

## Minat Berkunjung Ke Suku Baduy Sebagai pengaruh Citra Destinasi Dan Wisata Budaya

Henilia Yulita<sup>1\*</sup>, Titi Widaningsih<sup>2</sup>, Immanuel Kevin<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, Jl. Lodan Raya No.2 Ancol

<sup>2</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Sashid, Jl. Prof. DR. Soepomo No.84

E-mail: \*<sup>1</sup>henilia.yulita@gmail.com, <sup>2</sup>titi\_widaningsih@yahoo.com,

<sup>3</sup>immanuel.k2004@gmail.com

### Abstrak

Provinsi Banten sangat mengandalkan masyarakat Suku Baduy di daerah Kanekes, Kabupaten Lebak, sebagai tempat destinasi wisata budaya. Suku Baduy adalah masyarakat adat yang hidup di pedalaman Banten, Jawa Barat. Kemajuan teknologi membawa dampak yang baik dalam memperkenalkan masyarakat Suku Baduy sebagai wisata budaya kepada dunia luar. Keindahan alam yang masih asri dan bersih, disertai dengan keseharian Suku Baduy yang sangat tradisional, membawa citra destinasi yang baik di mata dunia luar. Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis minat berkunjung ke Suku Baduy sebagai pengaruh terhadap citra destinasi dan wisata budaya. Metode kuantitatif digunakan pada penelitian ini, dengan menggunakan survei berupa angket yang berisikan kuesioner dalam pengumpulan datanya. Pengolahan data penelitian ini menggunakan metode *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 26. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 112 responden. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa citra destinasi dan wisata budaya berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung baik secara parsial dan simultan. Penggunaan responden dengan generasi yang lebih beragam dapat digunakan untuk melengkapi dan memperkaya hasil penelitian ini.

**Kata Kunci**— Citra, Wisata Budaya, Minat Berkunjung

### Abstract

Banten Province relies heavily on the Baduy people in the Kanekes area, Lebak Regency, as a cultural tourism destination. The Baduy tribe is an indigenous people who live in the interior of Banten, West Java. Advances in technology have had a good impact in introducing the Baduy people as cultural tourism to the outside world. The natural beauty that is still beautiful and clean, accompanied by the very traditional daily life of the Baduy people, brings a good image of the destination in the eyes of the outside world. As for the purpose of this research is to analyze the interest in visiting the Baduy Tribe as an influence on the image of the destination and cultural tourism. Quantitative methods were used in this study, using a survey in the form of a questionnaire containing questionnaires in collecting data. The processing of this research data used the *Statistical Program for Social Science (SPSS)* version 26. The number of samples in this study were 112 respondents. The results of this study explain that the image of the destination and cultural tourism has a significant effect on the intention to visit both partially and simultaneously. The use of respondents with more diverse generations can be used to complement and enrich the results of this study.

**Keywords**— Image, Cultural Tourism, Visit Intention

## 1. PENDAHULUAN

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung adalah citra destinasi dari suatu tempat wisata. Berdasarkan penelitian [1] minat untuk berkunjung sangat dipengaruhi oleh daya tarik yang menjadi citra destinasi suatu daerah secara signifikan. Hal ini dikarenakan faktor-faktor yang termasuk dalam daya tarik wisata seperti keunikan [2], keragaman, kesederhanaan [3] dan keutuhan daya tarik wisata dapat mempengaruhi daya tarik wisata tersebut di benak wisatawan [4]).

Minat untuk berkunjung juga dipengaruhi secara signifikan oleh daya tarik wisata budaya yang dimiliki daerah tersebut [5]. Pemerintah turut mendukung pengembangan wisata budaya sebagai salah satu sektor wisata untuk dikembangkan [6]. Wisata budaya yang dikembangkan pemerintah bertujuan untuk melestarikan keberadaan budaya suatu masyarakat yang memiliki nilai-nilai religius, budaya, estetika, maupun keasrian yang dimiliki daerah tertentu [7].

