



Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Boomi Carnival di Pakuwon City Mall Surabaya Timur

Firmansyah¹, Ety Dwi Susanti²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia
E-mail: 20045010004@student.upnjatim.ac.id, etydwisusanti@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-11-11 Revised: 2024-12-23 Published: 2025-01-10	This study aims to analyze the influence of tourist attractions and accessibility on visitors' interest in Boomi Carnival, East Surabaya, and to identify the most significant factor. Using a quantitative inferential approach based on positivism, data were collected via questionnaires from 100 respondents through accidental sampling and analyzed with SmartPLS4. The findings indicate that both Tourist Attraction (X1) and Accessibility (X2) significantly and positively affect Visitor Interest (Y). Tourist Attraction (X1) has a path coefficient of 0.367 (T-statistic 4.119, P-values 0.000), while Accessibility (X2) shows a higher path coefficient of 0.457 (T-statistic 4.730, P-values 0.000). Both results confirm statistical significance, as T-statistics exceed 1.96 and P-values are below 0.05. While both factors are influential, Accessibility (X2) emerges the dominant variable, highlighting the importance of ease of access in attracting visitors. To establish Boomi Carnival as a premier destination in East Surabaya, the management as should prioritize enhancing accessibility alongside maintaining the attractiveness of the site.
Keywords: Tourist Attraction; Accessibility; Visiting Interest.	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-11-11 Direvisi: 2024-12-23 Dipublikasi: 2025-01-10	Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan aksesibilitas terhadap minat kunjungan wisatawan ke Boomi Carnival, Surabaya Timur, serta mengidentifikasi variabel yang paling signifikan dalam meningkatkan minat kunjungan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif inferensial berbasis positivisme, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden menggunakan metode <i>accidental sampling</i> . Analisis data dilakukan dengan bantuan program SmartPLS4 menggunakan uji statistik dan interpretasi hasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata (X1) dan Aksesibilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketertarikan Pengunjung (Y). Daya Tarik Wisata (X1) memiliki koefisien jalur 0,367 (T-statistik 4,119, P-values 0,000), sedangkan Aksesibilitas (X2) memiliki koefisien jalur lebih tinggi, yaitu 0,457 (T-statistik 4,730, P-values 0,000). Signifikansi ditunjukkan oleh T-statistik > 1,96 dan P-value < 0,05. Meskipun kedua faktor berpengaruh, aksesibilitas terbukti menjadi variabel yang lebih dominan. Kemudahan akses menjadi faktor utama yang meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Untuk menjadikan Boomi Carnival sebagai destinasi unggulan di Surabaya Timur, manajemen disarankan memprioritaskan peningkatan aksesibilitas sambil tetap menjaga daya tarik wisata yang ada.
Kata kunci: Daya Tarik Wisata; Aksesibilitas; Minat Kunjungan.	

I. PENDAHULUAN

Menurut (Kemenparekraf, 2020), perkembangan sektor pariwisata dapat lebih mempercepat laju pertumbuhan ekonomi hal ini disebabkan meningkatkan kebutuhan terhadap produk dan jasa. Hal ini secara langsung akan menciptakan permintaan tambahan pada produk dan layanan yang terkait dengan kegiatan pariwisata. Guna terpenuhi permintaan wisatawan perlu dilakukan investasi, misalnya di bidang transportasi. Perkembangan atraksi wisata di suatu daerah bergantung pada jumlah yang berkunjung ke daya tarik wisata tersebut, apabila wisatawan bertambah, maka semakin banyak uang yang diperoleh, hingga uang tersebut dapat digunakan untuk insentif untuk

mempromosikan dan mendorong wisatawan. Menarik industri lain untuk membuat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Perkembangan pariwisata sebagai suatu industri harus didukung oleh usaha-usaha yang harus dikelola secara komprehensif dan efisien seperti:

1. Melalui promosi obyek wisata
2. Transportasi yang lancar
3. Mudah dalam keimigrasian
4. Akomodasi dengan jaminan penginapan yang nyaman
5. Guide yang profesional
6. Menyediakan produk dan jasa disertai kualitas yang dapat diandalkan dan harga terjangkau

