



Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata Alam di Villa Damar, Kabupaten Sukabumi

Ghifari Avianto¹, Nazwa Anindika Budiansyah², Jessi Raisa Kardina³, Ratu Purnama⁴ & Alfath Yudha Ilyassa⁵, Rini Untari⁶, Kania Sofiantina Rahayu⁷

^{1,2,3,4,5} Program Studi Ekowisata, Sekolah Vokasi IPB University

email: ghifariavianto@apps.ipb.ac.id

email: nazwaanindika@apps.ipb.ac.id

email: jessirairaisa@apps.ipb.ac.id

email: purnamaatuaratu@apps.ipb.ac.id

email: 502211773142alfath@apps.ipb.ac.id

email: untari.rini@gmail.com

email: kaniasofia@apps.ipb.ac.id

This work is licensed under
a [Creative Commons](#)
Attribution 4.0 International
License.

Copyright (c) 2025 Sadar
Wisata: Jurnal Pawirisata



Corresponding Author: Ghifari Avianto, IPB University, ghifariavianto@apps.ipb.ac.id

Received Date: 29 May 2025

Revised Date: 25 September 2025

Accepted Date: 26 Nopember 2025

Artikel Info

Kata kunci:
Komponen 4A,
Permintaan Wisata,
Villa Damar, Wisata
Alam.

Abstrak

Villa Damar di Kabupaten Sukabumi memiliki potensi wisata alam yang belum tergali optimal, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis permintaan wisata terhadap komponen 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilar) dan motivasi wisatawan. Penelitian ini dilakukan di bulan Maret sampai Mei 2025. Metode penelitian yang digunakan adalah *mix method* (kombinasi). Teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara, dan kuesioner yang bersifat *close ended* dengan pilihan jawaban menggunakan Skala Likert 1-5 dari sangat tidak berpengaruh sampai sangat berpengaruh. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan teknik *purposive sampling* kepada 100 wisatawan di Villa Damar. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan atraksi alam berupa pemandangan matahari terbit (*sunrise*), matahari terbenam (*sunset*) dan kebun teh menjadi daya tarik yang memengaruhi wisatawan berwisata ke Villa Damar. Aksesibilitas yang digunakan wisatawan adalah kendaraan pribadi karena keterbatasan transportasi publik menuju destinasi. Amenitas dinilai mempengaruhi dan layanan ansilari sangat berpengaruh meningkatkan kepercayaan wisatawan berkunjung ke Villa Damar. Motivasi wisatawan mencakup aspek fisik, budaya, sosial, dan fantasi yang berbeda-beda serta mempengaruhi permintaan wisatawan. Permintaan wisata alam Villa Damar sangat dipengaruhi oleh kekuatan atraksi alam yang didukung amenitas dan ansilari memadai, namun perbaikan aksesibilitas sangat diperlukan untuk pengembangan daya tarik dan pelayanan wisata di destinasi.

Abstract

Villa Damar in Sukabumi Regency has natural tourism potential that has not been optimally explored, so it is necessary to research to analyze tourism demand for the 4A components (Attractions, Accessibility, Amenities, Ancillary) and tourist motivation. This research was conducted from March to May 2025. The research method used is mixed (combination). The data collection techniques used were observation, interviews, and questionnaires that were closed-ended with answer choices using a Likert Scale of 1-5 from very uninfluential to very influential. The distribution of questionnaires was carried out using a purposive sampling technique to 100 tourists at Villa Damar. The data obtained were then analyzed descriptively and quantitatively. The results of the study showed that natural attractions in the form of sunrise, sunset, and tea gardens were attractions that influenced tourists to visit Villa Damar. The accessibility used by tourists was private vehicles due to limited public

Keywords: 4A
Components, Damar
Villa, Nature tourism,
Tourism Demand A
maximum of 4
keywords separated
by commas.

transportation to the destination. Amenities were considered to influence and ancillary services greatly influenced increasing tourist confidence in visiting Villa Damar. Tourist motivation includes different physical, cultural, social, and fantasy aspects and influences tourist demand. The demand for natural tourism at Villa Damar is greatly influenced by the strength of natural attractions supported by adequate amenities and ancillary. Still, accessibility improvements are essential for the development of tourist attractions and services at the destination..

PENDAHULUAN

Pariwisata alam berperan penting sebagai penggerak pemanfaatan kekayaan sumber daya lingkungan. Sektor ini memberikan dampak ekonomi dan sosial yang besar bagi masyarakat setempat serta pembangunan daerah. Pengelolaan kawasan wisata yang berhasil memerlukan penerapan empat unsur pokok yang dikenal dengan istilah komponen 4A. Komponen tersebut mencakup Atraksi (daya tarik wisata), Aksesibilitas (kemudahan akses), Amenitas (fasilitas pendukung), dan Ansiliaris (layanan tambahan). Gabungan keempat unsur ini menjadi faktor penentu utama dalam membangun daya saing destinasi wisata. Daya tarik berfungsi menjadi penarik utama pengunjung, kemudahan akses menentukan jumlah kunjungan, dan kelengkapan fasilitas menjadi ukuran kepuasan wisatawan (Nugraha *et al.*, 2022).

Penelitian terdahulu membuktikan efektivitas model 4A dalam menganalisis potensi destinasi wisata. (Dewandaru *et al.*, 2021) menemukan pengaruh signifikan atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan layanan terhadap kepuasan wisatawan. Temuan tersebut diperkuat oleh Afandi *et al.*, (2023) yang membuktikan hubungan positif atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap kepuasan wisatawan. Atraksi menjadi faktor paling dominan dalam penelitian tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan akses, keunikan destinasi, dan kualitas fasilitas berperan penting menciptakan pengalaman wisata berkesan. Abdullah *et al.*, (2024) mengonfirmasi dominasi faktor atraksi dalam kepuasan wisatawan sehingga memperkuat validitas pendekatan 4A.

Bukti efektivitas model 4A tersebut menunjukkan bahwa kerangka kerja ini dapat diterapkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata alam. Aling *et al.*, (2023) berhasil menerapkan model ini dalam pengembangan pariwisata Desa Buahan, Bali. Dominasi faktor atraksi yang terbukti dalam berbagai penelitian memerlukan strategi peningkatan kualitas objek wisata, perbaikan akses transportasi, dan peningkatan fasilitas pendukung. Strategi komprehensif ini juga mencakup pelatihan sumberdaya manusia, kerjasama *stakeholder*, dan promosi digital yang efektif. Primanty (2023) membuktikan efektivitas pendekatan terintegrasi di Desa Curugrendeng melalui optimalisasi keempat komponen 4A.

