



PENGARUH WISATA EMBUNG TERHADAP PENDAPATAN MASYARAKAT DENGAN LAPANGAN KERJA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI KENAGARIAN TOBOH GADANG KABUPATEN PADANG PARIAMAN

Ridzki Abdillah^{1*}, Irwan Muslim²

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bung Hatta

email: abdillahridzki2@gmail.com, irwanmuslim64@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the effect of tourism reservoirs on community income which is mediated by employment. This research uses quantitative methods, the type of data used is primary data. The population in this study was the community around the Korong Luar Parit embung tourist attraction, Kenagarian Toboh Gadang, with 32 heads of families as respondents. The data collection technique used was distributing questionnaires and processing it using the Smart PLS 4 application. The data analysis technique in this research was Structural Equation Modeling. Based on the research results, it can be concluded that the significant variables are (Tourism Locations to Employment¹, Tourism Services to Employment², Tourist Attractions to Community Income³, Tourism Promotion to Community Income⁴, Tourism Services to Community Income⁵), and the variable that is not significant is (Field Employment to Community Income¹, Tourism Attractions to Employment², Tourism Promotion to Employment³, Tourism Locations to Community Income⁴, Tourism Locations mediated by Employment to Community Income⁵, Tourist Objects mediated by Employment to Community Income⁶, Tourism Promotion mediated by Employment to Community Income⁷, Services Tourism is mediated by employment on community income⁸).

Keywords: *Tourism, Employment, Mediation, Community Income*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh wisata embung terhadap pendapatan masyarakat yang dimediasi oleh lapangan kerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jenis data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar objek wisata embung Korong Luar Parit, Kenagarian Toboh Gadang, sebanyak 32 Kepala Keluarga sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menyebarkan angket (Kuesioner), serta diolah menggunakan aplikasi Smart PLS 4. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah Structural Equation Modeling Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel yang signifikan adalah (Lokasi Wisata terhadap Lapangan Kerja¹, Pelayanan Wisata terhadap Lapangan Kerja², Objek Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat³, Promosi Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat⁴, Pelayanan Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat⁵),

Kata Kunci: *Wisata, Lapangan Kerja, Mediasi, Pendapatan Masyarakat*

Informasi Artikel

Diterima : 19/05/2024

Review Akhir : 03/06/2024

Diterbitkan online : 12/2024

PENDAHULUAN

Wisata Embung Tabek Gadang merupakan kawasan yang strategis dengan lokasinya yang berada di pusat kecamatan, sehingga membuat kawasan tersebut memiliki nilai lebih dari para pesaing-pesaingnya. Wisata Embung Tabek Gadang terdapat beberapa kegiatan wisata tersebut diantaranya adalah, hiking, berfoto-foto, perahu bebek kayuh, kuliner, dan pemandian anak-anak. Kurangnya tereksplorasi destinasi wisatanya keluar, sehingga hanya masyarakat sekitar saja yang mengetahuinya tidak dengan masyarakat luar Kenagarian Toboh Gadang. Oleh karena itu saya terjun kelapangan dengan maksud bisa mempublikasikan bahwasanya disini ada destinasi wisata yang butuh perhatian dan dorongan untuk lebih berkembang lagi kedepannya.

Keberadaan sektor wisata diharapkan mampu menambah nilai swadaya masyarakat untuk mendorong terjadinya pemerataan pendapatan akan tetapi hal tersebut mendapatkan kendala karena masih banyaknya kekurangan dan kelemahan yang dihadapi kenagarian Toboh Gadang untuk menjadi sebuah daerah wisata. Kendala utama yang dihadapi kenagarian Toboh Gadang dalam mengembangkan sektor wisata adalah masih kurangnya infrastruktur penunjang pengembangan sektor wisata seperti hotel atau tempat penginapan, sarana jalan, hingga lahan parkir dikarenakan pengambilalihan tanah warga untuk kepentingan sektor wisata. Permasalahan tersebut tentu menjadi pekerjaan rumah yang tidak mudah bagi pemerintahan kenagarian Toboh Gadang, Kabupaten Padang Pariaman. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh lapangan kerja di objek wisata embung terhadap pendapatan masyarakat kenagarian Toboh Gadang Kabupaten Padang Pariaman.

