

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang melibatkan perjalanan, yang pelaksanaannya didukung oleh berbagai fasilitas dan infrastruktur yang disediakan oleh masyarakat, pelaku industri, serta pemerintah baik di tingkat nasional maupun daerah. Sementara itu, wisata merujuk pada aktivitas bepergian dalam waktu singkat yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke suatu tempat tertentu dengan tujuan untuk bersantai, mengembangkan diri, atau mengeksplorasi keunikan daya tarik yang dimiliki oleh suatu daerah. Dalam pelaksanaannya, wisatawan mengunjungi destinasi wisata, yaitu wilayah geografis yang dapat meliputi satu atau lebih wilayah administratif, yang memiliki daya tarik wisata, fasilitas umum, sarana pendukung pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat lokal yang turut berperan aktif dalam mendukung dan mengembangkan sektor pariwisata.<sup>2</sup>

Industri pariwisata menjadi salah satu sumber daya ekonomi yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memperkuat upaya pembangunan di tingkat lokal.<sup>3</sup> Di Indonesia, sektor ini

---

<sup>2</sup> Pemerintah Pusat Indonesia, “Undang-Undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan” (2009).

<sup>3</sup> Ellyan Sastraningsih, Haugesti Diana, and Yulefnita, “Peningkatan Sektor Pariwisata Daerah Guna Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Rokan IV Koto, Kabupaten Rokan Hulu,” *Community Engagement & Emergence Journal* 4, no. 2 (2023): 174–80.

sedang giat dikembangkan oleh pemerintah di berbagai wilayah, termasuk di Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang terletak di ujung timur Pulau Jawa, Indonesia. Wilayah ini terkenal akan keberagaman budaya serta kekayaan destinasi wisatanya, mulai dari lanskap pegunungan, pesisir pantai, gumuk pasir, peninggalan candi dan situs sejarah, hingga berbagai objek wisata buatan.<sup>4</sup> Dengan melimpahnya pilihan tempat wisata tersebut, Jawa Timur menjadi salah satu tujuan favorit wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Salah satu destinasi wisata buatan yang menarik untuk dikunjungi berada di Kabupaten Blitar.<sup>5</sup> Kabupaten ini merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang tengah fokus mengembangkan sektor pariwisata berbasis ekonomi lokal, yaitu dengan menyesuaikan potensi yang dimiliki setiap wilayah.<sup>6</sup> Salah satu objek wisata unggulan yang sering dikunjungi di Kabupaten Blitar adalah Blitar Park.

Selain Blitar Park, Kabupaten Blitar memiliki beragam objek wisata lain yang tidak kalah menarik dan berpotensi untuk dikembangkan. Beberapa di antaranya seperti Makam Bung Karno, Candi penataran, Kampung Coklat, Istana Gebang, Kebun Teh Sirah Kencong dan Pantai Tambakrejo. Setiap destinasi ini memiliki karakteristik dan daya tarik wisata yang berbedaa-beda,

---

<sup>4</sup> Hastin Lailatul Qodriyah et al., “Pengaruh Atraksi Wisata, Harga, Dan Fasilitas, Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Malang Smart Arena,” *Universitas Dharmawangsa* 17, no. 2 (April 2023): 752–62.

<sup>5</sup> Zulanda Pratiwi and Adhi Prakosa, “Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, Dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo,” *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 11, no. 1 (April 17, 2021): 74–94, <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>.

<sup>6</sup> Dea Amelia Oktaviani, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Kunjung Ulang Pada Obyek Wisata Blitar Park” (STIE Malangkucecwara, 2024), <https://repository.stie-mce.ac.id/>.

mulai dari wisata sejarah, wisata budaya, wisata alam, hingga wisata buatan edukatif. Keberagaman destinasi ini menunjukkan potensi besar Kabupaten Blitar dalam pengembangan pariwisata, baik dari segi sejarah, budaya, hingga wisata edukatif. Dengan keberagaman ini, sangat penting untuk mengkaji dan membandingkan efektivitas strategi pemasaran, khususnya *digital marketing* seperti TikTok, di berbagai objek wisata yang ada di Blitar. Hal ini tidak hanya membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan masing-masing destinasi, tetapi juga dapat menjadi referensi strategis dalam upaya peningkatan daya saing pariwisata di Kabupaten Blitar secara keseluruhan.