Suku Baduy datang sebagai wisatawan untuk membantu meningkatkan pariwisata di wilayah Banten yang mulai berkembang untuk meningkatkan pendapatan masyarakat wilayah Lebak provinsi Banten khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar suku Baduy [8]. Suku Baduy merupakan pusat wisata yang memiliki banyak kelebihan dari segi keunikan dan menjadi pusat daya tarik wisatawan. Berkembang dari masa ini hingga era modern, suku Baduy terus melestarikan budayanya dan menjunjung tinggi adat dan tradisi nenek moyangnya dengan kesederhanaan, kepatuhan dan kejujuran [2].

Pemerintah yang berperan dalam mengambil kebijakan memiliki peranan yang cukup strategis. Pengembangan daerah wisata haruslah sejalan dengan birokrasi pemerintah serta visi misi daerah tersebut [6]. Pengelolaan daerah wisata budaya harus mencerminkan identitas dan keunikan daerah tersebut yang sejalan dengan visi misi pemerintahnya [9]. Daya tarik keunikan daerah tersebut harus dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung [10]. Minat pengunjung merupakan perilaku yang terjadi sebagai respon terhadap objek. Pandemi Covid-19 membuat minat berkunjung berkurang karena masyarakat takut beraktivitas di luar rumah [11].

Minat mengunjungi suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh citra destinasi destinasi tersebut. Citra suatu destinasi wisata menjadi fokus utama pengelolaan pariwisata di destinasi tersebut [2]. Citra suatu daerah tujuan wisata menjadi pendorong utama wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. [12].

Menurut penelitian [8], minat berkunjung dipengaruhi secara signifikan oleh citra destinasi. Dengan adanya citra destinasi maka pengunjung akan lebih tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Menurut [9], loyalitas konsumen dipengaruhi oleh citra suatu destinasi wisata, yang dapat diukur dengan dua faktor berikut: 1) Citra kognitif dan 2) Citra afektif [3].

Citra destinasi (*destination image*) dapat didefinisikan sebagai sebuah kepercayaan ataupun pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang mengenai suatu tujuan wisata. Citra destinasi juga berbicara mengenai perasaan yang dirasakan oleh seseorang selama mengunjungi daerah tersebut [12]. Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi suatu daerah memiliki peran yang cukup signifikan dalam mempengaruhi seseorang melakukan pengambilan keputusan destinasi wisata [13].

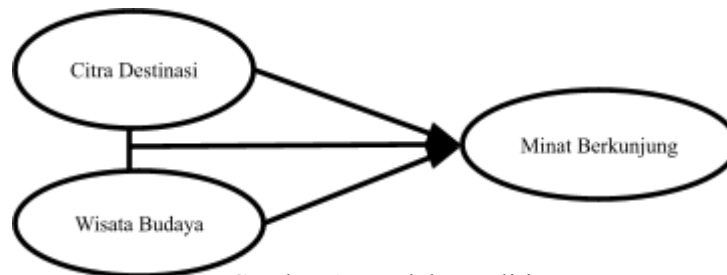
Wisata budaya dapat diartikan sebagai kesatuan dari nilai, kepercayaan, norma, seni, moral dan kebiasaan yang dianut dan diikuti oleh suatu lingkungan masyarakat [2]. Biasanya wisatawan dalam mengambil keputusan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata akan dipengaruhi oleh faktor budaya lokal/setempat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari faktor budaya terhadap perilaku pengunjung [5].

Pada penelitiannya, [10] menyatakan bahwa wisata budaya merupakan gambaran gaya hidup sekelompok orang disertai dengan standar nilai-nilai serta konsep seni yang dipertahankan dalam kehidupan sehari-hari. Budaya lokal dari suatu masyarakat, mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk mempelajarinya ataupun untuk mengetahui

lebih dalam [14]. Hofstede (1984) mengemukakan bahwa budaya dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata bagi mereka yang menginginkan originalitas dari suatu suku tertentu [15].

Gap penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah subjek penelitian yang sangat berbeda dengan subjek penelitian sebelumnya dimana kehadiran Suku Baduy di Desa Kanekes sebagai suku primitif dengan kebiasaan mereka yang menolak modernisasi sebagai keunikan citra destinasi dari penelitian ini. Budaya yang dimiliki Suku Baduy juga sangat berbeda jauh dengan budaya masyarakat lain di Indonesia. Inilah yang menjadi *state of the art* dari penelitian ini.