LITERATUR REVIEW DAN HIPOTESIS

Pendapatan Masyarakat

Pendapatan masyarakat merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh masyarakat atas prestasi atau usaha dagangan serta kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, tahunan. Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok masyarakat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari (Iskandar, 2018).

Lokasi Wisata

Lokasi merupakan segala tempat, hal dan keadaan, baik yang nyata dan dapat diraba, maupun yang tidak teraba, yang digarap, diatur, dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat atau dimanfaatkan atau diwujudkan sebagai kemampuan. (Damardjati, 2011).

Objek Wisata

Menurut (Adiwijaya, 2008) objek wisata merupakan sebuah wahana yang dapat dikunjungi oleh setiap individu dalam satu kawasan tertentu. Objek wisata merupakan wahana bermain yang dapat berupa buatan manusia ataupun terbentuk secara alami. Objek wisata dapat dibedakan pada beberapa karakteristik yaitu objek wisata pantai, dan objek wisata bahari, sedangkan objek wisata kedua adalah objek wisata yang merupakan buatan manusia, seperti wisata sejarah, kuliner dan shopping.

Promosi Wisata

Promosi pariwisata yang diadakan adalah untuk memberitahukan, membujuk atau meningkatkan konsumen atau wisatawan supaya wisatawan yang bersangkutan mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke daerah yang telah dipromosikan. Promosi Melalui mulut ke mulut (mounth to mounth promotion) jauh lebih efektif dari pada jenis promosi lainnya. (Yoeti, 2005).

Pelayanan Wisata

Pelayanan pariwisata adalah suatu cara yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan tamunya, dengan cara mencurahkan segenap kemampuannya, perasaan dan keterampilan yang dimiliki sehingga tercapai tujuan yang diperoleh kepuasan yang dirasakan oleh orang yang dilayaninya yang berkunjung untuk berwisata.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang dilakukan saat ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif kuantitatif. Maksudnya penelitian bertujuan menggambarkan atau menafsirkan sejumlah data yang mendukung variable penelitian untuk kemudian mencoba membuktikan secara statistic hubungan dan pengaruh antara variable independent terhadap variable dependen. Populasi adalah himpunan keseluruhan orang yang memberikan jawaban sebagai responden yang memberi jawaban dan tanggapan terhadap objek yang diteliti dalam penelitian. Dalam konteks ini populasi yang diambil adalah masyarakat Kenagarian Toboh Gadang KK (Kepala Keluarga) yang bertempat tinggal disekitaran objek wisata embung, wilayah yang dimiliki Oleh Korong Luar Parit sebanyak sebanyak 32 KK. Sampel adalah kelompok yang diamati sebagai responden untuk memberikan jawaban terhadap objek penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sensus sampling yaitu Teknik pengambilan sampel dimana semua anggota populasi dijadikan sampel yaitu sebanyak 32 KK (kepala Keluarga). Untuk membuktikan kebenaran hipotesis maka dilakukan metode analisis data. Metode analisis yang digunakan adalah Metode analisis data menggunakan kan software Smart PLS (Partial Least Square) merupakan analisis persamaan struktural (Structural Equation Modeling) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran (Measurement Model Assesment) sekaligus pengujian model struktural (Structural Model Assessment). Measurement Model Assesment digunakan untuk uji validitas dan reabilitas atau kehandalan, sedangkan Structural Model Assessment digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan predictive relevance). PLS adalah metode analisis yang bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu yang berarti jumlah sampel dapat kecil atau dibawah 100 sampel (Ghozali & Latan 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1

Hasil Structural Model Assessment

Arah	Original Sample	T statistic	P value	Keterangan
------	-----------------	-------------	---------	------------