7. Kondisi daya tarik wisata yang menjamin kebersihan dan lokasi yang menarik (Spillane, 1991).

Menurut (Sammeng, 2001) Apa pun yang dapat menarik wisatawan dengan keunikan, keindahan, keaslian, dan nilainya dianggap sebagai daya tarik wisata. Mungkin ada berbagai atraksi wisata di beberapa lokasi. Daya tarik wisata adalah sesuatu yang sangat esensial karena memiliki segala sesuatu yang berharga untuk dilihat dan dinikmati, seperti kekayaan alam dan buatan, keaslian, dan kemudahan daya tarik. Wisatawan juga terdorong untuk mengunjungi dan menikmati pemandangan yang ada di obyek wisata itu sendiri (Susianto, Johannes dan Yacob, 2022). Pakuwon City Mall berada di Kecamatan Mulyorejo Kelurahan Kejawan Putih Tambak. Kota Surabaya. Di area Pakuwon City Mall sendiri terdapat area outdoor yang dapat dimanfaatkan untuk penyelenggaraan event yang dimana pada saat ini hal ini dimanfaatkan oleh Boomi Carnival untuk menyelenggarakan event carnival.

Boomi Carnival memiliki wahana rekreasi yang sebanding dengan wahana di Dunia Fantasi (DUFAN) taman hiburan terbesar di Jakarta seperti ferris wheel, roller coaster, carousel, paratrooper, dragon coaster, dodgem cars, dan lainnya. Target pasarnya adalah masyarakat umum, dari segala usia dan pekerjaan. Boomi Carnival saat ini berada di area outdoor PCM. Boomi Carnival ini menyediakan beberapa wahana dan game di area outdoor seperti: ferris wheel, paratrooper, frog hooper, mini swinger, car convoy, carousel, mini octopus, crazy clown, dragon pot, big mouth, lucky coin, knock em down, soccer, long range basket, fish pond bust a balon, dan hoop shoot.

Banyaknya pengunjung pada suatu daya tarik wisata dapat dijadikan sebagai titik awal mengukur keberlangsungan operasional daya tarik wisata. Semakin tinggi angka banyaknya pengunjung setiap harinya menunjukkan bahwa daya tarik wisata ini masih bertahan berjalan lancar, jumlah pengunjung atau pengunjung harian dapat dipahami sebagai operasional dan keberlanjutan tempat wisata. Pada Boomi Carnival sendiri dalam pelaksanaannya terdapat beberapa sesi yang dimana setiap sesinya berjalan selama satu hingga dua bulan, di tiap sesinya sendiri Boomi Carnival selalu menawarkan konsep dan tema yang baru dan berbeda di setiap sesinya sehingga dapat mengalami permasalahan pada banyaknya jumlah minat kunjungan yang tidak konsisten.

Saat ini Boomi Carnival menjadi daya tarik wisata baru khususnya masyarakat sekitaran Pakuwon City Mall Surabaya Timur. Hal ini dapat dilihat dan cukup besarnya antusiasme masyarakat yang mengunjungi ke daya tarik wisata Boomi Carnival.

Menurut (Ariani, 2019), aksesibilitas mengukur sejauh mana individu dapat dengan mudah mencapai sebuah destinasi. Aksesibilitas sangat penting dalam keputusan wisatawan karena menentukan kemudahan mereka dalam mengakses obyek wisata. Dalam pariwisata, aksesibilitas mempengaruhi pengalaman pengunjung secara signifikan. Fasilitas transportasi sangat terkait dengan aksesibilitas, karena penggunaan kendaraan pribadi dapat membuat perjalanan jarak jauh terasa lebih singkat. Menurut (Yoeti, 1997) menunjukkan bahwa jika sebuah destinasi tidak memiliki aksesibilitas yang memadai, maka destinasi tersebut menjadi sulit untuk berkembang sebagai industri pariwisata, karena pariwisata sangat bergantung pada transportasi dan komunikasi, yang dipengaruhi oleh jarak dan waktu. (Suwanto, 2015) menyatakan bahwa aksesibilitas sangat penting untuk pengembangan pariwisata karena berkaitan dengan pertumbuhan lintas sektoral. Tanpa hubungan ke jaringan transportasi, obyek wisata berjuang untuk menarik pengunjung, sehingga penting bagi situs-situs ini untuk mudah dijangkau dan dapat diidentifikasi dengan jelas.

