilakukan oleh pengunjung dalam memahami suatu destinasi wisata (Fentri, 2017). Destinasi atau objek wisata yang ada di Indonesia tentunya menarik minat pengunjung namun tidak semua objek wisata mampu menarik banyak pengunjung setiap saat. Hal ini menjadi tantangan bagi industri pariwisata untuk menarik minat wisatawan dan mendorong mereka untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, destinasi wisata harus mampu menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan bagi pengunjung. Pengalaman yang memuaskan akan mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas layanan, pengembangan fasilitas yang ramah lingkungan, serta promosi yang tepat sasaran untuk memastikan destinasi wisata tetap diminati sepanjang waktu. Dengan demikian, destinasi wisata di Indonesia tidak hanya menarik untuk dikunjungi, tetapi juga mampu meninggalkan kesan mendalam yang mendorong minat berkunjung kembali di masa mendatang.

Minat juga dikenal sebagai dorongan atau stimulus internal yang memotivasi tindakan seseorang. Dorongan ini dipengaruhi oleh perasaan positif terhadap suatu produk yang mendorong seseorang untuk mengambil keputusan. Minat berkunjung kembali ke suatu destinasi wisata merupakan suatu keputusan yang mempertimbangkan beberapa faktor sebelum mengambil keputusan. Keputusan ini sering kali bermula dari tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalaman sebelumnya pada destinasi tersebut. Pengalaman yang memuaskan dan melebihi ekspektasi cenderung meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk berkunjung kembali. Dengan ini, destinasi wisata harus terus berupaya meningkatkan kualitas dan inovasi baru untuk memastikan pengalaman yang memuaskan dan rekomendasi positif bagi wisatawan. Wisatawan yang memiliki minat untuk berkunjung kembali biasanya ditandai dengan kesediaan mereka untuk kembali mengeksplorasi destinasi yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain (Allameh, 2015).

Menurut (Sahla, 2017), mengemukakan bahwa aksesibilitas suatu destinasi wisata memiliki dampak positif terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, kemudahan akses untuk menuju ke suatu destinasi wisata akan meningkatkan jumlah wisatawan yang datang. Sebuah objek wisata dengan aksesibilitas yang baik cenderung lebih diminati oleh wisatawan. Bahkan, bagi sebagian wisatawan kemudahan aksesibilitas menuju suatu destinasi wisata dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut atau tidak. Ketika wisatawan merasa perjalanan menuju destinasi dengan mudah dan nyaman mereka cenderung lebih tertarik untuk mengunjunginya dan bahkan merekomendasikannya destinasi tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, peningkatan aksesibilitas menjadi salah satu prioritas dalam pengembangan destinasi wisata untuk menarik lebih banyak pengunjung.

Namun, saat ini aksesibilitas menuju objek wisata Curug Cipamingkis masih menghadapi beberapa kendala terutama terkait kondisi jalan yang rusak dan terjal. Kondisi jalan yang belum optimal ini menyebabkan ketidaknyamanan bagi pengunjung dan sering menjadi keluhan utama yang diungkapkan. Seperti yang ada pada gambar 1.1 di bawah ini:



Gambar 1.1 Bukti jalan rusak

Sumber: Data pribadi

Berdasarkan hasil observasi peneliti, saat ini telah dilakukan upaya untuk memperbaiki jalan dari arah Jonggol ke Sukamakmur tetapi perbaikan ini masih belum merata di sepanjang rute. Kendala ini dapat memengaruhi pengalaman perjalanan wisatawan terutama bagi mereka yang menggunakan kendaraan pribadi. Selain itu, kendala transportasi juga menjadi perhatian karena mengingat terbatasnya jenis bis yang dapat mencapai lokasi Curug Cipamingkis. Hanya bis dengan kapasitas 3/4 yang mampu melewati medan yang sulit sehingga ketersediaan menuju lokasi menjadi terbatas. Hal ini menyulitkan wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi dan mengandalkan pada transportasi umum. Oleh karena itu, diperlukan adanya kerjasama antara pemerintah, pengelola destinasi wisata, pihak terkait lainnya untuk meningkatkan aksesibilitas untuk menuju Curug Cipamingkis baik melalui perbaikan infrastruktur jalan maupun peningkatan layanan transportasi umum.

Beberapa ulasan di Google Reviews mencerminkan permasalahan aksesibilitas Curug Cipamingkis, pada tabel 1.5 di bawah ini:

Table 1.5 Ulasan Wisatawan

No	Bulan Mengunjungi	Ulasan wisatawan
1.	Januari 2023	Suasananya adem, sungainya bersih airnya jernih, bisa buat <i>ngecamp</i> juga disini. Banyak fasilitas kolam renang, kolam rendam terapi ikan, jembatan gantung, dan mushola. Cuma jalan mau kesininya agak 'pr' jalanannya masih jelek dan jalanannya agak sempet, sering sedikit mengalah kalo ada mobil papasan <i>plus</i> ada tanjakan berbatu.
2.	Februari 2023	Tempat wisata keluarga yang asri, dari mulai air terjun, <i>skywalk</i> , kolam renang untuk anak dan dewasa, arena <i>camping</i> , kuliner dll, tapi kurangnya jalanan akses menuju kesini yang belum halus semua, malah terkesan banyak yang berlubang, kerikil, dan curamnya jalanan, apalagi disaat hujan mau ke arah Curug Cipamingkisnya atau pun arah pulang
3.	Maret 2023	Akses jalannya tidak mulus-mulus banget, masih banyak jalanan yang berbatu dan menanjak, tapi masih bisa dilalui mobil dan pastikan juga kondisi kendaraan baik. Belum sampai lokasi, sinyal handphone sudah hilang, tetapi sudah ada penanda arah ke curug.
4.	Mei 2023	Secara keseluruhan <i>view</i> -nya bagus, tapi sangat disayangkan akses jalan menuju lokasi masih banyak yang rusak parah dan tidak adanya lampu penerangan jalan, serasa jalan di dunia lain (horor), kurang perhatian dari Pemda setempat yang seharusnya mendapatkan perhatian, mengingat lokasi wisata banyak dikunjungi dari berbagai wilayah.
5.	Juni 2023	Akses jalan menuju lokasi 15 km dengan jalanan yang menanjak dan 65 persen rusak parah disetiap tanjakan. Butuh keahlian mengemudi yang baik untuk melewati jalurnya. Kondisi motor/mobil pastikan dalam kondisi sehat, karena banyak yang gagal menanjak dan kendaraan <i>overheat</i> .

6.	Agustus 2023	Tempat wisata yang bagus tanpa harus berdesak-desakan. Jarang ada yang mau ke daerah sini karna kondisi jalan yang rusak parah. Semoga pemerintah segera memperbaiki akses jalan. Agar perekonomian warga segera keangkat.
7.	September 2023	Banyak pilihan untuk menginap/ <i>camping</i> di sini. Cuma jalur menuju ke lokasi perlu diperbaiki, karena rusak parah. Semoga pihak terkait (dinas pariwisata dan PUPR) segera memperbaikinya.
8.	Oktober 2023	Masih banyak jalanan yang rusak, berlubang, dan perlu perbaikan, tapi memang infonya dalam waktu dekat akses jalan akan di perbaiki, baik dari arah citeureup, jonggol maupun cisarua.
9.	November 2023	Tempatnya cukup sejuk dan cocok untuk liburan bersama teman ataupun keluarga. Tapi sangat disayangkan sekali, akses jalan menuju Curug Cipamingkis sangat buruk, banyak jalan berlubang yang cukup dalam. Tapi saya lihat sedang ada pengerjaan jalan. Semoga tahun depan jalannya udah mulus.
10.	Desember 2023	Akses jalan sepanjang puncak dua itu banyak yang rusak, dengan tanjakan dan turunan yang woowww, cukup dibilang menguji adrenalin. Tapi mulai oktober 2023 mulai ada perbaikan, seperti pembuatan gorong-gorong saluran air, kemungkinan jalanan juga akan di cor beton.

Sumber: Google Review, 2023

Pada tabel 1.5 terdapat informasi berupa data ulasan langsung di Google Reviews dari beberapa wisatawan yang telah mengunjungi Curug Cipamingkis. Ulasan tersebut mencakup beberapa keluhan wisatawan mengenai aksesibilitas menuju destinasi tersebut. Apabila aksesibilitas yang memadai minat wisatawan untuk berkunjung dapat lebih termotivasi untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut, serta menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih aman dan nyaman bagi mereka. Dengan demikian, perhatian terhadap keluhan pengunjung mengenai aksesibilitas yang ada pada ulasan Google Reviews sangat penting untuk meningkatkan daya tarik dan kenyamanan di Curug Cipamingkis.

Dalam hal ini, ulasan Google pada destinasi wisata dapat dikategorikan sebagai bentuk komunikasi publik. Ulasan tersebut merupakan bagian dari komunikasi yang disampaikan oleh pengunjung kepada khalayak yang lebih luas melalui media digital yang berfungsi sebagai salah satu saluran komunikasi publik. Ulasan Google sangat mempengaruhi persepsi publik tentang destinasi wisata. Dengan demikian, ulasan Google menjadi salah satu peran penting dalam komunikasi publik terkait destinasi wisata. Mereka membantu membentuk opini publik, memberikan umpan balik kepada pengelola, dan mempengaruhi keputusan

pengunjung. Komunikasi publik yang baik akan meningkatkan persepsi positif pengunjung tentang aksesibilitas Curug Cipamingkis yang pada akhirnya akan meningkatkan minat mereka untuk berkunjung kembali di masa mendatang.

Berkaitan dengan persepsi pengunjung yang positif dapat meningkatkan manajemen citra yang baik bagi pengelola Curug Cipamingkis. Pengalaman pengunjung memainkan peran penting dalam membentuk citra destinasi. Selain dari persepsi pengunjung, informasi yang disampaikan kepada calon pengunjung juga menjadi bagian dari manajemen citra. Informasi yang jelas, akurat, dan disajikan dengan cara yang positif dapat membantu membentuk persepsi yang baik tentang aksesibilitas dan fasilitas yang ada di Curug Cipamingkis. Citra yang baik dapat membangun reputasi yang positif dan akan disebarluaskan melalui *word-of-mouth*. Pengunjung yang merasa puas akan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain dan akan memperkuat citra positif Curug Cipamingkis. Dengan demikian, manajemen citra menjadi salah satu peran yang krusial dalam membentuk persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dan mempengaruhi minat mereka untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut menjadi alasan bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali di Curug Cipamingkis”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Persepsi Pengunjung tentang Aksesibilitas di Curug Cipamingkis?
2. Bagaimana Minat Berkunjung Kembali wisatawan di Curug Cipamingkis?
3. Apakah terdapat Hubungan Persepsi Pengunjung tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali di Curug Cipamingkis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan Persepsi Pengunjung tentang Aksesibilitas di Curug Cipamingkis.
2. Untuk mendeskripsikan Minat Berkunjung Kembali wisatawan di Curug Cipamingkis.
3. Untuk menganalisis Hubungan Persepsi Pengunjung tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali di Curug Cipamingkis.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pengetahuan baru dan memperluas pemahaman tentang teori atribusi, terutama saat diterapkan dalam konteks pariwisata. Hal ini diharapkan dapat membantu memperkaya literatur mengenai bagaimana seseorang dalam mengatribusikan penyebab dari pengalaman pariwisata dan bagaimana atribusi tersebut memengaruhi perilaku mereka.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk merancang strategi yang bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas Curug Cipamingkis. Dengan memperbaiki aksesibilitas dan memahami bagaimana hal tersebut memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali dan menjadi lebih menarik bagi wisatawan. Hal ini dapat membantu meningkatkan jumlah kunjungan, pendapatan pariwisata, dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Kata atau istilah “komunikasi” dalam bahasa Inggris, kata “*communication*” secara epistemologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin “*communicates*”, yang berasal dari kata “*communis*”. Kata “*communis*” memiliki makna “berbagi” atau “menjadi milik bersama” yang bertujuan untuk menciptakan kebersamaan atau kesamaan makna. Menurut Raymond S. Ross *dalam* (Cangara, 2014), komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar menghasilkan makna atau respon yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator. Komunikasi dianggap sebagai aktivitas yang mendasar karena tidak ada manusia yang tidak melakukan komunikasi yang berhubungan antara satu dengan yang lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Ruben & Stewart *dalam* (Suryanto, 2015), komunikasi adalah sebuah proses yang menjadi dasar pertama untuk memahami hakikat manusia. Komunikasi dikatakan sebagai proses karena adanya kegiatan yang melibatkan peran beberapa unsur atau tahapan yang meskipun terpisah tetapi tahapan ini saling berkaitan sepanjang waktu. Dalam konteks percakapan yang sederhana terdapat langkah-langkah seperti penciptaan pesan, pengiriman, penerimaan, dan interpretasi terhadap pesan.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah rancangan atau ide yang disusun agar proses penyampaian pesan kepada orang lain dapat terorganisir yang tujuan utamanya adalah untuk mencapai pemahaman yang efektif oleh penerima dan penerima mampu memberikan umpan balik yang baik. Dengan demikian, komunikasi yang efektif bukan hanya tentang bagaimana pesan disampaikan tetapi juga tentang pesan tersebut dapat dipahami dan diterima oleh penerima dengan benar.

Menurut Deddy Mulyana (2007), komunikasi memiliki fungsi-fungsinya tersendiri yang terdiri dari empat fungsi utama dalam komunikasi yaitu:

1. Fungsi komunikasi sosial. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain dengan menggunakan komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan sosial dengan orang lain.
2. Fungsi komunikasi ekspresif. Komunikasi yang dapat dilakukan oleh individu atau kelompok yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, tetapi dapat dilakukan selama komunikasi akan menjadi media untuk menyampaikan perasaan (emosi) individu.
3. Fungsi komunikasi ritual. Komunikasi ritual biasanya terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai *rites of passage*, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, siraman, dan lain-lain. Dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

Bukanlah substansi kegiatan ritual itu sendiri yang terpenting, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan bahwa kita terikat oleh sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri yang bersifat abadi dan kita diakui dan diterima dalam kelompok kita.

4. Fungsi komunikasi instrumental. Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Komunikasi sebagai instrumen tidak hanya digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan tetapi juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi instrumental berperan sebagai alat untuk mencapai tujuan pribadi dan pekerjaan baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

2.2 Persepsi

Menurut Kotler (2012), mengemukakan bahwa persepsi adalah sebuah proses bagaimana seorang individu memilih, mengatur, dan menginterpretasikan masukan informasi yang diterimanya untuk menciptakan gambaran dunia yang bermakna. Persepsi dipengaruhi oleh rangsangan fisik dan rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan (Fentri, 2017). Menurut Rakhmat (2013), menyatakan bahwa persepsi merupakan hasil dari pengamatan seseorang terhadap peristiwa atau hubungan yang diakhiri dengan menyimpulkan dan menafsirkannya. Persepsi seseorang berkembang sejak dini melalui interaksi dengan manusia lain dan lingkungan sekitarnya. Melalui pengamatan individu akan memperoleh pengalaman tentang objek dan kemudian akan memberikan kesimpulan dan penafsiran dari pengamatan objek yang diamatinya. Pengamatan merupakan langkah awal dalam proses memperoleh pengalaman tentang objek atau situasi tertentu. Proses ini melibatkan penggunaan berbagai proses kognitif seperti membandingkan dengan pengalaman sebelumnya, mengidentifikasi pola, dan membuat asumsi yang masuk akal berdasarkan informasi yang ada. Oleh karena itu, dua individu yang mengamati objek yang sama mungkin saja memberikan penafsiran yang berbeda berdasarkan persepsi dan interpretasi masing-masing.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses penting dalam memahami komunikasi, karena melibatkan penerimaan, interpretasi, dan pemberian makna terhadap rangsangan atau pesan dari lingkungan. Dengan persepsi dapat membantu individu dalam mengolah informasi yang diterima dan menciptakan pemahaman tentang pesan yang disampaikan. Hal ini dapat membantu dalam memahami bagaimana dan mengapa terjadi perbedaan-perbedaan dalam komunikasi antara individu atau kelompok.

Menurut Bimo Walgito *dalam* (Fentri, 2017), terdapat beberapa faktor yang berperan dalam proses persepsi, yaitu:

1. Objek yang harus dipersepsi. Objek menimbulkan stimulus yang diterima oleh alat indera atau reseptor. Stimulus dapat berasal dari lingkungan eksternal individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat berasal dari internal individu yang bersangkutan langsung dan memengaruhi syaraf penerima yang berfungsi sebagai reseptor.

2. Alat indera atau reseptor. Alat indera atau resptor merupakan alat untuk menerima stimulus, untuk memberikan respon, diperlukan alat motorik yang dapat membentuk persepsi seseorang.
3. Perhatian. Perhatian di perlukan untuk menyadari atau melakukan proses persepsi. Perhatian merupakan langkah utama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan fokus atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang diarahkan kepada sesuatu sekumpulan objek.

Faktor-faktor tersebut menyebabkan persepsi individu menjadi berbeda satu sama lain, bahkan ketika dihadapkan pada objek atau stimulus yang sama. Proses pembentukan persepsi terjadi di dalam diri individu tetapi dapat dipengaruhi juga oleh faktor eksternal dan internal. Pengalaman merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam proses persepsi. Setiap individu memiliki pengalaman hidup yang unik, sehingga cara mereka mempersepsikan suatu objek atau situasi dapat bervariasi berdasarkan pengalaman yang mereka miliki.

