

PENGARUH CITRA DESTINASI DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATA GUNUNG PANDAN DI ACEH TAMIANG (STUDI KASUS PENGUNJUNG WISATA GUNUNG PANDAN)

Desi Fadhilah¹⁾, Dhian Rosalina²⁾, Suri Amilia³⁾*

^{1,2,3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Samudra

Email: desyfadhilah09@gmail.com, dhian.rosalina@unsam.ac.id, suri.amilia@unsam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 96 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan, sedangkan daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan. Secara simultan, citra destinasi dan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Selain itu, citra destinasi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan kunjungan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keputusan kunjungan wisatawan dapat dijelaskan oleh citra destinasi dan daya tarik wisata, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Citra destinasi, daya tarik wisata

Abstract:

This study aims to analyze the influence of destination image and tourist attractions on tourist visit decisions at the Mount Pandan tourist attraction in Aceh Tamiang. This study uses a quantitative approach with a sample of 96 respondents selected using accidental sampling techniques. Data analysis was carried out using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results of the study indicate that destination image has a positive and significant effect on tourist visit decisions, while tourist attractions have no significant effect on visit decisions. Simultaneously, destination image and tourist attractions have a significant effect on tourist visit decisions. In addition, destination image is the variable that has the most dominant influence on visit decisions. The results also show that tourist visit decisions can be explained by destination image and tourist attractions, while the rest is influenced by other factors outside the study.

Keywords: Destination image, tourist attraction.

Article Information:

Received Date: 5 Mei 2026

Revised Date: 11 Mei 2026

Accepted Date: 26 Mei 2026

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah Republik Indonesia menetapkan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan karena mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah serta mendorong perkembangan sektor lainnya dalam rantai pasok pariwisata. Keberagaman budaya serta kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia menjadi potensi besar dalam pengembangan destinasi wisata yang dapat menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara (Tamrin dkk., 2022).

Kabupaten Aceh Tamiang merupakan salah satu daerah di Provinsi Aceh yang memiliki potensi wisata alam yang cukup beragam, seperti sungai, air terjun, pantai, serta kawasan perbukitan yang memiliki nilai keindahan dan potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Salah satu objek wisata alam yang terdapat di daerah ini adalah wisata Gunung Pandan yang terletak di Desa Selamat, Kecamatan Tenggelun, Kabupaten Aceh Tamiang. Destinasi wisata ini menawarkan panorama alam yang indah, suasana lingkungan yang masih asri, serta potensi daya tarik alam yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Keputusan berkunjung wisatawan pada suatu destinasi pada dasarnya memiliki kesamaan dengan konsep keputusan pembelian, yaitu proses ketika wisatawan menentukan pilihan dari berbagai alternatif destinasi yang tersedia (Safitri dkk., 2020). Keputusan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yang membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan kunjungan adalah citra destinasi. Citra destinasi yang positif dapat memberikan kesan yang baik bagi wisatawan sehingga dapat meningkatkan minat untuk berkunjung (Rahmadani et al., 2025).

Selain citra destinasi, daya tarik wisata juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata bisa merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, serta nilai tertentu yang mampu menarik minat wisatawan untuk melakukan kunjungan. Gunung Pandan memiliki potensi daya tarik berupa panorama alam yang indah, air terjun, serta suasana alam yang sejuk dan alami. Namun demikian, pengelolaan destinasi ini masih menghadapi beberapa keterbatasan seperti fasilitas pendukung yang belum memadai, akses transportasi yang masih terbatas, serta variasi aktivitas wisata yang belum berkembang secara optimal.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa citra destinasi dan daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Namun, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan temuan yang berbeda pada beberapa objek wisata. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap keputusan kunjungan pada destinasi wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana citra destinasi dan daya tarik wisata dapat mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang.