Menurut peneliti daya tarik wisata dapat dikatakan seperti suatu tempat yang menarik bagi wisatawan hal ini bisa berupa keindahan alam, warisan budaya, fasilitas hiburan, atau aktivitas khusus. Daya tarik wisata memiliki peran penting dalam menarik pengunjung dan mendorong mereka untuk mengunjungi suatu destinasi. Boomi Carnival adalah salah satu contoh atraksi wisata yang efektif dalam menarik minat banyak pengunjung, terutama beragam atraksi yang ditawarkannya. Dengan konsep taman bermain modern yang dilengkapi berbagai wahana menarik, Boomi Carnival berhasil memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung dari segala usia. Selain itu, fasilitas yang lengkap dan aksesibilitas yang baik membuat tempat ini mudah dijangkau, baik oleh wisatawan lokal maupun internasional. Keunikan Boomi Carnival juga terletak pada desain tematiknya yang selalu diperbarui, sehingga terus memberikan pengalaman baru bagi pengunjung setianya. Oleh karena itu, Boomi Carnival bukan hanya sekadar tempat rekreasi, tetapi juga pusat hiburan yang secara konsisten

menarik perhatian. Daya tarik wisata ini menjadi pilihan utama bagi keluarga yang mencari tempat liburan yang seru dan penuh kebahagiaan.

Minat berkunjung wisatawan merupakan minat sebagai daya penggerak yang melatarbelakangi perhatian seseorang terhadap suatu obyek. Menurut (Schiffman et al., 2007), minat sebagai pendorong motivasi orang untuk melaksanakan aktivitas yang mereka sukai dan mempengaruhi pertumbuhan komoditas pasar. Minat adalah perilaku yang timbul akibat respon terhadap suatu tujuan dan memperlihatkan niat membeli konsumen (Kotler et al., 2013). Minat diartikan sebagai situasi dimana pembeli belum melakukan tindakan apapun dan dapat dijadikan dasar untuk memperkirakan perilakunya. Pemahaman serupa diungkapkan (Assael, 2002), lebih lanjut menjelaskan bahwa niat membeli konsumen mungkin disebabkan oleh insentif yang mereka terima dari produsen dan distributor. Semua insentif harus merangsang perilaku pembelian konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, Boomi Carnival memiliki potensi guna meningkatkan minat berkunjung wisatawan yang datang ke daya tarik wisata, yang pada akhirnya akan mempengaruhi jumlah minat berkunjung wisatawan yang datang. Daya tarik wisata, dan aksesibilitas adalah faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk kembali ke suatu daya tarik wisata. Peneliti mempunyai ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke BoomiCarnival di Pakuwon City Mall Surabaya Timur".

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, peneliti dapat merumuskan suatu permasalahan pada penelitian ini yang berfokus "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Boomi Carnival di Pakuwon City Mall Surabaya Timur"

II. METODE PENELITIAN

Penelitian yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Boomi Carnival di Pakuwon City Mall Surabaya Timur" ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif inferensial. yang melibatkan pengumpulan data secara sistematis mengenai fakta dan karakteristik obyek yang diteliti. Data ini kemudian melalui berbagai tahapan pengujian dan interpretasi statistik. Peneliti dalam studi kuantitatif menggunakan instrumen (alat pengumpulan data) untuk mengakumulasi