2.3 Pariwisata

Pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataan, adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengelolaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, adalah mencakup berbagai kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Menurut Prayogo (2018), mengatakan bahwa pariwisata secara sederhana didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dengan membuat rencana dalam jangka waktu tertentu untuk tujuan rekreasi dan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi. Pendapat di atas ditegaskan lagi oleh Sugiana (2013), menyatakan bahwa pariwisata melibatkan serangkaian aktivitas dan penyediaan layanan, termasuk atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lainnya. Semua ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang yang memenuhi kebutuhan perjalanan sementara. Pariwisata juga ditekankan sebagai salah satu cara untuk menghilangkan rasa lelah, jenuh, bahkan stres yang disebabkan oleh kesibukan dan padatnya waktu kerja.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, yang pergi dari tempat tinggalnya menuju tempat lain dalam jangka waktu tertentu, dengan tujuan untuk hiburan, rekreasi semata, atau untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan.

Menurut Buhalis *dalam* (Nugroho, 2018), mengemukakan teori yang berbeda, bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri dari 6A, yaitu:

1. *Attraction* (Atraksi), merupakan segala sesuatu yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu kawasan wisata. Atraksi merupakan faktor utama yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung.

2. *Accessibilities* (Akses), mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk mencapai destinasi wisata. Ini mencakup berbagai jasa seperti penyewaan kendaraan, transportasi lokal, dan rute perjalanan.
3. *Amenities* (Fasilitas pendukung), merupakan berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berada di destinasi wisata. Ini mencakup kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat perbelanjaan, dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan, dan asuransi.
4. *Accommodation* (Penginapan), merujuk pada tempat penginapan yang tersedia di destinasi wisata. Akomodasi yang umum dikenal adalah hotel dengan beragam fasilitas didalamnya. Akomodasi di desa wisata biasanya seperti konsep tempat tinggal penduduk atau biasa dikenal dengan *homestay*.
5. *Activities* (Aktivitas), merupakan kegiatan atau aktivitas yang akan memberikan pengalaman bagi wisatawan. Aktivitas ini menjadi salah satu daya tarik utama bagi wisatawan untuk berkunjung.
6. *Ancillary services* (Layanan Pendukung), merupakan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, seperti organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk menyelenggarakan kegiatan wisata. Dalam hal ini mencakup kebijakan dan dukungan yang diberikan pemerintah atau organisasi untuk terselenggaranya kegiatan wisata.

2.4 Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan suatu faktor pendukung dalam pengembangan pariwisata. Menurut Suwantoro (2013), menyatakan bahwa aksesibilitas adalah salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata dikarenakan berkaitan erat dengan pengembangan lintas sektoral. Suatu objek wisata yang tidak terhubung dengan infrastruktur transportasi cenderung kurang dapat menarik minat wisatawan. Sebuah objek wisata dianggap berhasil ketika mudah dijangkau dan mudah ditemukan oleh pengunjung. Menurut Kabu (2019), mengatakan “*accessibilities of the tourist destination*”, yaitu segala sesuatu yang dapat memudahkan wisatawan untuk mengunjungi pada suatu destinasi wisata. Menurut Yoeti (2008), berpendapat sangat sulit untuk mengembangkan sebuah destinasi wisata jika tidak didukung oleh aksesibilitas yang baik. Hal ini dikarenakan keberhasilan destinasi wisata seringkali terkait dengan ketersediaan sarana transportasi yang memadai, serta kemudahan akses menuju lokasi. Meskipun banyak objek wisata yang potensial untuk dikembangkan dengan baik, namun dengan kurangnya aksesibilitas seringkali menjadi hambatan utama dalam perkembangannya. Berdasarkan definisi di atas, aksesibilitas merupakan faktor keberhasilan sebuah destinasi wisata yang mencakup akses informasi dan akses jalan untuk memudahkan wisatawan mengunjungi destinasi wisata tersebut. Akses informasi seperti media sosial dan website, memungkinkan wisatawan untuk memperoleh informasi yang diperlukan tentang destinasi wisata yang ingin dikunjungi.

Trihatmodjo (2017), menjelaskan bahwa dalam pemilihan lokasi aksesibilitas (akses) terdiri dari tiga indikator yakni:

1. Lokasi yang mudah dijangkau. Artinya seberapa jauh jarak antara lokasi wisata dengan pusat kota termasuk lamanya waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke objek wisata.
2. Transportasi (kelancaran akses). Artinya ketersediaan sarana transportasi menuju objek wisata
3. Ketersediaan rambu-rambu. Artinya ketersediaan papan penunjuk arah ataupun rambu-rambu yang memudahkan wisatawan menuju objek wisata.
4. Akses Jalan. Yaitu bagaimana kondisi jalan menuju objek wisata.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas merupakan suatu fasilitas yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada wisatawan dalam mencapai objek wisata. Dengan adanya aksesibilitas yang baik maka akan lebih mudah dan cepat bagi wisatawan untuk mencapai lokasi wisata tersebut. Fasilitas aksesibilitas yang baik memungkinkan para wisatawan untuk mencapai lokasi wisata dengan lebih mudah dan cepat serta menciptakan persepsi yang positif bagi pengunjung. Oleh karena itu, penting bagi destinasi wisata untuk memperhatikan dan meningkatkan aksesibilitasnya agar dapat menarik lebih banyak pengunjung dan memberikan pengalaman wisata yang lebih baik.

2.5 Minat berkunjung kembali

Minat adalah sesuatu yang bersifat pribadi dan erat kaitannya dengan sikap seseorang. Minat dan sikap merupakan dasar dari pembentukan prasangka dan minat juga memengaruhi dalam proses pengambilan keputusan. Suatu persepsi terbentuk melalui proses berpikir yang akhirnya mengarah pada timbulnya minat. Menurut Kinnear dan Taylor *dalam* (Roseptika, 2017), minat beli merujuk pada kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian. Setelah konsumen melakukan pembelian langkah selanjutnya adalah kepuasan konsumen setelah menggunakan produk tersebut. Kepuasan konsumen mendorong perilaku loyalitas dan membentuk komitmen terhadap produk yang pada akhirnya akan meningkatkan minat untuk membeli kembali produk tersebut di masa mendatang. Minat berkunjung kembali dapat dianalogikan dengan minat untuk melakukan pembelian ulang yang merupakan keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli kembali suatu produk tertentu karena adanya kepuasan yang diharapkan dari produk tersebut (Yohanda A.R, Masdupi E & Engriani Y, 2019).

Menurut Cronin dan Taylor (1992), minat beli ulang didefinisikan sebagai perilaku pelanggan dimana pelanggan memberikan respon secara positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan yang akhirnya memunculkan minat untuk kembali pada perusahaan tersebut atau minat beli ulang produk tersebut. Menurut Cronin dan Taylor *dalam* Normalasari (2023), menyatakan bahwa indikator minat berkunjung kembali adalah sebagai berikut:

1. Rencana berkunjung kembali.
2. Minat referensi mengunjungi kembali.
3. Minat preferensi kunjungan.

Minat berkunjung kembali merupakan niat untuk melakukan suatu kegiatan tertentu. Dalam sektor pariwisata, ketika seseorang memiliki niat yang kuat untuk melakukan kunjungan ulang dapat berdampak positif pada destinasi wisata, karena adanya kunjungan ulang dari pengunjung ke destinasi wisata tersebut (Pamela Pantouw & Sifrid S. Pangemanan, 2014). Menurut Wibowo dan Kresnamurti (2016), minat berkunjung kembali merupakan bentuk respon perilaku yang muncul dari pengalaman kunjungan sebelumnya terhadap kualitas layanan di destinasi yang sama baik di negara maupun wilayah yang sama. Proses pembentukan minat berkunjung kembali berkaitan dengan kinerja positif yang dirasakan pada diri wisatawan dalam jangka panjang. Di sisi lain, minat beli merupakan dorongan untuk melakukan pembelian atau melakukan pembelian ulang konsumen yang pernah melakukan pembelian sebelumnya. Hal ini terjadi ketika konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka gunakan memiliki kualitas yang baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan ekspektasi konsumen.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung kembali merupakan suatu keputusan dari konsumen untuk mengunjungi suatu tempat wisata lebih dari sekali. Minat berkunjung kembali juga mencakup ketertarikan terhadap informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhinya terutama tentang manfaat yang diperoleh ketika berkunjung kembali. Hal ini mencakup pengalaman positif yang didapatkan sebelumnya. Misalnya, konsumen mungkin tertarik untuk kembali ke suatu tempat wisata karena mereka menikmati pengalaman sebelumnya atau karena mereka mendengar tentang peningkatan fasilitas atau atraksi baru yang ditawarkan. Selain itu, faktor-faktor seperti kualitas layanan, harga, aksesibilitas, dan kesan keseluruhan juga dapat memengaruhi minat seseorang untuk kembali berkunjung. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali, suatu destinasi wisata dapat meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengunjung sehingga mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan sektor pariwisata.

2.6 Teori Atribusi

Teori atribusi dikemukakan oleh Fritz Heider (1958), teori yang memberikan pemahaman tentang perilaku individu dengan fokus identifikasi penyebab dan motif tentang perilaku seseorang. Teori atribusi memberikan perhatian pada bagaimana individu sesungguhnya bertindak laku. Dengan kata lain seseorang selalu berusaha untuk mencari sebab mengapa ia bertindak dalam cara tertentu. Misalnya jika ada seseorang yang melakukan tindakan kriminal, sebagai manusia cenderung ingin mengetahui alasan di balik perilaku tersebut. Hal ini merupakan dasar untuk mengambil tindakan atau merespon sesuatu sesuai dengan interpretasi tentang penyebab perilaku tersebut. Heider mengidentifikasi dua jenis atribusi, yaitu:

1. Atribusi kausalitas (sebab-akibat), yaitu yang mempertanyakan perilaku orang lain yang dipengaruhi oleh faktor internal (personal) atau faktor eksternal (situasional).
2. Atribusi kejujuran, yaitu yang mempertanyakan sejauh mana pernyataan seseorang menyimpang dari pernyataan umum dan sejauh mana orang tersebut mendapatkan keuntungan dari pernyataan yang diajukan.

Menurut Jhon M. Ivancevich, Robert Konopaske, dan Michael T. Matteson (2010), menyatakan salah satu pendekatan yang memberikan landasan untuk memahami hubungan antara persepsi dan perilaku adalah teori atribusi. Teori atribusi berkaitan dengan proses di mana individu menginterpretasikan bahwa peristiwa di sekitar mereka disebabkan oleh faktor-faktor yang ada dalam lingkungan mereka yang relatif stabil. Secara spesifik teori atribusi adalah cara seseorang memproses persepsi dan interpretasi terhadap penyebab perilaku yang dilakukan oleh orang lain. Dalam konteks penelitian ini, relevansi teori atribusi digunakan untuk dapat menjelaskan perilaku individu dan reaksi mereka terhadap peristiwa yang terjadi disekitarnya. Dengan menggunakan teori ini, peneliti dapat menggali hubungan antara persepsi pengunjung terhadap kurangnya aksesibilitas yang tidak sesuai dengan harapannya yang disebabkan karena faktor-faktor tertentu dengan kecenderungannya untuk tidak kembali ke suatu destinasi wisata di masa mendatang jika aksesibilitasnya tidak memuaskan.

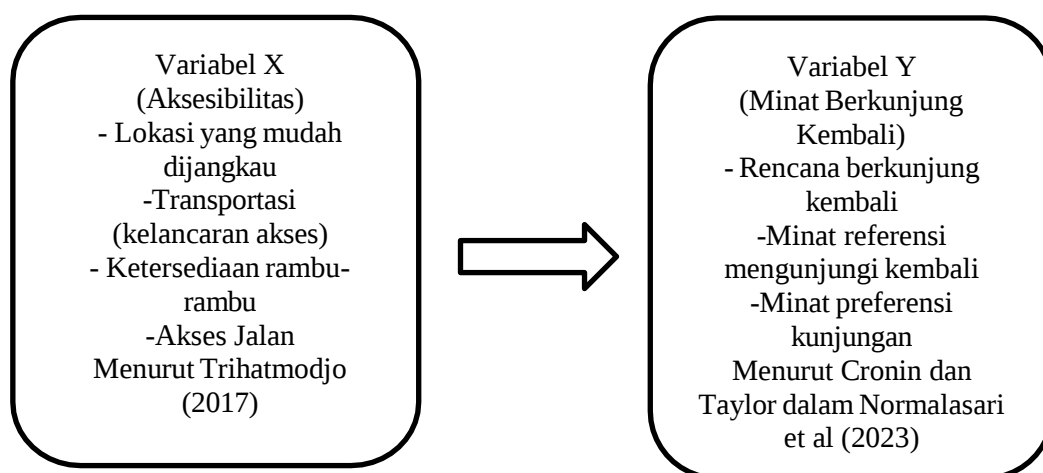
2.7 Penelitian terdahulu

1. Mawaddah dengan judul penelitian “Pengaruh Aksesibilitas dan Tarif Masuk Objek Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Danau Cibogas”. Penelitian ini menggunakan studi kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel aksidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 96,3% dari tingkat kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh aksesibilitas dan tarif masuk objek wisata, sedangkan sisanya 3,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini aksesibilitas dan tarif masuk objek wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Persamaan: Penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu Aksesibilitas. Perbedaan: Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu Kepuasan Pengunjung (Y) Objek Wisata Danau Cibogas.
2. Normalasari dengan judul penelitian “Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word Of Mouth”. Penelitian ini menggunakan studi kuantitatif dengan metode survey dan menggunakan analisis data *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan kembali, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui E-WOM. Hal ini menjelaskan apabila sebuah objek wisata memiliki daya tarik dengan keunikannya, wisatawan cenderung memberikan respon secara positif dengan membentuk sebuah perilaku melalui *electronic word of mouth*. Wisatawan akan memberikan informasi pengalamannya terhadap destinasi yang telah dikunjungi, sehingga akan menimbulkan minat kunjungan ulang. Persamaan: Penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu Minat Berkunjung Kembali. Perbedaan: Penelitian ini menggunakan analisis data *Partial Least Square* (PLS).
3. Aslina Lahagu dengan judul penelitian “Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pengembangan Wisata di Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan”. Penelitian ini menggunakan penelitian menggunakan studi kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel

purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi masyarakat terhadap rencana pengembangan objek wisata di Desa Tlontoraja ditinjau dari enam variabel, yaitu keadaan objek wisata, perekonomian, masyarakat dan stakeholder, perencanaan, norma, dan aksesibilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Desa Tlontoraja berpersepsi positif yang berarti menyetujui dengan adanya pengembangan wisata di desa tersebut. Berdasarkan objek wisata sebagian besar mereka berpersepsi bahwa desa ini memiliki banyak objek wisata yang berpotensi untuk di kembangkan. Selain itu, mereka juga memiliki persepsi bahwa pariwisata akan mendorong perekonomian desa. Persamaan: penelitian ini membahas pada menciptakan persepsi positif dari suatu objek wisata. Perbedaan: penelitian ini menggunakan lima variabel yang berbeda, yaitu keadaan objek wisata, perekonomian, masyarakat dan stakeholder, perencanaan, norma.

2.8 Kerangka berpikir

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu maka kerangka berfikir yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka berpikir

2.9 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, hipotesis pada penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak terdapat hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali di Curug Cipamingkis

H_1 = Terdapat hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung kembali di Curug Cipamingkis

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Desain asosiatif merupakan sebuah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal yang bersifat sebab akibat yang terdiri dari variabel independen dan dependen. Proses penelitian ini bersifat deduktif dan metode yang digunakan adalah statistika inferensial. Metode deduktif adalah metode dengan cara berfikir yang menggunakan konsep atau teori untuk menjawab rumusan masalah yang selanjutnya dirumuskan sebagai hipotesis, dan statistika inferensial merupakan teknik statistika yang digunakan untuk menganalisis data sampel yang terkumpul dan menggeneralisasikan hasilnya pada populasi (Sugiyono, 2017).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Curug Cipamingkis yang bertempat di Jl. Puncak Dua Jonggol, Desa Wargajaya, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini telah dilakukan pada bulan November – April 2024.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pengunjung Curug Cipamingkis berdasarkan data jumlah total pengunjung Curug Cipamingkis pada tahun 2023 sebanyak 49.887 pengunjung.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan representasi dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ketika populasi besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus representatif (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, sampelnya menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik yang menentukan sampel melalui kriteria tertentu. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu: responden yang sudah pernah mengunjungi Curug Cipamingkis minimal 1 kali. Dalam menentukan jumlah sampel yang diperlukan, penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel. Dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batasan toleransi kesalahan = 10%

Adapun perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{49.887}{1 + 49.887 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{49.887}{499.87}$$

$$n = 99,79 = 100$$

Dengan demikian, berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, besarnya sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99,79 atau dibulatkan menjadi 100 responden. Hal ini didasarkan pada tingkat kesalahan sebesar 10%. Oleh karena itu, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 pengunjung.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dalam bentuk angka. Jenis data dibagi menjadi data primer dan data sekunder.

1. Data primer. Menurut Sugiyono (2017), merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh pengunjung Curug Cipamingkis secara langsung dan wawancara.
2. Data sekunder. Menurut Sugiyono (2017), merupakan data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti, tetapi melalui sumber lain seperti orang lain atau melalui data dokumen. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti dokumen Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor, data BPS, data pengunjung, dan klasifikasi ulasan dari Google Review, serta referensi dari buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner. Menurut Sugiyono (2017), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada responden pengunjung yang telah mengunjungi Curug Cipamingkis minimal 1 kali.
2. Wawancara. Menurut Sugiyono (2017), wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit. Dalam

penelitian ini, dilakukan wawancara dengan 1 responden yang telah mengunjungi Curug Cipamingkis minimal 1 kali.

