

PENGARUH CITRA WISATA DAN DAYA TARIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA VELANGKANNI MEDAN

Rosita Hileria Purba*; Nursiah

Program Studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE)
Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia
<https://polmed.ac.id>
rositapurba3005@gmail.com
(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract—Graha Maria Annai Velangkanni plays an important role as an icon of Medan City as well as a tourist destination that attracts visitors due to its historical value and beauty, contributing to the development of the local tourism industry. From January to April 2025, the number of tourist visits to this site fluctuated, which became the main focus of this study. Factors influencing tourists' decisions to visit include tourism image and tourist attractions, considered key aspects in visitor preferences. This study aims to analyze the effect of tourism image and tourist attractions on the decision to visit Graha Maria Annai Velangkanni in Medan. The research employed a quantitative method, collecting primary data through survey questionnaires and literature review. Data analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing using multiple linear regression, t-tests, F-tests, and calculation of the coefficient of determination ($Adjusted R^2$) with a sample of 100 respondents. The results of the multiple linear regression showed a positive effect, with regression coefficients of 0.315 for tourism image and 0.845 for tourist attractions. The t-test results indicated t-values of 2.884 ($p=0.005$) for tourism image and 12.932 ($p=0.001$) for tourist attractions. The F-test produced an F-value of 100.429 with a significance of 0.001. These findings confirm that tourism image and tourist attractions have a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on tourists' decisions to visit Graha Maria Annai Velangkanni in Medan.

Keywords: Graha Maria Annai Velangkanni, Medan, tourism attraction, tourism image, visiting decision.

Abstrak—Graha Maria Annai Velangkanni berperan penting sebagai ikon Kota Medan sekaligus destinasi wisata yang menarik pengunjung karena nilai sejarah dan keindahannya, yang turut mendorong perkembangan industri pariwisata di wilayah tersebut. Dari Januari hingga April 2025, jumlah kunjungan wisatawan ke tempat ini mengalami fluktuasi yang menjadi fokus utama penelitian. Faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung antara lain citra wisata dan daya tarik wisata, yang dianggap sebagai aspek kunci dalam preferensi pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra wisata dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Graha Maria Annai Velangkanni di Medan. Metode penelitian yang diterapkan bersifat kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner survei serta kajian literatur. Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, pengujian hipotesis dengan regresi linear ganda, uji t, uji F, dan perhitungan koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Hasil regresi linear ganda menunjukkan pengaruh positif, dengan koefisien regresi 0,315 untuk citra wisata dan 0,845 untuk daya tarik wisata. Uji t menunjukkan nilai thitung 2,884 ($p=0,005$) untuk citra wisata dan 12,932 ($p=0,001$) untuk daya tarik wisata. Uji F menghasilkan nilai Fhitung 100,429 dengan signifikansi 0,001. Temuan ini menegaskan bahwa citra wisata dan daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Graha Maria Annai Velangkanni di Medan.

Kata Kunci: Graha Maria Annai Velangkanni, Medan, daya tarik wisata, citra wisata, keputusan berkunjung.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata berkembang pesat dan memegang peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Peningkatan sektor ini tidak terlepas dari dorongan manusia untuk mengeksplorasi hal baru, menjelajahi wilayah yang belum dikenal, mencari suasana berbeda, serta memperoleh pengalaman perjalanan yang unik (Angelica & Ardiansyah, 2023). Signifikansi sektor pariwisata semakin terlihat dari tingginya mobilitas wisatawan nusantara sepanjang tahun 2024. Pada tahun tersebut, tercatat sekitar 1,02 miliar perjalanan wisatawan nusantara, yang menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun 2023 (Kemenpar, 2025). Data tersebut menegaskan bahwa aktivitas wisata domestik menjadi pendorong penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus memberi kontribusi pada pembangunan daerah.

Kota Medan sebagai pusat kegiatan ekonomi dan budaya di Sumatera Utara memiliki potensi pariwisata yang cukup beragam. Salah satu destinasi yang menjadi ikon kota ini adalah Graha Maria Annai Velangkanni, yaitu wisata religi sekaligus tempat ibadah umat Katolik. Wisata religi merupakan kegiatan wisata yang berfokus pada aktivitas keagamaan atau spiritual, yang umumnya bertujuan memperdalam spiritualitas, mencari berkat, atau memperkuat hubungan dengan Tuhan melalui kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap suci atau sakral (Maghfirrotunnisa & Savitri, 2025).

Data kunjungan Graha Maria Annai Velangkanni dari Januari hingga April 2025 menunjukkan pola fluktuatif. Pada Januari, jumlah kunjungan mencapai 19.608 orang, terdiri dari 17.916 pengunjung lokal, 908 nasional, dan 784 mancanegara. Pada Februari, total kunjungan menurun menjadi 14.739 orang (13.075 lokal, 713 nasional, 951 mancanegara). Pada Maret jumlah pengunjung kembali naik menjadi 16.382 orang (15.128 lokal, 495 nasional, 759 mancanegara). Pada April, tercatat 15.644 pengunjung, terdiri dari 14.468 lokal, 531 nasional, dan 645 mancanegara. Penurunan jumlah pengunjung pada periode ini diduga terkait menurunnya minat dan keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut, yang dapat mencerminkan melemahnya citra wisata dan daya tarik destinasi, sehingga berdampak pada tingkat kunjungan dan pendapatan sektor pariwisata di Kota Medan.