KAJIAN PUSTAKA

Citra Destinasi

Citra destinasi merupakan gambaran atau persepsi yang terbentuk dalam benak wisatawan mengenai suatu destinasi wisata. Citra tersebut terbentuk dari berbagai pemikiran, opini, perasaan, serta pengalaman yang dimiliki wisatawan terhadap destinasi tersebut. Citra destinasi tidak hanya berkaitan

dengan aspek nyata seperti fasilitas, lingkungan, dan atraksi wisata, tetapi juga mencakup aspek subjektif berupa penilaian dan pengalaman wisatawan terhadap suatu tempat wisata (Daru dkk., 2024:13). Citra destinasi yang positif dapat memberikan dampak yang baik terhadap perkembangan suatu objek wisata karena mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Novta dkk., (2022) menunjukkan bahwa citra destinasi yang baik dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi dibandingkan dengan destinasi lainnya. Dalam penelitian ini, citra destinasi diukur melalui beberapa indikator yaitu citra kognitif yang berkaitan dengan persepsi wisatawan terhadap fasilitas dan lingkungan destinasi, citra unik yang berkaitan dengan keunikan suatu destinasi dibandingkan dengan destinasi lainnya, serta citra afektif yang berkaitan dengan perasaan atau kesan emosional wisatawan terhadap destinasi wisata (Gustia & Putra 2021).

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, nilai, dan keindahan yang dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Daya tarik wisata dapat berasal dari kekayaan alam, budaya, maupun hasil karya manusia yang memberikan pengalaman menarik bagi wisatawan (Utama, 2016:131). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, serta nilai yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan. Keberadaan daya tarik wisata menjadi faktor penting dalam mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Penelitian yang dilakukan oleh Bulan dkk., (2021) menunjukkan bahwa daya tarik wisata dapat mempengaruhi keputusan wisatawan dalam menentukan destinasi yang akan dikunjungi. Dalam penelitian ini, daya tarik wisata diukur melalui beberapa indikator yaitu nilai daya tarik wisata

yang mencakup keunikan dan keragaman atraksi wisata, aksesibilitas yang berkaitan dengan kemudahan wisatawan dalam menjangkau lokasi wisata, serta fasilitas yang mencakup ketersediaan sarana dan prasarana pendukung bagi kenyamanan wisatawan (Harahap dkk., 2020).

Keputusan Kunjungan

Keputusan berkunjung merupakan proses pertimbangan yang dilakukan oleh wisatawan dalam menentukan pilihan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Keputusan berkunjung pada dasarnya memiliki kesamaan dengan konsep keputusan pembelian, yaitu ketika seseorang memilih suatu produk atau layanan dari berbagai alternatif yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Bowen, 2020:169). Dalam konteks pariwisata, keputusan berkunjung dipengaruhi oleh berbagai faktor yang membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi, diantaranya citra destinasi dan daya tarik wisata. Citra destinasi yang positif dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap suatu destinasi, sedangkan daya tarik wisata yang menarik dapat memberikan motivasi bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan. Menurut Dewi dkk., (2021), keputusan berkunjung dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu pilihan produk wisata, pilihan merek atau citra destinasi, pilihan penyalur atau akses menuju destinasi, pilihan waktu berkunjung, jumlah kunjungan, serta metode pembayaran yang digunakan wisatawan selama melakukan kegiatan wisata.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini. Makawoka dkk., (2022) menunjukkan bahwa secara parsial, daya tarik wisata memberikan pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Sementara itu, citra destinasi dan *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan, ketiga variabel tersebut secara serentak terbukti memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata pantai Kenzo. Supryadi, (2025)) menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan *e-WOM* dan daya tarik wisata memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan. Prayogi dkk., (2022) menunjukkan bahwa secara parsial, daya tarik wisata, *e-WOM*, dan citra destinasi secara parsial dan simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wisata Gunung Pandan yang terletak di Desa Selamat kecamatan Tenggulun Kabupaten Aceh Tamiang. Penelitian ini dilaksanakan pada November 2025 sampai April 2026. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah mengunjungi wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang. Dikarenakan populasi pada penelitian ini tidak diketahui maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Unknow Population* (Nirawati et al., 2020). Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, yaitu penentuan sampel dilakukan berdasarkan pertemuan secara kebetulan dengan konsumen yang dianggap memenuhi kriteria penelitian. Pada penelitian ini variabel yang diteliti yaitu citra destinasi (X_1), daya tarik wisata (X_2), dan keputusan kunjungan (Y). Setiap variabel diukur dengan menggunakan indikator yang telah ditetapkan, yaitu variabel citra destinasi diukur dengan menggunakan indikator citra kognitif, citra unik, dan citra afektif; daya tarik wisata diukur dengan menggunakan indikator nilai daya tarik wisata, aksesibilitas dan fasilitas; sedangkan keputusan kunjungan diukur dengan menggunakan indikator produk, pilihan merek, pilihan penyalur, pemilihan waktu berkunjung, pemilihan jumlah pembelian dan metode pembayaran. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan secara lapangan dan study kepustakaan. Pada penelitian ini pengumpulan data secara lapangan dilakukan

