

DAYA TARIK WISATA BUDAYA OSING KEMIREN BANYUWANGI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN

Euis Widiati ¹⁾, Annisa Retno Utami ²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia ^{1,2)}

Corresponding Author:

annisa_utami@usahid.ac.id ¹⁾

Abstrak

Banyuwangi merupakan salah satu destinasi wisata yang dikenal di Jawa Timur dengan berbagai keindahan alam dan budaya. Salah satu wisata budaya yang dikenal adalah desa wisata Osing Kemiren. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata budaya Osing Kemiren Banyuwangi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. Metode yang digunakan dengan analisis faktor menggunakan program SPSS 21, dengan sampel 50 responden yang disebarkan menggunakan Google form. Hasil penelitian terdapat 9 (Sembilan faktor) yang digunakan dengan hasil tertinggi pada bangunan bersejarah dengan *loading factor* 0,89 dan nilai rata-rata 3,91 dengan kriteria menarik, sedangkan hasil terendah pada transportasi dengan *loading factor* 0,65 dengan nilai rata-rata 3,40. Hasil penelitian daya tarik wisata Osing Kemiren berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan, dengan hasil nilai R Square sebesar 49,7%.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata; Wisata Budaya; Osing Kemiren; Minat Kunjungan; Banyuwangi

Abstract

Banyuwangi is one of the known tourist destinations in East Java, with various natural and cultural beauty. One of the general cultural tourism is Osing Kemiren tourist village. This study aims to determine the factors that influence the attractiveness of Osing Kemiren Banyuwangi cultural tourism to Tourist Visiting Interests. The method used with factor analysis used the SPSS 21 program, with a sample of 50 respondents deployed using Google Forms. The study results were 9 (nine factors) used with the highest marks in historical buildings with a loading factor of 0.89 and an average value of 3.91 with attractive criteria, while the lowest results in transportation with a loading factor of 0.65 with an average value of 3.40. The results showed that the tourist attraction of Osing Kemiren affected the interest of tourist visits, with the development of an R Square value of 49.7%.

Keywords: Tourist Attraction; Cultural Tourism; Osing Kemiren; Visit Interest; Banyuwangi

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki keberagaman budaya dan wisata. Jawa Timur menjadi salah satu destinasi yang dikenal karena keindahan alam, wisata sejarah dan budayanya adalah Kabupaten Banyuwangi. Banyuwangi memiliki tempat menarik untuk dikunjungi mulai dari Kawah Ijen Banyuwangi, Desa Wisata Osing

History:

Received : 25 November 2023

Revised : 10 Januari 2024

Accepted: 29 Februari 2024

Published: 1 Mei 2024

Publisher: LPPM Universitas Darma Agung

Licensed: This work is licensed under

[Attribution-NonCommercial-No](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Derivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

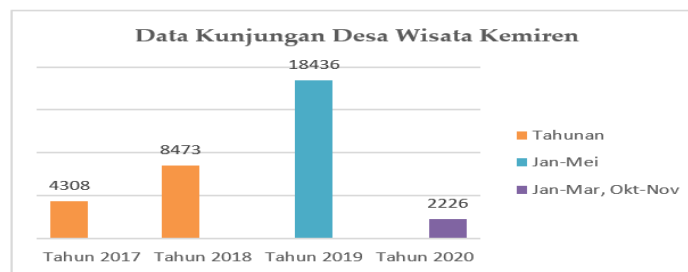


Banyuwangi, Wisata Air Terjun, Wisata Pantai (Pantai Boom, Pantai Pulau Merah, Pantai Wedi Ireng, Pantai Teluk Hijau, dll).

Banyuwangi mulai mengembangkan destinasi wisata untuk menarik wisatawan berkunjung, salah satunya adalah desa wisata Osing Kemiren. Pada tanggal 13 April hingga 7 Mei 2021, Bank Central Asia yang bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menyelenggarakan sebuah kompetisi, yaitu ajang Desa Wisata Award 2021. Pada kompetisi tersebut terdapat tiga desa wisata di Jawa Timur yang masuk ke dalam finalis. Desa wisata di Jawa Timur yang masuk ke dalam finalis 20 besar Desa Wisata Award 2021 di antaranya adalah Desa Wisata Genilangit sebagai finalis kategori desa wisata berbasis alam, Desa Wisata Adat Osing Kemiren sebagai finalis kategori desa wisata berbasis budaya, dan Desa Wisata Semen sebagai finalis kategori desa wisata berbasis kreatif.