Keputusan seseorang untuk berkunjung ke suatu tempat wisata tidak terlepas dari perilaku konsumen secara keseluruhan (Daulay,

2022). Proses pengambilan keputusan melibatkan integrasi informasi untuk membandingkan berbagai alternatif sebelum memilih satu tindakan tertentu. Keputusan tersebut secara kognitif terwujud dalam bentuk keinginan untuk melakukan suatu tindakan (Sangadji, E. M., 2022).

Salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan wisatawan adalah citra wisata. Citra wisata merujuk pada gabungan atribut yang membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi, yang kemudian memengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap kualitas kunjungan yang akan dialami (Wahyuni et al., 2022). Citra destinasi terbentuk dari pengetahuan, informasi, maupun pengalaman emosional yang dialami wisatawan (Adam, 2022). Citra yang positif berperan signifikan dalam membentuk penilaian pengunjung dan mendorong mereka merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (Yosandri & Eviana, 2022). Evaluasi citra destinasi dapat dilihat dari tiga unsur utama, yaitu persepsi kognitif, keunikan, dan respons emosional terhadap destinasi tersebut (Gustia & Putra, 2021).

Selain citra wisata, daya tarik wisata juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi preferensi wisatawan. Daya tarik suatu destinasi berkontribusi pada keputusan wisatawan untuk datang maupun kembali berkunjung (Ginting et al., 2022). Daya tarik wisata merupakan kekuatan atau magnet yang dimiliki suatu objek wisata yang mampu menarik pengunjung (Daulay, 2022). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang memiliki nilai, keunikan, dan keindahan, berupa kekayaan alam, budaya, maupun hasil karya manusia yang menjadi tujuan wisatawan. Sebuah destinasi wisata idealnya menampilkan daya tarik yang bervariasi dan memukau, guna efektif dalam menarik minat wisatawan (Pusparani, 2023). Seorang pengunjung yang mendatangi suatu lokasi atau destinasi wisata dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan dan kegembiraan salah satunya atraksi. Keberhasilan atraksi wisata sangat ditentukan oleh komponen pendukungnya sehingga perlu dirancang dan dikelola secara profesional untuk meningkatkan minat pengunjung (Ruray & Pratama, 2020). Indikator daya tarik wisata meliputi atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi dan keramahtamahan (Ilyas et al., 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keputusan berkunjung sangat dipengaruhi oleh citra destinasi dan daya tarik wisata. (Nursifa et al., 2024) menemukan bahwa daya tarik wisata

dan amenitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung Museum RA. A. Adiwidjaya. (Nurfaizi, 2023) menegaskan bahwa citra wisata berperan besar dalam keputusan wisatawan mengunjungi Masjid Syaikhona Kholil. Temuan serupa dikemukakan oleh (Gede Bagus Pramahesta Adi Putra & Wulandari, 2023) yang menunjukkan bahwa perpaduan antara daya tarik objek, ketersediaan fasilitas, dan citra wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke Taman Sari Buwana Traditional Farming. Dengan demikian, citra wisata dan daya tarik wisata merupakan faktor yang saling mendukung dalam membentuk keputusan wisatawan.

Hasil pra-survei terhadap pengunjung Graha Maria Annai Velangkanni menunjukkan bahwa citra wisata dan daya tarik destinasi merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan berkunjung. Pengunjung menilai bahwa Graha Maria Annai Velangkanni memiliki citra sebagai tempat yang nyaman dan damai sehingga cocok untuk berdoa atau menenangkan diri. Daya tarik utamanya terletak pada keunikan arsitektur dan nilai sejarah bangunan.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan dalam pengelolaan citra dan daya tarik wisata. Citra destinasi perlu diperkuat mengingat masih terbatasnya area parkir, minimnya sarana kuliner yang mencerminkan kekhasan lokal atau nilai religius, serta ketersediaan souvenir yang belum mencerminkan identitas destinasi. Daya tarik wisata juga perlu dikembangkan, seperti ketiadaan variasi kegiatan wisata, kurangnya event pendukung, serta minimnya layanan pemandu wisata yang memberikan informasi tentang seni bangunan dan sejarah. Selain itu, fasilitas seperti tempat makan, penginapan, dan jadwal kegiatan yang lebih terstruktur masih sangat diperlukan. Kondisi ini berpotensi menurunkan pengalaman wisatawan dan memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung.

Minimnya penelitian empiris yang mengkaji secara simultan pengaruh citra wisata dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung pada destinasi religi, khususnya di Kota Medan, juga menjadi salah satu alasan pentingnya penelitian ini dilakukan. Pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan kedua variabel tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan citra dan daya tarik wisata religi di Medan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh citra wisata dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Graha Maria Annai Velangkanni di Medan.

Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan kajian literatur. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi (Adjusted R²). Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola dalam memperkuat citra wisata dan meningkatkan daya tarik wisata religi di Kota Medan.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena memungkinkan peneliti menilai keterkaitan antarvariabel secara objektif, mengolah data numerik secara terstruktur, serta menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi untuk menggambarkan pengaruh citra wisata dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung (Sujarweni V.W., 2024). Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS.

