

Analisis Pengaruh Aksesibilitas Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh

Vifo Inzaki Hartona¹, Siska Mitria Nova²

¹ Program Study Pariwisata, ISI Padang Panjang

² Dosen Program Study Pariwisata, ISI Padang Panjang

¹vifoinzakihartona@gmail.com, ²siskamitrianova45@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aksesibilitas dan promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. Bukit Khayangan merupakan salah satu destinasi wisata unggulan dengan panorama alam yang menarik, namun masih menghadapi permasalahan pada kondisi akses jalan serta belum optimalnya promosi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan wisatawan yang pernah berkunjung ke Bukit Khayangan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Promosi digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan, aksesibilitas dan promosi digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Bukit Khayangan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas akses jalan serta optimalisasi promosi digital dapat meningkatkan minat dan keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Kata kunci: Aksesibilitas, Promosi, digital, Bukit Khayangan.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendorong pembangunan daerah, khususnya dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, sektor pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan daerah, tetapi juga sebagai sarana pelestarian lingkungan, budaya, dan identitas lokal. Pariwisata pada hakikatnya merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang ke suatu wilayah tertentu dalam jangka waktu sementara untuk tujuan rekreasi, sosial, maupun pengembangan diri, tanpa bermaksud untuk menetap secara permanen (Riani & Nursidah, 2021; Simanjuntak dalam Susilo dkk., 2024).

Perkembangan suatu destinasi wisata sangat ditentukan oleh kualitas daya tarik yang dimilikinya. Daya tarik wisata merupakan keseluruhan potensi yang mencakup keunikan, keindahan, kemudahan, serta nilai-nilai yang bersumber dari kekayaan alam maupun hasil cipta manusia, yang mampu menarik minat wisatawan untuk melakukan kunjungan (Pratama dalam Susianto dkk., 2022). Dalam pengembangan destinasi, Cooper et al. (2008) mengemukakan bahwa pariwisata dibangun oleh empat komponen utama yang dikenal dengan konsep 4A, yaitu attraction (atraksi), accessibility (aksesibilitas), amenities (fasilitas), dan ancillary (layanan pendukung). Keempat komponen tersebut saling berkaitan dan menentukan kualitas pengalaman wisatawan selama berkunjung ke suatu destinasi.

Salah satu destinasi wisata alam unggulan di Kota Sungai Penuh adalah Bukit Khayangan, yang dikenal dengan julukan *Negeri di Atas Awan*. Destinasi ini menawarkan panorama alam dataran tinggi yang dapat dinikmati dari ketinggian sekitar 1.500 meter di atas permukaan laut, dengan pemandangan bentang alam yang luas serta kondisi udara yang sejuk dan bersih (Rahman dkk., 2022). Keindahan alam tersebut menjadikan Bukit Khayangan memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata berbasis alam yang diminati oleh wisatawan lokal maupun luar daerah.

Namun demikian, potensi wisata Bukit Khayangan belum sepenuhnya didukung oleh kondisi aksesibilitas yang memadai. Akses jalan menuju lokasi wisata masih menghadapi berbagai permasalahan, seperti kondisi jalan yang sempit, menanjak, berliku, serta berada di kawasan tebing dan jurang yang rawan longsor, terutama pada musim hujan (Sarmigi & Parasmala, 2021). Berdasarkan ulasan pengunjung pada platform Google Review dalam rentang waktu 2020–2025, banyak wisatawan menyampaikan kekhawatiran terkait aspek keamanan dan kenyamanan perjalanan menuju Bukit Khayangan. Kondisi akses yang kurang baik dapat menimbulkan rasa tidak aman dan menurunkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan, meskipun destinasi tersebut memiliki daya tarik alam yang kuat.