Pengembangan pariwisata menjadi hal yang penting karena membantu perekonomian yang akan berdampak kepada masyarakat. Kabupaten Banyuwangi terus memperbaiki potensi wisatanya melalui peningkatan infrastruktur dan amenities. Wisata desa Osing Kemiren dianggap mampu menarik wisatawan dengan menggunakan pendekatan kultural (Strategi News, 2021). Berikut data kunjungan ke Osing Kemiren:

Gambar 1. Data Kunjungan Desa Wisata Kemiren Tahun 2017 – 2020



Sumber: data kunjungan wisata Kemiren (kemiren.com)

Pada Gambar 1. jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa Kemiren menunjukkan peningkatan yang tinggi pada tahun 2019, namun kemudian menurun di tahun 2020, salah satunya disebabkan karena adanya pembatasan aktivitas sosial selama kondisi pandemi Covid-19. Selain itu penurunan wisatawan ke Desa wisata Adat Osing Kemiren dapat dikarenakan karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh *travel agent*. *Travel agent* Banyuwangi lebih banyak menawarkan produk paket wisata Kawah Ijen, wisata Pantai seperti Pulau Merah, Wedi Ireng, Teluk Hijau, Hutan De Jawatan dan Taman Nasional Baluran. Penelitian yang dilakukan oleh (Mulyati & Masruri, 2019), faktor penentu dalam kunjungan wisatawan diantaranya produk wisata yang unik, promosi dan motivasi wisatawan. (Syahrul, 2014) mengatakan bahwa faktor penentu dalam keberhasilan pengembangan pariwisata diantaranya: (1) daya tarik

alam & daya tarik buatan *attractions*), (2) aksesibilitas, (3) faktor kenyamanan seperti akomodasi, restaurant, bar, serta fasilitas penunjang lainnya.

Desa wisata Osing Kemiren memberikan pengalaman kepada wisatawan dengan memberikan pengalaman dan berwisata dengan melibatkan wisatawan untuk berkomunikasi dan berhubungan langsung dengan masyarakat setempat, dengan menonjolkan budaya lokal untuk dapat bersaing dengan desa wisata lainnya (Permadi & R, 2019). Keragaman budaya yang ditawarkan di Desa wisata Osing menjadi salah satu daya Tarik wisatawan untuk datang berkunjung. Daya Tarik sebagai keunikan, keindahan, kemudahan dan memberikan nilai tambah yang dapat dinikmati dengan adanya kekayaan alam atau buatan yang menarik (Susianto et al., 2022).

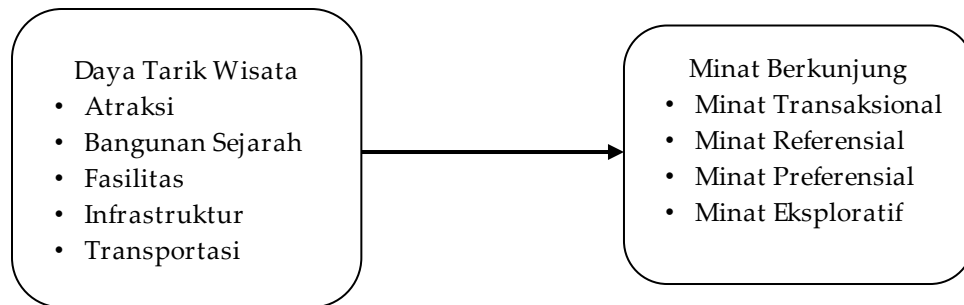
Dalam data potensi kepariwisataan di wilayah kerja Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Kemiren saat ini memiliki tiga daya tarik utama yaitu wisata alam berupa hamparan sawah, wisata budaya Maestro Tari Gandrung dan Barong serta adat istiadat desa Osing, dan wisata khusus/lainnya berupa rumah adat masyarakat Osing (*heritage*). (Basiya & Rozak, 2012) mengatakan bahwa daya tarik sebagai tempat yang menjadi motivasi utama sebagai daya tarik diantaranya (1) daya tarik wisata alam (2) daya tarik arsitektur bangunan,, (3) daya tarik wisata khusus, (4) daya tarik wisata budaya.

