



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 8311-8322

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Motivasi Wisatawan, Sikap Wisatawan, Citra Destinasi, Media Sosial,  
Kualitas Lingkungan Terhadap Pilihan Destinasi Pengunjung  
Kawasan Wisata Pulau Mandeh

Friska Amelia Amanda<sup>1✉</sup>, Syuryatman Desri<sup>2</sup>, Susiana<sup>3</sup>, Faisal Ali Ahmad<sup>4</sup>  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Andalas

Email: [friskaamel090700@gmail.com](mailto:friskaamel090700@gmail.com)<sup>1✉</sup>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh motivasi wisatawan, sikap wisatawan, citra destinasi, media sosial, kualitas lingkungan terhadap pilihan destinasi pengunjung di kawasan wisata Pulau Mandeh. Desain penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan metode penelitian yaitu metode kuantitatif. Penelitian dilakukan pada pengunjung kawasan wisata Pulau Mandeh dengan 84 orang responden. Data dianalisis menggunakan *software* SPSS 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung, sikap wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung, citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung, media sosial berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung, kualitas lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung. Implikasi penelitian ini ditujukan untuk pengelola kawasan wisata Pulau Mandeh kedepannya dalam menjalankan usahanya dalam citra destinasi yang lebih beragam, media sosial yang memiliki konten menarik dan menjaga kualitas lingkungan sehingga mendorong pengunjung untuk berkunjung ke Pulau Mandeh.

Kata Kunci: *Motivasi, Citra Destinasi, Media Sosial, Kualitas Lingkungan, Pilihan Destinasi.*

## Abstract

This research aims to determine and test the influence of tourist motivation, tourist attitudes, destination image, social media, environmental quality on visitors' choice of destination in the Mandeh Island tourist area. The research design used is explanatory research with research methods, namely quantitative methods. The research was conducted on visitors to the Mandeh Island tourist area with 84 respondents. Data were analyzed using SPSS 22.0 software. The research results show that tourist motivation has no significant influence on visitors' choice of destination, tourist attitudes have no significant influence on visitors' choice of destination, destination image has a significant influence on visitors' choice of destination, social media has a significant influence on visitors' choice of destination, environmental quality has a significant influence on visitors' choice of destination. The implications of this research are aimed at managers of the Mandeh Island tourist area in the future in running their business with a more diverse destination image, social media that has interesting content and maintains environmental quality so as to encourage visitors to visit Mandeh Island.

Keywords: *Motivation, Destination Image, Social Media, Environmental Quality, Destination Choice.*

## PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sebuah kegiatan atau aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu luang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. Tanah air merupakan surga wisata alam bagi wisatawan di seluruh belahan dunia maupun domestik (Kalibiru *et al*, 2020).

Sumatera Barat memiliki beberapa pulau yang mempunyai daya tarik wisatawan yang tidak kalah dari provinsi-provinsi lain yang ada di tanah air. Secara geografis, Provinsi Sumatera Barat terletak di antara 0°U-102° Lintang Selatan dan 98°-102° Bujur Timur. Adapun beberapa kota atau kabupaten yang memiliki pulau di Sumatera Barat adalah Kota Padang, Kabupaten Pesisir Selatan, Padang Pariaman, dan daerah lainnya. Pulau yang terkenal atau populer dan banyak diminati masyarakat di Sumatra Barat yaitu Pulau Pasumpahan, Pulau Mandeh, Pulau Cubadak, Pulau Angso Duo, Pulau Pagang, Pulau Siberut, Pulau Pandan, Pulau Sipora, dan Pulau Sawo. Berikut adalah tabel daftar kunjungan wisatawan nusantara ke Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2019-2021.

Tabel 1. 1 Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Provinsi Sumatera Barat