data numerik dengan menganalisis data kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif inferensial berbasis positivisme, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden menggunakan metode accidental sampling. Analisis data dilakukan dengan bantuan program SmartPLS4 menggunakan uji statistik dan interpretasi hasil.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan jawaban responden melalui kuisisioner yang disebar, pada variabel Daya Tarik Wisata dengan indikator kepuasan terhadap variasi wahana, ketertarikan pada tema dan dekorasi, kualitas atraksi hiburan tambahan yang ditawarkan dan Kebersihan dan Pengelolaan Sampah, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Sebanyak 67% responden merasa bahwa popularitas dan reputasi Boomi Carnival sebagai tempat wisata menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan dalam menarik minat berkunjung, dengan 27% sangat setuju dan 40% setuju. Namun, 33% lainnya hanya cukup setuju, Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Hasil ini menunjukkan kontribusi yang cukup kuat dari popularitas dan reputasi terhadap minat kunjungan ke Boomi Carnival.
- b) Sebagian besar responden, yaitu 80%, menyatakan ketertarikan mereka terhadap tema dan dekorasi yang ditampilkan di Boomi Carnival, dengan 58% sangat setuju dan 22% setuju. Namun, 20% lainnya merasa cukup tertarik. *Loading Factor* 0,734 menunjukkan bahwa tema dan dekorasi berperan cukup penting dalam mempengaruhi pengalaman pengunjung.
- c) Berdasarkan rekapitulasi kuesioner tersebut, acara khusus yang diadakan oleh Boomi Carnival terbukti sangat menarik bagi mayoritas responden. Sebanyak 82% responden sangat setuju bahwa event atau acara tersebut mempengaruhi minat mereka untuk berkunjung, sementara 14% responden setuju, dan hanya 4% yang cukup setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dengan *Loading Factor* sebesar 0,765, dapat disimpulkan bahwa acara atau event khusus di Boomi Carnival memiliki pengaruh signifikan dalam menarik minat kunjungan wisatawan.

d) Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, mayoritas responden merasa bahwa harga tiket Boomi Carnival sesuai dengan kualitas atraksi dan fasilitas yang ditawarkan. Sebanyak 54% responden sangat setuju dengan pernyataan ini, sementara 39% setuju, dan hanya 7% yang cukup setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dengan *Loading Factor* sebesar 0,862, dapat disimpulkan bahwa harga tiket berperan sangat signifikan dalam mempengaruhi minat kunjungan ke Boomi Carnival.

Berdasarkan hasil perhitungan jawaban responden melalui kuisisioner yang disebar, pada variabel Aksesibilitas dengan indikator kemudahan menemukan lokasi, kemudahan parkir kendaraan, akses transportasi umum, dan jarak waktu tempuh diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Sebanyak 188% responden, yang terdiri dari 140% yang sangat setuju dan 48% yang setuju, merasa bahwa lokasi Boomi Carnival mudah ditemukan dan dijangkau. *Loading Factor* sebesar 0,874 juga menunjukkan bahwa pertanyaan ini memiliki pengaruh yang kuat dalam mengukur pengalaman pengunjung terhadap aksesibilitas lokasi.
- b) Fasilitas parkir di Boomi Carnival juga mendapat penilaian yang sangat positif, dengan 97% responden menyatakan bahwa mereka merasa mudah menemukan tempat parkir yang aman dan nyaman. Meskipun *Loading Factor* pada pertanyaan ini sedikit lebih rendah, yaitu 0,769, hal ini tetap mencerminkan pentingnya ketersediaan parkir yang memadai dalam meningkatkan kenyamanan pengunjung.
- c) Sebanyak 93% responden menyatakan bahwa mereka merasa mudah untuk menuju ke Boomi Carnival menggunakan transportasi umum, dengan skor rata-rata yang juga mencapai 4,5. Dengan *Loading Factor* sebesar 0,862, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas menggunakan transportasi umum sangat mempengaruhi pengalaman pengunjung.
- d) Sebanyak 97% responden merasa bahwa jarak dan waktu yang diperlukan untuk mencapai Boomi Carnival sudah sesuai dengan harapan mereka. Dengan *Loading Factor* sebesar 0,857, faktor ini berkontribusi signifikan terhadap

kepuasan keseluruhan pengunjung dalam hal aksesibilitas.