Aksesibilitas dalam konteks pariwisata menggambarkan tingkat kemudahan wisatawan dalam menjangkau suatu destinasi, baik dari aspek fisik maupun ketersediaan informasi pendukung. Aksesibilitas mencakup kondisi dan kualitas

infrastruktur jalan, ketersediaan moda transportasi, keberadaan rambu dan petunjuk arah, serta fasilitas pendukung seperti area parkir dan aspek keselamatan perjalanan (Magribi, 2020). Aksesibilitas yang baik berperan penting dalam meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan, sehingga dapat mendorong keputusan berkunjung secara positif. Sebaliknya, akses yang sulit dan berisiko dapat menjadi hambatan utama dalam pengembangan destinasi wisata (Amalia dkk., 2022).

Selain aksesibilitas, promosi digital juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di era perkembangan teknologi informasi. Promosi digital merupakan pendekatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi berbasis digital untuk menyampaikan informasi, memperluas jangkauan pemasaran, serta membangun interaksi dengan calon wisatawan melalui berbagai platform daring, seperti media sosial, website, dan mesin pencari (Pangestika & Widya, 2024). Perubahan perilaku wisatawan dalam mencari informasi destinasi telah mendorong pergeseran strategi promosi dari konvensional ke digital, karena media digital dinilai lebih efektif, cepat, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas (Idebiz, 2024).

Promosi digital yang dikelola secara optimal dapat membentuk persepsi positif, meningkatkan minat, serta memengaruhi keputusan wisatawan sebelum melakukan kunjungan. Berbagai metode pemasaran digital, seperti iklan media sosial, konten visual, dan optimalisasi mesin pencari, terbukti mampu meningkatkan kesadaran destinasi dan mendorong minat berkunjung wisatawan (MarketZl.id, 2024). Namun, dalam konteks Bukit Khayangan, promosi digital yang dilakukan dinilai belum sepenuhnya optimal dan masih terbatas dalam menyampaikan informasi yang komprehensif mengenai kondisi destinasi, aksesibilitas, serta fasilitas yang tersedia.

Keputusan berkunjung wisatawan merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan yang melibatkan berbagai pertimbangan, mulai dari pencarian informasi, evaluasi alternatif destinasi, hingga keputusan akhir untuk melakukan perjalanan (Fahmi, 2016 dalam Aulia & Yulianti, 2019). Keputusan ini dipengaruhi oleh faktor pendorong yang berasal dari motivasi internal wisatawan serta faktor penarik yang berkaitan dengan karakteristik destinasi, seperti daya tarik, aksesibilitas, dan promosi (Santoso, 2019). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa aksesibilitas dan promosi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Siregar, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun Bukit Khayangan memiliki potensi daya tarik wisata alam yang besar, permasalahan aksesibilitas dan belum optimalnya promosi digital berpotensi memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis secara empiris pengaruh aksesibilitas dan promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar rekomendasi bagi pengelola destinasi dan pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

METODE

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan bersifat *explanatory research*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen melalui pengujian hipotesis secara empiris. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara objektif serta analisis hubungan antarvariabel menggunakan data numerik dan teknik statistik (Sugiyono, 2017). Metode *explanatory* digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel aksesibilitas dan promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. Penelitian kuantitatif dengan metode ini dinilai tepat karena mampu memberikan gambaran yang terukur mengenai arah dan besaran pengaruh antarvariabel penelitian (Sekaran & Bougie, 2016; Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di destinasi wisata Bukit Khayangan, yang terletak di Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Bukit Khayangan merupakan salah satu destinasi wisata unggulan daerah yang memiliki potensi besar, namun masih menghadapi permasalahan terkait aksesibilitas dan promosi digital. Penelitian dilakukan dalam periode waktu tertentu agar data yang diperoleh bersifat aktual dan sesuai dengan kondisi terkini destinasi wisata.