dengan menyebarkan kuesioner yang berbasis skala likert 1-5 kepada responden. Studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai sumber literatur, seperti buku, jurnal, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda guna mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model yang digunakan layak. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji F (simultan) untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	r Tabel	Hasil Uji
Citra Destinasi	X2.1	0,897	0,361	Valid
	X2.2	0,888	0,361	Valid
	X2.3	0,826	0,361	Valid
Daya Tarik Wisata	X3.1	0,922	0,361	Valid
	X3.2	0,914	0,361	Valid
	X3.3	0,834	0,361	Valid
Keputusan Kunjungan	Y.1	0,698	0,361	Valid
	Y.2	0,655	0,361	Valid
	Y.3	0,883	0,361	Valid
	Y.4	0,671	0,361	Valid
	Y.5	0,888	0,361	Valid
	Y.6	0,777	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengujian SPSS

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel citra

destinasi, daya tarik wisata, dan keputusan kunjungan memenuhi kriteria valid, hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung (*Corrected Item–Total Correlation*) yang lebih tinggi dibandingkan r tabel yaitu 0,361.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Citra Destinasi	0,840	0,60	Reliabel
Daya Tarik Wisata	0,862	0,60	Reliabel
Keputusan Kunjungan	0,858	0,60	Reliabel

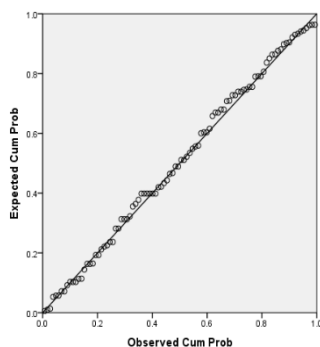
Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 3.2 seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, sehingga instrument penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan grafik P-plot dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1 Grafik P-plot

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2026)

Pada gambar diatas yang menampilkan grafik *Normal Probability Plot (P–P Plot)*, dapat dilihat bahwa titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah

garis tersebut. Kondisi ini menjelaskan bahwa distribusi residual mendekati pola distribusi normal. Tidak ditemukan penyimpangan yang berarti, oleh karena itu dapat dijelaskan bahwa data pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Hasil Pengujian multikolinieritas dengan uji *Tolerance* dan *Variance Inflation Facto* (VIF) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Destinasi	.646	1.548
	Daya Tarik Wisata	.646	1.548
a. Dependen Variabel: Keputusan Kunjungan			

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2026)

Pada Tabel diatas hasil Uji multikolinieritas dapat dijelaskan sebagai berikut:

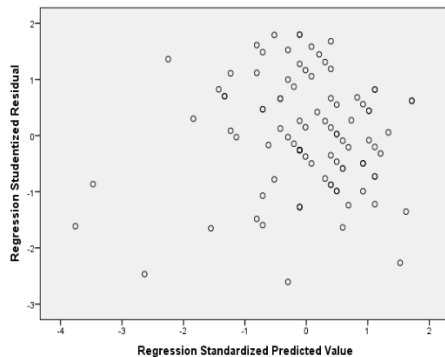
1. Nilai *tolerance* pada variabel *citra destinasi* sebesar 0,646 > 0,10 serta nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1,548 < 10, maka variabel citra destinasi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas.
2. Nilai *tolerance* pada variabel *daya tarik wisata* sebesar 0,646 > 0,10 serta nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1,548 < 10, maka variabel daya tarik wisata dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas.