Sumber Data

Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung Graha Maria Annai Velangkanni Medan. Data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah tersedia, seperti buku, jurnal, dan artikel online (Sujarweni V.W., 2024).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Graha Maria Annai Velangkanni Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui peneliti dan memenuhi kriteria dapat dijadikan sampel (Sujarweni V.W., 2024). Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Graha Maria Annai Velangkanni, Jalan Taman Sakura Indah, Tanjung Selamat, Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Periode penelitian berlangsung dari Februari hingga Juli 2025, dengan distribusi kuesioner dilakukan pada April 2025.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama penelitian adalah kuesioner yang disusun peneliti, terdiri dari 26 pernyataan sesuai variabel penelitian. Validitas instrumen diuji terlebih dahulu dengan 30

responden untuk memastikan setiap item dapat mengukur variabel dengan tepat.

Variabel Penelitian

Dalam studi ini, variabel dibedakan menjadi dua jenis, variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen bertindak sebagai faktor yang memicu perubahan pada variabel dependen (Sujarweni V.W., 2024). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi Citra Wisata (X_1) dan Daya Tarik Wisata (X_2). Citra wisata terdiri dari indikator kognitif, afektif, dan konatif. Indikator kognitif mencakup pengetahuan dan pemikiran individu mengenai suatu objek wisata, afektif melibatkan emosi yang dirasakan seseorang terhadap suatu objek wisata, serta konatif merujuk pada ide dan sikap seseorang terhadap tempat wisata tertentu (Ayu, 2021). Daya tarik wisata terdiri dari indikator atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan. Indikator atraksi adalah elemen yang menarik dan mampu menciptakan kesan yang menyenangkan bagi wisatawan yang datang berkunjung, fasilitas yaitu ketersediaan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan seperti tempat penginapan dan tempat belanja, aksesibilitas yaitu kemudahan seseorang dalam mencapai tempat wisata yang dituju, serta pelayanan tambahan yaitu tersedianya pelayanan pendukung bagi para wisatawan termasuk pemandu wisata dan pusat informasi (Angelica & Ardiansyah, 2023). Selanjutnya, variabel dependen merupakan variabel yang mengalami perubahan atau timbul sebagai konsekuensi dari keberadaan variabel independen (Sujarweni V.W., 2024). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Berkunjung (Y).

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan, yakni penyebaran kuesioner dan pelaksanaan observasi. Pertama, kuesioner dibagikan kepada pengunjung objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni untuk mendapatkan informasi tentang pandangan mereka mengenai citra wisata, daya tarik wisata, dan keputusan berkunjung. Respon pada kuesioner diukur menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5, di mana nilai 1 menyatakan sangat tidak setuju, nilai 2 menyatakan tidak setuju, nilai 3 menyatakan netral, nilai 4 menyatakan setuju, dan nilai 5 menyatakan sangat setuju. Skala Likert merupakan pertanyaan yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden (Sujarweni V.W., 2024). Selanjutnya, observasi dilakukan dengan

mengamati secara langsung kondisi objek wisata, mencakup keadaan fisik, suasana, serta aktivitas pengunjung. Observasi ini berfungsi sebagai data pendukung yang membantu memperkuat temuan yang diperoleh dari kuesioner, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

Analisis Data

Proses analisis data pada kajian ini dilaksanakan melalui tahapan yang tersusun secara terstruktur. Pada awalnya, dilakukan penilaian kualitas data dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan alat penelitian memenuhi kriteria keabsahan. Kemudian, dilakukan uji asumsi klasik sebagai persyaratan awal sebelum menggunakan analisis regresi, guna memverifikasi bahwa data memenuhi persyaratan statistik yang dibutuhkan. Selanjutnya, analisis dilanjutkan dengan regresi linier ganda untuk menentukan keterkaitan dan arah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah itu, diterapkan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) untuk mengevaluasi dampak setiap variabel secara individual maupun secara bersama. Akhirnya, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Seluruh rangkaian analisis ini bertujuan untuk menilai signifikansi pengaruh citra wisata dan daya tarik wisata pada keputusan berkunjung.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis statistik yang digunakan yaitu:

1. H_{01} = Citra Wisata tidak memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni Medan.
 H_{a1} = Citra Wisata memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni Medan.
2. H_{02} = Daya Tarik Wisata tidak memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni Medan.
 H_{a2} = Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni Medan.
3. H_{03} = Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata tidak memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni Medan.
 H_{a3} = Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni Medan.

Hipotesis ini disusun untuk menguji pengaruh citra wisata dan daya tarik wisata baik

parsial maupun simultan terhadap keputusan wisatawan mengunjungi Graha Maria Annai Velangkanni Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menyajikan hasil analisis data, yang meliputi semua uji statistik yang telah dilakukan, mulai dari pemeriksaan kualitas data hingga analisis regresi. Setelah itu, hasil tersebut dijelaskan lebih lanjut untuk menunjukkan bagaimana citra wisata dan daya tarik wisata memengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih Graha Maria Annai Velangkanni Medan sebagai tujuan wisata.

Hasil Analisis Deskriptif Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengunjung objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni di Medan. Gambaran karakteristik responden disajikan dalam tiga tabel, yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin, dan tempat tinggal.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	17-20	50	50
2	21-25	41	41
3	26-30	8	8
4	31-45	1	1
Total		100	100

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Berdasarkan Tabel 1 tentang Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, diketahui bahwa kelompok usia 17–20 tahun merupakan kategori yang paling dominan, yaitu sebanyak 50 responden atau 50% dari total sampel. Kelompok usia 21–25 tahun berada di posisi berikutnya dengan 41 responden (41%), sedangkan usia 26–30 tahun berjumlah 8% dan usia 31–45 tahun sebesar 1%.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	17	17
2	Perempuan	83	83
Total		100	100

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Selanjutnya, Tabel 2 mengenai Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 83 orang atau 83%. Sementara itu, responden laki-laki hanya berjumlah 17 orang (17%).