3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan atribut atau sifat yang memiliki variasi dan dapat diukur untuk dianalisis dalam suatu penelitian (Kerlinger, 1973 dalam Sugiyono, 2017). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

- a. **Variabel independen (variabel bebas)**
 - o Aksesibilitas (X_1)
 - o Promosi Digital (X_2)
- b. **Variabel dependen (variabel terikat)**

Keputusan Berkunjung (Y) Definisi konseptual dan operasional variabel disusun berdasarkan landasan teori yang relevan agar setiap variabel dapat diukur secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian (Roflin dkk., 2021).

4. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam

penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh, karena kelompok ini memiliki pengalaman langsung dalam menilai kondisi aksesibilitas dan promosi digital destinasi wisata tersebut.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Bukit Khayangan dan memperoleh informasi destinasi melalui media digital. Penentuan jumlah sampel mengacu pada pedoman Hair et al. (2006), yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal adalah lima kali jumlah indikator dalam instrumen penelitian. Dengan jumlah item pernyataan sebanyak 20 butir, maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$20 \times 5 = 100 \text{ responden}$$

5. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas **data primer** dan **data sekunder**.

1. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Bukit Khayangan. Kuesioner digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel aksesibilitas, promosi digital, dan keputusan berkunjung.
2. Data sekunder diperoleh dari sumber pendukung, seperti literatur ilmiah, laporan, serta ulasan pengunjung terkait destinasi wisata Bukit Khayangan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

- Kuesioner, sebagai instrumen utama penelitian
- Observasi, untuk memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi aksesibilitas dan lingkungan destinasi wisata

6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah **kuesioner tertutup** yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Pengukuran jawaban responden menggunakan **skala Likert lima poin**, dengan rentang skor dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Skala Likert digunakan karena mampu mengukur sikap, persepsi, dan penilaian responden secara kuantitatif dan sistematis (Sugiyono, 2019).

Indikator variabel aksesibilitas meliputi jarak tempuh, keamanan, dan kenyamanan perjalanan. Variabel promosi digital diukur melalui pendekatan *push digital marketing* dan *pull digital marketing*. Sementara itu, variabel keputusan berkunjung diukur berdasarkan keputusan untuk mengunjungi dan merekomendasikan destinasi.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

- a. Uji Validitas, untuk mengetahui tingkat ketepatan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian.
- b. Uji Reliabilitas, untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian menggunakan nilai Cronbach's Alpha.
- c. Analisis Regresi Linier Berganda, untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas dan promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
- d. Uji Hipotesis (uji t dan uji F), untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antarvariabel penelitian.
- e. Koefisien Determinasi (R^2), untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. Karakteristik responden dianalisis untuk memberikan gambaran umum mengenai latar belakang wisatawan yang menjadi objek penelitian. Karakteristik tersebut meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan domisili. Hasil analisis menunjukkan bahwa responden didominasi oleh wisatawan usia produktif, yang secara umum memiliki mobilitas tinggi serta ketertarikan terhadap wisata alam. Dominasi kelompok usia ini menunjukkan bahwa Bukit Khayangan memiliki daya tarik kuat bagi wisatawan muda hingga dewasa yang aktif melakukan perjalanan wisata. Keberagaman latar belakang pekerjaan dan domisili responden juga mengindikasikan bahwa destinasi ini tidak hanya diminati oleh wisatawan lokal, tetapi juga oleh wisatawan dari luar daerah.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Variabel Aksesibilitas

Variabel aksesibilitas diukur melalui indikator jarak tempuh, keamanan perjalanan, dan kenyamanan perjalanan menuju destinasi wisata. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyadari bahwa Bukit Khayangan memiliki daya tarik alam yang kuat, namun masih menghadapi kendala pada kondisi akses jalan. Responden menilai bahwa jarak tempuh menuju Bukit Khayangan relatif dapat dijangkau, tetapi kondisi jalan yang sempit, berliku, dan berada di kawasan rawan longsor memengaruhi rasa aman dan kenyamanan selama perjalanan. Temuan ini memperkuat hasil observasi lapangan serta ulasan wisatawan yang menyebutkan bahwa aspek aksesibilitas masih menjadi perhatian utama dalam pengembangan destinasi wisata Bukit Khayangan.