Pengembangan destinasi pariwisata memerlukan empat komponen fundamental yang dikenal sebagai kerangka kerja 4A. Kerangka kerja ini mencakup *attraction* (daya tarik), *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (fasilitas), dan *ancillary* (layanan penunjang) yang menjadi dasar dalam menciptakan destinasi wisata yang berkelanjutan (Ningtiyas & Alvianna, 2021). Komponen *attraction* mewakili keseluruhan daya tarik wisata yang dapat berupa keindahan alam, warisan budaya, maupun atraksi buatan manusia yang mampu memikat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi (Zuhriah *et al.*, 2022).

Keberhasilan penerapan model 4A di berbagai destinasi menunjukkan bahwa implementasinya membutuhkan strategi pendukung sesuai karakteristik destinasi. Strategi terintegrasi mencakup optimalisasi atraksi, peningkatan sumberdaya manusia, kerjasama *stakeholder*, pembangunan infrastruktur, dan promosi digital. Integrasi keempat komponen 4A ini menjadi kunci utama dalam menciptakan daya saing destinasi pariwisata yang berkelanjutan (Meliantari & Apriani, 2024).

Pengembangan wisata yang berkelanjutan selain melihat komponen 4A juga dapat dilakukan dengan pendekatan permintaan wisata. Permintaan wisata merupakan konsep fundamental yang mencerminkan keinginan wisatawan terhadap suatu produk atau layanan pariwisata yang didukung oleh kemampuan finansial untuk memenuhi keinginan tersebut. Permintaan wisata merupakan jumlah kunjungan wisatawan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti biaya perjalanan, pendapatan, fasilitas, jarak, dan daya tarik wisata, serta mencerminkan minat dan preferensi wisatawan terhadap suatu destinasi (Furohmah & Setyadharma, 2018; Risqiani, 2020). Keputusan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor pendorong dan faktor penarik yang menjadi motivasi utama dalam pengambilan keputusan berwisata (Alfisyahr & D, 2019). Faktor-faktor

tersebut berperan sebagai komponen internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan melakukan perjalanan wisata ke destinasi tertentu.

Faktor yang perlu dikaji berkaitan dengan aspek permintaan wisatawan dengan mengetahui motivasi wisatawan. Motivasi wisatawan merupakan kekuatan pendorong yang mempengaruhi individu untuk melakukan perjalanan wisata ke suatu destinasi tertentu. Konsep motivasi dalam pariwisata dapat dipahami melalui dua pendekatan utama yaitu faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*) yang saling berinteraksi dalam membentuk keputusan perjalanan wisata (Juni Sudaryanti et al., 2015). Motivasi wisatawan merupakan dorongan internal maupun eksternal yang melatarbelakangi seseorang melakukan perjalanan wisata, yang mencakup keinginan untuk melepaskan diri dari rutinitas, mencari pengalaman baru, relaksasi, pengembangan diri, hingga prestise dan interaksi sosial, serta sangat penting dipahami guna menyusun strategi pemasaran wisata yang efektif (Pribadi & Mariyanti, 2023; Sari et al., 2018).

Wisatawan memiliki motivasi yang berbeda dalam melakukan kegiatan wisata alam. Wisata alam merupakan kegiatan pariwisata yang memanfaatkan sumber daya alam sebagai daya tarik utama dengan memperhatikan kelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Konsep wisata alam berkembang sebagai alternatif pariwisata berkelanjutan yang mengintegrasikan nilai konservasi, edukasi, dan ekonomi dalam pengelolaan yang menyeluruh (Andriana et al., 2022). Wisata alam merupakan bentuk pariwisata yang mengandalkan keindahan dan keunikan potensi sumber daya alam seperti air terjun, hutan, sungai, atau kolam pemandian, yang dikelola dengan tujuan meningkatkan daya tarik suatu daerah, memberikan pengalaman rekreasi bagi wisatawan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan partisipasi masyarakat lokal di sekitarnya melalui pengembangan fasilitas dan layanan yang mendukung kegiatan wisata (Devy, 2017; Riyanto & Kurniawati, 2018; Taning et al., 2022). Ekowisata menekankan pengalaman wisatawan yang mendidik tentang lingkungan dan budaya lokal dengan dampak minimal terhadap ekosistem. Prinsipnya meliputi kontribusi terhadap konservasi alam, pemberdayaan masyarakat lokal, pendidikan lingkungan, dan keberlanjutan ekonomi. Pengembangan wisata alam berkelanjutan memerlukan pendekatan holistik yang menggabungkan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam sistem pengelolaan terpadu. Daya dukung lingkungan adalah kapasitas maksimum suatu area untuk menampung aktivitas pariwisata tanpa menimbulkan kerusakan atau tekanan berlebih pada ekosistem dan sumber daya alam di sekitarnya (Ardiansyah & Tandi, 2023). Strategi pengelolaan yang efektif mencakup penerapan kebijakan konservasi berbasis prinsip ekowisata, pembatasan jumlah pengunjung sesuai dengan kapasitas daya dukung, serta penerapan standar operasional yang ramah lingkungan. Kajian daya dukung lingkungan fisik sangat penting untuk menjamin bahwa pengembangan wisata tidak merusak kondisi alam sehingga keberlanjutan jangka panjang tetap terjaga (Budiani et al., 2019). Kebijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan juga dapat menjadi solusi strategis dalam mengatasi konflik antara pemanfaatan ekonomi dan pelestarian lingkungan, sehingga memberikan manfaat yang seimbang bagi masyarakat dan alam sekitar (Qodriyatun, 2019).