Berdasarkan hasil perhitungan jawaban responden melalui kuisisioner yang disebar, pada variabel Minat Kunjungan Wisatawan dengan indikator Pilihan Tempat untuk Rekreasi, Rekomendasi kepada Orang Lain, Mengajak Teman atau Saudara untuk Berkunjung, dan Kunjungan Kembali, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Sebanyak 90% responden menyatakan bahwa responden sangat setuju untuk merekomendasikan Boomi Carnival kepada orang lain, dengan 57% yang sangat setuju dan 33% yang setuju. *Loading Factor* sebesar 0,751 ini menandakan bahwa niat untuk merekomendasikan adalah faktor yang kuat dalam menunjukkan kepuasan pengunjung.
- b) Sebanyak 97% responden menyatakan bahwa mereka akan berkunjung kembali ke Boomi Carnival dalam waktu dekat, dengan 54% yang sangat setuju dan 43% yang setuju. Dengan *Loading Factor* sebesar 0,807, ini menandakan bahwa niat untuk berkunjung kembali merupakan indikator penting dari kepuasan pengunjung.
- c) Semua responden menyatakan bahwa dapat menarik mereka sebagai tempat untuk menghabiskan waktu dan mencari hiburan, dengan 51% sangat setuju dan 49% setuju dengan *Loading Factor* sebesar 0,839. Hasil ini mencerminkan daya tarik yang kuat dari Boomi Carnival sebagai lokasi hiburan.
- d) Sebanyak 97% responden menyatakan bahwa kesediaan mereka untuk mengajak teman atau saudara untuk berkunjung ke Boomi Carnival, dengan 51% yang sangat setuju dan 46% yang setuju. *Loading Factor* sebesar 0,765.

2. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

a) Convergent Validity

Langkah pertama dalam pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS adalah memeriksa *Factor Loading* pada bagian *discriminant validity Outer Loading* dan AVE. Langkah ini digunakan untuk mengukur suatu konsistensi konstruk dan saling berkorelasi tinggi pada setiap indikator yang dilakukan secara keseluruhan.

1) Outer Loading

Tabel 1. Nilai Loading Factor Indikator

	Daya Tarik Wisata	Aksesibilitas	Minat Kunjungan Wisatawan
X1.1	0.749		
X1.2	0.734		
X1.3	0.765		
X1.4	0.862		
X2.1		0.874	
X2.2		0.769	
X2.3		0.862	
X2.4		0.857	
Y1.1			0.751
Y1.2			0.807
Y1.3			0.839
Y1.4			0.765

Indikator yang membentuk variabel dianggap valid jika nilai *Loading Factor* melebihi 0,7 (nilai ideal). Seperti yang terlihat pada tabel di atas, semua indikator yang digunakan diberi tanda hijau dan nilainya melebihi 0,7 yang menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid untuk mengukur variabel yang ditetapkan.

2) Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 2. Average Variance Extracted

	Average variance extracted (AVE)	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0.607	Valid
Aksesibilitas	0.709	Valid
Minat Kunjungan Wisatawan	0.626	Valid

Hasil uji AVE yang disajikan menunjukkan bahwa konstruk mempunyai konsistensi internal yang baik dalam mengukur variabel terkait. Secara khusus pada penelitian ini Daya Tarik Wisata sebesar 0.607, Aksesibilitas memiliki nilai AVE sebesar 0.709, dan Minat Kunjungan Wisatawan sebesar 0,626. Nilai-nilai tersebut menunjukkan seberapa baik konstruk tersebut dapat diandalkan dalam mengukur aspek-aspek yang diinginkan wisatawan, seperti daya tarik wisata, aksesibilitas, dan minat berkunjung.

3) Discriminant Validity

Cara untuk mengetahui nilai *Discriminant Validity* dapat berdasarkan *cross loading* dan *fornell-larcker criterion*. *discriminant validity* dapat

dikatakan baik jika akar dari AVE pada konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya, sedangkan pada pengujian *cross loading* harus menunjukkan nilai indikator yang lebih tinggi dari setiap konstruk dibandingkan dengan indikator pada konstruk lainnya.

4) Cross Loading

Tabel 3. Cross Loading

	Daya Tarik Wisata	Aksesibilitas	Minat Kunjungan Wisatawan
X1.1	0.749	0.459	0.441
X1.2	0.734	0.362	0.318
X1.3	0.765	0.492	0.466
X1.4	0.862	0.645	0.691
X2.1	0.625	0.874	0.665
X2.2	0.462	0.769	0.577
X2.3	0.467	0.862	0.475
X2.4	0.625	0.857	0.665
Y1.1	0.440	0.478	0.751
Y1.2	0.525	0.631	0.807
Y1.3	0.627	0.580	0.839
Y1.4	0.457	0.567	0.765

Berdasarkan hasil gambaran interpretasi uji *cross loading*, terlihat bahwa setiap kolom berwarna kuning menunjukkan bahwa indikator pertanyaan memiliki korelasi numerik yang lebih tinggi terhadap variabelnya sendiri dibandingkan dengan variabel lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konstruk laten memprediksi indikatornya sendiri lebih baik daripada konstruk lainnya.