Kabupaten/Kota	Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat		
	2019	2020	2021
Kab. Kepulauan Mentawai	994.655	122.793	318
Kab. Pesisir Selatan	971.989	177.017	354.297
Kab. Solok	601.244	703.649	703.300
Kab. Sijunjung	12.434	149.889	60.533
Kab. Tanah Datar	627.057	527.635	340.363
Kab. Padang Pariaman	307.316	261.615	100.144
Kab. Agam	756.750	664.318	509.428
Kab. Lima Puluh Kota	639.840	654.334	624.155
Kab. Pasaman	101.141	747	11.812
Kab. Solok Selatan	68.084	41.809	61.199
Kab. Dharmasraya	9.745	11.676	54.908
Kab. Pasaman Barat	28.603	2.486	23.503
Kota Padang	843.296	2.621.929	376.534
Kota Solok	120.411	134.450	181.154
Kota Sawahlunto	237.490	101.649	91.027
Kota Padang Panjang	166.364	107.642	215.073
Kota Bukittinggi	933.609	1.471.542	748.074
Kota Payakumbuh	298.479	46.930	77.747
Kota Pariaman	450.640	239.758	252.317
Provinsi Sumatera Barat	8.169.147	8.041.868	4.785.886

*Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)*

Dari tabel di atas bisa dilihat daftar kunjungan wisatawan Nusantara ke Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2019 ke 2020 beberapa daerah di Sumatera Barat terdapat penurunan kunjungan adapun provinsi tersebut adalah Kab. Kepulauan Mentawai, Kab. Pesisir Selatan, Kab. Tanah Datar, Kab. Padang Pariaman, Kab. Agam, Kab. Pasaman, Kab. Solok Selatan, Kab. Pasaman Barat, Kota Sawah Lunto, Kota Padang Panjang, Kota Payakumbuh, Kota Pariaman. Dari tabel juga diketahui adanya kenaikan kunjungan wisatawan ke daerah di Sumatera Barat daerah tersebut adalah Kab. Solok, Kab. Sijunjung, Kab. Lima Puluh Kota, Kab. Dharmasraya, Kota Padang, Kota Solok, Kota Bukittinggi. Kunjungan ke provinsi Sumatera Barat memiliki penurunan yang signifikan pada tahun 2021

dikarenakan PPKM, adapun daerah penurunan angka kunjungan yang signifikan adalah Kepulauan Mentawai, Kab. Sijunjung, Kab. Tanah Datar, Kota Padang, Kota Bukittinggi.

Pemerintah memutuskan untuk menerapkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang disingkat (PPKM) darurat mulai tanggal 11 Januari 2021. Pada akhir tahun 2022 PPKM dicabut yang mengakibatkan sektor pariwisata pun tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Penurunan kunjungan ke kawasan wisata berdampak menurunnya minat pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata yang mana akan membuat tempat wisata menjadi terbengkalai dan tidak terawat. Tidak hanya itu ada beberapa permasalahan yang dihadapi sektor pariwisata antara lain adalah peraturan yang tumpang tindih, kurangnya kualitas SDM, kurangnya publikasi di era digital, belum baiknya infrastruktur, masih kurangnya investasi, kurang diperhatikannya aspek lingkungan, dan kurangnya perhatian pada objek wisata dibidang religi (Nugroho, 2020).

Salah satu Objek wisata yang terkenal di Sumatra Barat dan terkena dampak dari penurunan kunjungan adalah Objek wisata Pulau Mandeh yang berlokasi di Kecamatan Koto XI Tarusan, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. Wisatawan dapat berwisata ke Kawasan Mandeh dengan beberapa pilihan perjalanan, yaitu menggunakan jalur darat dengan transportasi pribadi, dapat juga menggunakan transportasi umum, dan menggunakan jalur laut dengan menggunakan kapal wisata Bintang atau yang berangkat dari Pelabuhan Teluk Bayur Mandeh dan Pelabuhan Muaro Padang menuju Pelabuhan Carocok.

Adapun kawasan wisata Mandeh diantaranya Pantai Batu Kalang, Nagari Carocok, Nagari Mandeh, Nagari Sungai Nyalo, Nagari Mudiak Air, dan Sungai Pinang. Pulau-pulau yang menjadi bagian Kawasan Mandeh diantaranya Pulau Setan, Pulau Sironjong Gadang, Pulau Sironjong ketek, Pulau Cubadak, Pulau Marak, dan Pulau Bintangor.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di kawasan wisata Mandeh, terdapat beberapa permasalahan antara lain kurangnya pengetahuan tentang menarik motivasi pengunjung untuk berkunjung ke Pulau Mandeh, dari wawancara yang dilakukan dengan salah satu pegawai *local and travel* di kawasan mandeh, mereka mengatakan bahwa setelah pandemi pengunjung semakin sepi datang ke pulau mandeh, dari sudut pandang pengunjung hal ini bisa terjadi dikarenakan pengunjung merasa bosan apabila mengunjungi wahana di kawasan Mandeh yang itu-itu saja.