Villa Damar berlokasi di Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa barat. Villa Damar memiliki potensi wisata alam sebagai modal utama dalam pengembangan wisata. Daya tarik utama Villa Damar adalah keindahan alamnya, seperti pemandangan kebun teh yang luas, *sunrise* (matahari terbit), *sunset* (matahari terbenam), penginapan bernuansa alam. Wisatawan dapat menikmati aktivitas seperti swafoto, berkemah di area *camping ground*, bersantai di kafe dengan pemandangan kebun teh dan *city view*. Penelitian khusus yang mengkaji permintaan wisata terhadap komponen 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilaris) di Villa Damar belum pernah dilakukan. Kesadaran lingkungan masyarakat dan manfaat ekonomi bagi komunitas sekitar menunjukkan indikasi positif untuk pengembangan. Kondisi ini membuat analisis faktor dominan komponen 4A yang mempengaruhi permintaan wisatawan berkunjung ke Villa Damar memerlukan analisis mendalam dan sistematis termasuk motivasi wisatawan berkunjung ke destinasi tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kombinasi (*mixed method*) untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan wisata alam terhadap komponen 4A di Villa Damar, Kecamatan Selabintana, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Pengambilan data dilaksanakan selama tiga bulan dari Maret hingga Mei 2024 dengan populasi seluruh wisatawan yang berkunjung ke Villa Damar yang diperkirakan berjumlah 40.000 orang berdasarkan data pengelola tahun 2024. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10% sehingga diperoleh 100 responden yang dipilih

melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria telah berkunjung minimal satu kali, berusia minimal 17 tahun, telah merasakan seluruh aspek komponen 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Services*), dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Variabel penelitian terdiri dari variabel independen berupa komponen 4A dan motivasi wisatawan (fisik, budaya, sosial, fantasi) serta variabel dependen berupa permintaan wisata yang diukur menggunakan kuesioner dengan skala Likert 5 poin (1=sangat tidak berpengaruh hingga 5=sangat berpengaruh). Data primer dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari pengelola Villa Damar berupa statistik kunjungan dan profil destinasi. Kuesioner disusun berdasarkan kerangka analisis 5W+2H yang mencakup pertanyaan *What* (faktor apa yang memengaruhi), *Why* (mengapa faktor tersebut berpengaruh), *Where* (di aspek mana pengaruhnya terasa), *When* (kapan pengaruh dirasakan), *Who* (siapa yang merasakan pengaruh), *How* (bagaimana pengaruhnya), dan *How Much* (seberapa besar pengaruhnya). Metode ini efektif digunakan dalam berbagai bidang termasuk manajemen kualitas dan perencanaan strategis. Penerapan analisis 5W+2H dalam pariwisata membantu mengidentifikasi faktor-faktor kritis yang memengaruhi pengembangan destinasi wisata, mulai dari potensi dan masalah yang ada, alasan pengembangan, lokasi fokus, waktu pelaksanaan, pelaku yang terlibat, strategi pengembangan, hingga kebutuhan investasi dan sumber daya (Yuliyanto et al., 2021). Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dengan menghitung total skor setiap indikator yang dikonversi menjadi indeks persentase menggunakan rumus Indeks% = (Total Skor/Skor Maksimum) × 100% dimana skor maksimum adalah 500 (100 responden × 5), kemudian hasil diinterpretasikan berdasarkan kriteria 81-100% (sangat berpengaruh), 61-80% (berpengaruh), 41-60% (cukup berpengaruh), 21-40% (kurang berpengaruh), dan 0-20% (tidak berpengaruh) untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai tingkat pengaruh masing-masing komponen 4A dan motivasi wisatawan terhadap permintaan wisata alam di Villa Damar.

Tabel 1. Kategori Skor Sesuai Indeks

Indeks %	Kategori
0% - 19.9%	Sangat Tidak Berpengaruh (STB)
20% - 39.9%	Tidak Berpengaruh (TB)
40% - 59.9%	Biasa Saja (BS)
60% - 79.9%	Berpengaruh (B)
80% - 100%	Sangat Berpengaruh (SB)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Villa Damar terletak di Kawasan Selabintana, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, sekitar 15-20 km dari pusat kota. Destinasi ini menawarkan pemandangan alam perkebunan teh yang memukau dengan udara sejuk pegunungan, menjadikannya tempat ideal untuk melepas penat dari kehidupan perkotaan. Akses menuju Villa Damar relatif mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi melalui jalur Tol Jagorawi dan Jalan Raya Sukabumi dengan lama waktu sekitar 2-3 jam dari Jakarta, meskipun akses transportasi umum masih terbatas.

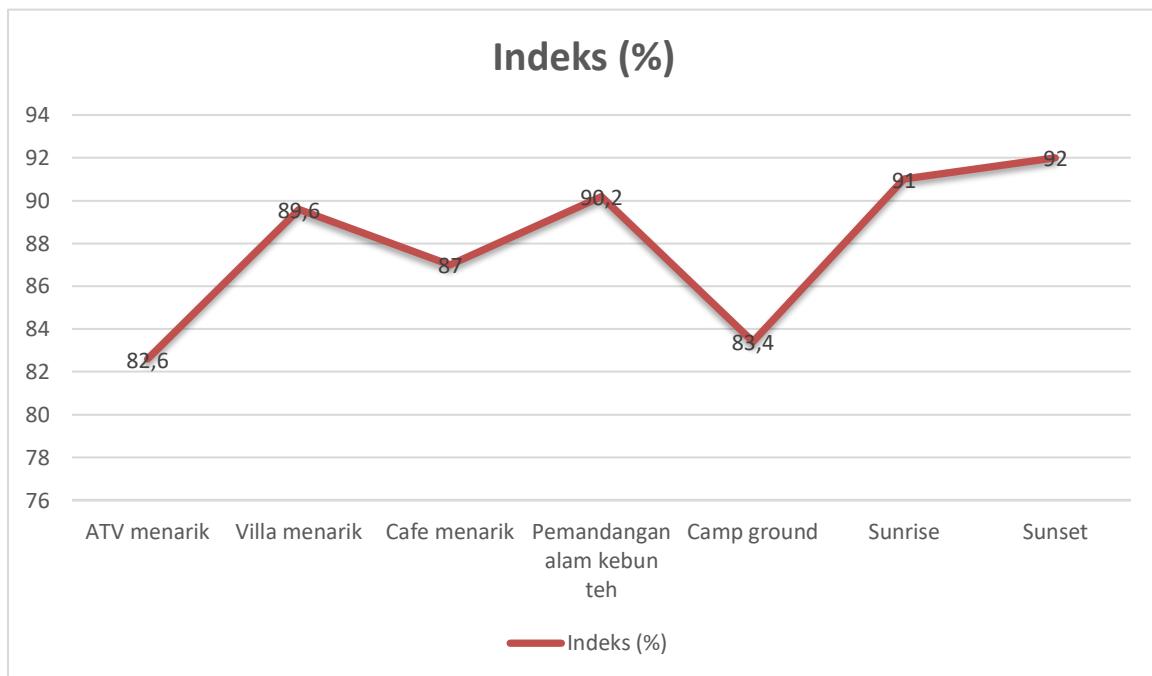
Daya tarik utama Villa Damar terletak pada keindahan alamnya, terutama pemandangan kebun teh yang luas, momen *sunrise* dan *sunset*, serta penginapan bernuansa alam yang nyaman. Pengunjung dapat menikmati aktivitas seperti swafoto di tempat yang *instagramable*, berkemah di area *camping ground*, atau sekadar bersantai di kafe sambil menikmati pemandangan kebun teh dan *city view*. Fasilitas pendukung seperti toilet bersih, mushola, tempat parkir luas, dan pusat informasi telah tersedia, meskipun beberapa aspek seperti penerangan dan fasilitas untuk disabilitas masih perlu ditingkatkan. Villa Damar masih menghadapi beberapa tantangan seperti akses transportasi umum yang terbatas, infrastruktur jalan yang perlu perbaikan, serta variasi aktivitas wisata yang masih minim.