3. Studi Kepustakaan. Menurut Hermawan (2019), studi kepustakaan merupakan upaya peneliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan masalah atau topik yang diteliti melalui referensi buku, jurnal, dan artikel. Dalam penelitian ini, informasi diperoleh melalui studi kepustakaan yang mencakup referensi dari berbagai sumber.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Skor Rataan

Dalam penelitian ini, digunakan skala pengukuran yang dikenal sebagai skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, pendapat seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 26. Pada penelitian ini, responden hanya memilih satu jawaban dari beberapa alternatif jawaban yang tersedia dan masing-masing jawaban diberi skor tertentu dan dijumlahkan. Skor rata-rata digunakan untuk mengelompokkan jawaban responden terhadap masing-masing kriteria dengan skala yang berkisar dari 1 sampai 4. Berikut merupakan indikator yang terdapat dalam skala *Likert* dapat dilihat pada tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3.1 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	(STS)	1
Tidak Setuju	(TS)	2
Setuju	(S)	3
Sangat Setuju	(SS)	4

Alternatif jawaban responden dalam skala *Likert* di atas berdasarkan nilai indeks merupakan angka rentang skala (RS) rumus untuk menghitung rentang skala (RS) sebagai berikut:

$$RS = m - \frac{n}{b}$$

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

$$RS = 0,75$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

m = Angka maksimal dari poin skala

n = Angka minimum dari poin skala

b = Jumlah skala dalam kuesioner

Rentang skala tersebut nantinya digunakan sebagai dasar interpretasi penilaian rata-rata ($\bar{x}$) untuk setiap indikator pernyataan pada kuesioner. Rentang skala penilaian tersebut akan dimuat dalam bentuk indeks rata-rata, yaitu sebagai berikut:

1. Nilai indeks antara $1,00 > x < 1,75$ dikategorikan Sangat Rendah
2. Nilai indeks antara $1,75 > x < 2,50$ dikategorikan Rendah
3. Nilai indeks antara $2,50 > x < 3,25$ dikategorikan Tinggi
4. Nilai indeks antara $3,25 > x < 4,00$ dikategorikan Sangat Tinggi

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk memastikan bahwa suatu data yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan kenyataan atau fakta. Data yang valid adalah data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2017). Uji validitas yang dilakukan peneliti menggunakan teknik Korelasi *Pearson Product Moment* peneliti dapat mengevaluasi sejauh mana hubungan antara variabel tersebut dianggap valid. Rumus untuk menghitung uji validitas sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- r = Nilai koefisien validitas
- X = Skor pertanyaan pertama
- Y = Total Skor
- XY = Skor pertanyaan pertama dikalikan skor total
- N = Jumlah responden

Untuk memastikan instrumen valid atau tidak, maka ditentukan sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $> r$ tabel, dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen pertanyaan dikatakan valid.
2. Jika nilai r hitung $< r$ tabel, dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen pertanyaan dikatakan tidak valid.

Pengolahan instrumen data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 26. Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden, dapat dihitung dengan signifikansi 5% dengan r -tabel sebesar 0,361 maka diperoleh hasil untuk kuesioner Aksesibilitas dapat dilihat pada tabel 3.2 di bawah ini:

Tabel 3. 2 Hasil uji validitas aksesibilitas (X)

Aksesibilitas (X)				
Indikator	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Lokasi yang mudah dijangkau	AL1	0,906	0,361	Valid
	AL2	0,288	0,361	Tidak Valid
	AL3	0,862	0,361	Valid
	AL4	0,578	0,361	Valid
	AL5	0,760	0,361	Valid
	AL6	0,628	0,361	Valid
	AL7	0,838	0,361	Valid

	AL8	0,823	0,361	Valid
	AL9	0,900	0,361	Valid
	AL10	0,554	0,361	Valid
Transportasi	AT1	0,875	0,361	Valid
	AT2	0,757	0,361	Valid
	AT3	0,906	0,361	Valid
	AT4	0,760	0,361	Valid
	AT5	0,561	0,361	Valid
	AT6	0,906	0,361	Valid
	AT7	0,906	0,361	Valid
	AT8	0,862	0,361	Valid
	AT9	0,838	0,361	Valid
	AT10	0,900	0,361	Valid
Ketersediaan Rambu-rambu	AK1	0,760	0,361	Valid
	AK2	0,760	0,361	Valid
	AK3	0,862	0,361	Valid
	AK4	0,838	0,361	Valid
	AK5	0,789	0,361	Valid
	AK6	0,609	0,361	Valid
	AK7	0,838	0,361	Valid
	AK8	0,906	0,361	Valid
	AK9	0,906	0,361	Valid
	AK10	0,862	0,361	Valid
Akses jalan	AA1	0,760	0,361	Valid
	AA2	0,838	0,361	Valid
	AA3	0,375	0,361	Valid
	AA4	0,676	0,361	Valid
	AA5	0,789	0,361	Valid
	AA6	0,676	0,361	Valid
	AA7	0,627	0,361	Valid
	AA8	0,789	0,361	Valid
	AA9	0,862	0,361	Valid
	AA10	0,861	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2024

Dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagian besar pernyataan pada variabel Aksesibilitas (X) telah valid pada uji dengan signifikansi 0,05. Hanya satu pernyataan yang tidak valid pada pernyataan AL2, karena memiliki nilai r hitung yang kurang dari r tabel. Data yang tidak valid tersebut akan dihilangkan pada penelitian ini. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden, dapat dihitung dengan signifikansi 5% dengan r-tabel sebesar 0,361 maka diperoleh hasil untuk kuesioner Minat berkunjung kembali dapat dilihat pada tabel 3.3 di bawah ini:

Table 3.3 Hasil uji validitas minat berkunjung kembali (Y)

Minat berkunjung kembali (Y)				
Indikator	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Rencana berkunjung kembali	MR1	0,529	0,361	Valid
	MR2	0,615	0,361	Valid
	MR3	0,746	0,361	Valid
	MR4	0,745	0,361	Valid
	MR5	0,569	0,361	Valid
	MR6	0,513	0,361	Valid
	MR7	0,433	0,361	Valid
	MR8	0,650	0,361	Valid
	MR9	0,547	0,361	Valid
	MR10	0,518	0,361	Valid
Minat referensi mengunjungi kembali	MMR1	0,737	0,361	Valid
	MMR2	0,616	0,361	Valid
	MMR3	0,737	0,361	Valid
	MMR4	0,592	0,361	Valid
	MMR5	0,721	0,361	Valid
	MMR6	0,716	0,361	Valid
	MMR7	0,754	0,361	Valid
	MMR8	0,650	0,361	Valid
	MMR9	0,631	0,361	Valid
	MMR10	0,711	0,361	Valid
Minat preferensi kunjungan	MMP1	0,645	0,361	Valid
	MMP2	0,674	0,361	Valid
	MMP3	0,482	0,361	Valid
	MMP4	0,613	0,361	Valid
	MMP5	0,656	0,361	Valid
	MMP6	0,626	0,361	Valid
	MMP7	0,669	0,361	Valid
	MMP8	0,550	0,361	Valid
	MMP9	0,508	0,361	Valid
	MMP10	0,562	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2024

Dapat dilihat pada tabel 3.3 semua pernyataan pada variabel Minat berkunjung kembali (Y) telah valid pada uji dengan signifikansi 0,05, karena r hitung lebih besar dari r tabel. Indikator dari variabel Y yaitu rencana berkunjung kembali, minat referensi mengunjungi kembali, minat preferensi kunjungan.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas dari kuesioner biasanya ditunjukkan oleh angka koefisien *Cronbach Alpha* dan dianalisis menggunakan perangkat lunak berupa SPSS. Hasil uji reliabilitas dikatakan reliabel jika

memiliki nilai r hitung $> 0,60$ atau mendekati 1 (Sugiyono, 2017). Uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumus berikut ini:

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

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas Cronbach's alpha

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah/ total varians per-butir/item pertanyaan

$\sum \sigma t^2$ = jumlah atau total varians

Untuk memastikan instrumen reliabel atau tidak, maka ditentukan sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach alpha $> 0,60$ maka instrumen kuesioner dikatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronbach alpha $< 0,60$ maka instrumen kuesioner dikatakan tidak reliabel.

Uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila koefisien *Cronbach Alpha* berkisar antara 0,60 sampai 0,80. Pengolahan instrumen data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 26. Maka diperoleh hasil untuk uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.4 di bawah ini:

Table 3.4 Hasil uji reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Reliabilitas
Aksesibilitas (X)	0.976	$> 0,60$
Minat berkunjung kembali (Y)	0.935	$> 0,60$

Sumber: Data Primer, 2024

Dapat dilihat pada tabel 3.4 berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, maka hasil yang diperoleh *Cronbach Alpha* untuk variabel aksesibilitas (X) diperoleh dengan hasil 0,976 menunjukkan bahwa pengukuran instrumen sangat reliabel, dan untuk variabel minat berkunjung kembali (Y) diperoleh dengan hasil 0,935 menunjukkan bahwa pengukuran instrumen sangat reliabel. Kedua nilai koefisien ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi karena nilainya tidak kurang dari 0,60.

3.8 Uji Korelasi *Spearman Rank*

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif hubungan kausal, di mana data yang diambil bersifat ordinal, maka analisis yang digunakan untuk pengujian adalah dengan menggunakan metode analisis korelasi *Spearman rank*. Menurut Sugiyono (2017), korelasi *Spearman rank* digunakan untuk mencari hubungan atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif ketika masing-masing variabel tidak harus memiliki skala yang sama. Analisis *Spearman rank* cocok digunakan untuk mencari hubungan atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif saat variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antara variabel tidak harus seragam.

Keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut secara sistematis berpedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi didasarkan pada tabel 3.5 di bawah ini:

Table 3.5 Interpretasi koefisien korelasi

Koefisien korelasi	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2017

Setelah melalui perhitungan persamaan analisis korelasi *Spearman rank*, kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan kriteria yang ditetapkan, yaitu dengan membandingkan nilai ρ hitung dengan ρ tabel yang dirumuskan sebagai berikut:

- a. Jika, ρ hitung $\leq 0,05$ berarti H_1 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika, ρ hitung $\geq 0,05$ berarti H_1 ditolak dan H_a diterima.

3.9 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini yang menjadi definisi operasional variabel adalah indikator yang dipakai sebagai alat pengukuran perhitungan kuesioner yang terdiri dari:

1. Aksesibilitas

X.1 Lokasi yang mudah dijangkau. Seberapa jauh jarak antara lokasi wisata dengan pusat kota termasuk lamanya waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke objek wisata.

X.2 Transportasi (kelancaran akses). Ketersediaan sarana transportasi menuju objek wisata

X.3 Ketersediaan rambu-rambu. Ketersediaan papan penunjuk arah ataupun rambu-rambu yang memudahkan wisatawan menuju objek wisata.

X.4 Akses Jalan. kondisi jalan menuju objek wisata.

2. Minat Berkunjung Kembali

Y.1 Rencana berkunjung kembali, keinginan untuk berkunjung ke tempat wisata yang sama.

Y.2 Minat referensi mengunjungi kembali, referensi dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan, pengelola perlu berhasil membuat wisatawan memiliki dorongan dalam menjadikan sebuah destinasi menjadi tempat yang dipilih untuk direkomendasikan kepada orang lain.

Y.3 Minat preferensi kunjungan, preferensi wisatawan merupakan sebuah pilihan yang dipilih ketika dipertemukan dengan beraneka ragam pilihan destinasi wisata yang memiliki keunggulan dan fasilitas yang berbeda.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum Curug Cipamingkis



Gambar 4.1 Curug Cipamingkis

Sumber: Instagram.com @Heri_swn

Curug Cipamingkis merupakan sebuah objek wisata alam berupa air terjun yang terletak di Jl. Puncak Dua Jonggol, Desa Wargajaya, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Saat ini, pengelola Curug Cipamingkis berada di bawah manajemen Perum Perhutani Kabupaten Bogor. Asal nama Curug Cipamingkis diambil dari sebuah mata air yang mengalir dari dua muara yang menghubungkan aliran Sungai Cipamingkis dengan aliran Sungai Cisarua. Beberapa masyarakat juga menyebut curug ini dengan sebutan Curug Pamungkas yang berasal dari kata Cipamingkis. Daya tarik utama dari objek wisata ini adalah keindahan curugnya yang sangat mempesona dan memiliki air yang sangat jernih. Meskipun ketinggiannya tidak terlalu tinggi yakni sekitar 25 meter, curug ini menawarkan pengalaman yang menarik bagi pengunjung. Air terjun yang tidak terlalu tinggi memungkinkan wisatawan untuk bermain air di sekitar curug dengan aman dan nyaman.

Selain menjadi destinasi bermain air Curug Cipamingkis yang dikelola oleh Perum Perhutani Bogor juga dikenal sebagai tempat wisata alam yang asri dan terawat. Di sini para wisatawan dapat menikmati keindahan alamnya dan menyegarkan pikiran dari kesibukan aktivitas sehari-hari. Objek wisata Curug Cipamingkis ini tidak hanya menawarkan keindahan alam yang alami tetapi juga menyediakan fasilitas yang cukup memadai bagi para pengunjung. Bagi pengunjung yang gemar berswafoto atau *selfie* tersedia spot-spot foto yang akan membuat foto menjadi lebih menarik di sekitar Curug Cipamingkis. Selain itu, tersedia juga fasilitas penginapan, *camping ground*, dan kolam renang jika ingin menghabiskan lebih banyak waktu di sana. Semua fasilitas yang ada bertujuan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi setiap pengunjung yang datang. Mengenai informasi lebih lanjut terkait berbagai pilihan harga penginapan, pengunjung dapat mengaksesnya melalui website atau akun instagram @curugcipamingkisofficial. Melalui media tersebut pengunjung dapat menemukan berbagai opsi penginapan yang sesuai dengan kebutuhan. Berikut adalah salah satu tempat penginapan yang tersedia di Curug Cipamingkis:



Gambar 4.2 Penginapan di Curug Cipamingkis

Sumber: Instagram.com @curugcipamingkisofficial

Curug Cipamingkis telah memperoleh sertifikasi *Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability* (CHSE) dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sertifikasi ini diberikan kepada pelaku usaha pariwisata, destinasi pariwisata, dan produk pariwisata lainnya untuk memberikan jaminan kepada wisatawan mengenai komitmen terhadap kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan. Sertifikasi CHSE menjadi hal yang sangat penting dalam sektor pariwisata karena melibatkan pihak pemilik usaha yang memberikan jaminan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Dengan Sertifikasi CHSE destinasi seperti Curug Cipamingkis telah terbukti mematuhi empat prinsip tersebut, sehingga memberikan pengalaman berwisata yang lebih terjamin dan memenuhi tujuan CHSE. Berikut adalah bukti sertifikat CHSE Curug Cipamingkis:



Gambar 4.3 Sertifikat CHSE

Sumber: Data Pribadi

4.2 Data Karakteristik Responden

Pada penelitian kuantitatif ini, berdasarkan data kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden sesuai dengan ukuran sampel yang sudah ditetapkan. Dalam penelitian ini mencakup pernyataan variabel Aksesibilitas (X) yang terdiri dari empat indikator yaitu: lokasi yang mudah dijangkau, transportasi (kelancaran akses), ketersediaan rambu-rambu, dan akses jalan. Sementara itu, variabel Minat berkunjung kembali (Y) yang terdiri dari tiga indikator yaitu: rencana berkunjung kembali, minat referensi mengunjungi kembali, minat preferensi kunjungan. Penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang disebar secara tercetak dan langsung diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria sudah pernah mengunjungi Curug Cipamingkis minimal 1 kali. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, dan intensitas kunjungan ke Curug Cipamingkis. Dari penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan gambaran mengenai karakteristik responden yang akan diteliti sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Laki-laki	31	31
2.	Perempuan	69	69
Total		100	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari 100 responden, dapat dilihat bahwa responden yang merupakan jenis kelamin laki-laki sebanyak 31 responden dengan presentase 31 persen, sedangkan perempuan sebanyak 69 responden dengan presentase 69 persen. Berdasarkan data tersebut maka responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 69 responden dengan presentase 69 persen. Hal ini sejalan dengan penelitian Rini hudioni (2022), yang menyatakan bahwa perempuan terlepas dari muda, tua, lajang, menikah ataupun janda, terbukti cenderung lebih suka dan sering melakukan kunjungan wisata atau liburan dari pada laki-laki. Perempuan juga cenderung melakukan kunjungan wisata dengan teman-teman perempuannya tanpa merasa harus ada kehadiran laki-laki di kelompok tersebut.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Distribusi responden berdasarkan jenis usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	22 – 25 tahun	21	21