(Nursafitri et al., 2020) Desa Osing Kemiren akan menjadi desa wisata budaya dengan membentuk wajah baru bagi masyarakat Osing untuk berpartisipasi dan mengembangkan potensi pariwisata yang ada di desa Kemiren, hal tersebut di dukung dari penelitian (Febrian et al., 2019) bahwa rumah adat Osing merupakan *brand image* bagi desa wisata Kemiren. Daya Tarik wisata dari Desa Osing Kemiren perlu dikembangkan dan dipromosikan secara luas, agar wisatawan yang berkunjung ke Banyuwangi tidak hanya mengunjungi wisata alam, tetapi mengunjungi wisata budaya Osing. Hal tersebut perlu adanya peran dan bantuan dari Pemerintah atau Travel Agent dalam mempromosikan desa wisata Osing Kemiren.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor daya tarik wisata budaya Osing Kemiren Banyuwangi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. Perlunya daya tarik yang perlu dikembangkan dan diidentifikasi agar wisatawan berkunjung ke Desa Osing Kemiren, menjadi salah satu asumsi permasalahan dalam penelitian ini karena belum banyak di explore keunggulan serta daya tarik dari Desa Osing Kemiren kepada wisatawan, agar hasil dari penelitian ini mampu memberikan masukan serta pengembangan Osing Kemiren agar menjadi kunjungan destinasi wisata yang banyak dikunjungi seperti destinasi wisata alam lainnya di Banyuwangi.

Berikut adalah kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian:

Gambar 1. Kerangka Berfikir



Berdasarkan gambar 1. Kerangka berfikir ada daya tarik wisata diteliti dengan dimensi (1) atraksi, (2) bangunan sejarah, (3) fasilitas, (4) infrastruktur dan (5) transportasi, sedangkan untuk minat berkunjung diteliti dengan dimensi (1) minat transaksional, (2) minat referensial, (3) minat preferensial dan (4) minat eksploratif.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Novitaningtyas et al., 2022); (Andina & Aliyah, 2021); (Utami & Farida, 2019), bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis pada penelitian ini yaitu diduga terdapat pengaruh antara daya tarik wisata budaya Osing Kemiren terhadap minat berkunjung wisatawan.

METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini dengan menggunakan analisis faktor dengan tujuan mengetahui faktor mana yang memengaruhi preferensi wisatawan dalam berkunjung ke objek desa wisata budaya Osing Kemiren, Banyuwangi. Analisis faktor yang digunakan dalam penelitian ini dengan SPSS 21 untuk menganalisis data (1) analisis data pada faktor-faktor daya tarik wisata, (2) analisis data pada faktor minat berkunjung, dan (3) menghitung pengaruh faktor penarik dari daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke objek wisata budaya Osing Kemiren, Banyuwangi.

Populasi penelitian yaitu wisatawan yang berkunjung ke Osing Kemiren, Banyuwangi pada tahun 2017 – 2020 dengan jumlah 33.443 orang. (Santoso, 2010) mengatakan jumlah sampel yang dianjurkan dalam analisis faktor sebanyak 50 – 100 responden. Adanya keterbatasan waktu dan anggaran dalam penelitian ini, maka sampel yang dilakukan pada penelitian ini berjumlah 50 orang, dengan kriteria pemilihan sampel dengan *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke wisata budaya Osing Kemiren, Banyuwangi.