Lapangan Kerja → Pendapatan Masyarakat	0,118	1,624	0,107	HI Ditolak
Lokasi Wisata → Lapangan Kerja	0,181	3,044	0,003	H2 Diterima
Objek Wisata → Lapangan Kerja	0,160	1,775	0,079	H3 Ditolak
Promosi Wisata → Lapangan Kerja	0,202	1,970	0,052	H4 Ditolak
Pelayanan Wisata → Lapangan Kerja	0,454	4,598	0,000	H5 Diterima
Lokasi Wisata → Pendapatan Masyarakat	-0,007	0,149	0,882	H6 Ditolak
Objek Wisata → Pendapatan Masyarakat	0,224	4,887	0,000	H7 Diterima
Promosi Wisata → Pendapatan Masyarakat	0,248	4,598	0,000	H8 Diterima
Pelayanan Wisata → Pendapatan Masyarakat	0,448	4,775	0,000	H9 Diterima
Lokasi Wisata → Lapangan Kerja → Pendapatan Masyarakat	0,021	1,589	0,115	H10 Ditolak
Objek Wisata → Lapangan Kerja → Pendapatan Masyarakat	0,019	1,177	0,242	H11 Ditolak
Promosi Wisata → Lapangan Kerja → Pendapatan Masyarakat	0,024	1,161	0,248	H12 Ditolak
Pelayanan Wisata → Lapangan Kerja → Pendapatan Masyarakat	0,054	1,322	0,189	H13 Ditolak

Sumber : Olahan Data,2024

Pengaruh Lapangan Kerja Pendapatan Masyarakat

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh lapangan kerja pendapatan masyarakat. Berdasarkan uji efek mediasi pada hasil data menunjukkan pengaruh lapangan kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,118 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang negatif, dimana ketika Lapangan Kerja semakin banyak maka belum tentu tingkat pendapatan masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistik 1,624 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan memiliki p-value 0,107 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lapangan Kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kuesioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya lapangan kerja di objek wisata embung belum tentu dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Hasil penelitian menemukan bahwa lapangan kerja masih dalam kategori belum baik dikarenakan masih pada tahap permulaan dan belum adanya spesifikasi atau spesialisasi kerja yang dilakukan, semua yang dikerjakan berdasarkan spontanitas sementara yang dibutuhkan oleh pengunjung objek wisata embung.

Hal yang diperoleh berbeda dengan hasil penelitian (Rosita, 2018) yang menemukan bahwa lapangan kerja memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan masyarakat. Nilai t-hitung untuk variabel lapangan pekerjaan (10,576) dan nilai t-tabel (1,649). Oleh karena nilai t-hitung > t-tabel ($10,576 > 1,649$) sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, lapangan pekerjaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat Jasa Bisnis OnlineTransportasi Grab di Kota Medan. Berdasarkan penelitian pada Jasa Transportasi Bisnis Online Grab di Kota Medan maka lapangan pekerjaan pada Jasa Bisnis Online Transportasi Grab di Kota Medan memberikan dampak dalam peningkatan pendapatan. Hal ini terlihat dari instrumen, pengemudi menyatakan bahwa keterampilan yang berdasar pengetahuan teoritis dapat menunjang pendapatan dan motivasi yang diberikan berdampak dalam peningkatan kerja sehingga menambah peningkatan pendapatan. Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa lapangan pekerjaan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat pada Jasa Bisnis Online Transportasi Grab di Kota Medan.

Pengaruh Lokasi Wisata Terhadap Lapangan Kerja

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh terhadap Lapangan Kerja memiliki nilai original sampel 0,181 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Lokasi Wisata terhadap Lapangan Kerja mempunyai arah yang positif, dimana ketika Lokasi Wisata semakin membaik maka tingkat Lapangan Kerja semakin banyak. Selain itu, Lokasi Wisata terhadap Lapangan Kerja memiliki t-statistic 3,044 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,003 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lokasi Wisata berpengaruh signifikan terhadap Lapangan Kerja. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya lokasi wisata embung dapat membuka dan meningkatkan lapangan kerja. Hasil penelitian menemukan bahwa lokasi wisata masih dalam kategori belum baik dikarenakan masih pada tahap pembangunan akibat terbengkalainya project pengembangan Objek Wisata Embung Kenagarian Toboh Gadang yang tertunda disebabkan oleh pandemic covid-19. Sehingga akses menuju ke objek wisatanya masih beton, belum ada jalur darurat dan belum ada panah arah jalan yang baik dan bagus.