Gambar 1 Kebun Teh Villa Damar

Atraksi

Atraksi wisata merupakan elemen utama dalam menarik minat kunjungan wisatawan ke Villa Damar. Tabel berikut menyajikan tanggapan wisatawan terhadap beragam atraksi yang tersedia di villa damar.



Gambar 2: Indikator Atraksi

Indikator atraksi berada dalam kategori Sangat Setuju karena memiliki indeks berkisar antara 82,6% hingga 92,0%. Indikator tertinggi adalah “sunset menarik” (92,0%) dan “sunrise menarik” (91,0%), yang menunjukkan bahwa daya tarik visual alam menjadi kekuatan utama Villa Damar. Atraksi lain seperti ATV, villa, café, dan pemandangan alam juga mendapat nilai yang sangat tinggi. Data mengenai indicator atraksi menunjukkan bahwa atraksi berbasis alam di Villa Damar telah berhasil memenuhi permintaan wisata alam secara optimal. Atraksi ini dapat menjadi faktor penarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Villa Damar, seperti disebutkan Anggela et al., (2018), faktor penarik bersumber dari karakteristik destinasi wisata yang dapat mencakup keunikan atraksi wisata, ketersediaan fasilitas pendukung, kemudahan akses, dan kualitas layanan yang ditawarkan destinasi.

Aksesibilitas

Aksesibilitas memiliki peran penting terhadap kemudahan wisatawan mencapai destinasi. Berikut adalah tabel penilaian wisatawan terhadap aksesibilitas di Villa Damar.

Tabel 2. Indikator Aksesibilitas

No	Indikator Aksesibilitas	Indeks (%)	Kategori
1	Transportasi yang digunakan adalah kendaraan umum	48.4	Kurang Berpengaruh
2	Transportasi yang digunakan adalah kendaraan pribadi	89.2	Sangat Berpengaruh
3	Transportasi yang digunakan adalah transportasi <i>online</i>	50.2	Kurang Berpengaruh
4	Akses jalan sesuai untuk semua umur	78.6	Berpengaruh
5	Pengunjung disabilitas dapat mengakses beberapa fasilitas dengan nyaman	76.0	Berpengaruh
6	Akses cocok untuk keluarga dengan anak kecil	83.2	Sangat Berpengaruh
7	Lokasi destinasi ini dekat dengan pusat kota atau permukiman	73.6	Berpengaruh
8	Lokasi destinasi mudah ditemukan melalui Google Maps atau aplikasi navigasi	82.2	Sangat Berpengaruh
9	Lokasi destinasi berada di wilayah yang aman dan tidak rawan macet	80.2	Sangat Berpengaruh
10	Lokasi destinasi terintegrasi dengan jalur wisata lain di sekitarnya	62.6	Berpengaruh
11	Tersedia rambu atau penanda lokasi wisata menuju destinasi	79.0	Berpengaruh
12	Akses mudah tanpa harus menyewa kendaraan khusus	82.6	Sangat Berpengaruh
13	Tidak memerlukan perjalanan jauh dari tempat tinggal	77.4	Berpengaruh
14	Lebih hemat waktu dan tenaga dibandingkan destinasi lain	76.4	Berpengaruh
15	Jalur akses tidak membingungkan atau rumit	79.0	Berpengaruh
16	Akses jalan memberikan pengalaman perjalanan yang nyaman	64.6	Berpengaruh
17	Jalan beraspal dan dalam kondisi baik	57.4	Kurang Berpengaruh
18	Tidak ada hambatan jalan rusak	57.6	Kurang Berpengaruh
19	Area masuk jelas dan tidak tersembunyi	82.4	Sangat Berpengaruh
20	Biaya transportasi ke lokasi cukup terjangkau	76.2	Berpengaruh
21	Tidak ada pungutan liar selama perjalanan ke lokasi	77.2	Berpengaruh
22	Tidak perlu sewa kendaraan mahal untuk bisa sampai	80.4	Sangat Berpengaruh

Indikator aksesibilitas menunjukkan hasil yang cukup beragam. Indikator aksesibilitas memiliki 22 indikator, 7 berada dalam kategori Sangat Setuju, 12 pada kategori Setuju, dan 3 dalam kategori Kurang Setuju. Indeks tertinggi terdapat pada indikator “transportasi pribadi mudah digunakan” (89,2%), skor rendah ditemukan pada indikator “transportasi umum” (48,4%) dan “kondisi jalan” (57,4%). Data dari indikator diatas menunjukkan bahwa aksesibilitas ke Villa Damar lebih nyaman bagi wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi. Peningkatan transportasi publik dan infrastruktur jalan menjadi penting untuk membuka akses yang lebih luas bagi berbagai lapisan masyarakat. *Accessibility* merupakan faktor penting yang menentukan kemudahan wisatawan dalam mencapai destinasi wisata melalui ketersediaan infrastruktur transportasi yang memadai. Faktor aksesibilitas ini berperan signifikan dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat (Panuntun & Mahagangga, 2024).

Amenitas

Amenitas menjadi penunjang kenyamanan untuk wisatawan selama berada di destinasi. Tabel berikut menunjukkan penilaian terhadap kualitas pengalaman yang dirasakan wisatawan dan kelengkapan amenitas di villa damar.