5) Fornell-Larcker Criterion

Tabel 4. Fornell-Larcker Criterion

	Daya Tarik Wisata	Aksesibilitas	Minat Kunjungan Wisatawan
Daya Tarik Wisata	0.779		
Aksesibilitas	0.655	0.842	
Minat Kunjungan Wisatawan	0.716	0.653	0.791

Berdasarkan hasil uji Fornell-Larcker Criterion yang tertera dalam tabel di atas, kita dapat melihat nilai korelasi antar variabel yang diuji:

- (a) Daya Tarik Wisata memiliki nilai korelasi tertinggi dengan dirinya sendiri, sebesar 0.779, yang lebih

tinggi daripada korelasinya dengan variabel lainnya.

- (b) Aksesibilitas memiliki nilai korelasi tertinggi dengan dirinya sendiri, yaitu 0.842, jika dibandingkan dengan variabel lainnya.
- (c) Minat Kunjungan Wisatawan memiliki nilai korelasi tertinggi dengan dirinya sendiri, yaitu 0.791, melampaui korelasinya dengan variabel lainnya.

6) Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Tabel 5. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Aksesibilitas	Daya Tarik Wisata	Minat Kunjungan Wisatawan
Aksesibilitas			
Daya Tarik Wisata	0.721		
Minat Kunjungan Wisatawan	0.817	0.762	

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai HTMT berada di bawah ambang batas 0,85 yang menunjukkan bahwa model pengukuran memiliki validitas diskriminan yang memadai.

b) Composite Reliability

Pengujian reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi suatu kuesioner, yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel. Reliabilitas instrumen penelitian dinilai menggunakan reliabilitas komposit. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai reliabilitas kompositnya melebihi 0,70 (Abdillah & Jogyanto, 2014).

Tabel 6. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0.791	0.846	0.860	Valid
Aksesibilitas	0.862	0.868	0.907	Valid
Minat Kunjungan Wisatawan	0.801	0.806	0.807	Valid

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk variabel Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, dan Minat Berkunjung Wisatawan menunjukkan informasi penting tentang konsistensi dan reliabilitas model pengukuran. Nilai

Composite Reliability untuk semua konstruk sangat memuaskan, dengan masing-masing melebihi 0,7, yang memenuhi standar reliabilitas.

c) Collinearity Statistics (VIF)

Model struktural yang dibahas dalam penelitian ini melibatkan uji multikolinearitas atau kolinearitas untuk mengetahui apakah terdapat interkorelasi atau kolinearitas antar variabel independen dalam suatu model konstruk. Interkorelasi mengacu pada hubungan linier atau kuat antara satu variabel independen dengan variabel prediktor lainnya dalam model statistik kolinearitas structural. Menurut (Hairl et al., 2017) suatu indikator formatif dikatakan bebas multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)-nya kurang dari 5. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai VIF awal beberapa indikator yang semuanya berada di bawah 5.

Tabel 7. Collinearity Statistics (VIF)

	VIF	Keterangan
X1.1	1.712	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X1.2	1.774	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X1.3	1.610	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X1.4	1.698	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2.1	3.410	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2.2	2.409	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2.3	3.136	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2.4	3.466	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Y1.1	1.607	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Y1.2	1.720	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Y1.3	1.907	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Y1.4	1.588	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan analisis menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF), dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas di antara variabel-variabel yang diteliti. Variabel X1, yang menggambarkan daya tarik wisata, menunjukkan VIF di bawah 2 untuk semua indikatornya, menunjukkan bahwa masing-masing indikator tidak saling mempengaruhi secara berlebihan. Variabel X2, yang berkaitan dengan aksesibilitas, memiliki VIF sedikit lebih tinggi, tetapi tetap berada di bawah ambang batas umum 5, menunjukkan bahwa variabel-variabel ini juga tidak saling mempengaruhi secara signifikan. Selain itu, variabel Y, yang berkaitan dengan minat kunjungan wisatawan, juga menunjukkan tidak adanya multikolinearitas dengan semua

indikatornya memiliki VIF di bawah 2. Hasil ini memastikan bahwa analisis dapat dilakukan tanpa perlu khawatir terhadap efek multikolinearitas yang dapat mempengaruhi keakuratan model.