Hal yang diperoleh sama dengan hasil penelitian (Rahmi, 2022) yang menemukan bahwa lokasi wisata memiliki pengaruh positif terhadap lapangan kerja. Pada data olahannya menunjukkan variabel lokasi (X1) memiliki t-hitung sebesar sebesar 3.558550, dengan nilai signifikan sebesar 0.0006 berdasarkan keterangan tersebut maka thitung (3.558550) > t-tabel (1.66320). Maka jika t-hitung > t-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi (X1), terhadap lapangan kerja (Y) Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan. Hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa lokasi, berpengaruh signifikan terhadap lapangan kerja Pulau Dua Bakongan Timur. Jawaban responden yang banyak menjawab setuju pada item pertanyaan yang penulis sediakan menunjukkan lokasi pariwisata yang nyaman sangatlah penting untuk membuat wisatawan betah dalam menikmati suasana laut di kawasan wisata Pulau Dua Bakongan Timur, sehingga nantinya wisatawan akan berkunjung kembali ke wisata pulau dua, dengan banyak nya kunjungan wisatawan akan mempengaruhi lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Pengaruh Objek Wisata Terhadap Lapangan Kerja

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Objek Wisata terhadap Lapangan Kerja memiliki nilai original sampel 0,160 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Objek Wisata terhadap Lapangan Kerja mempunyai arah yang negatif, dimana ketika Objek Wisata belum membaik maka tingkat Lapangan Kerja belum banyak. Selain itu, Lokasi Wisata terhadap Lapangan Kerja memiliki t-statistik 1,775 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan ($t\text{-statistik} > 1,96$) dan p-value 0,079 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan ($p\text{-value} < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Objek Wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Lapangan Kerja. Hasil penelitian menemukan bahwa objek wisata masih dalam kategori belum baik dikarenakan masih pada tahap pembangunan akibat terbengkalainya project pengembangan Objek Wisata Embung Kenagarian Toboh Gadang yang tertunda disebabkan oleh pandemic covid-19. Sehingga objek wisatanya belum terlalu banyak, baik dan bagus.

Hal yang diperoleh tidak sama dengan hasil penelitian (Amin, 2023) yang menemukan bahwa objek wisata memiliki pengaruh positif terhadap lapangan kerja. Hasil pengujian regresi linear berganda membuktikan bahwa besarnya thitung pengembangan obyek wisata yang sebesar 2.038 lebih besar dibandingkan besarnya ttabel sebesar 1.994 dengan probabilitas sesar 0.045 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa pengembangan obyek wisata berdampak positif dan signifikan terhadap perekonomian masyarakat di pantai Kuako. Hasil analisis diatas membuktikan bahwa faktor pengembangan obyek wisata dan kunjungan wisatawan berdampak positif dan signifikan terhadap terhadap perekonomian masyarakat.

Pengaruh Promosi Wisata Terhadap Lapangan Kerja

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Promosi Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,024 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Promosi Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang negatif, dimana ketika Promosi Wisata semakin banyak maka belum tentu tingkat Pendapatan Masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Promosi Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 1,161 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan ($t\text{-statistik} > 1,96$) dan p-value 0,248 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan ($p\text{-value} < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lapangan Kerja tidak memediasi hubungan antara Promosi Wisata dengan Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya promosi wisata embung belum dapat membuka dan meningkatkan lapangan kerja. Hasil penelitian menemukan bahwa promosi yang telah dilakukan dapat mengundang wisatawan berkunjung ke objek wisata embung dan memberikan pengaruh lapangan kerja serta membuka lapangan kerja baru.