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No.	Tempat Tinggal	Jumlah Pengunjung	Persentase (%)
1	Medan	64	64
2	Luar daerah Kota Medan	36	36
Total		100	100

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Adapun sebaran responden berdasarkan tempat tinggal tersaji pada Tabel 3 tentang Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal. Hasilnya menunjukkan bahwa 64 responden (64%) berdomisili di Kota Medan, sedangkan 36 responden (36%) berasal dari luar daerah Kota Medan.

Hasil Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah langkah awal yang dilakukan oleh peneliti. Uji ini melibatkan pengumpulan data kuesioner dari 30 responden yang dipilih oleh peneliti. Selanjutnya, analisis validitas dilakukan dengan teknik *Pearson Product Moment*, menggunakan kriteria penilaian sebagai berikut:

- Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka pernyataan kuesionernya dianggap valid.
- Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka pernyataan kuesionernya dianggap tidak valid.

Cara menentukan r_{tabel} menggunakan rumus $df = n - 2$ ($30 - 2$), dengan taraf signifikansi 5% untuk uji dua arah, sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0.361. Hasil uji validitas ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	rhitung	rtabel	Kriteria
Citra Wisata (X ₁)	Item 1	0,594	0,361	Valid
	Item 2	0,642	0,361	Valid
	Item 3	0,752	0,361	Valid
	Item 4	0,795	0,361	Valid
	Item 5	0,687	0,361	Valid
	Item 6	0,795	0,361	Valid
Daya Tarik Wisata (X ₂)	Item 7	0,661	0,361	Valid
	Item 8	0,656	0,361	Valid
	Item 9	0,475	0,361	Valid
	Item 10	0,544	0,361	Valid
	Item 11	0,677	0,361	Valid
	Item 12	0,509	0,361	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Item 13	0,679	0,361	Valid
	Item 14	0,612	0,361	Valid
	Item 15	0,460	0,361	Valid
	Item 16	0,660	0,361	Valid
	Item 17	0,455	0,361	Valid
	Item 18	0,449	0,361	Valid
	Item 19	0,451	0,361	Valid
	Item 20	0,675	0,361	Valid
	Item 21	0,591	0,361	Valid
	Item 22	0,453	0,361	Valid

Variabel	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Kriteria
	Item 23	0,703	0,361	Valid
	Item 24	0,682	0,361	Valid
	Item 25	0,696	0,361	Valid
	Item 26	0,704	0,361	Valid

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Berdasarkan hasil pada Tabel 4 diketahui bahwa nilai r_{hitung} melebihi r_{tabel} , sehingga semua item pernyataan pada variabel penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian utama.

2. Uji Reliabilitas

Penelitian ini mengevaluasi keandalan instrumen melalui uji statistik *Cronbach's Alpha*. Kriteria penilaian untuk reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Apabila hasil koefisien *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60 (atau 60%), maka kuesioner dianggap reliabel.
- Apabila hasil koefisien Alpha di bawah 0,60 (atau 60%), maka kuesioner dianggap tidak reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Pernyataan Kuesioner	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil Uji
Citra Wisata (X1)	Pernyataan 1 s.d 6	0,802	Reliabel
Daya Tarik Wisata (X2)	Pernyataan 7 s.d 16	0,767	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	Pernyataan 17 s.d 26	0,756	Reliabel

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

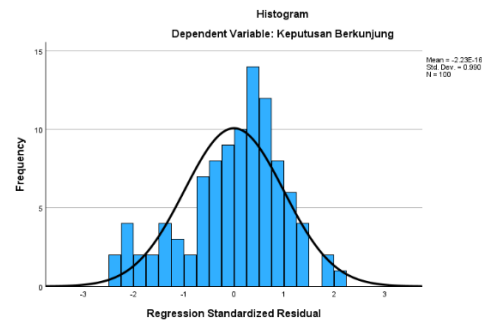
Berdasarkan Tabel 5, nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap instrumen variabel melebihi ambang batas 0,60, sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dianggap memiliki tingkat keandalan yang memadai. Setelah memverifikasi bahwa semua item pernyataan telah terbukti valid dan reliabel, langkah analisis berikutnya adalah melakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan sesuai dengan persyaratan statistik yang diperlukan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode statistik yang diterapkan untuk memeriksa apakah pola sebaran data dalam model regresi antara variabel bebas dan variabel terikat mengikuti distribusi normal. Teknik ini dapat dilakukan melalui penggunaan histogram dan *P-Plot* guna memperoleh gambaran yang lebih rinci tentang

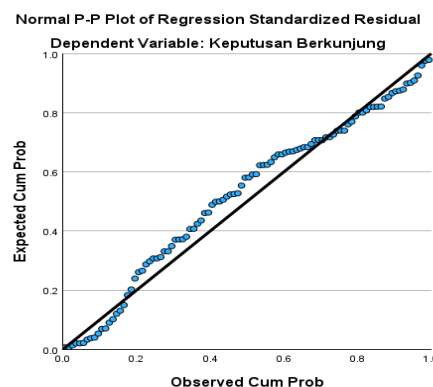
pola sebaran data tersebut. Gambar 1 merupakan gambar histogram hasil dari uji normalitas.