Berdasarkan fenomena dan penelitian sebelumnya maka penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan faktor-faktor mengenai perilaku konsumen. Berikut model penelitiannya.



Gambar 1. Model Penelitian  
Sumber: Peneliti (2023)

Hipotesis:

H1: Minat berkunjung dipengaruhi oleh Citra Destinasi

H2: Minat berkunjung dipengaruhi oleh Wisata Budaya

H3: Minat berkunjung dipengaruhi oleh Citra Destinasi dan Wisata Budaya

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode survey dikembangkan dengan angket berupa kuesioner [15] sebagai data primer yang disebarkan kepada generasi milenial di Jakarta. Data sekunder berupa *e-jurnal*, buku, internet, *e-book*, *e-majalah*, dan lainnya yang relevan dengan penelitian ini [16]. Jenis penelitian adalah metode kuantitatif. Penelitian menggunakan *purposive sampling* [17].

Teknik pengumpulan data dilakukan penyebaran kuesioner atau angket (*google form*) dengan skala likert: bobot 1=Sangat Tidak Setuju, 2=Tidak Setuju, 3=Ragu-ragu, 4=Setuju, 5=Sangat Setuju [14].

Populasi pada penelitian ini dibatasi pada generasi milenial saja. Sampel dalam penelitian menggunakan rumus sampel Hair et al, tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10, yakni ukuran sampel minimum = jumlah indikator X 5 [18].

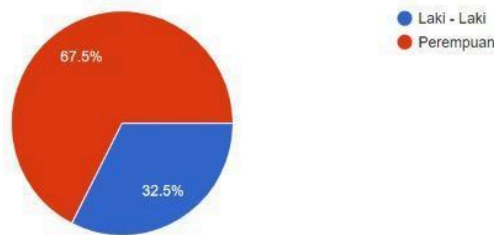
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian kali ini akan menjelaskan bagaimana pengaruh citra destinasi dan wisata budaya terhadap minat berkunjung ke suku Baduy. Objek penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuisisioner melalui daring dan menggunakan metode *Statistical Program for Social Science* (SPSS) 26. Responden yang berpartisipasi sejumlah 112 orang dan semuanya memenuhi kriteria penelitian.

### 3.1 Profil Responden

Penelitian ini mengambil 3 kategori responden sebagai berikut :

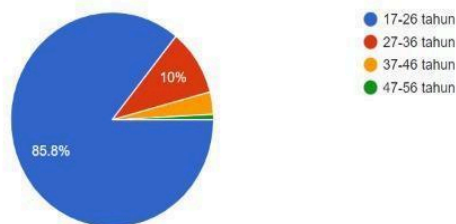
#### 1. Jenis kelamin



Gambar 1. Jenis kelamin  
Sumber: Data Primer, n=112 (2023)

Hasil kuesioner yang disebar kepada 112 orang menyatakan bahwa sebanyak 67,5% berjenis kelamin perempuan.

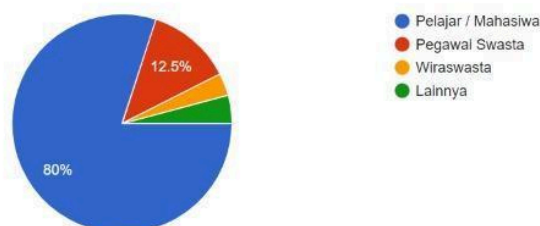
#### 2. Usia



Gambar 2. Usia Responden  
Sumber: Data Primer, n=112 (2023)

Hasil kuesioner yang disebar disebar kepada 112 orang menunjukkan sebanyak 85,8% berada di usia 17-26 tahun.

#### 3. Pekerjaan



Gambar 3. Pekerjaan Responden  
Sumber: Data Primer, n=112 (2023)

Hasil kuesioner yang disebar kepada 112 orang menunjukkan sebanyak 80% memiliki profesi sebagai pelajar/mahasiswa.