Terdapat banyak pilihan tempat wisata terkenal di Blitar yang dapat dijadikan lokasi penelitian, namun peneliti memilih wisata Blitar Park karena memiliki daya tarik unik bagi wisatawan, terutama pada wisatawan lokal. Sebagai destinasi wisata pertama di Blitar yang mengusung tema serupa dengan Jatim Park, Blitar Park menawarkan harga tiket yang sangat terjangkau. Tempat ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan destinasi wisata yang strategis dan populer di Blitar, dilengkapi dengan fasilitas lengkap serta beragam aktivitas menarik. Selain itu, Blitar park juga memiliki potensi besar dalam mendukung penelitian mengenai pariwisata saat ini.

Blitar Park merupakan objek wisata buatan yang terletak di bagian timur Kabupaten Blitar yang mengedepankan potensi lokal. Destinasi wisata Blitar Park ini merupakan wisata buatan yang berbentuk taman rekreasi dengan mengusung konsep *amusement park* atau taman bermain modern, yang ditujukan untuk rekreasi bersama teman ataupun keluarga. Wisata ini menjadi

daya tarik bagi masyarakat karena memiliki keunggulan dengan wisata lainnya dengan menawarkan 32 berbagai jenis permainan untuk kanak-kanak sampai dengan orang dewasa. Dari berbagai jenis permainan di Blitar Park ada beberapa wahana yang berlaku untuk jenis tiket terusan dengan harga Rp. 40.000 yang sudah include dengan 28 wahana diantaranya yaitu, wahana octopus, cinema 5 dimensi, bom-bom car, dragon coaster, kora-kora, jump frog, lorong Pelangi, sepeda udara, sepeda air, aquatech, playland, kolam renang anak, kolam renang dewasa, carousel, raindbow slide, jembatan goyang, ontang-anting, mini out bound, perahu gondola, area spot foto, bom-bom car air, thomas train, discorade, trampolin, sky swinger, sakura swing, dan magic sunde. Selain menawarkan berbagai wahana menarik, keunikan Blitar Park juga didukung oleh lokasinya yang strategis dan mudah diakses oleh para wisatawan. Jam operasional Blitar Park pada hari biasa dimulai pukul 10.00 hingga 18.00 WIB. Sementara itu, pada hari libur, taman ini beroperasi lebih lama, yaitu dari pukul 08.00 hingga 21.00 WIB. Sehingga hal ini dapat mendorong masyarakat untuk berkunjung ke wisata Blitar Park.<sup>7</sup>

Hadirnya objek wisata Blitar Park tentu akan menambah ragam wisata yang ada di daerah Blitar. Objek wisata Blitar Park ini memiliki daya tarik mulai dari berbagai wahana permainan yang seru, wahana permainan ini dapat digunakan mulai dari untuk kanak-kanak sampai dengan orang dewasa. Di Blitar Park ini jumlah keseluruhan dari wahana permainan terdapat 32 wahana, yang terdiri dari Octopus, cinema 5 dimensi, bom-bom car, dragon coaster, kora-kora, jump frog, lorong

---

<sup>7</sup> Blitar Park, "Blitar Park," accessed September 28, 2024, <https://www.blitarpark.com/>.

pelangi, playground, sepeda udara, sepeda air, aquatech, playland, kolam renang anak, kolam renang dewasa, carousel, rainbow slide, jembatan goyang, ontang-anting, mini outbound, perahu gondola, area spot foto, bom-bom car air, Thomas train, disco ride, trampoline, sky swinger, Sakura swing, magic sand, gamezone, terapi ikan, go-kart electric, dan ular raksasa. Selain itu, di Blitar Park juga memiliki desain dengan tampilan yang estetik dan menarik untuk pengunjung yang suka berfoto. Banyak spot foto yang sengaja disediakan untuk menarik minat generasi muda, seperti spot-spot unik yang terinspirasi dari taman hiburan luar negeri. Wisata Blitar Park juga menyediakan berbagai fasilitas penunjang, seperti area parkir yang luas, food court, mushola, toilet, gazebo, dan ruang ganti yang bersih dan nyaman. Fasilitas ini memastikan untuk kenyamanan wisatawan selama berada di dalam wisata Blitar Park. Mengenai harga tiket masuk, Blitar Park dirancang sebagai tempat rekreasi dengan harga tiket masuk yang relatif terjangkau. Hal ini memungkinkan untuk wisatawan yang ingin berlibur dan menikmati waktu bersama tanpa perlu mengeluarkan banyak biaya.<sup>8</sup>

Meskipun Blitar Park memiliki potensi sebagai destinasi wisata, tetapi promosi melalui platform digital seperti TikTok masih kurang. Kurangnya konten yang menarik dan interaktif di TikTok dapat membuat Blitar Park kalah saing dengan destinasi wisata lainnya. Selain itu, pemasaran digital seperti kurangnya konsistensi dalam pembuatan konten video maupun pengupdate an konten juga dapat menambah saingan dalam dunia pemasaran pariwisata.