Sumber : (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 1. Histogram Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 1. dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini memiliki data normal yang terlihat dari gambar histogram yang menyebar merata dari kiri ke kanan. Berikut merupakan gambar *P-Plot* hasil dari uji normalitas:



Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 2. *P-plot* Hasil Uji Normalitas

Dari gambar 2. dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian memiliki data normal yang dapat dilihat dari titik-titik pada gambar berada di dekat atau mengikuti garis diagonal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk menilai apakah model regresi mengandung hubungan korelasi di antara variabel bebas atau variabel terikat. Model regresi yang ideal ditandai oleh absennya korelasi atau terbebas dari masalah multikolinearitas. *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* adalah instrumen yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi, dengan standar sebagai berikut:

- Apabila nilai VIF di bawah 10 dan nilai *Tolerance* di atas 0,1, maka multikolinearitas tidak terjadi..

- b. Apabila nilai VIF melebihi 10 dan nilai *Tolerance* di bawah 0,1, maka multikolinearitas terjadi.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel citra wisata (X_1) dan daya tarik wisata (X_2) masing-masing sebesar 0,954, yang melebihi ambang batas 0,1. Selain itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk kedua variabel tersebut mencapai 1,048, yang masih berada di bawah batas maksimal 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memeriksa apakah ada variasi varians dalam model regresi dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini dapat diperiksa melalui uji Spearman dengan menggunakan software SPSS. Kriteria uji Spearman untuk menentukan adanya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sig. (2-tailed) lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi
- Jika nilai sig. (2-tailed) kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas terjadi

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk variabel Citra Wisata (X_1) adalah 0,776, yang melebihi 0,05, sedangkan untuk variabel Daya Tarik Wisata (X_2) adalah 0,893, juga di atas 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian statistik yang dilakukan sebelum menerapkan analisis regresi linier, khususnya regresi linier berganda. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar sehingga hasil analisis yang diperoleh valid, tidak bias, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik tersebut, maka analisis dapat dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda.

Uji Regresi Linear Berganda

Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, dilakukan analisis regresi linear berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengukur seperti apa pengaruh variabel independen, yaitu citra wisata (X_1) dan daya tarik wisata (X_2), terhadap variabel dependen, yakni keputusan berkunjung (Y). Berikut adalah rumus regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Maka diperoleh hasil persamaan uji linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,342 + 0,315X_1 + 0,845X_2$$

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi di atas, menunjukkan bahwa:

- Koefisien b_1 yang bernilai positif sebesar 0,315 menunjukkan bahwa Citra Wisata memberikan dampak positif pada Keputusan Berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni Medan. Maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.
- Koefisien b_2 yang positif dengan nilai 0,845 mengindikasikan bahwa Daya Tarik Wisata memberikan efek positif pada Keputusan Berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni di Medan. Akibatnya, H_{a2} diterima sementara H_{o2} ditolak.
- Koefisien b_1 sebesar 0,315 dan b_2 sebesar 0,845, yang masing-masing bernilai positif, menunjukkan bahwa Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata memberikan dampak positif terhadap Keputusan Berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni di Medan. Oleh karena itu, H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.
- Dengan koefisien b_2 sebesar 0,845 yang lebih besar daripada b_1 yang hanya 0,315, hal ini menandakan bahwa Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh lebih kuat pada Keputusan Berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni di Medan. Temuan bahwa Daya Tarik Wisata lebih dominan mengungkapkan bahwa pilihan pengunjung untuk datang ke Graha Maria Annai Velangkanni sebagian besar didorong oleh keistimewaan arsitektur, keindahan, dan nilai keagamaan yang disajikan, sehingga elemen ini menjadi motivasi utama wisatawan dalam memutuskan kunjungan.

Untuk menilai apakah dampak Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata pada Keputusan Berkunjung memiliki tingkat signifikansi,

dilakukan Uji Parsial (t) dan Uji Simultan (F), yang akan dibahas lebih lanjut berikutnya.

Uji Parsial (Uji t)

Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata masing-masing memberikan dampak signifikan pada Keputusan Berkunjung. Berikut adalah temuan dari uji t:

- Variabel Citra Wisata (X_1) mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,884 dengan taraf signifikansi 0,005. Karena nilai t_{hitung} 2,884 melebihi t_{tabel} 1,984 dan signifikansi 0,005 di bawah 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa Citra Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Graha Maria Annai Velangkanni di Medan.
- Variabel Daya Tarik Wisata (X_2) mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 12,932 dengan taraf signifikansi 0,001. Karena nilai t_{hitung} 12,932 melebihi t_{tabel} 1,984 dan signifikansi 0,001 di bawah 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Graha Maria Annai Velangkanni di Medan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F diterapkan untuk menilai apakah Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata secara bersamaan atau simultan memengaruhi Keputusan Berkunjung wisatawan. Hasil uji menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 100,429 dengan taraf signifikansi 0,001. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa karena nilai F_{hitung} 100,429 melebihi F_{tabel} 3,09 dan taraf signifikansi 0,001 di bawah 0,05, maka Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata secara simultan memberikan dampak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_{a3}) diterima, sementara hipotesis nol (H_{03}) ditolak.