Data primer dari penelitian ini dengan kuesioner yang disebar pada tahun 2022 – 2023 kepada 50 responden yang disebar dengan menggunakan Google Form. Skala penilaian dalam penelitian ini pada variabel daya tarik wisata dari 1 (sangat tidak menarik) – 5 (sangat menarik) dan pada variabel minat berkunjung dari 1 (sangat tidak minat) – 5 (sangat minat).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Penelitian ini menggunakan uji analisis faktor untuk menjawab tujuan penelitian dan hipotesis dengan cara memasukan nilai per dimensi yang digunakan pada penelitian ini. Untuk mengukur kecukupan sampel, maka dihitung dengan Koefisien *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan *Barlett's Test of Sphericity*. Berikut hasil uji yang telah dilakukan:

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) and *Barlett's Test of Sphericity*

<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Measure of Sampling Adequacy		.759
<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	Approx. Chi-Square	217.472
	df	20
	Sig.	.000

Sumber: olah data 2023

Berdasarkan hasil uji Koefisien *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), diperoleh hasil KMO sebesar 0,759, maka dapat disimpulkan hasil KMO lebih besar dari 0,50 yang artinya hasil uji ini dapat digunakan, sedangkan untuk hasil uji *Barlett's Test of Sphericity* diperoleh nilai Sig. 0,000, sehingga hasil matriks korelasi signifikan, karena memiliki nilai lebih kecil dari 0,05. (Arifin, 2017) nilai faktor atau variabel yang layak digunakan apabila nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) > 0,50, dan apabila nilai MSA < 0,50 maka variabel/dimensi tersebut dikeluarkan dan dilakukan analisis faktor ulang. Berikut adalah nilai MSA:

Tabel 2. Hasil MSA

Variabel	Dimensi	Nilai MSA
Daya Tarik Wisata (X)	Atraksi	0,729
	Bangunan Sejarah	0,813
	Fasilitas	0,761
	Infrastruktur	0,737
	Transportasi	0,648
Minat Berkunjung (Y)	Minat Transaksional	0,751
	Minat Referensial	0,815
	Minat Preferensial	0,742
	Minat Eksploratif	0,695

Sumber: olah data 2023

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 2. Hasil MSA > 0,50 yang artinya dapat digunakan untuk analisis faktor yaitu pada variabel daya tarik wisata (X) terdiri dari dimensi (1) atraksi, (2) bangunan sejarah, (3) fasilitas, (4) infrastruktur, (5) transportasi, sedangkan pada variabel minat berkunjung (Y) terdiri dari dimensi (1) minat transaksional, (2) minat referensial, (3) minat preferensial dan (4) minat eksploratif. Tahap selanjutnya adalah menghitung nilai persentasi dari masing-masing faktor dengan menggunakan *Total Variance Explained* (TVE) yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil TVE

Euis Widiati ¹⁾, Annisa Retno Utami ²⁾. **Daya Tarik Wisata Budaya Osing
Kemiren Banyuwangi Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.291	77.480	77.480	5.291	77.480	77.480
2	.759	13.752	78.103			
3	.718	14.635	80.625			
4	.649	6.169	89.639			
5	.471	3.654	74.891			
6	.594	4.790	88.529			
7	.193	3.281	75.693			
8	.340	.873	83.104			
9	.051	.375	100.000			

Sumber: olah data 2023

Pada hasil Tabel 3. Hasil *Total Variance Explained* menunjukkan nilai pada faktor atraksi nilai *eigenvalues* sebesar 5.291 dengan nilai *variance* sebesar 77.480%, sedangkan pada faktor bangunan sejarah nilai *eigenvalues* 0.759 dan nilai *variance* 13,742%, pada faktor fasilitas nilai *eigenvalues* 0,718 dengan nilai *variance* 14.635%, pada faktor infrastruktur nilai *eigenvalues* 0,649 dengan nilai *variance* 6.169%. Untuk variabel minat berkunjung hasil pada faktor minat transaksional memiliki nilai *eigenvalues* 0.471 dengan nilai *variance* 3.654%, faktor minat referensial nilai *eigenvalues* 0,594 dengan nilai *variance* 4,790%, faktor minat preferensial 0,193 dan nilai *variance* 3,281%, dan faktor minat eksploratif nilai *eigenvalues* 0,340 dengan nilai *variance* 0.873%.