---

<sup>8</sup> Oktaviani, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Kunjung Ulang Pada Obyek Wisata Blitar Park."

Dengan banyaknya wisatawan saat ini yang lebih cenderung terpengaruh oleh promosi di media sosial TikTok maka ketika sebuah destinasi wisata seperti Blitar Park membuat platform media sosial TikTok sangat menguntungkan bagi pihak perusahaan, karena banyak wisatawan akan menentukan tempat wisata mana yang akan mereka kunjungi melalui informasi dari platform TikTok.

Tingginya tingkat persaingan dalam sektor pariwisata mendorong pelaku usaha, termasuk pengelola Blitar Park, untuk terus berinovasi dalam menciptakan objek wisata yang unik, menarik, dan memiliki daya saing tinggi. Salah satu aspek krusial yang turut menentukan pilihan destinasi wisata oleh para pelancong adalah strategi pemasaran digital. Di tengah pesatnya perkembangan era digital, kehadiran teknologi dan akses internet telah menjadi elemen yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas sehari-hari masyarakat. Salah satu wujudnya adalah melalui media sosial, yaitu platform digital interaktif yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berkomunikasi, serta berbagi berbagai jenis konten seperti teks, foto, dan video secara daring. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, media sosial kini banyak dimanfaatkan sebagai sumber informasi dan menjadi alat strategis dalam kegiatan *digital marketing*, termasuk dalam industri pariwisata, guna menjangkau lebih banyak calon wisatawan secara efektif. Oleh karena itu, pengelola Blitar Park perlu meningkatkan jumlah konten yang menarik seputar destinasi wisata guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Berkunjung merupakan suatu kegiatan wisata dimana wisatawan memiliki dorongan untuk mengunjungi suatu tempat yang menarik baik untuk

rekreasi maupun kesenangan.<sup>9</sup> Minat seseorang untuk mengunjungi suatu tempat sering kali dipengaruhi oleh niat atau rencana untuk membeli produk atau menggunakan layanan tertentu yang ditawarkan di lokasi tersebut. Sementara itu, keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata umumnya didasarkan pada berbagai pertimbangan yang bertujuan untuk memberikan manfaat maksimal serta memenuhi tingkat kepuasan konsumen dalam pengalaman berwisata mereka.<sup>10</sup> Sedangkan minat berkunjung merujuk pada calon konsumen (pengunjung), baik yang sudah pernah mengunjungi maupun yang belum, serta mereka berencana untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Oleh sebab itu, pengelola Blitar Park perlu secara konsisten melakukan berbagai upaya dalam menjaga dan meningkatkan pesona destinasi wisata, guna memastikan minat wisatawan untuk datang berkunjung tetap terjaga.<sup>11</sup>

Minat merupakan dorongan internal yang kuat yang memengaruhi perilaku seseorang, dan dorongan ini biasanya muncul sebagai respons terhadap rangsangan serta perasaan positif terhadap suatu produk atau jasa. Selain dipengaruhi oleh faktor internal, keinginan untuk mengunjungi suatu tempat juga dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti kondisi sosial, kebijakan pemasaran yang dijalankan oleh pihak pengelola, serta norma sosial dan budaya yang berkembang di masyarakat. Di sisi lain, Menurut penelitian yang

---

<sup>9</sup> Qodriyah et al., "Pengaruh Atraksi Wisata, Harga, Dan Fasilitas, Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Malang Smart Arena."

<sup>10</sup> Ria Murdani and Lidya Martha, "Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Carocok Painan," *NAWASENA Jurnal Ilmiah Pariwisata* 2, no. 1 (April 2023): 64–81, <https://doi.org/10.56910/nawasena.v2i1.616>.