2.	26 – 30 tahun	47	47
3.	32 – 40 tahun	30	30
4.	45 tahun	2	2
Total		100	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia yang terdiri dari 100 responden, terdapat sebanyak 21 responden dengan presentase 21 persen berada pada rentang usia 22 sampai 25 tahun, sebanyak 47 responden dengan presentase 47 persen berada pada rentang usia 26 sampai 30 tahun, sebanyak 30 responden dengan presentase 30 persen berada pada rentang usia 32 sampai 40 tahun, sebanyak 2 responden dengan presentase 2 persen berada pada usia 45 tahun. Sesuai dengan data yang ada, maka dapat dilihat bahwa usia responden yang mendominasi dalam penelitian ini, yaitu pada rentang usia 26 sampai 30 tahun, dengan presentase 47 persen sebanyak 47 orang. Hal ini sejalan dengan penelitian Aslina Lahagu (2023), yang menyatakan bahwa sebagian besar kalangan anak muda sangat suka berwisata ke tempat-tempat bernuansa alam. Bagi generasi muda masa kini, traveling bukan hanya sekedar hobi, melainkan sudah menjadi gaya hidup.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	SMA	46	46
2.	D3/S1/S2/S3	54	54
Total		100	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang terdiri dari 100 responden, terdapat sebanyak 46 responden dengan presentase 46 persen berada pada pendidikan terakhir tingkat SMA, dan sebanyak 54 responden dengan presentase 54 persen berada pada pendidikan terakhir setingkat D3/S1/S2/S3. Berdasarkan responden yang menjadi sampel penelitian ini, tidak ada diantaranya responden yang memiliki pendidikan terakhir setingkat SD dan SMP. Hal ini sejalan dengan penelitian Aslina Lahagu (2023), yang menyatakan bahwa pola pikir anak muda saat ini telah berubah, di mana menganggap berwisata sebagai hal yang penting dalam kehidupannya untuk memperluas wawasan budaya dan menikmati daya tarik destinasi wisata tersebut.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Distribusi responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	5	5

2.	Pegawai Swasta	52	52
3.	Wiraswasta	27	27
4.	Ibu rumah tangga	16	16
Total		100	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang terdiri dari 100 responden, terdapat sebanyak 5 responden dengan presentase 5 persen merupakan pelajar/mahasiswa, sebanyak 52 responden dengan presentase 52 persen merupakan pegawai swasta, sebanyak 27 responden dengan presentase 27 persen merupakan wiraswasta, sebanyak 16 responden dengan presentase 16 persen merupakan ibu rumah tangga. Sesuai dengan data yang ada, maka dapat dilihat bahwa pekerjaan yang mendominasi dalam penelitian ini adalah pegawai swasta dengan presentase 52 persen atau sebanyak 52 responden. Hal ini sejalan dengan penelitian Nining Yuniati (2018), yang menyatakan bahwa besarnya populasi pada pekerjaan memperlihatkan bahwa pengunjung yang memiliki kemampuan dalam melakukan perjalanan pada umumnya adalah pegawai swasta, sedangkan kelompok segmen lainnya relatif lebih sedikit.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang saku / Pendapatan

Tabel 4.5 Distribusi responden berdasarkan uang saku / pendapatan

No	Uang saku / Pendapatan (perbulan)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	18	18
2.	Rp 3.500.000 – Rp 4.000.000	24	24
3.	Rp 4.500.000 – Rp 5.000.000	48	48
4.	6.000.000	10	10
Total		100	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendapatan yang terdiri dari 100 responden, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jumlah pendapatan dalam rentang Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000 sebanyak 18 responden dengan presentase 18 persen, jumlah pendapatan dalam rentang Rp 3.500.000 sampai Rp 4.000.000 sebanyak 24 responden dengan presentase 24 persen, jumlah pendapatan dalam rentang Rp 4.500.000 sampai Rp 5.000.000 sebanyak 48 responden dengan presentase 48 persen, jumlah pendapatan Rp 6.000.000 sebanyak 10 responden dengan presentase 10 persen. Sesuai data yang ada, maka dapat dilihat jumlah pendapatan yang mendominasi dalam penelitian ini adalah dalam rentang Rp 4.500.000 sampai Rp 5.000.000 dengan presentase 48 persen sekitar 48 responden. Hal ini sejalan dengan penelitian Sidabukke, Nurrachmania, dan Manullang (2023), Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap preferensi pengunjung dalam berwisata. Tingkat penghasilan juga mempengaruhi pilihan seseorang dalam memilih bentuk wisata yang sesuai dengan sarana untuk dirinya dan keluarga.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas kunjungan ke Curug Cipamingkis

Tabel 4.6 Distribusi responden berdasarkan intensitas kunjungan

No	Berkunjung	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	2 kali	89	89
2.	3 kali	11	11
Total		100	100

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan intensitas kunjungan yang terdiri dari 100 responden, dapat dilihat dengan kunjungan 2 kali terdapat sebanyak 89 responden dengan presentase 89 persen, dengan kunjungan 3 kali terdapat sebanyak 11 responden dengan presentase 11 persen. Sesuai data yang ada, maka dapat dilihat responden dalam penelitian ini yang telah mengunjungi Curug Cipamingkis sebanyak 2 kali dengan 89 responden atau 89 persen. Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang awalnya datang bersama teman, lalu ingin mengunjungi kembali bersama keluarganya untuk menikmati suasana camping di Curug Cipamingkis. Hal ini sejalan dengan penelitian Sidabukke, Nurrachmania, dan Manullang (2023), yang menyatakan bahwa adanya dominasi yang mencolok pada intensitas kunjungan 2 kali. Intensitas kunjungan ini diduga menunjukkan kepuasan pengunjung terhadap objek wisata yang didatanginya, sehingga pengunjung akan melakukan kunjungan kembali.

4.2.2 Aksesibilitas (X)

1. Lokasi yang mudah dijangkau

Indikator Lokasi yang mudah dijangkau ini diukur dengan 5 pernyataan, hasil penelitian terdapat pada tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7 Skor rata-rata indikator lokasi yang mudah dijangkau

Pernyataan Indikator	Skor	Frekuensi	X	Keterangan
AL 1	STS	0	2,20	Rendah
	TS	88		
	S	4		
	SS	8		
AL2	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	0		
	S	92		
	SS	8		
AL3	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	0		
	S	92		
	SS	8		

AL4	STS	0	2,19	Rendah
	TS	89		
	S	3		
	SS	8		
AL5	STS	0	2,19	Rendah
	TS	89		
	S	3		
	SS	8		
Rata-rata			2,54	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa pada indikator “Lokasi yang mudah dijangkau”, responden cenderung tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator lokasi yang mudah dijangkau sebesar 2,54 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan jarak antara Curug Cipamingkis dengan pusat kota yang cukup jauh.

Pada pernyataan pertama “Curug Cipamingkis dapat dicapai dengan mudah melalui berbagai transportasi, termasuk kendaraan pribadi, transportasi umum, dan layanan taksi”, responden yang menyatakan tidak setuju terdapat sebanyak 88 responden, responden yang menyatakan setuju terdapat 4 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan pertama dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 2,20 yang masuk dalam kategori rendah.

Pada pernyataan kedua “Terdapat petunjuk arah yang jelas dan informatif di sekitar lokasi objek wisata, memudahkan para wisatawan untuk menemukan tempat tersebut”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan kedua dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan ketiga “Terdapat jalur pejalan kaki atau trotoar yang luas dan ramah pengguna di sekitar Curug Cipamingkis, memberikan kenyamanan bagi para pengunjung yang ingin berjalan kaki”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan ketiga dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan keempat “Curug Cipamingkis mudah dijangkau dari bandara atau stasiun kereta terdekat, memudahkan wisatawan yang datang dari luar kota”, responden yang menyatakan tidak setuju terdapat sebanyak 89 responden, responden yang menyatakan setuju terdapat 3 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan keempat dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 2,19 yang masuk dalam kategori rendah.

Pada pernyataan kelima “Fasilitas transportasi tambahan, seperti layanan antar jemput atau tur lokal, juga tersedia untuk mempermudah pengunjung dalam

menjelajahi lokasi ini”, responden yang menyatakan tidak setuju terdapat sebanyak 89 responden, responden yang menyatakan setuju terdapat 3 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan kelima dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 2,19 yang masuk dalam kategori rendah.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Lokasi yang mudah dijangkau” terdapat nilai tertinggi dengan 3,08 pada pernyataan kedua dan ketiga. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan kedua dan ketiga petunjuk arah dirancang untuk memberikan informasi yang mudah dipahami, termasuk jarak, rute, dan titik-titik penting di sepanjang perjalanan. Dengan adanya tanda-tanda, wisatawan dapat merasa lebih aman dan nyaman, karena mengurangi kebingungan dan potensi tersesat. Sedangkan jalur pejalan kaki dirancang untuk memastikan keselamatan dan kenyamanan pengunjung, memungkinkan juga pengunjung menikmati pemandangan sekitar dengan lebih leluasa. Dengan adanya jalur pejalan kaki, wisatawan dapat menjelajahi area sekitar air terjun dengan mudah tanpa khawatir keselamatan mereka”.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Lokasi yang mudah dijangkau” terdapat nilai terendah dengan 2,19 pada pernyataan keempat dan kelima. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan keempat dan kelima benar bahwa Curug Cipamingkis ini jauh dari bandara atau stasiun kereta, dan tidak adanya transportasi tambahan seperti layanan antar-jemput atau tur lokal. Aksesibilitas yang terbatas ini bisa menjadi hambatan bagi pengunjung yang ingin menikmati keindahan air terjun namun tidak memiliki kendaraan pribadi. Kendala aksesibilitas ini membuat perjalanan menuju Curug Cipamingkis menjadi lebih menantang, terutama bagi wisatawan yang tidak memiliki kendaraan Pribadi”.

2. Transportasi (kelancaran akses)

Indikator Transportasi ini diukur dengan 5 pernyataan, hasil penelitian terdapat pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8 Skor rata-rata indikator transportasi

Pernyataan Indikator	Skor	Frekuensi	X	Keterangan
AT 1	STS	0	2,30	Rendah
	TS	78		
	S	14		
	SS	8		
AT 2	STS	0	3,08	Tinggi

	TS	0		
	S	92		
	SS	8		
AT 3	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	0		
	S	92		
	SS	8		
AT 4	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	0		
	S	92		
	SS	8		
AT 5	STS	0	2,20	Rendah
	TS	88		
	S	4		
	SS	8		
Rata-rata			2,74	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.8, dapat dilihat bahwa pada indikator “Transportasi”, responden cenderung setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator transportasi sebesar 2,74 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan belum adanya ketersediaan sarana transportasi menuju Curug Cipamingkis.

Pada pernyataan pertama “Curug Cipamingkis ini dapat dicapai dengan berbagai transportasi umum, memberikan fleksibilitas bagi pengunjung yang tidak menggunakan kendaraan pribadi”, responden yang menyatakan tidak setuju terdapat sebanyak 78 responden, responden yang menyatakan setuju terdapat 14 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan pertama dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 2,30 yang masuk dalam kategori rendah.

Pada pernyataan kedua “Penggunaan kendaraan pribadi juga dimungkinkan, dengan tersedianya fasilitas parkir yang memadai di sekitar area Curug Cipamingkis”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan kedua dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan ketiga “Curug Cipamingkis memiliki jalur sepeda dan fasilitas parkir bagi pengunjung yang memilih untuk menggunakan transportasi ramah lingkungan”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan ketiga dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan keempat “Keselamatan para pengunjung dijamin dengan adanya aturan lalu lintas yang ketat dan pengawasan di sekitar area transportasi”,

responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan keempat dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kelima “Transportasi umum yang dapat diandalkan tersedia di sekitar area, memudahkan para pengunjung untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya”, responden yang menyatakan tidak setuju terdapat sebanyak 88 responden, responden yang menyatakan setuju terdapat 4 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan pertama dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 2,20 yang masuk dalam kategori rendah.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Transportasi” terdapat nilai tertinggi dengan 3,08 pada pernyataan kedua, ketiga, dan keempat. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan kedua dan ketiga wisatawan yang datang menggunakan motor atau mobil dapat dengan mudah menemukan tempat parkir kendaraan, sehingga perjalanan menjadi lebih nyaman. Selain itu, Curug Cipamingkis juga memiliki jalur sepeda dan fasilitas parkir bagi pengunjung yang memilih untuk menggunakan transportasi ramah lingkungan. Jalur sepeda ini dirancang untuk memberikan pengalaman bersepeda yang aman dan menyenangkan, memungkinkan pengunjung menikmati pemandangan alam sekitar dengan lebih dekat. Sedangkan pada pernyataan keempat aturan lalu lintas ini diterapkan untuk memastikan bahwa kendaraan motor atau mobil dan sepeda dapat berbagi jalan dengan aman dan tertib. Selain itu, petugas keamanan ditempatkan di area parkir dan jalur pejalan kaki untuk memantau dan memberikan bantuan kepada pengunjung yang membutuhkannya”.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Transportasi” terdapat nilai terendah dengan 2,20 pada pernyataan kelima. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan kelima mengenai transportasi umum dapat menjadi hambatan bagi wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi, karena membatasi mobilitas mereka selama berkunjung. Ketidaksiediaan transportasi umum yang handal juga dapat mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang ke sini. Oleh karena itu, perbaikan infrastruktur transportasi dan peningkatan layanan transportasi umum di sekitar Curug Cipamingkis menjadi sangat penting”.

3. Ketersediaan rambu-rambu

Indikator Ketersediaan rambu-rambu ini diukur dengan 5 pernyataan, hasil penelitian terdapat pada tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.9 Skor rata-rata indikator ketersediaan rambu-rambu

Pernyataan Indikator	Skor	Frekuensi	X	Keterangan
AK 1	STS	0	3,09	Tinggi
	TS	0		
	S	91		
	SS	9		
AK 2	STS	0	3,09	Tinggi
	TS	0		
	S	91		
	SS	9		
AK 3	STS	0	3,09	Tinggi
	TS	0		
	S	91		
	SS	9		
AK 4	STS	0	3,09	Tinggi
	TS	0		
	S	91		
	SS	9		
AK 5	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	1		
	S	90		
	SS	9		
Rata-rata			3,08	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.9, dapat dilihat bahwa pada indikator “Ketersediaan rambu-rambu”, responden cenderung setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator ketersediaan rambu-rambu sebesar 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan tersedianya papan penunjuk arah ataupun rambu-rambu yang memudahkan wisatawan menuju Curug Cipamingkis.

Pada pernyataan pertama “Terdapat papan penunjuk arah yang terpasang dengan baik di sekitar Curug Cipamingkis memberikan petunjuk yang tepat untuk berbagai fasilitas dan atraksi di dalamnya”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 91 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 9 responden. Pada pernyataan pertama dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,09 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kedua “Papan informasi tentang rute evakuasi darurat juga disediakan di sekitar objek wisata, memastikan kesiapan dalam situasi darurat”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 91 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 9 responden. Pada pernyataan kedua dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,09 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan ketiga “Informasi tentang lokasi fasilitas umum, seperti toilet atau area istirahat, disertakan dalam rambu lalu lintas di sekitar objek wisata”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 91 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 9 responden. Pada pernyataan ketiga dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,09 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan keempat “Tersedia rambu pemberitahuan kebijakan keselamatan dan aturan lalu lintas, memastikan pengunjung mematuhi norma-norma yang berlaku di area tersebut”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 91 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 9 responden. Pada pernyataan keempat dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,09 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kelima “Seluruh rambu lalu lintas di objek wisata ini dirawat dengan baik, termasuk pemeliharaan cat dan tanda-tanda yang jelas”, responden yang menyatakan tidak setuju terdapat 1 responden, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 90 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 9 responden. Pada pernyataan kelima dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Ketersediaan rambu-rambu” terdapat nilai tertinggi dengan 3,09 pada pernyataan pertama sampai keempat. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan pertama sampai keempat mengenai ketersediaan rambu-rambu sudah terpasang dengan baik di sekitar Curug Cipamingkis. Berbagai papan informasi atau penanda seperti rute evakuasi, fasilitas umum, dan kebijakan untuk mematuhi norma-norma yang berlaku sudah terpasang dengan jelas. Upaya-upaya ini menunjukkan komitmen pengelola untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan menjaga keamanan di Curug Cipamingkis”.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Ketersediaan rambu-rambu” terdapat nilai terendah dengan 3,08 pada pernyataan kelima. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan kelima terdapat beberapa rambu-rambu yang catnya sudah memudar atau tanda-tandanya yang kabur (tidak jelas) dapat membuat informasi pada rambu lalu lintas sulit terbaca atau dimengerti. Walaupun hanya beberapa tetapi pengelola objek wisata perlu melakukan pemeliharaan dan perawatan rutin terhadap rambu lalu lintas, termasuk pembaruan cat dan penggantian tanda-tanda yang rusak atau tidak jelas”.

4. Akses jalan

Indikator Akses jalan ini diukur dengan 5 pernyataan, hasil penelitian terdapat pada tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10 Skor rata-rata indikator akses jalan

Pernyataan Indikator	Skor	Frekuensi	X	Keterangan
AA 1	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	0		
	S	92		
	SS	8		
AA 2	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	0		
	S	92		
	SS	8		
AA 3	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	0		
	S	92		
	SS	8		
AA 4	STS	0	3,08	Tinggi
	TS	0		
	S	92		
	SS	8		
AA 5	STS	0	2,25	Rendah
	TS	83		
	S	9		
	SS	8		
Rata-rata			2,91	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.10, dapat dilihat bahwa pada indikator “Akses jalan”, responden cenderung setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator akses jalan sebesar 2,91 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa alternatif rute menuju Curug Cipamingkis.