Setelah melakukan uji *Total Variance Explained* maka dilanjutkan dengan distribusi pada masing-masing dimensi untuk melihat nilai loading faktor dan nilai rata-rata dari masing-masing dimensi tersebut. Hasil *Factor Loading* dan Nilai Rata-Rata sebagai berikut:

Tabel 4. Nilai Factor Loading dan Nilai Rata-Rata

Variabel	Dimensi	Factor Loading	Nilai Rata-Rata
Daya Tarik Wisata (X)	Atraksi	0,81	3,79
	Bangunan Sejarah	0,89	3,81
	Fasilitas	0,71	3,58
	Infrastruktur	0,78	3,65
	Transportasi	0,65	3,40
Minat Berkunjung (Y)	Minat Transaksional	0,74	3,61
	Minat Referensial	0,80	3,75
	Minat Preferensial	0,72	3,59
	Minat Eksploratif	0,77	3,61

Sumber: olah data 2023

Dari hasil uji Tabel 4. Nilai *Factor Loading* dan Nilai Rata-Rata, maka diperoleh hasil dimensi atraksi dengan *Factor Loading* 0,81 dengan nilai rata-rata 3,79 dengan kriteria menarik, pada bangunan sejarah diperoleh hasil *Factor Loading* 0,89 dengan nilai rata-rata 3,81 dengan kriteria menarik, pada fasilitas diperoleh *Factor Loading* sebesar 0,70 dengan nilai rata-rata 3,58 dengan kriteria menarik, infrastruktur dengan nilai *Factor Loading* 0,78 dan nilai rata-rata 3,65 dengan kriteria menarik dan transportasi dengan nilai *Factor Loading* 0,69 dengan nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria cukup menarik.

Hasil *Factor Loading* minat transaksional diperoleh nilai 0,74 dengan rata-rata 3,61 dengan kriteria berminat, sedangkan pada minat referensial diperoleh *Factor Loading*

0,80 dengan nilai rata-rata 3,75 dengan kriteria berminat, pada minat preferensial diperoleh *Factor Loading* 0,72 dengan nilai rata-rata 3,59 dengan kriteria berminat dan minat eksploratif diperoleh *Factor Loading* 0,77 dengan nilai rata-rata 3,61 dengan kriteria berminat.

Untuk menguji pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung, maka dilakukan uji determinasi. Berikut adalah hasil uji determinasi yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Uji Determinasi

Model	R	R Square
1	.617 ^a	.497

Sumber: olah data 2023

Berdasarkan hasil Tabel 5. Uji Determinasi diperoleh hasil R Square sebesar 0,497, yang artinya sebesar 0,497 atau 49,7% minat berkunjung dipengaruhi oleh daya tarik wisata, sedangkan sisanya 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel daya tarik wisata (X) pada faktor (1) atraksi, (2) bangunan sejarah, (3) fasilitas, (4) infrastruktur dan (5) transportasi, sedangkan pada variabel minat berkunjung (Y) dipengaruhi oleh faktor (1) minat transaksional, (2) minat referensial, (3) minat preferensial dan (4) minat eksploratif). Dari hasil uji yang dilakukan hasil nilai faktor atau variabel yang layak digunakan jika $MSA > 0,50$, sehingga nilai pada faktor tersebut dapat dihitung lebih lanjut.

Dari masing-masing faktor yang memiliki nilai *Factor Loading* dan nilai rata-rata tertinggi pada bangunan sejarah dengan nilai *Factor Loading* (0,89) dan nilai rata-rata 3,81 dengan kriteria menarik. Pada penelitian ini bangunan sejarah menjadi daya tarik yang dominan walau hasilnya tidak terlalu berbeda jauh dengan atraksi wisata yang menjadi salah satu faktor daya tarik di Desa Wisata Osing Kemiren, Banyuwangi, sedangkan untuk nilai terendah pada dimensi transportasi dengan nilai *Factor Loading* (0,65) dengan nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria cukup menarik. Hasil tersebut dinyatakan oleh wisatawan bahwa transportasi menuju desa wisata Osing kemiren sulit dengan menggunakan transportasi umum, sehingga wisatawan harus menggunakan mobil pribadi atau sewa mobil menuju lokasi tersebut.