3. Evaluasi Pengujian Struktural Model (*Inner Model*)

Tabel 8. R-square

	R-square	R-square adjusted
Minat Kunjungan Wisatawan (Y)	0.552	0.543

Berdasarkan hasil uji R-Square, nilai R-Square untuk variabel Minat Kunjungan Wisatawan (Y) adalah 0.552, sedangkan nilai R-Square adjusted adalah 0.543. Ini menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan 54,3% dari variasi minat kunjungan wisatawan melalui variabel-variabel independen, yaitu Daya Tarik Wisata (X1) dan Aksesibilitas (X2). Sisa 55,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dengan nilai R-square yang cukup tinggi, dapat disimpulkan bahwa model ini cukup baik dalam menjelaskan minat kunjungan wisatawan ke Boomi Carnival. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dimasukkan dalam analisis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis model struktural menggunakan nilai R-Square sebagai ukuran *goodness-of-fit*. Selain itu, pengaruh total dievaluasi untuk menentukan koefisien parameter dan signifikansi dengan t-statistik sebesar 1,96. Dalam SmartPLS, setiap hubungan hipotesis diuji menggunakan simulasi, dan metode bootstrapping diterapkan untuk mengatasi masalah ketidaknormalan data. Estimasi parameter yang signifikan memberikan pemahaman mendalam tentang hubungan antar variabel penelitian. Hasil dari analisis bootstrapping dalam SmartPLS digambarkan dalam output tabel dibawah ini:

Tabel 9. Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Value
Daya Tarik Wisata (X1) Minat Kunjungan Wisata (Y)	0.367	0.378	0.089	4.119	0.000
Daya Tarik Wisata (X2) Minat Kunjungan Wisata (Y)	0.457	0.452	0.097	4.730	0.000

Tabel di atas menunjukkan Uji hipotesis dalam analisis *path coefficients* dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel-variabel independen (X1 dan X2) dengan variabel dependen (Y) signifikan secara statistik. Berikut penjelasan untuk output uji path coefficients yang diberikan:

a) Daya Tarik Wisata (X1) -> Minat Kunjungan Wisatawan (Y):

Dalam analisis Daya Tarik Wisata (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y) ke Boomi Carnival. Dapat di lihat pada tabel X hasil path coefficients sebesar 0.367 pada nilai koefisien regresi. Nilai T-statistik sebesar 4.119 jauh lebih besar dari 1.96, menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan. Nilai P-value sebesar 0.000 juga menunjukkan signifikansi yang kuat, karena lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Wisata (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y).

b) Aksesibilitas (X2) > Minat Kunjungan Wisatawan (Y):

Dalam analisis Aksesibilitas (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y) ke Boomi Carnival. Dapat di lihat pada tabel diatas hasil path coefficients sebesar 0.457 pada nilai koefisien regresi nilai T-statistik sebesar 4.730 jauh lebih besar dari 1.96, menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan. Nilai P-value sebesar 0.000 juga menunjukkan signifikansi yang kuat, karena lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Aksesibilitas (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Wisatawan (Y).

Analisis indikator daya tarik wisata melalui *Loading Factor* menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki dampak terbesar terhadap minat kunjungan

wisatawan. Dengan kata lain, semakin baik kualitas daya tarik yang ditawarkan di Boomi Carnival, semakin besar pula minat wisatawan untuk datang. Berbagai faktor daya tarik wisata, seperti variasi dan kelengkapan wahana, jaminan keamanan dan keselamatan, daya tarik yang menghibur, serta pengelolaan kebersihan dan sampah yang baik, semuanya berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan minat wisatawan. Oleh karena itu, manajemen Boomi Carnival perlu terus berupaya untuk meningkatkan daya tarik wisata yang dimiliki agar dapat menarik lebih banyak pengunjung di masa mendatang.

Penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki dampak positif yang signifikan terhadap ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi Boomi Carnival di Pakuwon City Mall, Surabaya Timur. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan akses menuju Boomi Carnival termasuk lokasi yang strategis, ketersediaan tempat parkir yang mudah dijangkau, serta fasilitas transportasi umum yang memadai secara signifikan meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian sebelumnya, dapat diketahui beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari pengujian pertama, daya tarik wisata (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan (Y). Ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata di Boomi Carnival berkontribusi secara signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung. Semakin menarik daya tarik yang ditawarkan, dengan berbagai konsep event yang dibuat maka semakin tinggi minat wisatawan untuk datang. Oleh karena itu, pengelola Boomi Carnival harus berfokus pada peningkatan kualitas dan variasi atraksi untuk menarik lebih banyak pengunjung.
2. Dan dari hasil pengujian kedua, aksesibilitas (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan (Y) di Boomi Carnival. Ini menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan di karenakan kemudahan akses

menuju lokasi wisata berperan penting dalam meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Faktor seperti kemudahan menemukan lokasi, kemudahan parkir kendaraan, dan akses transportasi umum juga sangat berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan untuk berkunjung.

3. Diantara variabel daya tarik wisata dan aksesibilitas menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas lebih berpengaruh meskipun kedua saling berkontribusi signifikan terhadap minat wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya kedua faktor dalam strategi pengembangan daya tarik wisata yang nantinya akan menarik minat kunjungan wisatawan. Dengan meningkatkan kualitas dan aksesibilitas atraksi yang ditawarkan, Boomi Carnival dapat memperkuat daya tariknya sebagai destinasi pilihan utama di Surabaya Timur.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada pengelola Boomi Carnival untuk meningkatkan minat wisatawan.

1. Pada Daya Tarik Wisata, pengelola harus terus meningkatkan daya tarik wisata yang ditawarkan dengan memperkenalkan wahana dan permaian baru, meningkatkan kualitas layanan, dan menciptakan pengalaman unik bagi pengunjung. Penyelenggaraan acara khusus dan promosi menarik juga dapat membantu meningkatkan daya tarik Boomi Carnival.
2. Dari hasil pengujian aksesibilitas, pengelola harus memastikan bahwa harus melakukan peningkatan infrastruktur transportasi menuju lokasi, seperti penambahan jalur bus atau peningkatan kondisi jalan, dapat membantu memudahkan aksesibilitas dan menyediakan informasi aksesibilitas yang lengkap, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Boomi Carnival di Pakuwon City Mall Surabaya Timur.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi acuan untuk penelitian berikutnya yang berkaitan daya tarik wisata, aksesibilitas, dan minat kunjungan wisatawan dengan menggunakan variabel serta indikator tambahan yang dapat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, diharapkan Boomi Carnival dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan pengalaman mereka selama berkunjung, sehingga berdampak positif pada pengembangan bisnis dan industri pariwisata di Surabaya Timur.

DAFTAR RUJUKAN

- Ariani, N. V. (2019). Aksesibilitas Pemberian Hak-Hak Warga Binaan Pemasarakatan Berbasis Teknologi Informasi.
- Assael, H. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Edisi 2. Fouth Edition. PWS-Kent Publishin Company, Boston
- Jogiyanto, H., & Abdillah, M. D. (2014). Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian empiris. BPFE Universitas Gajah Mada.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kememparekraf (2020) "Studi Mengenai COVID-19, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif," *Kementrian Pariwisata & Ekonomi Kreatif*, hal. 1-68. Tersedia pada: https://bankdata.kememparekraf.go.id/upload/document_satker/a6d2d69c8056a29657be2b5ac3107797.pdf.
- Sammeng, A.M. (2001) *Cakrawala pariwisata*. Balai Pustaka.
- Schiffman, L. ., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*, ninth ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Spillane, J.J. (1991) *Ekonomi pariwisata: sejarah dan prosepeknnya*. Kanisius.
- Susianto, B., Johannes, J. dan Yacob, S. (2022) "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), hal. 592-605. Tersedia pada: <https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/1094%0Ahttps://www.dinastirev.org/JIMT/article/download/1094/658>.
- Suwantoro, G. (2015). *Dasar-dasar Pariwisata*.
- Yoeti, O. A. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Penerbit Angkasa. Yogyakarta:1 Andi.