3.1.2 Uji Validitas Citra Destinasi

Tabel 1. Uji Validitas Citra Destinasi

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1total
X1.1	Pearson Correlation	1	.551**	.366**	.441**	.446**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.2	Pearson Correlation	.551**	1	.484**	.413**	.433**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.3	Pearson Correlation	.366**	.484**	1	.526**	.412**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.4	Pearson Correlation	.441**	.413**	.526**	1	.473**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1.5	Pearson Correlation	.446**	.433**	.412**	.473**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
X1total	Pearson Correlation	.744**	.768**	.746**	.757**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat dikatakan bahwa seluruh nilai r-hitung indikator dari variabel citra destinasi (X1) lebih besar dari r-tabel yaitu sebesar 0.1857, maka seluruh indikator dinyatakan valid.

3.1.3 Uji Validitas Wisata Budaya

Tabel 2. Uji Validitas Wisata Budaya

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2 Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.383**	.424**	.197*	.187*	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.037	.048	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.2	Pearson Correlation	.383**	1	.317**	.497**	.438**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.3	Pearson Correlation	.424**	.317**	1	.155	.146	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.102	.124	.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2.4	Pearson Correlation	.197*	.497**	.155	1	.533**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.102		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112

X2.5	Pearson Correlation	.187*	.438**	.146	.533**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.048	.000	.124	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
X2total	Pearson Correlation	.637**	.762**	.602**	.712**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat dikatakan bahwa seluruh nilai r-hitung indikator dari variabel wisata budaya (X2) lebih besar dari r-tabel yaitu sebesar 0.1857, maka seluruh indikator dinyatakan valid.

### 3.1.4 Uji Validitas Minat Berkunjung

Tabel 3. Uji Validitas Minat Berkunjung

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1 Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.524**	.590**	.519**	.494**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1.2	Pearson Correlation	.524**	1	.360**	.469**	.357**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1.3	Pearson Correlation	.590**	.360**	1	.588**	.479**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1.4	Pearson Correlation	.519**	.469**	.588**	1	.607**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1.5	Pearson Correlation	.494**	.357**	.479**	.607**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112
Y1 Total	Pearson Correlation	.807**	.705**	.780**	.827**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112

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

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat dikatakan bahwa seluruh nilai r-hitung indikator dari variabel minat berkunjung (Y) lebih besar dari r-tabel yaitu sebesar 0.1857, maka seluruh indikator dinyatakan valid.

3.1.5 Uji Reliabilitas Citra Destinasi

Tabel 4. Uji Reliabilitas Citra Destinasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas terkait uji reliabilitas untuk variabel citra destinasi (X1), diperoleh koefisien reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0.806. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel lokasi usaha reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.60.

3.1.6 Uji Reliabilitas Wisata Budaya

Tabel 5. Uji Reliabilitas Wisata Budaya

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.705	5

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas terkait uji reliabilitas untuk variabel wisata budaya (X2), diperoleh koefisien reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0.705. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel wisata budaya reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.60.

3.1.7 Minat Berkunjung

Tabel 6. Uji Reliabilitas Minat Berkunjung

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.832	5

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas terkait uji reliabilitas untuk variabel minat berkunjung (Y) diperoleh koefisien reliabilitas Cronbach Alpha sebesar 0.832. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel lokasi usaha reliabel karena memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.60.

3.1.8 Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.025	1.651		1.226	.223		
X1 total	.333	.095	.307	3.525	.001	.620	1.613
X2 Total	.549	.103	.465	5.340	.000	.620	1.613