Hal yang diperoleh sama dengan hasil penelitian (Rahmi, 2022) yang menemukan bahwa lokasi wisata memiliki pengaruh positif terhadap lapangan kerja. Pada data olahannya menunjukkan variabel promosi (X3) memiliki t-hitung sebesar 8.612859, dengan nilai signifikan sebesar 0,0000 berdasarkan keterangan tersebut maka t-hitung (8.612859) $>$ t-tabel (1.66320). Maka jika t-hitung $>$ t-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi (X3),

terhadap lapangan kerja (Y) Pulau Dua di Kabupaten Aceh Selatan. Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa promosi pariwisata berpengaruh signifikan dan positif terhadap lapangan kerja Pulau Dua. Hasil ini menunjukkan bukti bahwa dengan adanya promosi pariwisata yang kreatif, inovatif, menarik dan sesuai dengan yang sudah direncanakan oleh pihak pengelola dan pemerintah setempat dan dijalankan secara optimal maka otomatis akan menimbulkan hasil yang memuaskan, hal ini akan menjadi penting dalam mempengaruhi lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Pengaruh Pelayanan Wisata Terhadap Lapangan Kerja

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Pelayanan Wisata terhadap Lapangan Kerja memiliki nilai original sampel 0,454 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Pelayanan Wisata terhadap Lapangan Kerja mempunyai arah yang positif, dimana ketika Pelayanan semakin membaik maka tingkat Lapangan Kerja semakin banyak. Selain itu, Pelayanan Wisata terhadap Lapangan Kerja memiliki t-statistic 4,598 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pelayanan Wisata berpengaruh signifikan terhadap Lapangan Kerja. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya pelayanan wisata embung dapat membuka dan meningkatkan lapangan kerja. Hasil penelitian menemukan bahwa pelayanan wisata yang telah diberikan dapat mengundang wisatawan berkunjung ke objek wisata embung dan memberikan pengaruh lapangan kerja serta membuka lapangan kerja baru.

Pengaruh Lokasi Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Lokasi Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel -0,007 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Lokasi Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang negatif, dimana ketika Lokasi Wisata semakin banyak maka belum tentu tingkat pendapatan masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Lokasi Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 0,149 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,882 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lokasi Wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Lokasi Wisata embung belum dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Hasil penelitian menemukan bahwa lokasi wisata masih dalam kategori belum baik dikarenakan masih pada tahap pembangunan akibat terbengkalainya project pengembangan Objek Wisata Embung Kenagarian Toboh Gadang yang tertunda disebabkan oleh pandemic covid-19. Sehingga akses menuju ke objek wisatanya masih beton, belum ada jalur darurat dan belum ada panah arah jalan yang baik dan bagus. Sehingga belum berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat di sekitar objek wisata.

Hal yang diperoleh berbeda dengan hasil penelitian (Nemi, 2021) menunjukkan Hasil uji regresi sederhana menunjukkan nilai konstantanya sebesar 0,604, nilai ini menyatakan bahwa pada saat kunjungan lokasi wisata bernilai 0 maka pendapatan memiliki nilai 0,604. Selanjutnya nilai 0,790 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (kunjungan lokasi wisata) menggambarkan bahwa

arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y1 (pendapatan) adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel kunjungan lokasi wisata akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,790. Dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kunjungan lokasi wisata berpengaruh sebesar 84,1% terhadap pendapatan masyarakat sekitar objek wisata pantai linau.

Pengaruh Objek Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Objek Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,224 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Objek Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang positif, dimana ketika Objek Wisata semakin banyak maka tingkat pendapatan masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Objek Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 4.887 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Objek Wisata berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Objek Wisata embung dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat.

Pengaruh Promosi Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Promosi Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,248 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Promosi Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang positif, dimana ketika Promosi Wisata semakin banyak maka tingkat pendapatan masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Promosi Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 4.598 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi Wisata berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Promosi Wisata embung dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Hal ini berarti Promosi Wisata berjalan dengan baik sehingga menyebabkan wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Embung sehingga dapat meningkatkan Pendapatan Masyarakat disekitarnya.