b. Variabel Promosi Digital

Variabel promosi digital diukur melalui indikator *push digital marketing* dan *pull digital marketing*. Hasil deskriptif menunjukkan bahwa wisatawan memperoleh informasi mengenai Bukit Khayangan terutama melalui media sosial dan konten digital. Konten visual yang menampilkan keindahan panorama alam terbukti mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Namun, responden juga menilai bahwa informasi digital yang tersedia belum sepenuhnya menyajikan gambaran yang lengkap terkait kondisi akses jalan, fasilitas pendukung, serta aspek keamanan perjalanan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi digital yang dilakukan masih bersifat informatif secara visual, tetapi belum optimal dalam menyampaikan informasi komprehensif yang dibutuhkan wisatawan sebelum berkunjung.

c. Variabel Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung diukur melalui indikator keputusan untuk mengunjungi dan keputusan untuk merekomendasikan destinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar responden memutuskan untuk berkunjung ke Bukit Khayangan karena tertarik pada keindahan alam yang ditawarkan. Selain itu, wisatawan yang merasa puas dengan pengalaman berkunjung cenderung merekomendasikan destinasi ini kepada orang lain. Namun, terdapat responden yang menyatakan keraguan untuk melakukan kunjungan ulang apabila kondisi aksesibilitas tidak mengalami perbaikan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik destinasi, tetapi juga oleh kualitas akses dan kenyamanan perjalanan.

3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel aksesibilitas, promosi digital, dan keputusan berkunjung memiliki nilai korelasi yang lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan mampu mengukur konstruk yang diteliti secara tepat.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk seluruh variabel berada di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan layak digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas dan promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki koefisien regresi bernilai positif. Secara parsial, variabel aksesibilitas menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini berarti bahwa semakin baik kondisi akses jalan, keamanan, dan kenyamanan perjalanan, maka semakin tinggi kecenderungan wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke Bukit Khayangan. Variabel promosi digital juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa promosi digital yang efektif melalui media sosial dan platform daring mampu meningkatkan minat serta membentuk keputusan wisatawan sebelum melakukan kunjungan.

5. Pengujian Hipotesis

a. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil uji t menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Bukit Khayangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan akses dan keamanan perjalanan merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Dalam konteks Bukit Khayangan, kondisi akses jalan yang masih terbatas menjadi faktor penghambat yang dapat menurunkan minat kunjungan, meskipun destinasi ini memiliki daya tarik alam yang tinggi. Oleh karena itu, perbaikan kualitas aksesibilitas menjadi faktor strategis dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

b. Pengaruh Promosi Digital terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil uji t juga menunjukkan bahwa promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa informasi dan konten digital yang menarik mampu membentuk persepsi positif dan meningkatkan minat wisatawan. Promosi digital berperan penting dalam tahap pencarian informasi dan evaluasi alternatif destinasi. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa promosi digital Bukit Khayangan masih perlu ditingkatkan, terutama dalam penyajian informasi yang akurat mengenai aksesibilitas dan fasilitas pendukung.

c. Pengaruh Aksesibilitas dan Promosi Digital secara Simultan

Hasil uji F menunjukkan bahwa aksesibilitas dan promosi digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Bukit Khayangan. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi antara kemudahan akses fisik dan efektivitas komunikasi digital. Sinergi antara perbaikan aksesibilitas dan optimalisasi promosi digital diyakini mampu meningkatkan daya saing destinasi serta mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