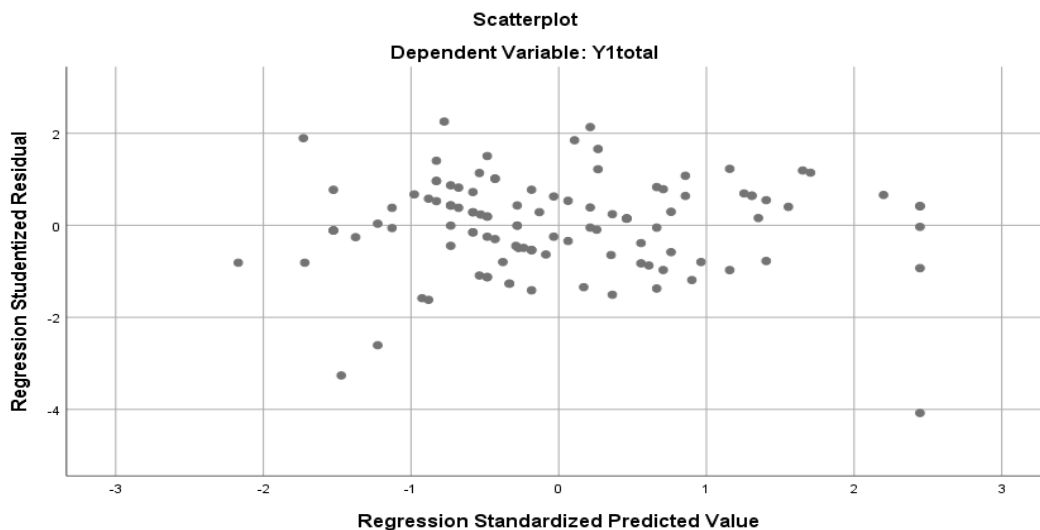
a. Dependent Variable: Y1 Total

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan pengolahan data diatas dapat disimpulkan bahwa variabel X dikatakan

terbebas dari asumsi multikolinieritas karena VIF menunjukkan <10 dan nilai tolerance >0.10.

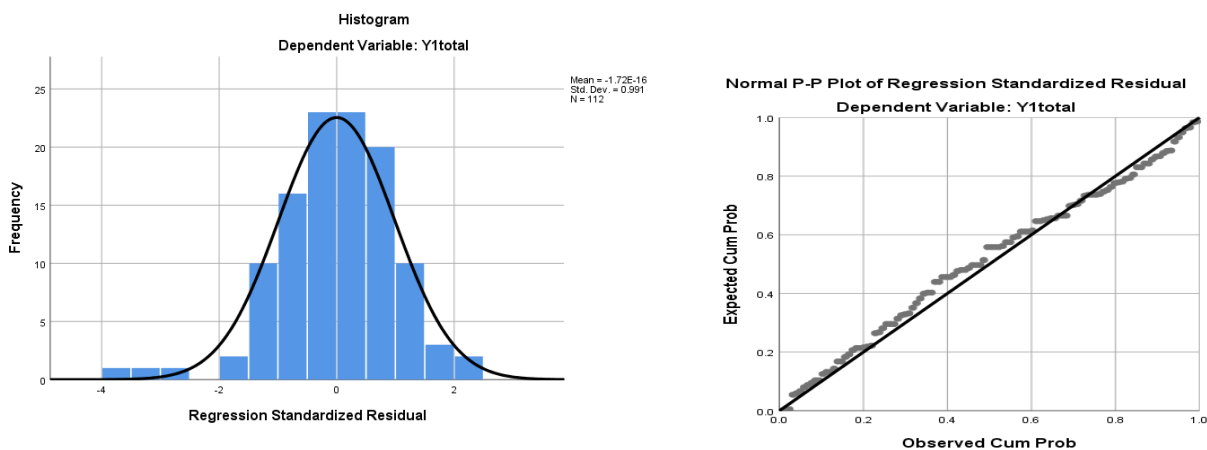
### 3.1.9 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas  
Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan dari pengolahan data pada gambar 4 dapat dikatakan bahwa data yang dihasilkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sebab titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu.

### 3.1.10 Uji Normalitas



Gambar 5. Uji Normalitas  
Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas pada gambar 5 didapatkan data yang bersifat normal, melihat diagram yang membentuk pola lonceng dan juga Normal P-P plot dengan data memencar mengikuti fungsi distribusi normal yaitu menyebar seiring garis z diagonal.

## 3.1.11 Uji Linearitas

Tabel 8. Uji t

		Coefficients				
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.025	1.651		1.226	.223
	X1total	.333	.095	.307	3.525	.001
	X2 Total	.549	.103	.465	5.340	.000

b. Dependent Variable: Y1 Total

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan data uji linearitas terhadap variabel citra destinasi (X1) dan minat berkunjung (Y) didapatkan nilai sig. sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 dan nilai t-hitung citra destinasi sebesar 3,525 lebih besar dari nilai t-tabel yaitu sebesar 1,660 maka hipotesis kesatu diterima. Dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung (Y1) dipengaruhi oleh citra destinasi (X1) secara signifikan.

Berdasarkan hasil olah data, diperoleh nilai signifikansi wisata budaya (X2) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung sebesar 5,340 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 maka hipotesis kedua diterima. Dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung (Y1) dipengaruhi oleh wisata budaya (X2) secara signifikan.