<sup>11</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: PT Indeks, 2008).

dilakukan oleh Nuraeni, beberapa faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi meliputi kualitas layanan, citra destinasi, kegiatan promosi, serta daya tarik wisata yang tersedia.<sup>12</sup>

Daya tarik suatu destinasi wisata akan terwujud jika tempat tersebut menawarkan keunikan, keindahan, serta kenyamanan yang diimbangi dengan fasilitas yang dapat dinikmati oleh semua wisatawan.<sup>13</sup> Menurut Cooper, ada empat faktor utama yang menentukan daya tarik wisata, yaitu Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Jasa Pendukung.<sup>14</sup> Oleh karena itu, Blitar Park diharapkan dapat berkembang menjadi destinasi yang menarik bagi wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Daya tarik yang kuat akan memberikan dampak positif bagi destinasi wisata. Ketika Blitar Park memiliki daya tarik yang memadai, pengunjung akan merasa lebih loyal dan percaya untuk mengunjungi tempat tersebut secara berulang.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, penelitian ini bertujuan untuk mengangkat permasalahan yang ada serta menggali lebih dalam berbagai faktor yang memengaruhi minat kunjung wisatawan ke Blitar Park. Maka peneliti mengambil penelitian dengan Judul **“Pengaruh Digital**

---

<sup>12</sup> Andri Yandi, M.Ridho Mahaputra, and M.Rizky Mahaputra, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review),” *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta* 1, no. 1 (January 1, 2023), <https://doi.org/https://doi.org.1038035/jmkt.v1i1.8>.

<sup>13</sup> Budi Susianto, Johannes, and Syahmardi Yacob, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci,” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, no. 6 (2022): 592–605, <https://doi.org/https://doi.org/10.31933.v3i6.1094>.

<sup>14</sup> Sri Handayani and Siti Hanila, “Kajian Potensi Dan Kendala Pengembangan Objek Wisata Taman Desa Di Desa Giri Mulya Kabupaten Bengkulu Utara,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam* 4, no. 2 (July 2021): 371–82, <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jamekis>.

## ***Marketing* TikTok Dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Wisatawan Di Blitar Park”.**

### **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian**

#### **1. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah adalah tahap pertama untuk mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang ada, yang selanjutnya dapat menjadi dasar bagi penelitian. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, berikut ini adalah permasalahan yang diperkirakan akan muncul dalam penelitian ini:

- 1) Banyaknya pesaing bisnis pariwisata yang serupa sehingga persaingan semakin ketat maka dibutuhkan strategi pemasaran melalui *digital marketing* untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak pengunjung diantaranya yaitu meningkatkan minat kunjung wisatawan. Minat kunjung di wisata Blitar Park belum maksimal sehingga perlu dipelajari lebih mendalam indikator-indikator yang mempengaruhi minat kunjung pada Blitar Park.
- 2) Daya tarik wisata di Blitar Park bisa saja belum cukup kuat atau belum dibedakan dari tempat wisata lainnya. Identifikasi ini berfokus pada aspek daya tarik wisata, misalnya *Attrraction* (atraksi), *Accesability* (aksesibilitas), *Aminities* (fasilitas), dan *Ancillary* (jasa pendukung).

## 2. Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan masalah untuk menjaga fokus kajian agar tetap terarah dan tidak meluas ke luar ruang lingkup yang ditetapkan. Pertama, penelitian ini hanya difokuskan pada objek wisata Blitar Park sebagai destinasi wisata buatan yang berada di Kabupaten Blitar, tanpa membahas objek wisata lainnya. Kedua, platform *digital marketing* yang dikaji terbatas hanya pada TikTok. Ketiga, variabel daya tarik wisata dalam penelitian ini dibatasi pada empat indikator utama yaitu *attraction*, *amenities*, *ancillary*, dan *accessibilities* sesuai dengan teori A4, sehingga tidak membahas daya tarik dari aspek budaya atau alam secara mendalam. Keempat, responden dalam penelitian ini dibatasi pada 100 responden yaitu wisatawan yang pernah atau memiliki minat berkunjung ke Blitar Park, serta merupakan pengguna aktif media sosial TikTok. Kelima, penelitian ini membahas tiga variabel, yaitu: variabel independen berupa *digital marketing* TikTok ( $X_1$ ), daya tarik wisata ( $X_2$ ), dan variabel dependen berupa minat kunjungan wisatawan ( $Y$ ).

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang, pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *digital marketing* TikTok dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan di Blitar Park?

2. Apakah penggunaan *digital marketing* TikTok berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan di Blitar Park?
3. Apakah daya tarik wisata Blitar Park mempengaruhi minat kunjung wisatawan?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah, maka penelitian ini dilakukan karena :

1. Untuk menguji *digital marketing* TikTok dan daya tarik wisata apakah berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung wisatawan di Blitar Park.
2. Untuk menguji *digital marketing* TikTok apakah berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan di Blitar Park.
3. Untuk menguji daya tarik wisata apakah berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung wisatawan di Blitar Park.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat teoritis dan praktis yang dimaksud adalah sebagai berikut:

##### **1. Secara Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai ilmu pengetahuan pariwisata tentang pengaruh *digital marketing* TikTok dan daya tarik wisata terhadap minat kunjung wisatawan di Blitar Park.