Permasalahan selanjutnya adalah tingginya biaya pembangunan, ini bisa dilihat dari segi religion, untuk pengunjung yang beragama muslim akan kesulitan untuk melaksanakan ibadah di tengah pulau karena minimnya air bersih untuk berwudhu dan kurang bersihnya musholla yang di sediakan oleh pengelola. Permasalahan berikutnya adalah kurangnya

pemeliharaan kawasan wisata, dari kunjungan peneliti ke kawasan wisata Mandeh masih kurangnya tempat pembuangan sampah di setiap sudut pulau, sehingga para pengunjung membuang sampah sembarangan dan membuat pulau tersebut menjadi kotor dan banyak sampah. Masalah selanjutnya adalah kurangnya publikasi atau iklan, banyak media sosial *local and travel* Pulau Mandeh hanya saja tidak berisikan konten seperti paket wisata, tarif wisata, dan apa saja yang bisa dikunjungi di pulau mandeh, sehingga pengunjung kurang mengetahui bagaimana sistem berwisata ke Pulau Mandeh.

Permasalahan berikutnya adalah rendahnya kesadaran pengelola akan pentingnya branding pariwisata, rendahnya mutu pelayanan dan inovasi dalam membangun pariwisata sehingga pengunjung enggan untuk memilih kawasan wisata Pulau Mandeh sebagai tempat tujuan wisata. Dari penjabaran permasalahan di atas maka yang dapat meningkatkan pilihan destinasi pengunjung untuk mengunjungi kawasan wisata Pulau Mandeh adalah motivasi wisatawan, Sikap wisatawan, citra destinasi, media sosial, kualitas lingkungan.

Berdasarkan survey pendahuluan (2023), dalam memilih destinasi wisata untuk dikunjungi, konsumen akan memperhatikan yang namanya motivasi wisatawan. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pengalaman baru dari destinasi tersebut. Dengan adanya pengalaman yang didapatkan membuat konsumen untuk memilih destinasi tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi wisatawan menjadi faktor dalam mendorong pilihan destinasi pengunjung.

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa orang yang suka berwisata kebanyakan dari mereka sebelum berkunjung ke salah satu tujuan destinasi wisata mereka memiliki motivasi untuk berkunjung ke Pulau Mandeh, adapun motivasi tersebut adalah keterikatan emosional, pemandangan yang mengagumkan dan unik, kuliner, akses yang mudah, dan untuk mendapatkan pengalaman baru. Selain motivasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata juga ada sikap wisatawan.

Dari wawancara yang dilakukan kepada wisatawan dia suatu tempat wisata. Destinasi wisata dengan akses memadai merupakan wisata yang menjadi pilihan. Mendapat kemudahan disaat berwisata juga menjadi poin utama untuk mempertimbangkan memilih destinasi wisata tersebut. Warga lokal yang ramah juga menjadi daya tarik tersendiri, serta pemandangan yang indah membuat wisatawan memilih destinasi wisata.

Wisatawan dalam memilih kunjungan pada destinasi mementingkan karakteristik yang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri yang membedakan destinasi tersebut dengan destinasi lainnya. Dari wawancara yang dilakukan salah satu komponen citra destinasi yang sering disebut pengunjung adalah banyaknya atraksi atau wahana yang dapat dikunjungi di suatu destinasi wisata, tidak hanya wahana, keragaman budaya juga menjadi salah satu daya

tarik agar pengunjung memilih destinasi wisata. adapun alasan lainnya adalah infrastruktur wisata yang bagus, suasana yang santai, lingkungan yang bersih dan belum tercemar.

Wisatawan yang memilih mengunjungi destinasi dipengaruhi oleh peran sosial media yaitu instagram yang aktif dalam mempromosikan paket-paket wisata. Yang dapat membantu wisatawan mengenal dan memilih mengunjungi destinasi, dengan konten-konten yang menarik perhatian wisatawan semakin penasaran dan ingin menyaksikannya secara langsung.

Kualitas lingkungan juga menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan pilihan destinasi pengunjung di kawasan di Pulau Mandeh. Dimana kualitas lingkungan ini dapat memberikan keoptimalan bagi kelangsungan makhluk hidup. Kualitas lingkungan seringkali terbatas pada lingkungan alami, dan struktur buatan manusia (Wu *et al*, 2023). Kualitas lingkungan di sektor pariwisata memiliki unsur keunikan atau menjadi *icon* agar dapat menjadi pembeda dari tempat-tempat wisata lainnya (Ginting *et al*, 2020).