Tabel 3. Indikator Amenitas

No	Indikator Amenitas	Indeks (%)	Kategori
1	Toilet tersedia dalam kondisi bersih	82.6	Sangat Berpengaruh
2	Mushola layak digunakan	83.8	Sangat Berpengaruh
3	Tempat parkir tersedia dekat dengan area utama	85.2	Sangat Berpengaruh
4	Pusat informasi memberikan layanan utama	56.8	Kurang Berpengaruh
5	Pusat informasi memberikan layanan utama	80.8	Sangat Berpengaruh
6	Lampu penerangan berfungsi baik	80.0	Sangat Berpengaruh
7	Tempat duduk tersedia dan mudah ditemukan	80.4	Sangat Berpengaruh
8	Tempat sampah tersedia dan mudah dijangkau	84.6	Sangat Berpengaruh
9	Pondok teduh tersedia untuk beristirahat atau berteduh	83.0	Sangat Berpengaruh
10	Wastafel tersedia dengan aliran air yang lancar	83.6	Sangat Berpengaruh
11	Penempatan fasilitas mudah dijangkau dari berbagai sudut area	84.8	Sangat Berpengaruh
12	Fasilitas mendukung kenyamanan saat tiba di lokasi	84.8	Sangat Berpengaruh
13	Fasilitas cukup jumlahnya	73.8	Berpengaruh
14	Fasilitas berfungsi dengan normal	82.4	Sangat Berpengaruh
15	Pengunjung lansia dapat menggunakan fasilitas dengan nyaman	76.4	Berpengaruh
16	Fasilitas yang tersedia dapat digunakan anak-anak	81.4	Sangat Berpengaruh
17	Fasilitas yang tersedia dapat digunakan disabilitas	82.6	Sangat Berpengaruh
18	Fasilitas mendukung aktivitas wisata yang dilakukan	88.6%	Sangat Berpengaruh
19	Fasilitas sesuai dengan kebutuhan pengunjung	81.4%	Sangat Berpengaruh
20	Fasilitas meningkatkan pengalaman wisata pengunjung	80.6%	Sangat Berpengaruh

Amenitas sebagai salah satu aspek penting dalam keberhasilan wisata alam di Villa Damar. Indikator mengenai amenitas menunjukkan hasil yang sangat memuaskan, sebanyak 17 dari 20 indikator berada pada kategori Sangat Setuju, diantaranya “fasilitas sesuai dengan kebutuhan pengunjung” (88,6%) dan “fasilitas mendukung aktivitas wisata” (82,6%). Data tersebut menunjukkan bahwa fasilitas fisik seperti toilet, tempat duduk, dan pencahayaan telah memenuhi permintaan wisata alam wisatawan. Indikator seperti “pusat informasi memberikan layanan utama” hanya memperoleh indeks 56,8% (Kurang Setuju), yang menandakan perlunya perbaikan pada aspek layanan informasi inti

yang sangat penting dalam pengelolaan destinasi wisata alam. *Amenity* atau fasilitas pendukung mencakup seluruh sarana dan prasarana yang dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berada di destinasi wisata. Kelengkapan fasilitas ini menjadi penentu utama dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan (Utomo et al., 2024).

Ansilar

Komponen ansilaris yang mencakup layanan yang diberikan pihak pengelola villa damar kepada wisatawan. berikut tabel yang menyajikan berbagai aspek layanan ansilari di villa damar.