Berdasarkan hasil uji multikoliniearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode grafik. Pengujian ini

dapat dilakukan dengan mengamati grafik scatter plot, seperti yang ditunjukkan sebagai berikut:



Gambar 2 Grafik Scatterplot
Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2026)

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa titik data yang tersebar bersifat acak serta menyebar secara merata, baik di atas maupun di bawah sumbu X dan sumbu Y, dan tidak membentuk pola khusus. Kondisi ini menunjukkan tidak adanya kecenderungan khusus pada sebaran residual. Oleh karena itu, dijelaskan bahwa pada penelitian ini model regresi yang digunakan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	1.214	0.267		4.55	.000
	Citra Destinasi	0.605	0.072	0.69	8.41	.000
	Daya Tarik Wisata	0.113	0.073	0.126	1.54	0.127

a. Dependent Variable: Keputusan_Kunjungan

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2026)

Dari tabel diatas maka persamaan regresi yaitu sebagai berikut.

$$Y = 1,214 + 0,605X_1 + 0,113X_2$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta pada variabel keputusan kunjungan sebesar 1,214, yang mengindikasikan bahwa apabila variabel citra destinasi serta daya tarik wisata dianggap bernilai nol, sehingga tingkat keputusan kunjungan berada pada nilai 1,214.
2. Koefisien regresi pada variabel (citra destinasi) bernilai 0,605, yang menunjukkan adanya hubungan positif terhadap keputusan kunjungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan citra destinasi apabila terjadi peningkatan sebesar satu satuan akan menyebabkan kenaikan terhadap keputusan kunjungan sebesar 0,605, dengan asumsi variabel daya tarik wisata bersifat tetap.
3. Koefisien regresi variabel (daya tarik wisata) sebesar 0,113, yang menandakan pengaruh positif terhadap keputusan kunjungan. Artinya, apabila terjadi peningkatan daya tarik wisata sebesar satu satuan akan menyebabkan terjadi peningkatan terhadap keputusan kunjungan sebesar 0,113, dengan asumsi citra destinasi bersifat tetap.

Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Dari tabel 2 dapat dijelaskan hasil uji t adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh citra destinasi terhadap keputusan kunjungan
Variabel citra destinasi memiliki sig 0,000. Artinya $0,000 < 0,05$, hal tersebut menjelaskan bahwa variabel citra destinasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan pada wisata gunung pandan di Aceh Tamiang. Maka hipotesis pertama diterima.
2. Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan kunjungan
Variabel daya tarik wisata memiliki sig 0,127. Artinya $0,127 > 0,05$, hal tersebut menjelaskan bahwa variabel

daya tarik wisata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan pada wisata gunung pandan di Aceh Tamiang. Maka hipotesis kedua ditolak.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 3. Anova

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14.684	2	7.342	69	.000 ^b
Residual	9.967	93	0.107		
Total	24.651	95			

a. Dependent Variable: Keputusan_Kunjungan

b. Predictors: (Constant), Daya_Tarik_Wisata, Citra_Destinas

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji F yang terdapat pada tabel 3 diperoleh sig 0,000. > 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel citra destinasi dan daya tarik wisata secara sersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan pada wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang. Oleh sebab itu, maka hipotesis keempat diterima.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Adapaun Hasil Analisis Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	0.596	0.587	0.327

a. Dependen Variabel: Keputusan Kunjungan

a. Predictors: (Constant), Daya_Tarik_Wisata, Citra_Destinas

Tabel 4. Model Summary

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2026)