Uji Koefisien Determinasi atau *Adjusted R²*

Nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan atau *Adjusted R²* mencerminkan tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas (Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata) dengan variabel terikat (Keputusan Berkunjung). Semakin mendekati 100%, nilai *Adjusted R²* menunjukkan hubungan yang lebih kuat antara Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung.

Temuan penelitian mengungkapkan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,668 atau 66,8%, yang mengindikasikan keterkaitan yang solid. Dari angka tersebut, dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel Citra Wisata, Daya Tarik

Wisata, dan Keputusan Berkunjung mencapai 0,668, berarti 66,8% fluktuasi dalam Keputusan Berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel independen seperti Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata, sementara 33,2% lainnya dipengaruhi oleh elemen-elemen lain di luar cakupan kajian ini.

Pembahasan

Dampak Citra Wisata pada Keputusan Berkunjung

Citra destinasi wisata memiliki dampak besar pada keputusan untuk berkunjung, karena tempat wisata dapat menarik perhatian wisatawan jika memiliki reputasi positif dalam benak mereka (Ayu, 2021).

Berdasarkan temuan penelitian, diketahui bahwa citra wisata memiliki pengaruh positif serta signifikan pada keputusan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni. Pada indikator kognitif, sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa tempat ini dikenal luas sebagai destinasi wisata religi yang populer dan memiliki nilai sejarah serta budaya yang tinggi. Dari sisi afektif, pengunjung merasa nyaman, tenang, serta merasakan kepuasan dan kesenangan saat berada di lokasi wisata, yang memperkuat kesan emosional positif terhadap destinasi. Sementara itu pada indikator konatif, Graha Maria Annai Velangkanni pantas untuk direkomendasikan kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa citra positif yang terbentuk, baik dari segi pengetahuan, perasaan, maupun niat, mendorong pengambilan keputusan berkunjung.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh (Nurfaizi, 2023) yang menunjukkan bahwa citra wisata memengaruhi pilihan kunjungan wisatawan. Dengan kata lain, semakin besar kesadaran masyarakat terhadap citra wisata, maka semakin meningkat pula keputusan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kekurangan yang teridentifikasi, dimana suasana dan keindahan tempat wisata ini belum mampu sepenuhnya menimbulkan perasaan senang dan puas pada pengunjung, serta kurangnya niat untuk melakukan kunjungan kembali seperti yang diungkapkan oleh sebagian responden dalam kuesioner.

Dampak Daya Tarik Wisata pada Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata memberikan dampak positif dan bermakna terhadap pilihan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai

Velangkanni. Temuan ini diperkuat oleh tanggapan responden terhadap berbagai indikator dalam kuesioner yang mencakup atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan. Pada indikator atraksi, responden menyatakan setuju bahwa kegiatan religi dan budaya memberikan pengalaman spiritual yang menarik, sementara keindahan arsitektur serta seni religius menciptakan kesan yang mendalam. Dari sisi fasilitas, ketersediaan toilet, tempat parkir, dan sarana ibadah dinilai memadai dan mendukung kenyamanan pengunjung. Aksesibilitas juga dinilai baik, karena lokasi mudah diakses dan kondisi jalan cukup memadai. Selain itu, pelayanan tambahan berupa keramahan petugas turut menciptakan pengalaman berwisata yang menyenangkan. Secara keseluruhan, semakin lengkap dan menarik daya tarik wisata yang ditawarkan, semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan seseorang untuk berkunjung.

Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa nilai daya tarik wisata memberikan kontribusi terbesar dalam mendorong seseorang untuk memutuskan berkunjung ke Graha Maria Annai Velangkanni. Artinya, makin baik persepsi wisatawan tentang daya tarik objek wisata, makin besar kemungkinan mereka memilih untuk berkunjung. Dengan demikian, faktor daya tarik memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan faktor lainnya.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian oleh (Nursifa et al., 2024) yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh besar pada keputusan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, semakin mendalam pemahaman masyarakat tentang daya tarik wisata tersebut, semakin tinggi pula potensi peningkatan jumlah pengunjung ke Graha Maria Annai Velangkanni.

Namun demikian, berdasarkan fenomena di lapangan, masih terdapat beberapa kekurangan pada objek wisata ini. Di antaranya adalah belum tersedianya area istirahat dan tempat makan yang menunjang kenyamanan pengunjung, serta ketiadaan petunjuk arah menuju lokasi wisata. Selain itu, pelayanan tambahan seperti pemandu wisata dan pusat informasi juga belum tersedia. Kekurangan-kekurangan tersebut tercermin dari rendahnya tingkat persetujuan responden terhadap beberapa item pernyataan dalam kuesioner, yang menjadi indikator kurang optimalnya beberapa aspek dalam pengembangan daya tarik wisata Graha Maria Annai Velangkanni.

Pengaruh Bersama Citra Wisata dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Penelitian mengungkapkan bahwa citra wisata dan daya tarik wisata memberikan dampak positif yang bermakna pada pilihan wisatawan untuk mengunjungi Graha Maria Annai Velangkanni. Sebagaimana tercermin dari indikator dalam kuesioner. Pada indikator tempat tujuan, mayoritas responden menyatakan bahwa Graha Maria merupakan destinasi yang sesuai dengan kebutuhan wisata religi dan termasuk dalam daftar utama tujuan yang ingin dikunjungi. Dari segi tipe perjalanan, ketersediaan moda transportasi umum seperti ojek *online* serta kenyamanan perjalanan turut mempermudah pengunjung dalam mengambil keputusan untuk datang.