## 2. Secara Praktis

Manfaat secara praktis penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Peneliti

- a. Meningkatkan pemahaman tentang strategi pemasaran digital dan perilaku konsumen dalam sektor pariwisata.
- b. Meningkatkan kemampuan analisis dan metodologi penelitian, serta pengalaman dalam menggunakan platform digital untuk pengumpulan data.

### 2. Bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman dan pengetahuan, serta menjadi sumber referensi atau literatur yang berguna dalam bidang pariwisata.

### 3. Bagi Lembaga (Wisata Blitar Park)

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengelola Blitar Park untuk melakukan evaluasi, serta memberikan rekomendasi yang membangun dalam menyempurnakan strategi manajemen bisnis demi meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya dalam mengeksplorasi pengaruh *digital marketing* TikTok dan daya tarik wisata terhadap minat kunjungan wisatawan.

## **F. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian menentukan batasan-batasan yang ditetapkan untuk mempermudah pelaksanaan penelitian, sehingga proses penelitian dapat berjalan lebih efektif dan efisien dengan fokus pada aspek-aspek spesifik dari objek yang diteliti. Sementara itu, pembatasan masalah adalah langkah untuk menentukan batasan-batasan dalam permasalahan yang akan diteliti. Tujuan dari pembatasan masalah ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang termasuk dalam ruang lingkup penelitian adalah hal-hal yang menjadi fokus utama dari kajian, sementara faktor-faktor yang tidak termasuk adalah elemen-elemen yang tidak relevan dengan tujuan atau batasan yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, peneliti menetapkan pembatasan masalah untuk memastikan penelitian ini tetap fokus dan spesifik. Ruang lingkup penelitian ini mencakup analisis terhadap pengaruh yang memengaruhi minat kunjung wisatawan, yaitu pengaruh *digital marketing* TikTok dan daya tarik wisata di Blitar Park.

## **G. Penegasan Variabel**

1. Penegasan Konseptual
  - a. Minat Kunjung

Minat berkunjung ialah suatu keputusan atau tindakan konsumen dalam memilih dan memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat, yang didasari oleh pengalaman sebelumnya saat berkunjung.<sup>15</sup>

b. *Digital Marketing*

*Digital marketing* merupakan Aktivitas pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai, serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui berbagai platform online.<sup>16</sup>

c. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata mengacu pada berbagai elemen yang memiliki ciri khas, keindahan, dan kekayaan alam, budaya, serta kreasi manusia yang menjadikannya sebagai tujuan utama dalam sebuah destinasi wisata.<sup>17</sup>

2. Penegasan Operasional

a. Minat Kunjung

Indikator yang digunakan minat kunjung yakni teori menurut Ferdinand yaitu minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif.<sup>18</sup>

b. *Digital Marketing*

---

<sup>15</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, ed. Adi Maulana and Hardani Wibi, 13th ed. (Jakarta: Erlangga, 2009).

<sup>16</sup> Anindya, "Apa Itu Digital Marketing? Pengertian, Tujuan, Fungsi, Faktor, Jenis Dan Strategi," Idmetafora, April 2023, <https://idmetafora.com/news/read/3160/Apa-Itu-Digital-Marketing-Pengertian-Tujuan-Fungsi-Faktor-Jenis-dan-Strategi.html>.

<sup>17</sup> Happy Marpaung, *Pengetahuan Kepariwisata* (Bandung: Alfabeta, 2000).

<sup>18</sup> Marpaung.

Pengukuran *digital marketing* menggunakan teori Eun Young Kim dengan indikator meliputi *Cost/Transaction*, *Interactive*, *Incentiv program*, dan *Site Design*.<sup>19</sup>

c. Daya Tarik Wisata

Pengukuran indikator daya tarik wisata menggunakan indikator menurut Cooper ialah *Attraction* (atraksi), *Accessibilities* (aksesibilitas), *Amenitas* (fasilitas), *Ancillary* (jasa pendukung).<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Handayani and Hanila, "Kajian Potensi Dan Kendala Pengembangan Objek Wisata Taman Desa Di Desa Giri Mulya Kabupaten Bengkulu Utara."