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai *Adjusted R Squer* sebesar 0,587. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel citra destinasi, dan daya tarik wisata mempengaruhi keputusan kunjungan pada wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang sebesar 58,7%, sedangkan sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini seperti kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan atau harga tiket.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,605 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik citra destinasi yang dimiliki, maka semakin tinggi pula keputusan wisatawan untuk berkunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Daru dkk. (2024) yang menyatakan bahwa citra destinasi merupakan persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi yang terbentuk melalui penilaian terhadap lingkungan, fasilitas, pengalaman, serta kesan yang diterima wisatawan selama berkunjung. Citra destinasi yang positif akan meningkatkan keyakinan wisatawan terhadap kualitas destinasi sehingga mendorong munculnya keputusan untuk berkunjung. Pada objek wisata Gunung Pandan, citra destinasi yang baik tercermin dari keindahan panorama alam, suasana yang masih asri, udara yang sejuk, serta pengalaman wisata yang menyenangkan. Kondisi tersebut mampu membentuk persepsi positif dalam benak wisatawan sehingga mendorong mereka untuk memilih Gunung Pandan sebagai tujuan wisata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rifkhan (2020) yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Dengan demikian, semakin baik citra yang dimiliki suatu destinasi wisata, maka semakin besar kemungkinan wisatawan memutuskan untuk melakukan kunjungan.

Sementara itu hasil penelitian variabel daya tarik wisata memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan

kunjungan wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,113 dengan tingkat signifikansi $0,127 > 0,05$. Secara teoritis, menurut Utama (2016), daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, nilai, dan karakteristik tertentu yang mampu menarik minat wisatawan untuk melakukan kunjungan. Semakin tinggi daya tarik yang dimiliki suatu destinasi, maka seharusnya semakin besar pula minat wisatawan untuk berkunjung.

Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan daya tarik alam saja belum cukup untuk mendorong keputusan wisatawan apabila tidak didukung oleh faktor lain seperti aksesibilitas dan fasilitas pendukung yang memadai. Pada wisata Gunung Pandan masih terdapat beberapa keterbatasan, seperti akses menuju lokasi yang belum optimal, keterbatasan fasilitas umum, serta minimnya sarana pendukung wisata. Kondisi tersebut menyebabkan wisatawan lebih mempertimbangkan citra destinasi dibandingkan daya tarik wisata dalam mengambil keputusan berkunjung. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Bulan dkk. (2021) yang menemukan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik dan kondisi masing-masing destinasi wisata dapat menghasilkan pengaruh yang berbeda terhadap keputusan kunjungan wisatawan.

Secara simultan, variabel citra destinasi dan daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan kunjungan wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 68,511 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,587 menunjukkan bahwa sebesar 58,7% variasi keputusan kunjungan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan, dan harga tiket. Meskipun secara parsial daya tarik

wisata tidak berpengaruh signifikan, namun secara bersama-sama dengan citra destinasi kedua variabel tersebut tetap memberikan pengaruh yang kuat terhadap keputusan kunjungan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan wisatawan dalam berkunjung dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor yang saling mendukung, sehingga pengelola wisata perlu meningkatkan citra destinasi sekaligus memperbaiki daya tarik wisata agar mampu meningkatkan jumlah kunjungan secara optimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh citra destinasi, dan daya tarik wisata terhadap keputusan kunjungan wisata Gunung Pandan di Aceh Tamiang, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan, sedangkan variabel daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan. Tidak signifikannya daya tarik wisata disebabkan oleh masih kurang optimalnya fasilitas pendukung serta aksesibilitas menuju lokasi yang belum memadai, meskipun secara alami destinasi tersebut memiliki potensi daya tarik yang cukup baik. Secara simultan, kedua variabel yaitu citra destinasi, dan daya tarik wisata terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan, yang menunjukkan bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor. Selain itu, citra destinasi merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan kunjungan. Nilai koefisien determinasi sebesar 58,7% menunjukkan bahwa sebagian besar variasi keputusan kunjungan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan, dan harga tiket.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar pengelola wisata Gunung Pandan lebih memfokuskan upaya pada peningkatan dan pemeliharaan citra destinasi, mengingat variabel ini memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Upaya tersebut dapat dilakukan