Aspek waktu dan biaya juga menjadi pertimbangan penting. Responden setuju bahwa waktu operasional yang fleksibel serta biaya kunjungan yang terjangkau membuat mereka lebih mudah merencanakan kunjungan. Keberadaan pusat penjualan souvenir menambah nilai pengalaman pengunjung sekaligus menjadi faktor pendukung dalam memperkuat keputusan berkunjung.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan ini memperkuat bahwa keputusan untuk berkunjung ke Graha Maria Annai Velangkanni dipengaruhi oleh kecocokan destinasi, kemudahan perjalanan, fleksibilitas waktu dan biaya, serta kelengkapan layanan pendukung yang diberikan kepada wisatawan. Temuan ini konsisten dengan kajian sebelumnya oleh (Gede Bagus Pramahesta Adi Putra & Wulandari, 2023) yang mengungkapkan bahwa citra destinasi wisata serta daya tarik wisata memberikan dampak positif yang signifikan pada pilihan wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, semakin besar kesadaran masyarakat terhadap citra wisata dan daya tarik wisata, maka jumlah pengunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni pun akan semakin meningkat.

Namun demikian, berdasarkan fenomena di lapangan, masih terdapat beberapa kekurangan pada objek wisata ini. Salah satunya adalah belum tersedianya penyedia jasa perjalanan yang dapat membantu wisatawan merencanakan kunjungan secara lebih praktis. Selain itu, tidak tersedia beragam pilihan jasa perjalanan yang sesuai dengan variasi harga dan fasilitas yang dibutuhkan oleh pengunjung. Kekurangan ini tercermin dari rendahnya tingkat persetujuan responden terhadap beberapa item pernyataan dalam kuesioner, yang menunjukkan perlunya peningkatan dalam aspek pelayanan perjalanan wisata di Graha Maria Annai Velangkanni. Penjalinan kerja sama dengan pihak swasta, seperti hotel dan biro perjalanan menjadi strategi yang dapat dilakukan untuk

meningkatkan kunjungan wisatawan (Rudiyanto et al., 2025).

Hasil uji koefisien determinasi mengungkapkan bahwa keterkaitan antara variabel citra wisata, daya tarik wisata, dan keputusan berkunjung menghasilkan angka 0,668. Angka tersebut menunjukkan bahwa citra wisata dan daya tarik wisata secara bersamaan berkontribusi sebesar 66,8% pada keputusan berkunjung, sedangkan 33,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar ruang lingkup penelitian ini.

Berdasarkan analisis regresi linear berganda, variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan berkunjung ke objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni adalah daya tarik wisata, dengan koefisien regresi mencapai 0,845. Sebaliknya, variabel citra wisata memiliki koefisien regresi paling rendah, yaitu 0,315.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing (parsial) dan secara bersamaan (simultan) dari citra wisata serta daya tarik wisata pada keputusan berkunjung ke destinasi wisata Graha Maria Annai Velangkanni yang terletak di Medan.

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa citra wisata memberikan dampak positif yang bermakna pada pilihan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni. Akibatnya, hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima. Ini menunjukkan bahwa perbaikan kualitas indikator kognitif, afektif, dan konatif akan merangsang peningkatan keputusan wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan 3 (tiga) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel citra wisata, indikator dengan nilai rata-rata paling dominan adalah indikator kognitif, diikuti dengan indikator konatif dan afektif.

Selanjutnya, temuan penelitian mengungkapkan bahwa daya tarik wisata memberikan dampak positif yang bermakna pada pilihan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni. Mada dari itu, hipotesis alternatif (H_{a2}) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan akan mendorong peningkatan keputusan berkunjung wisatawan. Dari empat indikator yang digunakan untuk menilai variabel daya tarik wisata, atraksi menunjukkan pengaruh dengan skor rata-rata paling tinggi, disusul oleh fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan yang memiliki skor rata-rata paling rendah.

Selain itu, temuan penelitian mengindikasikan bahwa citra wisata dan daya tarik wisata secara bersamaan memberikan dampak positif dan bermakna pada keputusan untuk mengunjungi objek wisata Graha Maria Annai Velangkanni. Akibatnya, hipotesis alternatif (H_{a3}) disetujui. Hal ini didukung oleh hasil uji F yang menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 100,429, yang melebihi F_{tabel} 3,09, serta nilai signifikansi 0,001 yang lebih rendah dari 0,05, sehingga menunjukkan adanya pengaruh penting dari kedua variabel tersebut secara simultan terhadap keputusan berkunjung. Secara teoritis, angka-angka ini menandakan bahwa peningkatan citra wisata dan daya tarik wisata secara bersamaan cenderung meningkatkan keputusan berkunjung, sesuai dengan teori perilaku konsumen di sektor pariwisata, di mana persepsi positif dan kualitas daya tarik berfungsi sebagai pemicu utama dalam proses pengambilan keputusan untuk berkunjung.

Koefisien determinasi mencapai angka 66,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan kedua variabel, yakni citra wisata dan daya tarik wisata, pada keputusan berkunjung cukup besar, sebab lebih dari separuh variasi keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh citra wisata dan daya tarik wisata. Adapun 33,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Kemudian, koefisien regresi bernilai 0,845. Ini mengindikasikan bahwa dari kedua variabel tersebut, daya tarik wisata lebih berpengaruh dan memiliki efek yang lebih signifikan ketimbang citra wisata dalam mendorong wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung.