Bangunan sejarah yang ada di desa wisata Osing menjadi salah satu daya tarik dari wisata budaya ini, karena bangunan sejarah ini menjadi "iconic" destinasi wisata Osing serta menggambarkan rumah adat. Tak lepas dari rumah adat, tarian tradisional dan music tradisional yang ditampilkan kepada wisatawan ketika berkunjung menjadi salah satu faktor daya tarik dari atraksi wisata di desa Osing Kemiren.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh antara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di desa wisata Osing Kemirin, Banyuwangi. Hal ini dapat dilihat dari hasil R-Square sebesar 0,497, yang artinya sebesar 0,497 atau 49,7% minat berkunjung dipengaruhi oleh daya tarik wisata, sedangkan sisanya 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini, seperti Citra Objek Wisata, Kualitas Pelayanan, Harga, dll

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dengan meneliti berbagai variabel lainnya seperti promosi desa wisata Osing Kemiren, Citra Objek Wisata, Kualitas Pelayanan, Harga, dll yang berkaitan dengan pengembangan destinasi wisata Osing Kemiren selain itu jumlah sampel yang lebih banyak dapat membantu penelitian selanjutnya untuk lebih berkembang.

SIMPULAN

Daya tarik wisata Osing Kemiren berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan, hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis faktor. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa hasil tertinggi pada bangunan sejarah dengan nilai *Factor Loading* (0,89) dan nilai rata-rata 3,81 dengan kriteria menarik dan nilai terendah pada dimensi transportasi dengan nilai *Factor Loading* (0,65) dengan nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria cukup menarik.

Bangunan sejarah menjadi salah satu alasan wisatawan berkunjung ke desa Osing Kemiren sehingga bangunan tersebut harus dirawat dan dikelola dengan baik, sedangkan untuk transportasi perlu diperbaiki dan kaji oleh pemerintah daerah untuk mengembangkan desa wisata Osing Kemiren lebih dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan, karena dari hasil penelitian wisatawan lebih banyak mengunjungi keindahan alam yang ada di Banyuwangi, karena keindahan ala mini yang lebih dikenal oleh wisatawan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada LPPM Universitas Sahid sebagai pemberi dana dalam penelitian ini pada Hibah Internal Batch XII Tahun 2021/2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Cakra Wisata*, 22(3), 27–38.
- Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen Dalam Suatu Penelitian. *Jurnal Theorems (the original research of mathematics)*, 2(1), 28–36.
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Daya tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata*, 11(2), 1–12.

- Febrian, A. W., Romadhoni, N., Laili, R., Asri, C., Hartini, F. S., Putra, A. P., Arik, D., & Cahyono, F. (2019). Pembentukan Reputasi Desa Adat Using Kemiren melalui Image Rumah Adat Using. *Journal of Tourism and Creativity*, 3(1), 89–100.
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu Lppm Umsb*, XIII(1), 190–205.
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36. <https://doi.org/10.31294/par.v9i1.12048>
- Nursafitri, H., Pageh, I. M., & Wirawan, I. G. M. A. S. (2020). Perubahan Sosial Masyarakat Suku Osing Di Desa Kemiren Sebagai Media Pembelajaran Sosiologi. *E-journal Pendidikan Sosiologi*, 2(3), 180–189.
- Paxi Permadi, A. U. H., & R, E. K. (2019). SINERGISITAS PEMERINTAH DAN MASYARAKAT DALAM UPAYA PENGEMBANGAN DESA WISATA (Studi Di Desa Wisata Adat Suku Osing Kemiren Kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi). *Sadar Wisat: Jurnal Pariwisata*, 2(1), 11. <https://doi.org/10.32528/sw.v2i1.1821>
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat*. Elex Media Komputindo.
- Strategi News. (2021). *Kabupaten Banyuwangi dan Strategi Pengembangan Potensi Wisata*.
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605.
- Syahrul, A. R. (2014). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kab. Kep. Mentawai. *Jurnal Pelangi*, 7(1), 71–82. <https://doi.org/10.22202/jp.v7i1.193>
- Utami, A. R., & Farida, F. (2019). Analisis Faktor Kunjungan Wisata Sejarah di Kepulauan Seribu Jakarta. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(1), 29–35. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i1.543>