dengan menjaga kebersihan, keamanan, dan kenyamanan lingkungan wisata sehingga mampu memberikan pengalaman positif bagi pengunjung. Selain itu, pengelola juga perlu meningkatkan kualitas daya tarik wisata dengan melengkapi fasilitas pendukung seperti penyediaan toilet, tempat makan, serta memperbaiki akses jalan menuju lokasi agar lebih mudah dijangkau. Dengan adanya perbaikan tersebut, diharapkan dapat meningkatkan minat dan keputusan wisatawan untuk berkunjung. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan, dan harga tiket, serta melakukan penelitian pada objek wisata lain di Kabupaten Aceh Tamiang agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat dibandingkan secara lebih luas.

REFERENSI

- Bagus Ray Utama, G. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif*. Deepublish. Yogyakarta
- Bowen, D. (2020). *Contemporary Tourist Behaviour Yourself and Others as Tourists* (C. Parkin (ed.); 2nd ed.). Cabi. Boston, Amerika Serikat.
- Bulan, T. P. L., Junaida, E., & Maitama, M. H. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123.
<https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Daru, D. R. S., Dipl-Strat., M. P., Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M. S., Tricahyadinata, D. I., & Hariyadi, D. S. (2024). *Citra Destinasi dan Pengalaman Pariwisata Berkesan* (I. Tricahyadinata (ed.)). Deepublish. Yogyakarta.
- Dewi, K., Sudirman, I., & Andriani, R. (2021). Pengaruh Service Excellence, Aksesibilitas, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Wisatawan serta Implikasinya terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Halal di Kabupaten Bandung Barat. *Media Wisata*, 19(2), 154–166.
<https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.129>
- Gustia, A. E., & Putra, T. (2021). Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(1), 7–12.
<https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.24872>
- Harahap, S., Anhar, Y., & Rahmi, D. H. (2020). Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata Budaya terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kotagede. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 16(2), 118–129.
<https://doi.org/10.56910/gemawisata.v16i2.119>
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. . (2022). Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Kenzo Desa Kombi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 817.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>
- Nirawati, L., Safitri, B. A. D., & Ahmad, R. F. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(9), 594–604.
<https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/560/428>
- Novta, A., Liestiandre, H. K., & Aridayanti, D. A. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Ubud. *Jurnal Kepariwisataaan*, 21(1), 37–45.
<https://doi.org/10.52352/jpar.v21i1.604>
- Nuraswati, & Supryadi, D. I. (2025). *Pengaruh E-WoM dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Benang Kelambu di Lombok Tengah*. 6(2), 247–256.
- Prayogi, B., Dalimunthe, F. I., Tondang, B., & Agung, D. (2022). Daya Tarik Wisata, Electronic Word Of Mouth, dan Citra Destinasi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Lubuk Kertang, Kabupaten Langkat. *Jurnal Darm Agung*, 30(3), 1214–1219.
- Rahmadani, N. W., Survival, S., & Wulandari, W. (2025). Pengaruh Citra Destinasi dan

- Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan serta peran Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3363–3370. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1029>
- Rifkhan. (2020). *Pedoman Metodeologi Penelitian data Panel dan Kuesioner* (Abdul (ed.); pertama). CV Adanu Abitama. Jawa Barat
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>
- Tamrin, I., Simanjuntak, D., & Afriza, L. (2022). Digitalisasi Tata Kelola Desa Wisata Kertayasa sebagai Implementasi E-Tourism. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 10(1), 34. <https://doi.org/10.26418/justin.v10i1.45477>