Selanjutnya, berdasarkan hasil rekapitulasi distribusi jawaban responden pada variabel Citra Wisata, indikator dengan rata-rata nilai terendah adalah item 4 dan 5 dengan pernyataan "Suasana dan keindahan tempat wisata Graha Maria Annai Velangkanni menimbulkan perasaan senang dan puas" dan pernyataan "Terdapat niat untuk melakukan kunjungan kembali ke Graha Maria Annai Velangkanni". Oleh karena itu pihak pengelola Graha Maria Annai Velangkanni perlu meningkatkan citra wisata melalui peningkatan kualitas suasana dan keindahan lingkungan wisata, penambahan fasilitas penunjang yang menarik, penyelenggaraan kegiatan atau event yang mampu memberikan pengalaman berkesan bagi pengunjung yang mendorong minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Berdasarkan ringkasan distribusi jawaban responden terhadap variabel Daya Tarik Wisata, indikator yang memiliki skor rata-rata paling rendah adalah pelayanan tambahan. Oleh karena

itu, manajemen Graha Maria Annai Velangkanni perlu menyediakan fasilitas atau layanan tambahan seperti pemandu wisata dan pusat informasi untuk memfasilitasi kebutuhan pengunjung saat mengunjungi objek wisata tersebut.

Bagi peneliti mendatang, temuan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan acuan dalam melakukan penelitian tentang Graha Maria Annai Velangkanni yang terletak di Medan. Dianjurkan agar penelitian di masa depan memperluas ruang lingkup variabel independen maupun dependen, serta mempertimbangkan objek penelitian yang berbeda atau lebih variatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa citra wisata dan daya tarik wisata memainkan peran penting, baik secara terpisah maupun bersama-sama, dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Graha Maria Annai Velangkanni. Dengan demikian, meningkatkan kualitas citra wisata dan memperkuat daya tarik wisata merupakan strategi utama yang harus diprioritaskan dalam pengelolaan serta pengembangan destinasi wisata, untuk mempertahankan dan meningkatkan minat serta keputusan wisatawan berkunjung di masa mendatang.

REFERENSI

- Adam, K. A. (2022). Pengaruh E-Word Of Mouth dan Citra Wisata Terhadap Niat Berkunjung Pada Wisata Pantai Firdaus Kecamatan Kema. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1194–1204.
- Angelica, G., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 125–133. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7855>
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223–232. <http://jurnalpariwisata.stpttrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1478>
- Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.
- Gede Bagus Pramahesta Adi Putra, & Wulandari, N. L. A. A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan. *Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 397–407. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/2501/1470>
- Ginting, F., Situmorang, I. K., & Tarigan, J. S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Dan Kualitas Layanan Terhadap Putusan Berkunjung Kembali Wisatawan Kaldera Toba. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3, 13–21.
- 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/jkpbbp.v2i1.24872>
- Ilyas, M., Fanggidae, A. H. J., Foenay, C. C., & Fanggidae, R. P. C. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Pantai Lasiana Terhadap Tingkat Preferensi Anak Millenial Di Kota Kupang. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(5), 1143–1159. <https://doi.org/10.35508/glory.v4i5.11677>
- Kemenpar. (2025). *Siaran Pers: Menteri Pariwisata Sebut Pariwisata Jadi Salah Satu Pilar Strategis Penggerak Ekonomi*. 16 April 2025. https://www.kemenpar.go.id/berita/siaran-pers-menteri-pariwisata-sebut-pariwisata-jadi-salah-satu-pilar-strategis-penggerak-ekonomi?utm_source=chatgpt.com
- Maghfirotnunisa, & Savitri, F. M. (2025). Perubahan Motif Wisata Religi Kalangan Generasi Z di Makam Nyai Hamdanah Kudus. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen*, 4(1), 39–45.
- Nurfaizi, J. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Masjid Syaikhona Kholil. *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 4(2), 224–231. <https://doi.org/10.21107/bep.v4i2.20700>
- Nursifa, D., Nurhasan, R., & Adiatma, D. (2024). Pengaruh Amenitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Ra. a. Adiwidjaya Kabupaten Garut. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 1412–1427. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4625>
- Pusparani, P. (2023). Pengaruh Faktor Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Kota Banda Aceh).

- YUME: Journal of Management*, 6(1), 28.
<https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3498>
- Rudiyanto, R., Fanggidae, L. W., Jerobisonif, A., Y., R. Y. M., Dima, T. K., & Dahoklory, L. O. (2025). Strategi pengembangan kepariwisataan di desa nuca molas sebagai destinasi unggulan di kabupaten manggarai. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen*, 4(1), 10–20.
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Kawasa*, 11(2), 29–38.
<http://www.jurnal.umm.ac.id/index.php/kawasa/article/view/443>
- Sangadji, E. M., & S. (2022). *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian)*. CV. Andi.
- Sujarweni V.W. (2024). *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami)*. Pustaka Baru Press.
- Wahyuni, S., Anggriani, I., & Putra, I. U. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 379–390.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2013>
- Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor Tambahkan. *International Journal of Tourism and Education*, 7(1), 1–23.
<https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/duturisma/article/download/1269/783>