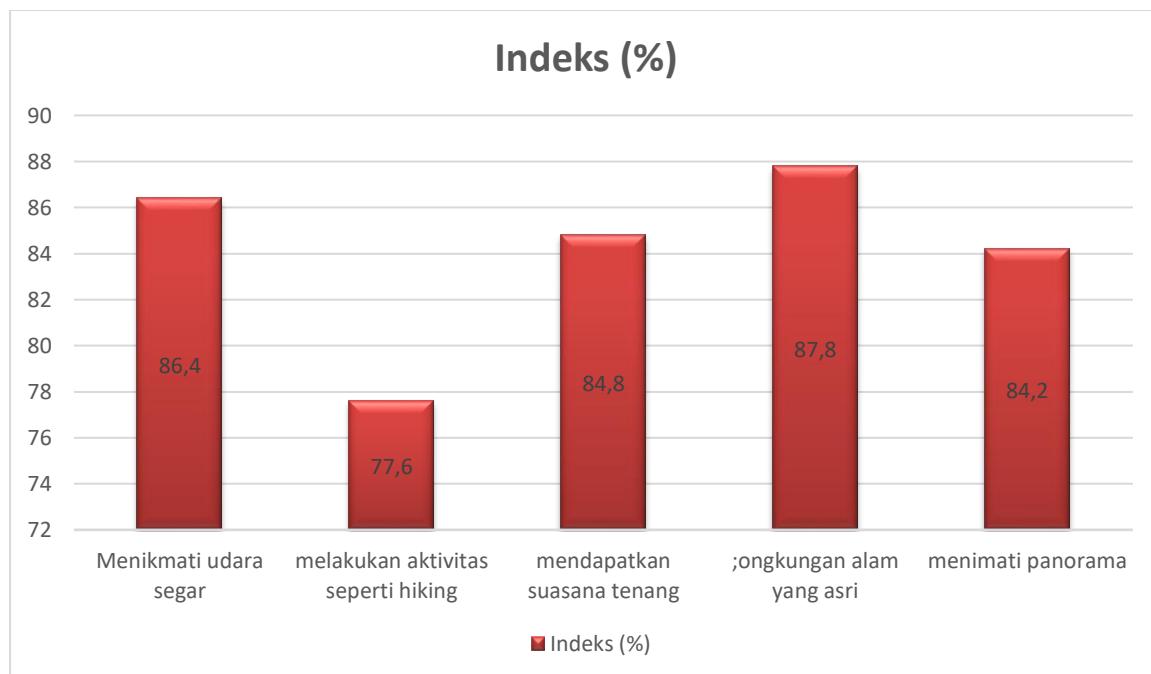
Tabel 4. Indikator Ansilari

No	Indikator Ansilari	Indeks (%)	Kategori
1	Brosur informasi tentang destinasi tersedia	78.8	Berpengaruh
2	Brosur informasi mudah diakses	77.2	Berpengaruh
3	Pusat informasi tersedia di area wisata	80.2	Sangat Berpengaruh
4	Loket pelayanan tersedia di area wisata	82.4	Sangat Berpengaruh
5	Pelayanan informasi digunakan oleh pengunjung baru	79.8	Berpengaruh
6	Pelayanan informasi digunakan oleh pengunjung yang mengalami kendala	82.8	Sangat Berpengaruh
7	Pelayanan informasi dimanfaatkan saat tiba di lokasi	81.4	Sangat Berpengaruh
8	Pelayanan informasi dimanfaatkan selama berada di lokasi	85.0	Sangat Berpengaruh
9	Pelayanan informasi dimanfaatkan saat meninggalkan destinasi	80.2	Sangat Berpengaruh
10	Lokasi pusat informasi mudah ditemukan dari pintu masuk	84.4	Sangat Berpengaruh
11	Pusat informasi membantu pengunjung memahami rute wisata	80.6	Sangat Berpengaruh
12	Pusat informasi membantu pengunjung memahami aktivitas wisata	80.8	Sangat Berpengaruh
13	Petugas mengarahkan pengunjung untuk menggunakan pelayanan informasi	79.4	Berpengaruh
14	Petugas mengarahkan pengunjung untuk menggunakan pelayanan pengaduan	79.8	Berpengaruh
15	Informasi yang diberikan jelas	82.6	Sangat Berpengaruh
16	Informasi yang diberikan mudah dipahami	83.6	Sangat Berpengaruh
17	Petugas pelayanan tanggap	82.2	Sangat Berpengaruh
18	Petugas pelayanan ramah	81.0	Sangat Berpengaruh
19	Petugas pelayanan membantu pengunjung	81.6%	Sangat Berpengaruh
20	Proses pelayanan cepat	78.8%	Berpengaruh
21	Rata-rata waktu pelayanan informasi kurang dari 10 menit	80.0%	Sangat Berpengaruh
22	Layanan informasi meningkatkan kepuasan pengunjung	80.2%	Sangat Berpengaruh
23	Layanan pengaduan meningkatkan kenyamanan pengunjung	82.4%	Sangat Berpengaruh

Pelayanan informasi menjadi indikator dengan indeks tertinggi (85,0%) yang menunjukkan wisatawan merasa terbantu dengan layanan informasi yang ada di villa damar. Keberadaan layanan dapat meningkatkan rasa aman dan kepercayaan wisatawan terhadap villa damar. Ansilari yang ada di villa damar mempengaruhi permintaan wisata alam karena memberikan informasi dan bantuan. *Ancillary* merupakan layanan tambahan yang dapat meningkatkan nilai pengalaman wisata melalui penyediaan jasa pemandu wisata, penyewaan peralatan, dan berbagai layanan pendukung lainnya. Komponen 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari) yang menjadi faktor penarik destinasi wisata. Permintaan wisata alam dapat dipengaruhi oleh faktor pendorong yaitu motivasi. Motivasi wisatawan adalah pendorong yang mempengaruhi individu untuk melakukan perjalanan wisata ke suatu destinasi. Motivasi yang menjadi pendorong dalam mempengaruhi wisatawan terdapat motivasi fisik, sosial, budaya dan fantasi.

Motivasi Fisik

Motivasi fisik menggambarkan kebutuhan wisatawan untuk merileksasikan tubuh dan pikiran melalui aktivitas wisata. Tabel berikut memperlihatkan sejauh mana motivasi fisik mendorong wisatawan untuk mengunjungi villa damar.



Gambar 3: Indikator Motivasi Fisik

Analisis terhadap lima indikator motivasi fisik menunjukkan bahwa seluruhnya berada dalam kategori Sangat Setuju, kecuali satu indikator yaitu "melakukan aktivitas fisik seperti hiking" yang memperoleh indeks sebesar 77,6% (Setuju). Indikator-indikator seperti "menikmati udara segar dan pemandangan" (86,4%), serta "menikmati sunrise dan sunset" (91,0% dan 92,0%) menunjukkan bahwa pengalaman alam secara pasif seperti menikmati pemandangan dan udara terbuka merupakan alasan utama kunjungan. Aktivitas ringan yang melibatkan fisik juga bisa dilakukan oleh wisatawan tidak harus dengan aktivitas berat seperti hiking, yang terpenting wisatawan mendapatkan suasana yang menyegarkan. Motivasi fisiologis mendorong wisatawan untuk mencari aktivitas yang dapat meningkatkan kesehatan dan kesegaran jasmani melalui kegiatan rekreasi di alam terbuka (Syaiful et al., 2023). Faktor pendorong berasal dari dalam diri wisatawan yang meliputi kebutuhan psikologis, keinginan untuk melepaskan diri dari rutinitas, dan pencarian pengalaman baru yang dapat memberikan kepuasan emosional (Nasution et al., 2022).

Motivasi Budaya

Motivasi budaya berkaitan dengan keingintahuan wisatawan terhadap nilai-nilai lokal, lanskap budaya di suatu kawasan. Tabel berikut menampilkan tanggapan wisatawan terhadap motivasi budaya dalam kunjungan ke villa damar.

Tabel 5. Indikator Motivasi Budaya

No	Indikator Motivasi Budaya	Indeks %	Kategori
1	Berkunjung untuk mengamati keindahan panorama perkebunan teh sebagai bagian dari lanskap budaya Sukabumi	83.4%	Sangat Berpengaruh
2	Berkunjung karena tertarik dengan pemandangan perkebunan teh yang menjadi ciri khas daerah	83.2%	Sangat Berpengaruh
3	Berkunjung untuk belajar tentang kehidupan masyarakat di sekitar kawasan perkebunan	72.0%	Berpengaruh
4	Berkunjung untuk menikmati suasana pedesaan yang berbeda dari lingkungan perkotaan	86.0%	Sangat Berpengaruh
5	Berkunjung untuk merasakan pengalaman hidup yang berbeda dari daerah asal	84.6%	Sangat Berpengaruh
6	Berkunjung untuk menikmati kuliner atau makanan	74.0%	Berpengaruh

Motivasi budaya pengunjung juga menunjukkan kecenderungan positif terhadap pengalaman wisata yang berorientasi pada lokalitas dan kearifan budaya. Empat dari enam indikator berada dalam kategori Sangat Setuju, seperti “menikmati suasana pedesaan” (86,0%) dan “mengamati panorama kebun teh sebagai bagian dari budaya Sukabumi” (83,4%). Data pada indikator menunjukkan dominasi wisatawan tertarik pada keindahan alam. Nilai budaya memiliki peran pendorong wisatawan untuk mengunjungi villa damar selain dari sisi keindahan alam, tetapi juga nilai budaya yang melekat di dalamnya. Dua indikator lainnya seperti “belajar kehidupan masyarakat sekitar” (72,0%) dan “menikmati kuliner lokal” (74,0%) dalam kategori Setuju, menandakan bahwa aspek edukatif dan gastronomi masih bisa diperkuat dalam pengelolaan wisata alam di Villa Damar.

Motivasi Sosial

Motivasi sosial berhubungan dengan tren media sosial/rekomendasi sosial dari lingkungan. Tabel menunjukkan tingkat pengaruh motivasi sosial terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi villa damar.