Pada pernyataan pertama “Jalan menuju Curug Cipamingkis sangat mudah diakses, memberikan pengalaman perjalanan yang lancar dan nyaman bagi para pengunjung”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan pertama dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kedua “Terdapat banyak alternatif rute menuju Curug Cipamingkis, memungkinkan para pengunjung untuk memilih jalan yang sesuai dengan preferensi selama perjalanan”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8

responden. Pada pernyataan kedua dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan ketiga “Meskipun terletak di daerah yang terpencil, akses jalan menuju Curug Cipamingkis ini tetap terjaga dengan baik, sehingga pengunjung tidak perlu khawatir tentang kondisi jalan yang buruk”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan ketiga dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan keempat “Fasilitas penunjang, seperti tempat istirahat atau area peristirahatan, tersedia di sepanjang jalur akses jalan untuk meningkatkan kenyamanan para pengunjung”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 92 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan keempat dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kelima “Jalur akses jalan ini terhubung dengan sistem transportasi umum yang efisien, memfasilitasi akses bagi pengunjung yang memilih untuk menggunakan transportasi publik”, responden yang menyatakan tidak setuju terdapat sebanyak 83 responden, responden yang menyatakan setuju terdapat 9 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 8 responden. Pada pernyataan kelima dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 2,25 yang masuk dalam kategori rendah.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Akses jalan” terdapat nilai tertinggi dengan 3,08 pada pernyataan pertama sampai keempat. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan pertama sampai keempat mengenai akses jalan sudah memadai, karena terdapat banyak alternatif rute untuk menuju Curug Cipamingkis. Selain itu selama perjalanan menuju lokasi terdapat fasilitas penunjang, seperti tempat istirahat atau halaman rumah warga yang diperbolehkan untuk istirahat karena untuk meningkatkan kenyamanan para pengunjung”.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Akses jalan” terdapat nilai terendah dengan 2,25 pada pernyataan kelima. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan kelima akses jalan menuju Curug Cipamingkis ini tidak terhubung dengan transportasi umum. Kendala ini dapat menjadi hambatan bagi wisatawan yang tidak memiliki kendaraan Pribadi karena membatasi kemampuan mereka untuk sampai di Curug Cipamingkis. Oleh karena itu, penting bagi pihak terkait untuk mempertimbangkan peningkatan konektivitas antara jalur akses jalan dan transportasi umum, sehingga membuat objek wisata lebih mudah dijangkau oleh semua orang”.

4.2.3 Minat Berkunjung Kembali (Y)

1. Rencana berkunjung kembali

Indikator Rencana berkunjung kembali dijangkau ini diukur dengan 5 pernyataan, hasil penelitian terdapat pada tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11 Skor rata-rata indikator rencana berkunjung kembali

Pernyataan Indikator	Skor	Frekuensi	X	Keterangan
MR 1	STS	0	3,13	Tinggi
	TS	0		
	S	87		
	SS	13		
MR 2	STS	0	3,13	Tinggi
	TS	0		
	S	87		
	SS	13		
MR 3	STS	0	3,12	Tinggi
	TS	0		
	S	88		
	SS	12		
MR 4	STS	0	3,12	Tinggi
	TS	0		
	S	88		
	SS	12		
MR 5	STS	0	3,14	Tinggi
	TS	0		
	S	86		
	SS	14		
Rata-rata			3,12	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.11, dapat dilihat bahwa pada indikator “Rencana berkunjung kembali” responden cenderung setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator rencana berkunjung kembali sebesar 3,12 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan responden memiliki keinginan untuk berkunjung kembali ke Curug Cipamingkis yang sudah pernah dikunjungi.

Pada pernyataan pertama “Saya berencana untuk berkunjung kembali ke Curug Cipamingkis karena pengalaman yang saya alami”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 87 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 13 responden. Pada pernyataan pertama dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,13 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kedua “Saya berencana untuk mengunjungi kembali Curug Cipamingkis bersama dengan teman atau keluarga agar mereka juga dapat menikmati pengalaman yang luar biasa di sini”, responden yang menyatakan

setuju terdapat sebanyak 87 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 13 responden. Pada pernyataan kedua dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,13 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan ketiga “Curug Cipamingkis memiliki banyak fasilitas yang ditawarkan”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 88 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 12 responden. Pada pernyataan ketiga dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,12 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan keempat “Curug Cipamingkis memiliki daya tarik yang kuat, sehingga saya yakin akan menarik untuk dikunjungi kembali di masa mendatang”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 88 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 12 responden. Pada pernyataan keempat dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,12 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kelima “Rencana saya untuk berkunjung kembali ke Curug Cipamingkis berkaitan dengan keinginan untuk mendapatkan lebih banyak kenangan indah dan foto-foto yang menarik”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 86 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 14 responden. Pada pernyataan kelima dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,14 yang masuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Rencana berkunjung kembali” terdapat nilai tertinggi dengan 3,14 pada pernyataan kelima. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan kelima Curug Cipamingkis menawarkan keindahan alamnya yang menakjubkan, air terjun yang mempesona, serta suasana alam yang menenangkan menjadikan Curug Cipamingkis sebagai tempat yang sangat cocok untuk dijelajahi kembali. Setiap sudut dan momen bisa menjadi inspirasi untuk menghasilkan foto-foto yang indah dan menakjubkan”.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Rencana berkunjung kembali” terdapat nilai terendah dengan 3,12 pada pernyataan ketiga dan keempat. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan ketiga dan keempat mungkin bagi sebagian pengunjung fasilitas yang ditawarkan oleh Curug Cipamingkis masih dirasa kurang memadai. Masih banyak lahan luas yang bisa dibangun untuk fasilitas atau atraksi baru sehingga pengunjung yang datang dapat menikmati pengalaman yang lebih menarik. Dengan menambah fasilitas dan atraksi baru, Curug Cipamingkis mungkin bisa menjadi lebih menarik dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pengunjung yang beragam”.

2. Minat referensi mengunjungi kembali

Indikator Rencana berkunjung kembali dijangkau ini diukur dengan 5 pernyataan, hasil penelitian terdapat pada tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4.12 Skor rata-rata indikator referensi mengunjungi kembali

Pernyataan Indikator	Skor	Frekuensi	X	Keterangan
MMR 1	STS	0	3,10	Tinggi
	TS	0		
	S	90		
	SS	10		
MMR 2	STS	0	3,10	Tinggi
	TS	0		
	S	90		
	SS	10		
MMR 3	STS	0	3,10	Tinggi
	TS	0		
	S	90		
	SS	10		
MMR 4	STS	0	3,10	Tinggi
	TS	0		
	S	90		
	SS	10		
MMR 5	STS	0	3,10	Tinggi
	TS	0		
	S	90		
	SS	10		
Rata-rata			3,10	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.12, dapat dilihat bahwa pada indikator “Minat referensi mengunjungi kembali”, responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator minat referensi mengunjungi kembali sebesar 3,10 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan responden dapat menikmati fasilitas yang ada dan mendapatkan kenyamanan dengan suasana yang asri, tentunya wajib untuk direkomendasikan kepada orang lain agar bisa menikmati keindahan Curug Cipamingkis.

Pada pernyataan pertama “Berdasarkan pengalaman saya yang luar biasa di Curug Cipamingkis, saya akan merekomendasikan tempat ini kepada teman dan keluarga saya untuk dikunjungi”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 90 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 10 responden. Pada pernyataan pertama dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,10 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kedua “Setelah mengunjungi Curug Cipamingkis, saya merasa sangat tertarik untuk kembali dan akan menceritakan pengalaman saya kepada orang-orang di sekitar saya”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 90 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 10 responden. Pada pernyataan kedua dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,10 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan ketiga “Rencana saya untuk mengunjungi kembali objek wisata ini muncul karena saya ingin mengajak teman atau keluarga dalam petualangan seru di tempat ini”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 90 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 10 responden. Pada pernyataan ketiga dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,10 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan keempat “Pengalaman yang luar biasa di Curug Cipamingkis membuat saya ingin memberikan referensi kepada teman-teman saya yang sedang mencari tempat tujuan liburan dengan suasana yang menyenangkan”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 90 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 10 responden. Pada pernyataan keempat dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,10 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kelima “Setelah mengunjungi Curug Cipamingkis, saya merasa bahwa akan sangat baik untuk mereferensikannya kepada komunitas atau grup sosial saya yang memiliki minat yang sama”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 90 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 10 responden. Pada pernyataan kelima dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,10 yang masuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Minat referensi mengunjungi kembali” dari pernyataan pertama sampai kelima mendapatkan nilai 3,10. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan pertama sampai kelima saya setuju dengan referensi Curug Cipamingkis sebagai tempat tujuan liburan dengan suasana yang menyenangkan. Curug Cipamingkis ini menawarkan keindahan alam yang indah, dengan air terjun yang menyejukkan dan lingkungan yang asri. Wisatawan bisa berenang, bermain air, atau hanya duduk-duduk santai menikmati alam. Oleh karena itu tentunya para pengunjung akan merekomendasikan Curug Cipamingkis kepada teman, keluarga, ataupun melalui media social untuk mereka yang ingin melarikan diri sejenak dari hiruk-pikuk kehidupan di kota”.

3. Minat preferensi kunjungan

Indikator Rencana berkunjung kembali dijangkau ini diukur dengan 5 pernyataan, hasil penelitian terdapat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13 Skor rata-rata indikator minat preferensi kunjungan

Pernyataan Indikator	Skor	Frekuensi	X	Keterangan
MMP 1	STS	0	3,17	Tinggi
	TS	0		
	S	83		
	SS	17		
MMP 2	STS	0	3,16	Tinggi
	TS	0		
	S	84		
	SS	16		
MMP 3	STS	0	3,13	Tinggi
	TS	0		
	S	87		
	SS	13		
MMP 4	STS	0	3,16	Tinggi
	TS	0		
	S	84		
	SS	16		
MMP 5	STS	0	3,18	Tinggi
	TS	0		
	S	82		
	SS	18		
Rata-rata			3,16	Tinggi

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.13, dapat dilihat bahwa pada indikator “Minat preferensi kunjungan”, responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator minat referensi mengunjungi kembali sebesar 3,16 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dikarenakan terdapat fasilitas glamping camp dan villa yang tentunya dapat mengajak keluarga besar untuk menikmati suasana yang tenang dan menyegarkan dari Curug Cipamingkis tersebut.

Pada pernyataan pertama “Curug Cipamingkis lebih menarik perhatian, karena suasana dan lingkungannya sesuai dengan preferensi liburan saya”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 83 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 17 responden. Pada pernyataan pertama dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,17 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kedua “Rencana saya untuk berkunjung kembali ke Curug Cipamingkis berkaitan dengan memenuhi keinginan waktu liburan dengan menikmati suasana yang tenang dan menyegarkan di sini”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 84 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 16 responden. Pada pernyataan kedua dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,16 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan ketiga “Saya sangat tertarik untuk kembali mengunjungi Curug Cipamingkis, karena ingin mengeksplorasi lebih banyak atraksi atau aktivitas yang belum saya nikmati sebelumnya”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 87 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 13 responden. Pada pernyataan ketiga dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,13 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan keempat “Saya merasa sangat tertarik untuk kembali ke Curug Cipamingkis, karena ada banyak atraksi yang sesuai dengan minat saya”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 84 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 16 responden. Pada pernyataan keempat dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,16 yang masuk dalam kategori tinggi.

Pada pernyataan kelima “Suasana santai dan damai di Curug Cipamingkis ini membuat saya ingin kembali untuk merasakan ketenangan yang sulit ditemukan di tempat lain”, responden yang menyatakan setuju terdapat sebanyak 82 responden, responden yang menyatakan sangat setuju terdapat 18 responden. Pada pernyataan kelima dari keseluruhan data memperoleh skor nilai rata-rata 3,18 yang masuk dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Minat preferensi kunjungan” terdapat nilai tertinggi dengan 3,18 pada pernyataan kelima. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan kelima Curug Cipamingkis menawarkan keindahan alamnya yang asri, dengan gemericik air terjun yang jernih dan udara yang segar, memberikan perasaan tenang dan nyaman yang begitu mendalam. Lingkungan yang asri dan suasana yang menenangkan membuat tempat ini menjadi destinasi favorit bagi mereka yang mencari kedamaian dan ketenangan yang mengembalikan energi dan semangat”.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata pada indikator “Minat preferensi kunjungan” terdapat nilai terendah dengan 3,13 pada pernyataan ketiga. Hal ini sejalan dengan wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Ifnu sebagai berikut:

“Pada pernyataan ketiga mungkin bagi sebagian penunjang merasa ingin mencari pengalaman baru di tempat lain yang dapat menawarkan berbagai kegiatan yang berbeda dan menarik. Mungkin ada destinasi lain dengan atraksi yang lebih beragam atau aktivitas petualangan yang menarik perhatian saat ini. Tetapi, tidak menutup kemungkinan juga untuk kembali mengunjungi Curug Cipamingkis di masa depan jika ada perubahan minat atau ingin mencari kedamaian lagi setelah menjelajahi destinasi lain”.

4.3 Uji Korelasi Spearman Rank

Hasil uji korelasi dengan menggunakan *Spearman Rank* dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14 Korelasi

Correlations				
		Aksesibilitas		Minat berkunjung kembali
<i>Spearman's rho</i>	Aksesibilitas	Correlation Coefficient	1.000	.619**
		Sig.(2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Minat berkunjung kembali	Correlation Coefficient	.619**	1.000
		Sig.(2-tailed)	.000	.
		N	100	100

Sumber: Data Primer, 2024

Untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi dapat dilihat pada 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.15 Interpretasi koefisien korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan	Hasil koefisien
0,00 – 0,199	Sangat rendah	0,619**
0,20 – 0,399	Rendah	
0,40 – 0,599	Sedang	
0,60 – 0,799	Kuat	
0,80 – 1,000	Sangat kuat	

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan dari output SPSS 26 di atas, dapat disimpulkan bahwa korelasi antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali yaitu 0,619. Berdasarkan interpretasi pada tabel 4.15 hasil koefisien korelasi berada pada rentang 0,60 – 0,799, maka hubungan antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali dapat dikategorikan sebagai kuat.

4.3.1 Uji hubungan antara variabel aksesibilitas (X) dengan variabel minat berkunjung kembali (Y)

Tabel 4.16 Hasil nilai hubungan antara variabel aksesibilitas dengan variabel minat berkunjung kembali

Aksesibilitas		Minat berkunjung kembali		
		Y1	Y2	Y3
		MR	MMR	MMP
X1	AL	.754**	.824**	.660**
X2	AT	.562**	.633**	.512**
X3	AK	.764**	.791**	.615**
X4	AA	.764**	.702**	.792**

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil uji hubungan antara indikator lokasi yang mudah dijangkau (X1) dengan indikator rencana berkunjung kembali (Y1) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,754 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan kuat antara keduanya. Selanjutnya, hasil uji hubungan antara indikator lokasi yang mudah dijangkau (X1) dengan indikator minat referensi mengunjungi kembali (Y2) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,824 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan sangat kuat antara keduanya. Selanjutnya hasil uji hubungan antara indikator lokasi yang mudah dijangkau (X1) dengan indikator minat preferensi kunjungan (Y3) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,660 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan kuat antara keduanya.

Berdasarkan hasil uji hubungan antara indikator transportasi (X2) dengan indikator rencana berkunjung kembali (Y1) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,562 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan kuat antara keduanya. Selanjutnya hasil uji hubungan antara indikator transportasi (X2) dengan indikator minat referensi mengunjungi kembali (Y2) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,633 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan kuat antara keduanya. Selanjutnya hasil uji hubungan antara indikator transportasi (X2) dengan indikator minat preferensi kunjungan (Y3) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,512 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan kuat antara keduanya.

Berdasarkan hasil uji hubungan antara indikator ketersediaan rambu-rambu (X3) dengan indikator rencana berkunjung kembali (Y1) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,764 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan sangat kuat antara keduanya. Selanjutnya hasil uji hubungan antara indikator ketersediaan rambu-rambu (X3) dengan indikator minat referensi mengunjungi kembali (Y2) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,791 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan sangat kuat antara keduanya. Selanjutnya hasil uji hubungan antara indikator ketersediaan rambu-rambu (X3) dengan indikator minat preferensi kunjungan (Y3) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,615 dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan kuat antara keduanya.

Berdasarkan hasil uji hubungan antara indikator akses jalan (X4) dengan indikator rencana berkunjung kembali (Y1) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,764 yang dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan sangat kuat antara keduanya. Selanjutnya hasil uji hubungan antara indikator akses jalan (X4) dengan indikator minat referensi mengunjungi kembali (Y2) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,702 dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan kuat antara keduanya. Selanjutnya

hasil uji hubungan antara indikator akses jalan (X4) dengan indikator minat preferensi kunjungan (Y3) yang di uji dengan *Spearman rank* memperoleh nilai hubungan sebesar 0,792 dinyatakan sangat signifikan dan tingkat kekuatan korelasinya dikategorikan sangat kuat antara keduanya.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Persepsi pengunjung tentang aksesibilitas di Curug Cipamingkis

Persepsi pengunjung adalah penilaian atau pandangan pengunjung terhadap sesuatu. Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapat persepsi positif dari pengunjung. Pada penelitian ini telah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang mencakup 20 pernyataan pada variabel aksesibilitas (X) dan memperoleh skor rata-rata dari setiap indikatornya. Melalui analisis persepsi pengunjung yang tergambarkan dalam kuesioner peneliti dapat menyampaikan jawaban atas rumusan masalah dengan mendeskripsikan aksesibilitas di Curug Cipamingkis berdasarkan persepsi pengunjung. Dengan demikian, dapat dipahami bagaimana pengunjung melihat aksesibilitas objek wisata tersebut dan identifikasi potensi perbaikan yang mungkin diperlukan untuk meningkatkan pengalaman wisata pengunjung di masa mendatang.