6. Pembahasan

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa aksesibilitas dan promosi digital merupakan faktor kunci dalam membentuk keputusan berkunjung wisatawan. Aksesibilitas yang baik memberikan rasa aman dan nyaman selama perjalanan, sedangkan promosi digital berfungsi sebagai sarana utama dalam membangun persepsi dan minat wisatawan

di era digital. Temuan ini sejalan dengan teori keputusan berkunjung yang menyatakan bahwa wisatawan mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum melakukan perjalanan. Dalam konteks Bukit Khayangan, keindahan alam sebagai daya tarik utama perlu didukung oleh akses jalan yang memadai serta strategi promosi digital yang informatif dan berkelanjutan agar mampu meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh aksesibilitas dan promosi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Kondisi akses jalan, tingkat keamanan, serta kenyamanan perjalanan menjadi faktor penting yang dipertimbangkan wisatawan sebelum memutuskan untuk berkunjung. Meskipun Bukit Khayangan memiliki daya tarik alam yang kuat, keterbatasan aksesibilitas berpotensi menurunkan minat kunjungan apabila tidak ditangani secara optimal. Selain itu, promosi digital juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Pemanfaatan media digital, khususnya media sosial dan konten visual, mampu membentuk persepsi positif serta meningkatkan minat wisatawan terhadap destinasi Bukit Khayangan. Namun, promosi digital yang dilakukan masih perlu ditingkatkan, terutama dalam penyediaan informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai kondisi aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan aspek keamanan perjalanan. Secara simultan, aksesibilitas dan promosi digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung wisatawan tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh sinergi antara kemudahan akses fisik menuju destinasi dan efektivitas promosi digital sebagai sarana komunikasi informasi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas aksesibilitas yang disertai dengan optimalisasi promosi digital merupakan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan pengembangan destinasi wisata Bukit Khayangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R., Putri, D. A., & Nugroho, A. (2022). Pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan pada destinasi wisata alam. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 4(2), 101–110.
- Aulia, R., & Yulianti, F. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi wisata alam. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 6(1), 45–56.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Pearson Education.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku konsumen: Teori dan aplikasi*. Alfabeta.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Idebiz. (2024). Strategi promosi digital dalam pengembangan destinasi wisata. *Idebiz Media*.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Foundations of behavioral research*. Holt, Rinehart and Winston.
- Magribi, L. O. (2020). Aksesibilitas dan pengaruhnya terhadap pengembangan kawasan wisata. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 9(1), 15–25.
- MarketZl.id. (2024). Peran digital marketing dalam meningkatkan minat wisata. *MarketZl Insight*.
- Pangestika, R., & Widya, N. (2024). Promosi digital sebagai strategi pemasaran destinasi wisata di era digital. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 5(1), 22–34.
- Pratama, R. (2022). Daya tarik wisata dan pengaruhnya terhadap minat kunjungan. Dalam Susianto, A., dkk. (Ed.), *Pengembangan destinasi wisata berkelanjutan* (hlm. 45–58). Pustaka Wisata.
- Rahman, F., Putra, A., & Yani, S. (2022). Potensi wisata alam Bukit Khayangan sebagai destinasi unggulan daerah. *Jurnal Pariwisata Daerah*, 3(2), 87–96.
- Riani, E., & Nursidah. (2021). Peran sektor pariwisata dalam pembangunan ekonomi daerah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 1–10.
- Roflin, E., Liberty, T., & Pariasa, I. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif: Pendekatan dan aplikasi. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 4(2), 55–64.
- Santoso, S. (2019). Faktor penarik dan pendorong dalam keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 8(1), 33–44.
- Sarmigi, E., & Parasmala, A. (2021). Analisis kondisi aksesibilitas destinasi wisata berbasis alam. *Jurnal Infrastruktur dan Wilayah*, 6(2), 65–74.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.

- Simanjuntak, B. (2024). Konsep pariwisata dan dinamika perjalanan wisatawan. Dalam Susilo, A., dkk. (Ed.), *Kajian pariwisata kontemporer* (hlm. 12–25). Rajawali Press.
- Siregar, M. A. (2023). Pengaruh aksesibilitas dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Riset Pariwisata*, 5(2), 98–108.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistik untuk penelitian*. Alfabeta.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.