Wisatawan cenderung lebih memilih destinasi dikunjungi yaitu yang memiliki keunikan dan kekhasan yang ada di lingkungan tersebut. Para wisatawan tersebut juga lebih mementingkan kualitas lingkungan di destinasi tersebut, seperti kebersihan, keindahan, dan kenyamanan. Dari wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa wisatawan, kualitas lingkungan menjadi salah satu poin utama, karena kualitas lingkungan yang bagus di suatu destinasi wisata menjadikan pengunjung lebih nyaman dan aman di tempat wisata tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengetahui seberapa besar motivasi wisatawan, sikap wisatawan, citra destinasi, media sosial, kualitas lingkungan mempengaruhi pilihan destinasi pengunjung untuk mendatangi kawasan wisata Pulau Mandeh. Maka dari itu, judul dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Motivasi Wisatawan, Sikap Wisatawan, Citra Destinasi, Media Sosial, Kualitas Lingkungan Terhadap Pilihan Destinasi Pengunjung Kawasan Wisata Pulau Mandeh".

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Merupakan jenis penelitian yang menguji dan menjelaskan sifat, pengaruh dan hubungan antara variabel X dengan variabel Y dalam suatu situasi (Sekaran, 2021). Dengan kata lain pada penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menjelaskan hubungan antara variabel motivasi wisatawan, sikap wisatawan, citra destinasi, kualitas lingkungan, dengan pilihan destinasi pengunjung. Pada penelitian ini sumber data berasal dari wisatawan atau pengunjung kawasan wisata Pulau Mandeh. dalam kuesioner tersebut responden hanya dapat memilih satu jawaban setiap daftar pertanyaan. Pada penelitian ini populasinya adalah para wisatawan atau

pengunjung yang sudah berkunjung dan hendak mengunjungi kawasan wisata Pulau Mandeh. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Dimana memilih individu tertentu dari populasi sesuai kriteria yang ditetapkan dan cocok dijadikan sampel (Sekaran, 2017). Pengambilan sampel dengan sampel dengan *Purposive Sampling* terbatas pada orang tertentu untuk memberikan informasi yang diinginkan, karena mereka merupakan pihak yang memiliki atau memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti (Sekaran, 2016). jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimal 60 sampel dengan teknik *purposive sampling* dari populasi keseluruhan wisatawan dan pengunjung yang mengunjungi kawasan wisata Pulau Mandeh. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu alat bantu *software* SPSS versi terbaru yang diinstal pada laptop. Sebelum mengolah data menggunakan SPSS, data tersebut dipindahkan terlebih dahulu ke *Microsoft Excel*, setelah itu data diolah pada *software* SPSS 22.0 dengan teknik pengolahan berupa analisis Regresi Linear Berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Pilihan Destinasi Pengunjung Wisata Pulau Mandeh

Pada uji hipotesis yang dilakukan dapat di analisis bahwa pada hipotesis 1 yaitu  $t$  hitung variabel motivasi wisatawan bernilai 1,725 dengan tingkat signifikansi 0,088. Diketahui bahwa  $H_1$  ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$ . karena  $t$  hitung  $< t$  tabel dan nilai signifikansi  $> 0,05$  ( $1,725 < 1,852$ ) dan ( $0,088 > 0,05$ ). Dari penjabaran diatas terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu (Wu *et.al*,2023) yang mana pada penelitian nya mendapatkan hasil yang signifikan antara motivasi wisatawan terhadap pilihan destinasi pengunjung. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu mendapat pengaruh tidak signifikan.

Pengaruh motivasi wisatawan nyatanya tidak membawa pengaruh yang signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung untuk mengunjungi Pulau Mandeh. Berdasarkan responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa adanya motivasi wisatawan tidak terlalu mempengaruhi mereka untuk mendatangi Pulau Mandeh, oleh sebab itu hasil pengolahan data kuesioner penelitian ini diperoleh hasil bahwa motivasi wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Adinegara *et al*, 2020) karena motivasi wisatawan memiliki empat faktor yang terbentuk dari hasil analisis yang dilakukan di penelitian nya, adapun empat faktor tersebut adalah daya tarik yang ditawarkan, keunikan produk lokal, kemudahan akses dan perlindungan reptilia.