Pada indikator “Lokasi yang mudah dijangkau”, responden cenderung tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan sehingga nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator lokasi yang mudah dijangkau sebesar 2,54 yang masuk dalam kategori tinggi, hal ini dikarenakan jarak antara Curug Cipamingkis dengan pusat kota cukup jauh. Selanjutnya pada indikator “Transportasi”, responden cenderung setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan sehingga nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator transportasi sebesar 2,74 yang masuk dalam kategori tinggi, hal ini dikarenakan belum adanya ketersediaan sarana transportasi menuju Curug Cipamingkis. Selanjutnya pada indikator “Ketersediaan rambu-rambu”, responden cenderung setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan sehingga nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator ketersediaan rambu-rambu sebesar 3,08 yang masuk dalam kategori tinggi, hal ini dikarenakan tersedianya papan petunjuk arah ataupun rambu-rambu yang memudahkan wisatawan menuju Curug Cipamingkis. Selanjutnya pada indikator “Akses jalan”, responden cenderung setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan sehingga nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator akses jalan sebesar 2,91 yang masuk dalam kategori tinggi, hal ini dikarenakan terdapat beberapa alternatif rute menuju Curug Cipamingkis.

Berdasarkan hasil analisis skor rata-rata dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden cenderung “setuju” dengan pernyataan yang diberikan mengenai aksesibilitas Curug Cipamingkis. Hal ini terlihat dari total skor rata-rata secara keseluruhan variabel sebesar 2,63 yang masuk dalam kategori tinggi. Responden cenderung memiliki persepsi positif terhadap aksesibilitas Curug Cipamingkis. Meskipun terdapat beberapa kekurangan seperti jarak yang cukup jauh dari pusat kota dan kebutuhan akan transportasi yang lebih memadai untuk sampai ke lokasi, namun dengan tersedianya petunjuk arah dan alternatif rute dianggap sudah cukup memadai oleh responden. Dengan ini menunjukkan bahwa

kualitas aksesibilitas Curug Cipamingkis masih perlu ditingkatkan untuk menciptakan persepsi yang lebih positif bagi pengunjung. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan aksesibilitas dapat membantu menciptakan pengalaman wisata yang lebih menyenangkan dan memperkuat minat berkunjung kembali dari para pengunjung.

4.4.2 Minat berkunjung kembali wisatawan di Curug Cipamingkis

Minat berkunjung kembali merupakan suatu ketertarikan atau kepuasan terhadap informasi suatu destinasi wisata mengenai faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pada penelitian ini telah dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang mencakup 15 pernyataan pada variabel minat berkunjung kembali (Y) dan memperoleh skor rata-rata dari setiap indikatornya. Dengan demikian, peneliti memiliki data yang mencerminkan tingkat minat berkunjung kembali wisatawan di Curug Cipamingkis. Analisis terhadap data tersebut memungkinkan peneliti untuk menyampaikan jawaban atas rumusan masalah dengan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata tersebut. Informasi ini dapat menjadi landasan bagi pengelola objek wisata untuk meningkatkan kualitas layanan, fasilitas, atau pengalaman pengunjung sehingga dapat memperkuat minat wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang.

Pada indikator “Rencana berkunjung kembali” responden cenderung setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan sehingga nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator rencana berkunjung kembali sebesar 3,12 yang masuk dalam kategori tinggi, hal ini dikarenakan responden memiliki keinginan untuk berkunjung kembali ke Curug Cipamingkis yang sudah pernah dikunjungi. Selanjutnya pada indikator “Minat referensi mengunjungi kembali”, responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan sehingga nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator minat referensi mengunjungi kembali sebesar 3,10 yang masuk dalam kategori tinggi, hal ini dikarenakan responden dapat menikmati fasilitas yang ada dan mendapatkan kenyamanan dengan suasana yang asri, tentunya wajib untuk direkomendasikan kepada orang lain agar bisa menikmati keindahan Curug Cipamingkis. Selanjutnya pada indikator “Minat preferensi kunjungan”, responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan sehingga nilai skor rata-rata jawaban keseluruhan indikator minat referensi mengunjungi kembali sebesar 3,16 yang masuk dalam kategori tinggi, hal ini dikarenakan terdapat fasilitas *glamping camp* dan villa yang tentunya dapat mengajak keluarga besar untuk menikmati suasana yang tenang dan menyegarkan dari Curug Cipamingkis tersebut.

Berdasarkan hasil data tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden cenderung “setuju” dengan pernyataan yang diberikan mengenai minat berkunjung kembali. Hal ini terlihat dari total skor rata-rata secara keseluruhan variabel sebesar 3,12 yang masuk dalam kategori tinggi. Dengan ini menunjukkan bahwa wisatawan yang datang ke Curug Cipamingkis memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pengalaman mereka di Curug Cipamingkis. Hal ini terlihat dari respon positif para responden terhadap faktor-faktor seperti rencana berkunjung kembali, minat referensi untuk mengunjungi kembali, dan preferensi kunjungan yang dinilai sangat positif. Adanya minat berkunjung

kembali yang tinggi menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa kekurangan dalam aksesibilitas, pengalaman yang positif yang diperoleh oleh para pengunjung di Curug Cipamingkis mampu mengatasi kendala tersebut. Oleh karena itu, upaya untuk memperbaiki aksesibilitas dan meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas di Curug Cipamingkis dapat menjadi investasi yang bernilai untuk memperkuat dan mempertahankan minat dan kepuasan pengunjung di masa mendatang.

4.4.3 Hubungan persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali wisatawan di Curug Cipamingkis

Penelitian mengenai hubungan persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali wisatawan di Curug Cipamingkis bertujuan untuk menganalisis seberapa kuat hubungan antara persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali di Curug Cipamingkis. Pada analisis masalah, peneliti menggunakan variabel aksesibilitas dan minat berkunjung kembali untuk menguji hipotesis tersebut peneliti menggunakan uji korelasi *Spearman rank*. Dasar pengambilan keputusan dari *Spearman rank* adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan dua variabel memiliki hubungan yang berkorelasi.

Setelah dilakukan uji korelasi menggunakan uji *Spearman rank* koefisien korelasi antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali adalah 0,619 dengan nilai signifikansinya 0.000 serta nilai koefisiennya berada pada rentang 0,60 – 0,799. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali dikategorikan sebagai kuat. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H_0 = Tidak terdapat hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali di Curug Cipamingkis

H_1 = Terdapat hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali di Curug Cipamingkis

Berdasarkan hasilnya hipotesis H_1 diterima, yang menunjukkan adanya hubungan antara persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali di Curug Cipamingkis. Curug Cipamingkis memiliki potensi besar untuk menarik pengunjung dan mempertahankan minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, pengelola dan pemerintah daerah perlu melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas aksesibilitas. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan persepsi yang lebih baik dan menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada meningkatnya citra Curug Cipamingkis.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, uang saku/pendapatan, dan intensitas kunjungan ke Curug Cipamingkis. Dari penelitian yang telah dilakukan, dibawah ini merupakan gambaran hubungan persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali wisatawan di Curug Cipamingkis sebagai berikut:

1. Jenis kelamin, hasil survei menunjukkan bahwa responden perempuan cenderung lebih memperhatikan aspek-aspek aksesibilitas seperti keamanan, kemudahan akses, dan kebersihan fasilitas. Perempuan memiliki kepekaan yang lebih tinggi terhadap detail-detail ini karena kebutuhan dan preferensinya. Pengalaman positif yang diperoleh dari kunjungan sebelumnya, memainkan peran penting dalam meningkatkan minat berkunjung kembali bagi responden perempuan. Perempuan cenderung memiliki persepsi yang lebih positif tentang aksesibilitas dan lebih berminat untuk kembali berkunjung ke Curug Cipamingkis. Hal ini disebabkan perhatian yang lebih besar terhadap fasilitas dan kenyamanan yang dibutuhkan.
2. Usia, hasil survei menunjukkan bahwa responden dalam rentang usia 26-30 tahun cenderung lebih peka terhadap aspek-aspek aksesibilitas seperti kemudahan parkir, rute yang jelas, dan fasilitas penunjang yang memadai. Kelompok usia ini juga cenderung lebih terhubung dengan teknologi dan mungkin mengharapkan informasi yang mudah diakses melalui perangkat digital tentang aksesibilitas di Curug Cipamingkis. Pada usia 26-30 tahun memiliki preferensi untuk pengalaman wisata yang memberikan kenyamanan dan kemudahan. Pengalaman positif terkait aksesibilitas, seperti parkir yang mudah, rute yang jelas, dan fasilitas yang memadai, dapat meningkatkan minat mengunjungi kembali Curug Cipamingkis.
3. Pendidikan terakhir, hasil survei menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan D3/S1/S2/S3 cenderung memiliki pengetahuan dan kesadaran yang lebih baik mengenai aksesibilitas. Responden kelompok ini lebih kritis dalam menilai fasilitas dan infrastruktur yang ada serta memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas aksesibilitas dan fasilitas. Responden dengan tingkat pendidikan D3/S1/S2/S3 memiliki standar yang lebih tinggi untuk pengalaman wisata sehingga faktor-faktor seperti kebersihan, kemudahan akses, dan kenyamanan fasilitas sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali berkunjung.
4. Pekerjaan, hasil survei menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai pegawai swasta cenderung memiliki kesibukan yang tinggi dan menginginkan efisiensi dalam kunjungan mereka. Mereka mengharapkan aksesibilitas yang baik untuk mengoptimalkan waktu kunjungan termasuk kemudahan dalam mencapai lokasi dan fasilitas yang tersedia. Pegawai swasta mencari pengalaman wisata yang memberikan kenyamanan dan kemudahan. Jika mereka menemukan aksesibilitas yang memadai dan fasilitas yang berkualitas, minat untuk berkunjung kembali akan meningkat. Meski memiliki jadwal yang padat mungkin tetap merencanakan kunjungan wisata pada akhir pekan atau hari libur.
5. Uang saku/pendapatan, hasil survei menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan dalam rentang Rp 4.500.000 hingga Rp 5.000.000 cenderung memiliki harapan yang tinggi terhadap fasilitas dan aksesibilitas. Mereka mengharapkan fasilitas yang memadai, rute yang nyaman, dan akses yang mudah. Dengan ini, mereka memiliki daya beli yang lebih baik untuk menikmati fasilitas berbayar yang ditawarkan di Curug Cipamingkis. Jika aksesibilitas dan fasilitas yang tersedia

memenuhi atau melebihi harapan mereka, minat untuk berkunjung kembali akan meningkat.

6. Intensitas kunjungan, hasil survei menunjukkan bahwa responden yang telah mengunjungi Curug Cipamingkis sebanyak dua kali memiliki pengalaman sebelumnya yang mempengaruhi persepsi mereka tentang aksesibilitas. Responden ini mampu memberikan penilaian lebih akurat berdasarkan pengalaman langsung yang menunjukkan kepuasan dan loyalitas untuk berkunjung kembali. Jika aksesibilitas dan fasilitas memenuhi atau melebihi harapan mereka pada kunjungan kedua, kemungkinan besar mereka akan memiliki minat yang lebih tinggi untuk berkunjung kembali.

4.5 Hubungan Teori Atribusi dengan Hasil penelitian

Pada penelitian ini penggunaan teori atribusi yang dikemukakan oleh Fritz Heider (1958) yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Teori ini menjelaskan mengenai proses identifikasi penyebab dan motif tentang perilaku seseorang. Teori atribusi memberikan perhatian pada bagaimana seseorang sesungguhnya bertingkah laku. Dengan kata lain individu cenderung mencari penyebab atau motif atas peristiwa atau pengalaman yang di alami dan atribusi tersebut dapat mempengaruhi sikap dan perilaku mereka di masa depan. Maka dengan menggunakan teori atribusi akan menjelaskan apakah terdapat hubungan antara persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali di Curug Cipamingkis.

Ketika pengunjung menilai aksesibilitas suatu objek wisata (misalnya seberapa mudah objek wisata tersebut dapat dijangkau) mereka dapat mengaitkannya dengan penyebab tertentu seperti jarak, ketersediaan transportasi, dan kondisi jalan. Atribusi pengunjung dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap objek wisata dan minat mereka untuk berkunjung kembali. Dalam hal ini, jika pengunjung menilai aksesibilitas Curug Cipamingkis mudah diakses (misalnya karena transportasi yang memadai atau akses jalan yang baik) mereka cenderung membuat atribusi positif tentang objek wisata tersebut. Hal ini dapat menciptakan kesan positif terhadap Curug Cipamingkis dan memperkuat minat mereka untuk berkunjung kembali di masa depan. Sebaliknya, jika pengunjung menilai aksesibilitas Curug Cipamingkis sulit diakses (misalnya karena jarak atau minimnya transportasi) mereka mungkin cenderung membuat atribusi negatif. Atribusi negatif ini dapat mengurangi kesan positif terhadap objek wisata dan mengurangi minat untuk berkunjung kembali. Dengan memahami bagaimana atribusi pengunjung terhadap aksesibilitas memengaruhi persepsi dan minat berkunjung kembali pengelola objek wisata dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan memperkuat minat mereka untuk kembali di masa mendatang.

Dengan menggunakan teori atribusi ini sangat relevan dalam memahami hubungan antara persepsi pengunjung tentang aksesibilitas di Curug Cipamingkis dengan minat berkunjung kembali. Teori ini menyatakan bahwa individu cenderung menilai penyebab dari suatu kejadian atau pengalaman. Dengan asumsi bahwa semakin baik persepsi pengunjung tentang aksesibilitas maka semakin tinggi kemungkinan minat untuk berkunjung kembali yang sejalan dengan teori

atribusi. Oleh karena itu, untuk menguji apakah terdapat korelasi positif antara persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dan minat berkunjung kembali serta seberapa kuat hubungannya dengan metode yang tepat dapat menggunakan uji korelasi *Spearman rank*. Hal ini, peneliti dapat mengukur seberapa eratnya hubungan antara kedua variabel tersebut berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

Berdasarkan hasil penelitian, koefisien korelasi antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali yaitu 0,619 dan nilai koefisien berada pada rentang 0,60 – 0,799, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali dikategorikan sebagai kuat. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi pengunjung tentang aksesibilitas di Curug Cipamingkis dengan minat mereka untuk berkunjung kembali. Dilihat dari responden yang mengisi kuesioner, terdapat beberapa kendala seperti jarak yang cukup jauh dari pusat kota dan kebutuhan akan transportasi yang kurang memadai untuk sampai ke lokasi, namun dengan tersedianya petunjuk arah dan alternatif rute dianggap sudah cukup memadai. Karena terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali, seperti kualitas layanan, akomodasi, kebersihan, keindahan alam yang menjadi daya tarik kepuasan sebelumnya. Oleh karena itu, penting untuk melihat faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.

Apabila dilihat dari jenis atribusi, atribusi yang digunakan pada penelitian ini yaitu atribusi kausalitas (sebab-akibat). Dilihat dari faktor internal, jika seorang pengunjung percaya bahwa aksesibilitas yang kurang baik disebabkan oleh faktor internal yang dapat diperbaiki oleh pengelola atau pemerintah setempat (misalnya kurangnya perawatan jalan menuju Curug Cipamingkis), mereka mungkin cenderung untuk kembali berkunjung karena percaya bahwa dapat dilakukan perbaikan. Keyakinan ini memunculkan harapan bahwa kondisi akan membaik di masa depan, sehingga meningkatkan minat mereka untuk berkunjung kembali. Dilihat dari faktor eksternal, jika seorang pengunjung menganggap bahwa aksesibilitas yang buruk disebabkan oleh faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan (misalnya lokasi yang cukup jauh dari kota), mereka mungkin memiliki minat yang lebih rendah untuk berkunjung kembali karena merasa tergantung pada faktor eksternal tersebut yang sulit dikendalikan. Keyakinan ini dapat mengurangi harapan mereka terhadap perbaikan aksesibilitas di masa depan, sehingga mengurangi minat mereka untuk berkunjung kembali.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan persepsi pengunjung tentang aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali di Curug Cipamingkis diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi pengunjung tentang aksesibilitas berdasarkan hasil dari 100 responden secara keseluruhan menunjukkan kesetujuannya terhadap pernyataan yang ada, sebagaimana yang ditunjukkan dari perhitungan skor rata-rata variabel aksesibilitas sebesar 2,63 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa pengunjung cenderung memiliki persepsi positif terhadap aksesibilitas di Curug Cipamingkis. Meskipun terdapat beberapa kekurangan seperti jarak yang cukup jauh dari pusat kota dan kebutuhan akan transportasi yang lebih memadai untuk sampai ke lokasi, namun dengan tersedianya petunjuk arah dan alternatif rute dianggap sudah cukup memadai. Dengan hasil ini menyoroti pentingnya peningkatan kualitas aksesibilitas di Curug Cipamingkis untuk menciptakan persepsi yang lebih positif dan meningkatkan minat berkunjung kembali bagi pengunjung.
2. Minat berkunjung kembali berdasarkan hasil dari 100 responden secara keseluruhan menunjukkan terdapat tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pengalaman mereka di Curug Cipamingkis, sebagaimana yang ditunjukkan dari perhitungan skor rata-rata variabel minat berkunjung kembali sebesar 3,12 yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang mengunjungi cenderung memiliki persepsi positif terhadap Curug Cipamingkis. Dengan pengalaman positif yang dialami oleh responden, mendorong mereka untuk berencana kembali ke Curug Cipamingkis. Maka pengelola perlu terus meningkatkan pengalaman pengunjung dan mempertahankan daya tarik Curug Cipamingkis agar dapat menarik minat pengunjung di masa mendatang.
3. Persepsi pengunjung tentang aksesibilitas berhubungan secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Curug Cipamingkis. Setelah dilakukan uji korelasi dengan *Spearman rank*, koefisien korelasi antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali yaitu 0,619 dengan nilai signifikansinya 0.000 dan nilai koefisien berada pada rentang 0,60 – 0,799, berdasarkan hasilnya hipotesis H_1 dapat diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara aksesibilitas dengan minat berkunjung kembali dikategorikan kuat. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Curug Cipamingkis telah berhasil menciptakan pengalaman positif bagi pengunjungnya meskipun terdapat aksesibilitasnya yang perlu ditingkatkan. Curug Cipamingkis memiliki potensi besar untuk menarik pengunjung dan mempertahankan minat mereka untuk berkunjung kembali.