Tabel 9. Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	547.192	2	273.596	51.727	.000 <sup>b</sup>
	Residual	576.522	109	5.289		
	Total	1123.714	111			

a. Dependent Variable: Y1 Total

b. Predictors: (Constant), X2 Total, X1total

Sumber: SPSS26, n=112 (2023)

Berdasarkan hasil olah data, diperoleh nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F-hitung sebesar 84,019 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,93 maka hipotesis ketiga diterima. Dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung (Y1) dipengaruhi signifikan oleh citra destinasi (X1) dan wisata budaya (X2) secara simultan atau bersama-sama.

## 3.2 Pembahasan

Setelah melakukan perhitungan menggunakan metode SPSS maka terdapat hasil dari pola perhitungan sesuai dengan uji validitas, reliabilitas, dan juga uji asumsi klasik, maka didapatkan hasilnya sebagai berikut:

- Citra Destinasi (X1) terhadap Minat Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis pertama menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara citra destinasi (X1) terhadap minat berkunjung masyarakat (Y). Dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden menunjukkan bahwa citra

destinasi mempengaruhi minat berkunjung konsumen ke suku Baduy.

Hasil penelitian ini berarti masyarakat cukup melihat bagaimana citra sebuah destinasi untuk dijadikan tempat berwisata apakah layak untuk dikunjungi serta memiliki citra akan sebuah pengalaman yang menarik bagi calon pengunjung.

- Wisata Budaya (X2) terhadap Minat Berkunjung (Y)

Dari hasil pengujian terhadap hipotesis kedua menunjukkan pengaruh positif dan signifikan wisata budaya (X2) terhadap minat berkunjung masyarakat (Y). Dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden menunjukkan wisata budaya mempengaruhi minat berkunjung masyarakat ke suku Baduy.

Hasil penelitian ini berarti masyarakat memiliki keinginan untuk mengunjungi tempat yang memiliki nilai budaya sebagai tujuan wisata mereka. Suku Baduy dinilai memiliki nilai budaya yang menarik untuk dikunjungi dan diminati sebagai bagian dari kekayaan nusantara.

- Citra Destinasi (X1) dan Wisata Budaya (X2) terhadap Minat Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ketiga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara citra destinasi (X1) dan wisata budaya (X2) terhadap minat berkunjung masyarakat. Dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden menunjukkan bahwa minat berkunjung masyarakat ke Suku Baduy dipengaruhi secara signifikan oleh citra destinasi (X1) dan wisata budaya (X2). Ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi Suku Baduy karena adanya citra destinasi yang baik di mata masyarakat. Selain itu juga daya tarik budaya dari suku Baduy secara bersama-sama mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung.

#### 4. KESIMPULAN

Data penelitian menunjukkan bahwa minat berkunjung masyarakat ke Suku Baduy dipengaruhi secara signifikan oleh citra destinasi yang positif mengenai Suku Baduy tersebut di mata masyarakat. Selain itu, minat berkunjung juga dipengaruhi oleh adanya faktor wisata budaya yang dialami masyarakat saat berkunjung ke Suku Baduy. Wisata budaya dirasakan masyarakat dikarenakan adanya kebudayaan lokal yang dimiliki Suku Baduy sebagai warisan budaya Indonesia. Terakhir, minat berkunjung masyarakat ke Suku Baduy juga dipengaruhi oleh citra Suku Baduy yang positif dan wisata budaya secara simultan atau bersama-sama.

#### 5. SARAN

Adapun beberapa saran untuk peneliti selanjutnya adalah:

- Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memiliki jumlah responden yang lebih banyak dari generasi yang berbeda agar data yang didapatkan lebih akurat.
- Variabel penelitian lain seperti faktor fasilitas atau harga dapat juga menjadi topik penelitian berikutnya.
- Daerah penelitian dapat diperluas untuk mendapatkan lebih banyak perspektif dari masyarakat yang berbeda domisili.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. N. N. Siti Mahfudhotin, "Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampong Heritage Kajoetangan Malang," *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, vol. 6, no. 2, pp. 1-6, 2020.
- [2] E. N. A. I. R. A. Desmala Sari, "Wisata Budaya: Identifikasi Potensi Wisata Budaya Berbasis Masyarakat di Kota Bandung," *Jurnal Abdimas Pariwisata*, vol. 3, no. 1, pp. 11-21, 2022.
- [3] A. M. R. E. S. Indri Safitri, "Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan," *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 8, no. 3, p. 734–741, 2020.
- [4] D. H. R. Syariful Anhar Harahap, "Pengaruh kualitas daya tarik wisata budaya terhadap minat kunjungan wisatawan nusantara ke kotagede," *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, vol. 4, no. 1, pp. 9-24, 2020.
- [5] S. H. S. Z. Z. Ester Apriliyanti, "Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda," *Jurnal Manajemen*, vol. 12, no. 1, pp. 145-153, 2020.
- [6] S. Ernawati, "Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di kawasan Amahami Kota Bima," *Insight Management Journal*, vol. 1, no. 2, pp. 50-54, 2021.
- [7] A. G. C. A. L. Ivo Novitaningtyas, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI KAWASAN BALKONDES BOROBUDUR," *Pariwisata*, vol. 9, no. 1, pp. 28-36, 2022.
- [8] <https://dispar.bantenprov.go.id>, "Wisata Budaya Suku Baduy," 03 05 2017. [Online]. Available: <https://dispar.bantenprov.go.id/Destinasitopic/125>. [Accessed 12 07 2023].
- [9] Ariyaningsih, "Strategi Pengembangan Wisata Budaya Di Kawasan Pecinan Lasem," *SPECTA Journal of Technology*, vol. 2, no. 2, pp. 27-36, 2018.
- [10] M. A. N. P. R. S. Putu Winda Putri Anggraeni, "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali yang Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience," *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, vol. 9, no. 1, pp. 179-197, 2022.
- [11] M. Muhyiddin, "Covid-19, New Normal, dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia," *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, vol. 4, no. 2, pp. 240-252, 2020.
- [12] M. C. F. F. Henilia Yulita, "Aspek Informatifitas, Hiburan, Iritasi, Kredibilitas, Nilai dan Pengukuran Sikap Pada Iklan COVID-19 di Kanal YouTube," *Jurnal E-Bis:Ekonomi-Bisnis Vol. 6 No. 2*, pp. 386-395, 2022.
- [13] Y. A. Novita Eka Indriyani, "PERAN CITRA DESTINASI, E-WOM, DAN TRAVEL CONSTRAINTS PADA NIAT BERKUNJUNG WISATA PANTAI DI KOTA SURABAYA, JAWA TIMUR," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, vol. 11, no. 2, pp. 260-281, 2020.
- [14] K. H. Henilia Yulita, "The Influence Of Millennial's Risk Perceptions On E-Commerce Shopee Purchase Decisions," *PROMEDIA, (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, vol. 8, no. 1, p. 90 – 103, 2022.
- [15] E. P. J. G. D. R. H. Y. Michael Christian, "Identification of Needs for Increasing the Selling Value of Salted Fish in Kali Baru," *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, vol. 6 no. 1, no. doi: 10.30813/jpk.v6i1.3162., pp. 10-16, 2022.

- [16] H. T. P. R. U. W. T. Yulita, "ADS AVOIDANCE AND ATTITUDE TOWARDS ONLINE ADVERTISING AMONG NET-GENERATION IN JAKARTA," *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences*, 3 (3), 713 - 728, pp. 713 - 728, 2022.
- [17] H. Y. S. D. Brendi Wijaya, "Pengaruh Pengalaman Emosional, Electronic Word Of Mouth, Reputasi, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen," *Management & Accounting Expose* vol. 3, No. 2, Desember , pp. 71-81, 2020.
- [18] J. H. G. R. C. S. M. D. N. R. S. Hair, An Introduction to Structural Equation Modeling. In: Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R., Switzerland: Classroom Companion: Business. Springer, Cham., 2021.
- [19] H. Y. Brendi Wijaya, "Effect of Emotional Experience, Electronic Word of Mouth, Reputation, Customer Satisfaction on Loyalty (Empirical Study: Lion Air)," *Ilomata International Journal of Management* Vol. 1 No. 4 October, pp. 215-227, 2020.