Hasil dari penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian (Bayih & Singh, 2020) karena dalam penelitiannya dikatakan bahwa motivasi wisatawan ditemukan motivasi wisatawan bersangkutan-paut dengan kepuasan mengunjungi suatu tempat wisata yang mana dari kepuasan tersebut berguna bagi para pengembang pariwisata domestik. Pada penelitian Ernawati, (2020) mengatakan motivasi wisatawan secara parsial berpengaruh meningkatkan minat berkunjung ke destinasi wisata, hal ini juga bertolak belakang dengan hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian (Lingga & Kemala, 2022) pada penelitiannya memperoleh hasil bahwa variabel motivasi wisatawan telah efektif memberikan pengaruh dalam meningkatkan keputusan berkunjung.

Variabel motivasi wisatawan diukur dengan 4 indikator (Suhartanto *et al*, 2020) yaitu mendapatkan pengalaman baru, menyegarkan pikiran dari rutinitas, menemani teman/keluarga, tertarik dengan promosi. Hal ini menandakan wisatawan ketika mengambil keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata berdasarkan indikator tersebut.

#### B. Pengaruh Sikap Wisatawan Terhadap Pilihan Destinasi Pengunjung Wisata Pulau Mandeh

Pada uji hipotesis yang dilakukan dapat dianalisis bahwa pada hipotesis 2 yaitu bahwa  $t$  hitung variabel sikap wisatawan bernilai 1,908 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,059. Yang berarti  $H_2$  ditolak sebab tidak terdapat pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$ . karena  $t$  hitung <  $t$  tabel dan nilai signifikansi > 0,05 ( $1,908 < 1,852$ ) dan ( $0,059 > 0,05$ ) dari penjabaran di atas terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu (Wu *et al*, 2023) yang mana pada penelitiannya mendapatkan hasil yang signifikan antara sikap wisatawan terhadap pilihan destinasi pengunjung, ini bertentangan dengan penelitian saat ini yang memiliki pengaruh tidak signifikan.

Pengaruh sikap wisatawan nyatanya tidak membawa pengaruh yang signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung untuk mengunjungi Pulau Mandeh. berdasarkan responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa adanya sikap wisatawan tidak terlalu mempengaruhi mereka untuk mendatangi Pulau Mandeh. oleh sebab itu hasil pengolahan data kuesioner penelitian ini diperoleh hasil bahwa sikap wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Hsu *et al*, 2020) yang pada penelitiannya sikap wisatawan menjadi salah satu model tujuh faktor yang sangat mendukung.

Penelitian ini juga bertolak belakang dengan dengan penelitian (Um & Yoon, 2021) yang mengatakan sikap wisatawan yang bertanggung jawab baik fungsional maupun nilai-nilai bersyarat berdampak pada sikap wisatawan.

Variabel sikap wisatawan diukur dengan 4 indikator dari (Reitsamer *et al*, 2016)

yaitu akses, kemudahan, komunitas lokal, dan pemandangan. Sikap wisatawan sendiri adalah prediksi yang dapat dijadikan acuan untuk mengetahui apakah destinasi tersebut layak atau tidak dikunjungi. Sikap wisatawan juga dipengaruhi oleh manfaat dan biaya yang dirasakan saat berwisata (Hsu *et al*, 2020).

#### C. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Pilihan Destinasi Pengunjung Wisata Pulau Mandeh

Pada uji hipotesis yang dilakukan dapat di analisis bahwa pada hipotesis 3 yaitu t hitung variabel citra destinasi bernilai sebesar 3,146 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Diketahui bahwa H3 diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel ( $t \text{ hitung} > 1,989$ ) atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha < 0,05$ ) yaitu ( $2,629 > 1,852$ ) dan ( $0,010 < 0,05$ ).

Citra destinasi menjadi poin pengunjung untuk mengunjungi kawasan wisata Pulau Mandeh, yang mana wisatawan dalam memilih kunjungan pada destinasi mementingkan karakteristik yang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri yang membedakan Pulau Mandeh dengan destinasi lainnya. Pada pernyataan di atas menunjukkan bahwa citra destinasi menjadi salah satu alasan utama pengunjung dalam memilih destinasi wisata.