5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, sehingga peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian tentang aksesibilitas dan minat berkunjung kembali atau melakukan penelitian sejenis maupun mengembangkan penelitian tersebut atau sebagai saran bagi pemerintah maupun pengelola destinasi wisata yang bersangkutan. Berikut saran dari peneliti, yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang pengembangan pariwisata diharapkan dapat menggunakan variabel lain yang belum diteliti untuk memperkaya pengembangan dalam komunikasi pariwisata selanjutnya.
2. Bagi pemerintah dengan adanya penelitian ini dapat meninjau kembali mengenai aksesibilitas untuk menuju ke Curug Cipamingkis atau objek wisata yang lainnya disekitar kecamatan Sukamakmur.
3. Bagi pengelola Curug Cipamingkis diharapkan tetap terus meningkatkan daya tarik dan kualitas fasilitas yang ada agar menciptakan pengalaman yang mengesankan dan mendorong pengunjung untuk berencana kembali ke Curug Cipamingkis.

DAFTAR PUSTAKA

- Allameh, S. M., Pool J.K., Jaber A., Salehzadeh R., & Asadi H. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions: The role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. . *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 27 Issue 2 pp. 191 - 207.
- Anam, K. (2022, Juni 03). Pariwisata RI Naik Peringkat, Ranking 32 dari 117 Negara. Retrived November 21, 2023 from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220603154925-33-344181/pariwisata-ri-naik-peringkat-ranking-32-dari-117-negara>
- Cangara. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fentri, D. (2017). Persepsi Pengunjung terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau. *Jom Fisip*, 4 (2): 1-11.
- Heider, F. (1958). *The Psychology Of Interpersonal Relation*. New York: Wiley.
- Hermawan. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode* . Kuningan : Hidayatul Quran Kuningan.
- Hudiono, R. (2022). Gender dan Usia Muda: Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi Covid 19. *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol 6 No 2.
- J. Joseph Cronin, Jr & Steven A. Taylor. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension . *Journal Of Marketing*, Vol 56, 55-58.
- Jallaludin, R. (2013). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- John M. Ivancevich, Robert Konopaske, dan Michael T. Matteson. (2010). *Perilaku Manajemen Organisasi (cetakan ke-8)*. Jakarta: Erlangga.
- Kabu. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Wisata ke Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 2(!), 24-31.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lahagu, A. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pengembangan Wisata Di Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan. *Agriscience*, Vol 4 No 2, 255-257.
- Mawaddah. (2021). Pengaruh Aksesibilitas dan Tarif Masuk Objek Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di objek Wisata Danau Cibogas. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 03 No 02.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Normalasari. (2023). Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word Of Mouth. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol 12 No 01.
- Nugroho. (2018). Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6A. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, Vol 19, No 2.

- Pamela Pantouw & Sifrid S. Pangemanan. (2014). The Effect Of Destination Image And Tourist Satisfaction On Intention To Revisit In Lembah Hill Resort. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.3, 049-057.
- Prayogo. (2018). *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- Rahmadhani, D. A. (05 Agustus 2023). 7 Rekomendasi Wisata Air Terjun di Bogor, Cocok untuk Healing. Retrived November 09, 2023 from oketravel: <https://travel.okezone.com/read/2023/08/05/408/2858259/7-rekomendasi-wisata-air-terjun-di-bogor-cocok-untuk-healing?page=1>
- Roseptika. (2017). Analisis Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Kemudahan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada situs jual beli online Zalora.co.id). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 6, 1-12.
- Sadya, S. (2023, Mei 24). Jawa Barat Punya Objek Daya Tarik Wisata Terbanyak pada 2021. Retrived November 21, 2023 from data indonesia: <https://dataindonesia.id/pariwisata/detail/jawa-barat-punya-objek-daya-tarik-wisata-terbanyak-pada-2021>
- Sahla, H. M. (2017). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisata Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. *Ilmu Manajemen*, 1151–1160.
- Saudale, V. (2016, Desember 6). Kabupaten Bogor Masuk Top 10 Indeks Pariwisata Indonesia. Retrived November 21, 2023 from berita satu: <https://www.beritasatu.com/news/403262/kabupaten-bogor-masuk-top-10-indeks-pariwisata-indonesia>
- Simon H.Sidabukke, Meylida Nurrachmania, dan Adi Paulima Manullang. (2023). Karakteristik Pengunjung Di Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kecamatan Dolok Pardamean Kabupaten Simalungun. *Jurnal Akar*, Volume 2 No 2.
- Sugiyama, G. (2013). *Manajemen Aset Pariwisata*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi, Cetakan Pertama*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Suwantoro. (2013). *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Trihatmodjo. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataaan
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Wibowo S.F., Sazali A., & Kresnamurti R.P., A. (2016). The Influence Of Destination Image And Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention Of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol 7, No 1 .
- Yoeti. (2008). *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yohanda A.R, Masdupi E & Engriani Y. (2019). The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Services Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1).

Yuniati, N. (2018). Profil dan Karakteristik Wisatawan Nusantara (studi kasus di Yogyakarta). *Jurnal Pariwisata Pesona*, Volume 03 No 2.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Dalam rangka untuk melaksanakan penelitian skripsi program sarjana (S1), saya memerlukan informasi untuk mendukung penelitian yang saya lakukan yang berjudul **Hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali di Curug Cipamingkis**”, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner atau pernyataan yang dilampirkan. Jawaban yang anda berikan akan sangat membantu penelitian ini dan kuesioner ini dapat digunakan apabila sudah terisi semua.

Seluruh data dan informasi yang Bapak/Ibu/Sdr/I berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Saya ucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr/I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini secara objektif dan benar.

Peneliti,

Heny Nur Handayani

BAGIAN A IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda silang (X) jawaban yang sesuai dari pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
3. Usia :
4. Pendidikan terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. D3/S1/S2/S3
5. Status pekerjaan :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negri
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Ibu rumah tangga
 - f. Lainnya
6. Uang saku/pendapatan per-bulan:
7. Sudah berapa kali berkunjung ke Curug Cipamingkis:

BAGIAN B PETUNJUK PENGISIAN DAN PERNYATAAN

Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi kuisioner, bacalah terlebih dahulu setiap butir pernyataan dengan seksama dan teliti.
2. Jawablah masing-masing pernyataan di bawah ini sesuai dengan penilaian saudara mengenai “**Hubungan Persepsi Pengunjung Tentang Aksesibilitas Dengan Minat Berkunjung Kembali di Curug Cipamingkis**”.
3. Dibawah ini terdapat pernyataan yang berkaitan dengan Aksesibilitas dan Minat Berkunjung Kembali pengunjung. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia.
 STS: Sangat Tidak Setuju S: Setuju
 TS: Tidak Setuju SS: Sangat Setuju

No	Pernyataan Aksesibilitas	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
	Lokasi yang mudah dijangkau				
1.	Curug Cipamingkis dapat dicapai dengan mudah melalui berbagai transportasi, termasuk kendaraan pribadi, transportasi umum, dan layanan taksi.				
2.	Curug Cipamingkis ini dilengkapi dengan fasilitas parkir yang memadai, baik untuk kendaraan pribadi maupun bus pariwisata, sehingga pengunjung tidak akan kesulitan mencari tempat parkir.				
3.	Terdapat petunjuk arah yang jelas dan informatif di sekitar lokasi objek wisata, memudahkan para wisatawan untuk menemukan tempat tersebut.				
4.	Akses jalan menuju Curug Cipamingkis dengan jalanan yang lebar dan terawat, membuat perjalanan menjadi lancar bagi pengunjung.				
5.	Curug Cipamingkis memiliki informasi tentang aksesibilitas yang jelas dan terperinci, baik di situs web resminya maupun di tempat wisata itu sendiri.				
6.	Curug Cipamingkis ini terletak di pusat kota atau area yang strategis, memudahkan para pengunjung untuk mencapainya dari berbagai lokasi di sekitarnya.				
7.	Terdapat jalur pejalan kaki atau trotoar yang luas dan ramah pengguna di sekitar Curug Cipamingkis, memberikan kenyamanan bagi para pengunjung yang ingin berjalan kaki.				
8.	Fasilitas transportasi tambahan, seperti layanan antar jemput atau tur lokal, juga tersedia untuk mempermudah pengunjung dalam menjelajahi lokasi ini.				
9.	Curug Cipamingkis mudah dijangkau dari bandara atau stasiun kereta terdekat, memudahkan wisatawan yang datang dari luar kota.				
10.	Curug Cipamingkis ini terletak di lokasi strategis, memungkinkan wisatawan untuk merencanakan perjalanan dengan efisien.				

No	Pernyataan Aksesibilitas	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
	Transportasi				
1.	Curug Cipamingkis ini dapat dicapai dengan berbagai transportasi umum, memberikan fleksibilitas bagi pengunjung yang tidak menggunakan kendaraan pribadi.				
2.	Rute transportasi umum ke Curug Cipamingkis dirancang dengan baik, termasuk pemberhentian yang strategis untuk memudahkan para pengunjung mencapai lokasi.				
3.	Informasi tentang rute, jadwal, dan tarif transportasi				

	umum tersedia secara jelas dan mudah diakses bagi para pengunjung.				
4.	Infrastruktur jalan dan jalur transportasi terawat dengan baik, memastikan perjalanan yang aman dan nyaman bagi semua pengguna.				
5.	Aksesibilitas transportasi menuju Curug Cipamingkis ini tidak hanya terbatas pada siang hari, tetapi juga terjamin di malam hari untuk memfasilitasi kegiatan malam atau acara khusus.				
6.	Fasilitas transportasi tambahan, seperti layanan antar jemput atau tur lokal, juga tersedia untuk mempermudah pengunjung dalam menjelajahi lokasi ini.				
7.	Penggunaan kendaraan pribadi juga dimungkinkan, dengan tersedianya fasilitas parkir yang memadai di sekitar area Curug Cipamingkis.				
8.	Curug Cipamingkis memiliki jalur sepeda dan fasilitas parkir bagi pengunjung yang memilih untuk menggunakan transportasi ramah lingkungan.				
9.	Keselamatan para pengunjung dijamin dengan adanya aturan lalu lintas yang ketat dan pengawasan di sekitar area transportasi.				
10.	Transportasi umum yang dapat diandalkan tersedia di sekitar area, memudahkan para pengunjung untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya.				

No	Pernyataan Aksesibilitas	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
	Ketersediaan rambu-rambu				
1.	Di sepanjang jalur menuju Curug Cipamingkis, terdapat rambu-rambu lalu lintas yang jelas dan informatif kepada pengunjung.				
2.	Rambu lalu lintas yang mencolok dan mudah dibaca ditempatkan pada titik-titik penting, seperti persimpangan atau pertigaan, untuk memberikan arahan yang jelas bagi pengemudi.				
3.	Terdapat papan penunjuk arah yang terpasang dengan baik di sekitar Curug Cipamingkis memberikan petunjuk yang tepat untuk berbagai fasilitas dan atraksi di dalamnya.				
4.	Rambu peringatan dan petunjuk keselamatan juga tersedia di area-area yang memerlukan, seperti area berbahaya atau lintasan pejalan kaki.				
5.	Papan informasi tentang aturan dan regulasi lalu lintas di sekitar objek wisata juga disediakan, membantu pengunjung untuk mematuhi peraturan yang berlaku.				
6.	Rambu tanda jalan yang reflektif atau terang di malam hari meningkatkan keamanan bagi pengunjung yang				

	berada di area tersebut pada malam hari.				
7.	Papan informasi tentang rute evakuasi darurat juga disediakan di sekitar objek wisata, memastikan kesiapan dalam situasi darurat.				
8.	Informasi tentang lokasi fasilitas umum, seperti toilet atau area istirahat, disertakan dalam rambu lalu lintas di sekitar objek wisata.				
9.	Tersedia rambu pemberitahuan kebijakan keselamatan dan aturan lalu lintas, memastikan pengunjung mematuhi norma-norma yang berlaku di area tersebut.				
10.	Seluruh rambu lalu lintas di objek wisata ini dirawat dengan baik, termasuk pemeliharaan cat dan tanda-tanda yang jelas.				

No	Pernyataan Aksesibilitas	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
	Akses jalan				
1.	Jalan menuju Curug Cipamingkis sangat mudah diakses, memberikan pengalaman perjalanan yang lancar dan nyaman bagi para pengunjung.				
2.	Terdapat banyak alternatif rute menuju Curug Cipamingkis, memungkinkan para pengunjung untuk memilih jalan yang sesuai dengan preferensi selama perjalanan.				
3.	Curug Cipamingkis memiliki akses jalan yang ramah lingkungan, dengan pemandangan alam yang indah di sepanjang perjalanan, sehingga pengalaman perjalanan menuju tempat tersebut juga menjadi bagian dari daya tarik wisata yang menarik.				
4.	Akses jalan ke lokasi ini dirancang dengan baik, memastikan para pengunjung dapat dengan mudah mencapai tujuan mereka tanpa hambatan signifikan.				
5.	Meskipun terletak di daerah yang terpencil, akses jalan menuju Curug Cipamingkis ini tetap terjaga dengan baik, sehingga pengunjung tidak perlu khawatir tentang kondisi jalan yang buruk.				
6.	Kebersihan dan pemeliharaan rutin jalur akses jalan dijaga untuk memastikan pengalaman perjalanan yang nyaman bagi pengunjung.				
7.	Keberadaan lampu lalu lintas dan rambu peringatan keamanan yang tepat membantu mengatur lalu lintas dan memperingatkan pengguna jalan tentang potensi bahaya.				
8.	Fasilitas penunjang, seperti tempat istirahat atau area peristirahatan, tersedia di sepanjang jalur akses jalan untuk meningkatkan kenyamanan para pengunjung.				
9.	Jalur akses jalan ini juga dapat diakses melalui transportasi alternatif seperti sepeda atau berjalan kaki.				

10.	Jalur akses jalan ini terhubung dengan sistem transportasi umum yang efisien, memfasilitasi akses bagi pengunjung yang memilih untuk menggunakan transportasi publik.				
-----	---	--	--	--	--

No	Pernyataan Minat berkunjung kembali Rencana berkunjung kembali	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya berencana untuk berkunjung kembali ke Curug Cipamingkis karena pengalaman yang saya alami.				
2.	Terdapat banyak atraksi atau kegiatan menarik yang belum sempat saya jelajahi, sehingga tertarik kembali untuk mengeksplorasinya lebih lanjut.				
3.	Saya berencana untuk mengunjungi kembali Curug Cipamingkis bersama dengan teman atau keluarga agar mereka juga dapat menikmati pengalaman yang luar biasa di sini.				
4.	Curug Cipamingkis memiliki daya tarik yang kuat, sehingga saya yakin akan menarik untuk dikunjungi kembali di masa mendatang.				
5.	Curug Cipamingkis memiliki banyak fasilitas yang ditawarkan.				
6.	Rencana saya untuk kembali ke Curug Cipamingkis, berkaitan dengan keinginan untuk beristirahat dan bersantai di lingkungan yang indah dan menenangkan.				
7.	Saya merasa terpicat dengan keramahan dan pelayanan yang diberikan oleh staf Curug Cipamingkis, sehingga ingin kembali dan menikmati pengalaman yang sama.				
8.	Pengalaman makanan di Curug Cipamingkis sangat memuaskan, sehingga saya berencana untuk kembali dan mencoba lebih banyak kuliner yang tersedia.				
9.	Rencana saya untuk berkunjung kembali ke Curug Cipamingkis berkaitan dengan keinginan untuk mendapatkan lebih banyak kenangan indah dan foto-foto yang menarik.				
10.	Saya merasa bahwa Curug Cipamingkis memiliki daya tarik yang kuat, sehingga saya pasti akan kembali lagi di lain waktu untuk mengulangi pengalaman yang menakjubkan ini.				

No	Pernyataan Minat berkunjung kembali Minat referensi mengunjungi kembali	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Berdasarkan pengalaman saya yang luar biasa di Curug Cipamingkis, saya akan merekomendasikan tempat ini kepada teman dan keluarga saya untuk dikunjungi.				
2.	Setelah mengalami keramahan dan fasilitas yang				

	diberikan oleh Curug Cipamingkis, saya tertarik untuk memberikan referensi kepada mereka yang mencari destinasi liburan yang istimewa.				
3.	Setelah mengunjungi Curug Cipamingkis, saya merasa sangat tertarik untuk kembali dan akan menceritakan pengalaman saya kepada orang-orang di sekitar saya.				
4.	Saya merasa objek wisata ini layak direferensikan kepada orang lain karena menyajikan pengalaman liburan yang tak terlupakan.				
5.	Rencana saya untuk mengunjungi kembali objek wisata ini muncul karena saya ingin mengajak teman atau keluarga dalam petualangan seru di tempat ini.				
6.	Pengalaman yang luar biasa di Curug Cipamingkis membuat saya ingin memberikan referensi kepada teman-teman saya yang sedang mencari tempat tujuan liburan dengan suasana yang menenangkan.				
7.	Setelah mengunjungi Curug Cipamingkis, saya merasa bahwa akan sangat baik untuk mereferensikannya kepada komunitas atau grup sosial saya yang memiliki minat yang sama.				
8.	Pengalaman kuliner yang lezat dan variasi kegiatan di Curug Cipamingkis membuat saya merekomendasikan kunjungan kembali kepada siapa pun yang mencari pengalaman liburan yang istimewa.				
9.	Setelah mengunjungi Curug Cipamingkis, saya merasa sangat antusias untuk membagikan pengalaman saya melalui media sosial atau ulasan online agar orang lain juga dapat mengetahui keistimewaannya.				
10.	Rencana saya untuk memberikan referensi kunjungan kembali lebih berkaitan dengan keinginan untuk mempromosikan keindahan dan daya tarik Curug Cipamingkis ini.				