Tabel 6. Indikator Motivasi Sosial

No	Indikator Motivasi Sosial	Indeks %	Kategori
1	Berkunjung untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, pasangan, atau teman	83.8%	Sangat Berpengaruh
2	Berkunjung karena rekomendasi dari teman, keluarga, atau rekan kerja	82.0%	Sangat Berpengaruh
3	Berkunjung untuk bertemu dengan orang-orang baru dan memperluas koneksi sosial	70.4%	Berpengaruh
4	Berkunjung untuk menghadiri acara khusus (reuni, rapat, dll) yang diadakan di Villa Damar	65.8%	Berpengaruh
5	Berkunjung karena latar pemandangan perkebunan teh Villa Damar memiliki nilai prestise di media sosial	79.4%	Berpengaruh
6	Berkunjung untuk mengambil foto pemandangan indah dan membagikannya di media sosial	84.6%	Sangat Berpengaruh
7	Berkunjung untuk mengikuti tren wisata alam yang sedang populer	80.8%	Sangat Berpengaruh

Indikator motivasi sosial menunjukkan kategori Sangat Setuju, di mana lima dari tujuh indikator memiliki indeks di atas 80%. Tabel diatas mengindikasikan bahwa kunjungan ke Villa Damar tidak

hanya didasari oleh keinginan personal, tetapi juga oleh aspek sosial seperti berkumpul bersama keluarga atau mengikuti tren wisata. Indikator seperti “menghabiskan waktu bersama keluarga/teman” (83,8%) dan “mengikuti tren wisata yang sedang populer” (80,8%) menunjukkan bahwa Villa Damar telah menjadi destinasi yang mendukung kebutuhan interaksi sosial dalam suasana alam yang nyaman. Dua indikator yakni “bertemu orang baru” (70,4%) dan “menghadiri acara khusus” (65,8%) mendapat skor yang lebih rendah, menandakan bahwa aspek sosial yang bersifat eksternal atau formal belum menjadi daya tarik utama bagi mayoritas wisatawan.

Motivasi Fantasi

Dorongan untuk melarikan diri dari rutinitas dan mencari ketenangan menjadi motivasi penting dalam wisata alam. Berikut disajikan hasil tanggapan wisatawan terkait motivasi fantasi dalam kunjungannya.

Tabel 7. Indikator Motivasi Fantasi

No	Indikator Motivasi Fantasi	Indeks %	Kategori
1	Berkunjung untuk beristirahat dan rileksasi dari rutinitas sehari-hari	84.6%	Sangat Berpengaruh
2	Berkunjung untuk mendapatkan pengalaman baru	82.2%	Sangat Berpengaruh
3	Berkunjung untuk mencari inspirasi dan ide-ide baru	80.2%	Sangat Berpengaruh
4	Berkunjung untuk merasakan ketenangan dan kedamaian	85.4%	Sangat Berpengaruh
5	Berkunjung untuk meningkatkan status sosial dengan berwisata di destinasi alam yang <i>Instagramable</i>	82.6%	Sangat Berpengaruh
6	Berkunjung untuk mewujudkan impian/mimpi	66.0%	Berpengaruh
7	Berkunjung untuk mendapatkan pengalaman bermalam dengan pemandangan indah perkebunan teh dari villa	71.0%	Berpengaruh

Berdasarkan hasil perhitungan, sebagian besar indikator motivasi fantasi berada pada kategori Sangat Setuju, dengan nilai indeks tertinggi mencapai 89,4% dan nilai terendah sebesar 66,0%. Villa Damar menjadi tempat yang sangat diminati untuk memenuhi kebutuhan wisatawan terhadap pengalaman yang bersifat emosional dan imajinatif, seperti beristirahat dari rutinitas, mencari inspirasi, atau menikmati ketenangan alam. Indeks tinggi pada indikator seperti “berkunjung untuk merasakan ketenangan dan kedamaian” (85,4%) dan “berkunjung untuk mendapatkan pengalaman baru” (82,2%) menunjukkan tingginya keinginan wisatawan terhadap aktivitas berbasis alam yang bersifat reflektif. Motivasi yang berhubungan dengan mimpi dan pengalaman bermalam mendapat skor lebih rendah dalam kategori Setuju, yang menunjukkan adanya potensi pengembangan di aspek tersebut. Motivasi fantasi melengkapi motivasi psikologis, sosial, dan budaya dengan menambahkan dimensi imajinatif di mana wisatawan terdorong untuk mencari pengalaman yang unik dan berbeda dari rutinitas sehari-hari, sehingga memperkaya alasan mereka dalam memilih destinasi wisata yang menawarkan pengalaman emosional dan tematik yang kuat (Savitri & Susanti, 2024).

KESIMPULAN

Permintaan wisata alam di Villa Damar dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan. Atraksi Villa Damar, terutama villa dan pemandangan alam seperti sunset, kebun teh, dan sunrise, memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan. Aksesibilitas ke Villa Damar lebih dominan ditentukan oleh penggunaan kendaraan pribadi, mengingat keterbatasan transportasi umum dan kondisi jalan yang kurang memadai. Amenitas yang tersedia dinilai cukup baik dalam mendukung aktivitas wisatawan, dengan fasilitas tempat duduk yang paling memadai, meskipun peningkatan jumlah fasilitas secara keseluruhan masih diperlukan. Ansilari, khususnya pelayanan informasi, terbukti sangat membantu

wisatawan, meningkatkan rasa aman dan kepercayaan mereka selama berada di Villa Damar. Motivasi menjadi faktor internal yang menjadi alasan bagi wisatawan mengunjungi Villa Damar. Motivasi fisik yang tertinggi karena didorong oleh keinginan untuk menikmati lingkungan alam yang asri, motivasi budaya terfokus pada lanskap perkebunan teh dan suasana pedesaan, motivasi sosial dipengaruhi oleh keinginan untuk berbagi pengalaman di media sosial, dan motivasi fantasi didorong oleh kebutuhan untuk beristirahat dan mencari ketenangan. Pengembangan destinasi wisata Villa Damar perlu mempertimbangkan penilaian wisatawan terkait komponen atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ansiliaris termasuk faktor motivasi wisatawan untuk meningkatkan aspek kepuasan serta mendorong wisatawan berkunjung kembali dengan tetap memperhatikan keberlanjutan destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, R., Teniwut, R. M. K., & Susanty, I. I. D. A. R. (2024). Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.32528/sw.v7i1.1026>

Afandi, M. L., Wibowo, J., Candraningrat, C., & Supriyanto, A. (2023). Analisis Hubungan Atribut Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Malioboro. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 6(2), 89–97. <https://doi.org/10.32528/sw.v6i2.1200>