Hasil ini sejalan dengan penelitian dari (Ester *et al*, 2020) yang menyatakan variabel citra destinasi berpengaruh langsung terhadap kepuasan wisatawan. Pada penelitian (Jaya & Prianthara, 2020) variabel citra destinasi juga berpengaruh signifikan. Selain dua penelitian di atas penelitian dari (Amalia *et al*, 2021) juga mengatakan bahwa variabel citra destinasi berperan penting dalam menyesuaikan strategi promosi, baik wisatawan yang sudah memiliki pengalaman aktual maupun non-wisatawan yang hanya mengandalkan citra sekundernya. Penelitian dari (Sulistiyafani & Sastrawan, 2021) dan (Oktaviani Napitupulu *et al*, 2021) juga sejalan karena pada penelitiannya menyatakan destinasi wisata pantai sebagai citra destinasi memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat berkunjung kembali ke destinasi tersebut.

Citra destinasi dapat diartikan sebagai perlengkapan atau fasilitas destinasi dan kesan menyeluruh yang ditampilkan oleh destinasi tersebut (Charli & Putri, 2021). Untuk mengukur pengaruh citra destinasi pada pemilihan wisata kawasan Pulau Mandeh dapat menggunakan indikator (Jaya & Prianthara, 2020) yang meliputi: banyak atraksi budaya untuk dikunjungi, keragaman budaya, kualitas infastruktur wisata yang bagus, suasana santai, lingkungan yang belum tercemar dan belum terjamah, dan tujuan eksotis.

#### D. Pengaruh Media Sosial Terhadap Pilihan Destinasi Pengunjung Wisata Pulau Mandeh

Pada uji hipotesis yang dilakukan dapat dianalisis bahwa pada hipotesis 4 yaitu media sosial berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung Pulau Mandeh. menyatakan t hitung media sosial bernilai sebesar 2,912 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005. Diketahui bahwa H4 diterima karena t hitung lebih besar dari t tabel ( $t \text{ hitung} > 1,852$ )

atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha < 0,05$ ) yaitu ( $2,912 > 1,852$ ) dan ( $0,005 < 0,05$ )

Pada penelitian ini variabel media sosial juga menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan destinasi pengunjung, yang mana keberadaan variabel media sosial dapat diterima oleh semua kalangan dari yang mudah sampai yang tua salah satunya karena pada masa sekarang semua sudah bisa di akses melalui media sosial. Dimana media sosial menjangkau setiap kalangan. Media sosial digunakan dalam kegiatan sosialisasi, pendidikan, bisnis dan lain sebagainya. Oleh sebab itu media sosial mempunyai pengaruh yang cukup besar untuk pengunjung memilih kawasan wisata Pulau Mandeh.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Oktaviani & Fatchiya, 2019) yang mengatakan responden menilai informasi pada media sosial tersebut jelas dan lengkap. Penggunaan media sosial sangat efektif pada tahap *interest* dan *desire*. Faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas promosi pada tahap *interest* adalah tingkat pendapatan dan kelengkapan informasi, pada tahap *desire* adalah kejelasan informasi dan daya tarik, dan pada tahap *action* adalah tingkat pendapatan dan kelengkapan informasi. Pada penelitian (Jaya & Prianthara, 2020) menegaskan citra destinasi dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan *behavioral intention*. Pada penelitian ini menyatakan variabel citra destinasi harus memiliki dua indikator yaitu lingkungan yang menyenangkan dan lingkungan bebas polusi.

Untuk mengukur pengaruh sosial media pada pemilihan wisata Kawasan Pulau Mandeh dapat menggunakan indikator Jaya & Prianthara, (2020) yaitu : Konten media sosial yang menarik, berbagi informasi di media sosial, percakapan atau pertukaran pendapat melalui media sosial.

#### E. Pengaruh Kualitas Lingkungan Terhadap Pilihan Destinasi Pengunjung Wisata Pulau Mandeh

Pada uji hipotesis yang dilakukan dapat di analisis bahwa pada hipotesis 5 yaitu kualitas lingkungan bernilai sebesar 1,778 dengan nilai signifikansi sebesar 0,079 . Diketahui bahwa H5 ditolak karena t hitung lebih kecil dari t tabel ( $t \text{ hitung} < 1,989$ ) atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ) yaitu ( $1,778 > 1,852$ ) dan ( $0,079 > 0,05$ ).