No	Pernyataan Minat berkunjung kembali	Alternatif Jawaban			
		STS	TS	S	SS
	Minat preferensi kunjungan				
1.	Curug Cipamingkis lebih menarik perhatian, karena suasana dan lingkungannya sesuai dengan preferensi liburan saya.				
2.	Rencana saya untuk berkunjung kembali ke Curug Cipamingkis berkaitan dengan memenuhi keinginan waktu liburan dengan menikmati suasana yang tenang dan menyegarkan di sini.				
3.	Setelah mengunjungi Curug Cipamingkis, saya merasa tertarik untuk kembali karena ingin menikmati <i>camping</i> bersama keluarga di sekitar curug.				
4.	Saya sangat tertarik untuk kembali mengunjungi Curug Cipamingkis, karena ingin mengeksplorasi lebih banyak				

	atraksi atau aktivitas yang belum saya nikmati sebelumnya.				
5.	Saya merasa sangat tertarik untuk kembali ke Curug Cipamingkis, karena ada banyak atraksi yang sesuai dengan minat saya.				
6.	Suasana santai dan damai di Curug Cipamingkis ini membuat saya ingin kembali untuk merasakan ketenangan yang sulit ditemukan di tempat lain.				
7.	Pengalaman kuliner di Curug Cipamingkis sangat memukau, dan saya berencana untuk kembali untuk menikmati hidangan lezat yang belum saya coba.				
8.	Rencana preferensi kunjungan kembali saya lebih fokus pada keinginan untuk mendapatkan lebih banyak cerita dan kenangan indah dari tempat ini.				
9.	Saya merasa sangat terkesan dengan keindahan dan keragaman objek wisata ini, dan saya berencana untuk kembali untuk mengeksplorasi lebih banyak.				
10.	Rencana saya untuk kembali ke objek wisata ini lebih berkaitan dengan keinginan untuk merasakan kembali kegembiraan dan kesenangan yang saya alami selama kunjungan pertama saya.				

Lampiran 2: Foto dengan narasumber, responden, dan pengelola objek wisata



Narasumber



Responden



Pengelola Curug Cipamingkis

Lampiran 3: Hasil wawancara

Transkrip Wawancara

Nama : Ifnu

Hari, tanggal : Sabtu, 18 Mei 2024

1. **Pertanyaan:** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Lokasi yang mudah dijangkau” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai tertinggi dengan 3,08 pada pernyataan kedua dan ketiga?

Jawaban: Pada pernyataan kedua dan ketiga petunjuk arah dirancang untuk memberikan informasi yang mudah dipahami, termasuk jarak, rute, dan titik-titik penting di sepanjang perjalanan. Dengan adanya tanda-tanda, wisatawan dapat merasa lebih aman dan nyaman, karena mengurangi kebingungan dan potensi tersesat. Sedangkan jalur pejalan kaki dirancang untuk memastikan keselamatan dan kenyamanan pengunjung, memungkinkan juga pengunjung menikmati pemandangan sekitar dengan lebih leluasa. Dengan adanya jalur pejalan kaki, wisatawan dapat menjelajahi area sekitar air terjun dengan mudah tanpa khawatir keselamatan mereka.

2. **Pertanyaan:** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Lokasi yang mudah dijangkau” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai terendah dengan 2,19 pada pernyataan keempat dan kelima?

Jawaban: Pada pernyataan keempat dan kelima benar bahwa Curug Cipamingkis ini jauh dari bandara atau stasiun kereta, dan tidak adanya transportasi tambahan seperti layanan antar-jemput atau tur lokal. Aksesibilitas yang terbatas ini bisa menjadi hambatan bagi pengunjung yang ingin menikmati keindahan air terjun namun tidak memiliki kendaraan pribadi. Kendala aksesibilitas ini membuat perjalanan menuju Curug Cipamingkis menjadi lebih menantang, terutama bagi wisatawan yang tidak memiliki kendaraan Pribadi.

3. **Pertanyaan;** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Transportasi” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai tertinggi dengan 3,08 pada pernyataan kedua, ketiga, dan keempat?

Jawaban: Pada pernyataan kedua dan ketiga wisatawan yang datang menggunakan motor atau mobil dapat dengan mudah menemukan tempat parkir kendaraan, sehingga perjalanan menjadi lebih nyaman. Selain itu, Curug Cipamingkis juga memiliki jalur sepeda dan fasilitas parkir bagi pengunjung yang memilih untuk menggunakan transportasi ramah lingkungan. Jalur sepeda ini dirancang untuk memberikan pengalaman bersepeda yang aman dan menyenangkan, memungkinkan pengunjung menikmati pemandangan alam sekitar dengan lebih dekat. Sedangkan pada pernyataan keempat aturan lalu lintas ini diterapkan untuk memastikan bahwa kendaraan motor atau mobil dan sepeda dapat berbagi jalan dengan aman dan tertib. Selain itu, petugas keamanan ditempatkan di area parkir dan jalur pejalan kaki untuk

memantau dan memberikan bantuan kepada pengunjung yang membutuhkannya.

4. **Pertanyaan:** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Transportasi” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai terendah dengan 2,20 pada pernyataan kelima?

Jawaban: Pada pernyataan kelima mengenai transportasi umum dapat menjadi hambatan bagi wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi, karena membatasi mobilitas mereka selama berkunjung. Ketidakterediaan transportasi umum yang handal juga dapat mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang ke sini. Oleh karena itu, perbaikan infrastruktur transportasi dan peningkatan layanan transportasi umum di sekitar Curug Cipamingkis menjadi sangat penting.

5. **Pertanyaan;** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Ketersediaan rambu-rambu” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai tertinggi dengan 3,09 pada pernyataan pertama sampai keempat?

Jawaban: Pada pernyataan pertama sampai keempat mengenai ketersediaan rambu-rambu sudah terpasang dengan baik di sekitar Curug Cipamingkis. Berbagai papan informasi atau penanda seperti rute evakuasi, fasilitas umum, dan kebijakan untuk mematuhi norma-norma yang berlaku sudah terpasang dengan jelas. Upaya-upaya ini menunjukkan komitmen pengelola untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan menjaga keamanan di Curug Cipamingkis.

6. **Pertanyaan:** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Ketersediaan rambu-rambu” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai terendah dengan 3,08 pada pernyataan kelima?

Jawaban: Pada pernyataan kelima terdapat beberapa rambu-rambu yang catnya sudah memudar atau tanda-tandanya yang kabur (tidak jelas) dapat membuat informasi pada rambu lalu lintas sulit terbaca atau dimengerti. Walaupun hanya beberapa tetapi pengelola objek wisata perlu melakukan pemeliharaan dan perawatan rutin terhadap rambu lalu lintas, termasuk pembaruan cat dan penggantian tanda-tanda yang rusak atau tidak jelas.

7. **Pertanyaan;** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Akses jalan” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai tertinggi dengan 3,08 pada pernyataan pertama sampai keempat?

Jawaban: Pada pernyataan pertama sampai keempat mengenai akses jalan sudah memadai, karena terdapat banyak alternatif rute untuk menuju Curug Cipamingkis. Selain itu selama perjalanan menuju lokasi terdapat fasilitas penunjang, seperti tempat istirahat atau halaman rumah warga yang diperbolehkan untuk istirahat karena untuk meningkatkan kenyamanan para pengunjung.

8. **Pertanyaan:** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Akses jalan” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai terendah dengan 2,25 pada pernyataan kelima?

Jawaban: Pada pernyataan kelima akses jalan menuju Curug Cipamingkis ini tidak terhubung dengan transportasi umum. Kendala ini dapat menjadi hambatan bagi wisatawan yang tidak memiliki kendaraan Pribadi karena membatasi kemampuan mereka untuk sampai di Curug Cipamingkis. Oleh karena itu, penting bagi pihak terkait untuk mempertimbangkan peningkatan konektivitas antara jalur akses jalan dan transportasi umum, sehingga membuat objek wisata lebih mudah dijangkau oleh semua orang.

9. **Pertanyaan;** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Rencana berkunjung kembali” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai tertinggi dengan 3,14 pada pernyataan kelima?

Jawaban: Pada pernyataan kelima Curug Cipamingkis menawarkan keindahan alamnya yang menakjubkan, air terjun yang mempesona, serta suasana alam yang menenangkan menjadikan Curug Cipamingkis sebagai tempat yang sangat cocok untuk dijelajahi kembali. Setiap sudut dan momen bisa menjadi inspirasi untuk menghasilkan foto-foto yang indah dan menakjubkan.

10. **Pertanyaan:** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Rencana berkunjung kembali” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai terendah dengan 3,12 pada pernyataan ketiga dan keempat?

Jawaban: Pada pernyataan ketiga dan keempat mungkin bagi sebagian pengunjung fasilitas yang ditawarkan oleh Curug Cipamingkis masih dirasa kurang memadai. Masih banyak lahan luas yang bisa dibangun untuk fasilitas atau atraksi baru sehingga pengunjung yang datang dapat menikmati pengalaman yang lebih menarik. Dengan menambah fasilitas dan atraksi baru, Curug Cipamingkis mungkin bisa menjadi lebih menarik dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pengunjung yang beragam.

11. **Pertanyaan;** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Minat referensi mengunjungi kembali” jika dilihat dari analisis skor rata-rata dengan 3,10 pada pernyataan pertama sampai kelima?

Jawaban: Pada pernyataan pertama sampai kelima saya setuju dengan referensi Curug Cipamingkis sebagai tempat tujuan liburan dengan suasana yang menenangkan. Curug Cipamingkis ini menawarkan keindahan alam yang indah, dengan air terjun yang menyejukkan dan lingkungan yang asri. Wisatawan bisa berenang, bermain air, atau hanya duduk-duduk santai menikmati alam. Oleh karena itu tentunya para pengunjung akan merekomendasikan Curug Cipamingkis kepada teman, keluarga, ataupun melalui media sosial untuk mereka yang ingin melarikan diri sejenak dari hiruk-pikuk kehidupan di kota.

12. **Pertanyaan;** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Minat preferensi kunjungan” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai tertinggi dengan 3,18 pada pernyataan kelima?

Jawaban: Pada pernyataan kelima Curug Cipamingkis menawarkan keindahan alamnya yang asri, dengan gemericik air terjun yang jernih dan udara yang segar, memberikan perasaan tenang dan nyaman yang begitu mendalam. Lingkungan yang asri dan suasana yang menenangkan membuat tempat ini menjadi destinasi favorit bagi mereka yang mencari kedamaian dan ketenangan yang mengembalikan energi dan semangat.

13. **Pertanyaan:** Bagaimana pendapat bapak mengenai indikator “Minat preferensi kunjungan” jika dilihat dari analisis skor rata-rata nilai terendah dengan 3,12 pada pernyataan ketiga?

Jawaban: Pada pernyataan ketiga mungkin bagi sebagian penunjang merasa ingin mencari pengalaman baru di tempat lain yang dapat menawarkan berbagai kegiatan yang berbeda dan menarik. Mungkin ada destinasi lain dengan atraksi yang lebih beragam atau aktivitas petualangan yang menarik perhatian saat ini. Tetapi, tidak menutup kemungkinan juga untuk kembali mengunjungi Curug Cipamingkis di masa depan jika ada perubahan minat atau ingin mencari kedamaian lagi setelah menjelajahi destinasi lain.

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

Aksesibilitas (X)				
Indikator	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Lokasi yang mudah dijangkau	AL1	0,906	0,361	Valid
	AL2	0,288	0,361	Tidak Valid
	AL3	0,862	0,361	Valid
	AL4	0,578	0,361	Valid
	AL5	0,760	0,361	Valid
	AL6	0,628	0,361	Valid
	AL7	0,838	0,361	Valid
	AL8	0,823	0,361	Valid
	AL9	0,900	0,361	Valid
	AL10	0,554	0,361	Valid
Transportasi	AT1	0,875	0,361	Valid
	AT2	0,757	0,361	Valid
	AT3	0,906	0,361	Valid
	AT4	0,760	0,361	Valid
	AT5	0,561	0,361	Valid
	AT6	0,906	0,361	Valid
	AT7	0,906	0,361	Valid
	AT8	0,862	0,361	Valid
	AT9	0,838	0,361	Valid
	AT10	0,900	0,361	Valid
Ketersediaan Rambu-rambu	AK1	0,760	0,361	Valid
	AK2	0,760	0,361	Valid
	AK3	0,862	0,361	Valid
	AK4	0,838	0,361	Valid
	AK5	0,789	0,361	Valid
	AK6	0,609	0,361	Valid
	AK7	0,838	0,361	Valid
	AK8	0,906	0,361	Valid
	AK9	0,906	0,361	Valid
	AK10	0,862	0,361	Valid
Akses jalan	AA1	0,760	0,361	Valid
	AA2	0,838	0,361	Valid
	AA3	0,375	0,361	Valid
	AA4	0,676	0,361	Valid
	AA5	0,789	0,361	Valid
	AA6	0,676	0,361	Valid
	AA7	0,627	0,361	Valid
	AA8	0,789	0,361	Valid
	AA9	0,862	0,361	Valid
	AA10	0,861	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2024

Minat berkunjung kembali (Y)				
Rencana berkunjung kembali	MR1	0,529	0,361	Valid
	MR2	0,615	0,361	Valid
	MR3	0,746	0,361	Valid
	MR4	0,745	0,361	Valid
	MR5	0,569	0,361	Valid
	MR6	0,513	0,361	Valid
	MR7	0,433	0,361	Valid
	MR8	0,650	0,361	Valid
	MR9	0,547	0,361	Valid
	MR10	0,518	0,361	Valid
Minat referensi mengunjungi kembali	MMR1	0,737	0,361	Valid
	MMR2	0,616	0,361	Valid
	MMR3	0,737	0,361	Valid
	MMR4	0,592	0,361	Valid
	MMR5	0,721	0,361	Valid
	MMR6	0,716	0,361	Valid
	MMR7	0,754	0,361	Valid
	MMR8	0,650	0,361	Valid
	MMR9	0,631	0,361	Valid
	MMR10	0,711	0,361	Valid
Minat preferensi kunjungan	MMP1	0,645	0,361	Valid
	MMP2	0,674	0,361	Valid
	MMP3	0,482	0,361	Valid
	MMP4	0,613	0,361	Valid
	MMP5	0,656	0,361	Valid
	MMP6	0,626	0,361	Valid
	MMP7	0,669	0,361	Valid
	MMP8	0,550	0,361	Valid
	MMP9	0,508	0,361	Valid
	MMP10	0,562	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2024

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

Aksesibilitas (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.976	40

Minat berkunjung kembali (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	30

Sumber: Data Primer, 2024

Lampiran 6: Hasil Uji Korelasi *Spearman rank*

Correlations			Aksesibilitas	Minat berkunjung kembali
Spearman's rho	Aksesibilitas	Correlation Coefficient	1.000	.619**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Minat berkunjung kembali	Correlation Coefficient	.619**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Lampiran 7: Hasil nilai hubungan antara variabel aksesibilitas dengan variabel minat berkunjung kembali

Correlations			SUM X1	SUM Y1
Spearman's rho	SUM X1	Correlation Coefficient	1.000	.754**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y1	Correlation Coefficient	.754**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations			SUM X1	SUM Y2
Spearman's rho	SUM X1	Correlation Coefficient	1.000	.824**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y2	Correlation Coefficient	.824**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations			SUM X1	SUM Y3
Spearman's rho	SUM X1	Correlation Coefficient	1.000	.660**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y3	Correlation Coefficient	.660**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X2	SUM Y1
Spearman's rho	SUM X2	Correlation Coefficient	1.000	.562**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y1	Correlation Coefficient	.562**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X2	SUM Y2
Spearman's rho	SUM X2	Correlation Coefficient	1.000	.633**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y2	Correlation Coefficient	.633**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X2	SUM Y3
Spearman's rho	SUM X2	Correlation Coefficient	1.000	.512**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y3	Correlation Coefficient	.512**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X3	SUM Y1
Spearman's rho	SUM X3	Correlation Coefficient	1.000	.764**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y1	Correlation Coefficient	.764**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X3	SUM Y2
Spearman's rho	SUM X3	Correlation Coefficient	1.000	.791**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y2	Correlation Coefficient	.791**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X3	SUM Y3
Spearman's rho	SUM X3	Correlation Coefficient	1.000	.615**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y3	Correlation Coefficient	.615**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X4	SUM Y1
Spearman's rho	SUM X4	Correlation Coefficient	1.000	.764**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y1	Correlation Coefficient	.764**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X4	SUM Y2
Spearman's rho	SUM X4	Correlation Coefficient	1.000	.702**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y2	Correlation Coefficient	.702**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26

Correlations

			SUM X4	SUM Y3
Spearman's rho	SUM X4	Correlation Coefficient	1.000	.792**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	SUM Y3	Correlation Coefficient	.792**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS versi 26