Alfisyahr, R., & D, L. D. R. (2019). Faktor Pendorong Dan Faktor Penarik Dari Wisatawan Domestik Di Kabupaten Malang, Indonesia. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2217. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i3.325>

Aling, F. A. N., Ketut Mahardika, Ni Komang Sixma Dewi, & Gusti Ngurah Yoga Semadi. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Komponen 4A Pada Desa Buahan, Payangan, Gianyar, Bali. *MSJ: Majority Science Journal*, 1(1), 27–33. <https://doi.org/10.61942/msj.v1i1.7>

Andriana, E., Yuliana, R., Ilmiah, W., Aulina, C., Noviyanti, T. E., & Ramadayanti, S. (2022). Pemberdayaan Ekowisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 52–60. <https://doi.org/10.46843/jmp.v1i2.267>

Anggela, M. M., Oka Karini, N. M., & Sofia Wijaya, N. M. (2018). Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Jembong Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*, 5(2), 76. <https://doi.org/10.24843/ipta.2017.v05.i02.p01>

Ardiansyah, I., & Tandi, F. (2023). Analisis Daya Dukung Wisata Dalam Mendukung Di Kebun Raya Bogor (Analysis of Tourism Carrying Capacity in Supporting the Concept of Sustainable Tourism At Bogor Botanical Gardens). *Manajemen Dan Pariwisata*, 2(April), 39–52.

Arman, S. P. (2019). Pengaruh Push And Pull Motivations Wisatawan Terhadap Gastro Tourism Di Sumatera Barat. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.31961/impact.v1i1.630>

Budiani, S. R., Puspitasari, L., Adibah, M. N., Fauzia, A., & Basuki, S. N. (2019). Kajian Daya Dukung Lingkungan Fisik Wisata Berkemah Telaga Cebong Desa Sembungan untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan. *Majalah Geografi Indonesia*, 33(1), 9. <https://doi.org/10.22146/mgi.32304>

Devy, H. A. (2017). Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), 34–44.

Dewandaru, B., Rahmadi, A. N., & Susilaningsih, N. (2021). Pengaruh Attraction, Accesibility, Amenity Dan Ancillary Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Wisata Besuki Kediri. 35, 1–11.

Furohmah, D., & Setyadharma, A. (2018). Economics Development Analysis Journal Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara pada Objek Wisata Pantai Klayar Kabupaten Pacitan. *Economics Development Analysis Journal*, 7(4), 412–420. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>

Juni Sudaryanti, I., Sukriah, E., Rosita, & Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan dalam Melakukan Wisata Heritage di Kawasan Braga Kota Bandung, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan Wisata Heritage Di Kawasan Braga Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 12(1), 43–56.

Meliantari, D., & Apriani, A. (2024). The Link Of Amenities, Accessibility And Ancillary With The Selection Of Tourist Destinations. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 93–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.31316/jk.v8i1.6003>

Nasution, M. N. A., Syaiful, H., Wibowo, A. E., & Silitonga, F. (2022). Peranan motivasi sebagai faktor pendorong minat kunjungan wisatawan mancanegara. *Jurnal Menata*, 1(2), 59–79.

Ningtiyas, E. A., & Alvianna, S. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan melalui Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1), 83–96. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.69>

Nugraha, R. A., Abdillah, H., Untoro, S. T., & Makruf, A. (2022). Partisipasi Masyarakat Melalui Metode 4A Dalam Pengembangan Sektor Wisata Dusun Serut. *Mawa Izh Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 13(1), 27–48. <https://doi.org/10.32923/maw.v13i1.2290>

Panuntun, D. C., & Mahagangga, I. G. A. O. (2024). Komponen Pariwisata 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) di Daya Tarik Wisata Gunung Payung Cultural Park. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 2(10), 96–110.

Pribadi, F. S., & Mariyanti, E. (2023). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Kota Wisata Pariaman, Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(1), 74–84. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i1.741>

Primanty, A. (2023). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Air Terjun (Curug) Di Desa Curugrendeng Kecamatan Jalancagak, Subang, Jawa Barat. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 6(2), 68–75. <https://doi.org/10.32528/sw.v6i2.742>

Qodriyatun, S. N. (2019). Implementasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Karimunjawa. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 9(2), 240–259. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v9i2.1110>

Risqiani, A. (2020). Analisis Kesesuaian Permintaan Wisata Dan Penawaran Objek Wisata Di Taman Nasional Kepulauan Seribu (Kasus Di Pulau Pramuka), Jakarta. *Saintek Perikanan : Indonesian Journal of Fisheries Science and Technology*, 16(1), 72–78. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/saintek/article/view/23948>

Riyanto, S., & Kurniawati, I. D. (2018). Rancang Bangun Website Desa Kresek-Madiun Untuk Media Informasi Potensi Wisata Alam Dan Kulinier. *Jurnal Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer Prima (JUSIKOM PRIMA)*, 1(2), 2580–2879. <http://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/JUSIKOM/article/view/58>

Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–22. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13762>

Savitri, F. A. N., & Susanti, E. D. (2024). Analisis Motivasi Perjalanan Wisatawan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Alam Puncak Brakseng, Kota Batu. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9742–9748. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5902>

Syaiful, H., Wibowo, A. E., & Mohamad Nur Afriandi Nasution. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Mancanegara: Perspektif Faktor Penarik. *Jurnal Manajemen Kuliner*, 2(1), 54–72. <https://doi.org/10.59193/jmn.v2i1.136>

Taning, N. P., Masyhudi, L., Hulfa, I., Idrus, S., & Martayadi, U. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Aik Nyet Desa Buwun Sejati. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(2), 379–392. <https://doi.org/10.47492/jrt.v2i2.2173>

Utomo, D. K. S., Gusadi, M. H., Rahmi, U. A., Ramadhan, G., & Pratiwi, W. D. (2024). Identifying

4a's Component (Attraction, Accessibility Amenity, And Ancillary) In Sade Tourism Village.
Jurnal Ilmu Sosial, 22(1), 102–112.

Yuliyanto, A., Baiquni, M., & Wiyono, D. (2021). Citra Destinasi Pariwisata Halal Dalam Perspektif Fotografi (Studi Kasus Di Pulau Lombok). *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)*, 1(1), 69–75. <https://doi.org/10.21009/jppv1i1.07>

Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Patalo, R. G., & Widiawati, D. (2022). Dampak Attraction , Accessibility , Amenity , Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Tesla:Perhotelan -Destinasi Wisata -Perjalanan Wisata*, 2(1), 1–11.