Pada penelitian ini variabel kualitas lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel pilihan destinasi pengunjung, terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu (Wu *et.al*,2023) yang mana pada penelitiannya mendapatkan hasil yang signifikan antara kualitas lingkungan terhadap pilihan destinasi pengunjung, yang mana ini bertentangan dengan penelitian saat ini yang memiliki pengaruh tidak signifikan.

Kualitas lingkungan merupakan keadaan lingkungan yang dapat memberikan daya dukung yang optimal bagi kelangsungan hidup manusia di suatu wilayah oleh sebab itu

kualitas lingkungan menjadi ukuran yang penting bagi pengunjung kawasan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas lingkungan di kawasan wisata Pulau Mandeh menurut 84 responden masih belum bisa mengukur pilihan destinasi pengunjung. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian ( Heri, 2019) yang menjelaskan bahwa kualitas lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Untuk mengukur pengaruh kualitas lingkungan pada pemilihan kawasan Wisata Pulau Mandeh dapat menggunakan indikator Ginting *et al*, (2020) yaitu landscape, kualitas air, kualitas udara, kebersihan kawasan.

## SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan data, peneliti memperoleh kesimpulan yaitu: a) Motivasi wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung Pulau Mandeh. Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi wisatawan bukan variabel yang kuat untuk mempengaruhi pilihan destinasi pengunjung ke kawasan wisata pulau mandeh. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa adanya motivasi wisatawan tidak terlalu mempengaruhi wisatawan untuk mendatangi Pulau Mandeh. b) Sikap wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung Pulau Mandeh. Hal ini menunjukkan sikap wisatawan tidak dapat mempengaruhi pilihan destinasi pengunjung kawasan wisata pulau mandeh. c) Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung Pulau Mandeh. Citra destinasi menjadi acuan pengunjung untuk mengunjungi kawasan wisata Pulau Mandeh, yang mana wisatawan dalam memilih kunjungan pada destinasi mementingkan karakteristik yang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri yang membedakan Pulau Mandeh dengan destinasi lainnya. d) Media sosial berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung Pulau Mandeh. media sosial juga menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan destinasi pengunjung, yang mana keberadaan variabel media sosial dapat diterima oleh semua kalangan dari yang mudah sampai yang tua salah satunya karena pada masa sekarang semua sudah bisa di akses melalui media sosial. e) Kualitas lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pilihan destinasi pengunjung Pulau Mandeh. hal ini mengindikasi bahwa pengunjung yang telah mendatangi pulau mandeh merasa akan kualitas lingkungan yang ada di kawasan wisata pulau mandeh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinegara, (2020). Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Desa Wisata Gumbrih, Pekutatan, Jembrana - Bali. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 76–83.
- Amalia, (2021). Citra Destinasi Wisata Halal di Jepang: Wisatawan Dan Non-Wisatawan Muslim Dari Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(1), 1–10.
- Charli, (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48.
- Ester, (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153.
- Bayih, (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9).
- Hsu, (2020). Measuring sustainable tourism attitude scale (SUS-TAS) in an Eastern island context. *Tourism Management Perspectives*, 100617.
- Jaya, (2020). *Role of Social Media Influencers in Tourism Destination Image: How Does Digital Marketing Affect Purchase Intention?* 426, 9–20.
- Kalibiru, (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisata di Objek Wisata. 3(2), 1–6.
- Nugroho. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 124–131.
- Oktaviani (2021). Pengalaman Berkunjung, Citra Destinasi, dan Word of Mouth yang Mempengaruhi Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Di Pantai Tanjung Siambang. *Student Online Journal*, 2, 1441–1455.
- Suhartanto, (2020). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867–879.
- Sulistiyafani, (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Di Pantai Pandawa, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), 96.
- Um, J., & Yoon, S. (2021). Evaluating the relationship between perceived value regarding tourism gentrification experience, attitude, and responsible tourism intention. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(3), 345–361.
- Uma Sekaran, R. B. (2021). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Dedy A. Halim (Ed.); 6th-Buku 2nd ed.). Salemba Empat.
- Wu, (2023). *The COVID-19 Pandemic and Factors Influencing the Destination Choice of International Visitors to Vietnam. Sustainability (Switzerland)*, 15(1), 1–20.