Pengaruh Pelayanan Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Pelayanan Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0.448 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Pelayanan Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang positif, dimana ketika Pelayanan Wisata semakin banyak maka tingkat pendapatan masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Pelayanan Wisata terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 4.775 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi Wisata berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Pelayanan Wisata embung dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat.

Pengaruh Lokasi Wisata Yang Dimediasi Oleh Lapangan Kerja Terhadap Pendapatan Masyarakat (Efek Mediasi)

Pengaruh Lokasi Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,021 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Lokasi Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang negatif, dimana ketika Lokasi Wisata semakin banyak maka belum tentu tingkat Pendapatan Masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Lokasi Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 1.589 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,115 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lapangan Kerja tidak memediasi hubungan antara Lokasi Wisata dengan Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Lokasi Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja embung belum dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Hal ini berarti Lokasi Wisata belum memberikan pengaruh dengan baik oleh Lapangan Kerja sebagai variabel mediasi terhadap Pendapatan Masyarakat. Sehingga menyebabkan wisatawan belum banyak mengetahui lokasi wisata untuk berkunjung ke Objek Wisata Embung yang dapat membuka lapangan kerja dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat disekitarnya.

Hal yang diperoleh sama dengan hasil penelitian (Nasir, 2017) yang menggunakan variabel mediasi. Dari hasil penelitian dapat diketahui variabel kunjungan lokasi wisata berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan masyarakat hal ini dapat dilihat dari signifikansi kunjungan lokasi wisata sebesar 0,005 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari t hitung sebesar 3.025 yang berarti t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 1.697 koefisien regresi kunjungan lokasi wisata sebesar 0,234 maka dengan demikian H_0 diterima, bahwa secara parsial kunjungan lokasi wisata berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan masyarakat sekitar objek wisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa kunjungan lokasi wisata berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pendapatan masyarakat sekitar objek wisata.

Pengaruh Objek Wisata Yang Dimediasi Oleh Lapangan Kerja Terhadap Pendapatan Masyarakat (Efek Mediasi)

Pengaruh Objek Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,019 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Objek Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang negatif, dimana ketika Objek Wisata semakin banyak maka belum tentu tingkat Pendapatan Masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Objek Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 1,177 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,242 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lapangan Kerja tidak memediasi hubungan antara Objek Wisata dengan Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Objek Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja embung belum dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Hal ini berarti Objek Wisata belum memberikan pengaruh dengan baik oleh Lapangan Kerja sebagai variabel mediasi terhadap Pendapatan Masyarakat.

Dikarenakan Objek Wisata yang belum bervariasi, dengan wisatawan belum banyak berkunjung ke Objek Wisata Embung yang dapat membuka lapangan kerja dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat disekitarnya.

Hal yang diperoleh sama dengan hasil penelitian (Belindda, 2013) Semakin baik objek wisata maka, semakin besar minat kunjung ulang. Berdasarkan hasil output WrapPLS 2.0 pengujian hipotesis III yaitu antara variabel objek wisata terhadap minat kunjung ulang, diperoleh bahwa objek wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,14 dan signifikansi pada 0,06 dengan nilai R-squared sebesar 0,54 yang berarti citra wisata mampu menjelaskan variasi minat kunjung ulang sebesar 54 %. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa hipotesis III berpengaruh positif, namun tidak memenuhi syarat probabilitas $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis III ditolak. Sehingga belum banyak nya objek wisata di Museum Rangawarsita yang menyebabkan tidak dapat berpengaruh terhadap minat kunjung wisata.

Pengaruh Promosi Wisata Yang Dimediasi Oleh Lapangan Kerja Terhadap Pendapatan Masyarakat (Efek Mediasi)

Pengaruh Promosi wisata yang dimediasi Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat. Berdasarkan uji efek mediasi pada hasil data bahwa Promosi Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,024 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Promosi Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang negatif, dimana ketika Promosi Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja semakin membaik maka tingkat Pendapatan Masyarakat belum tentu semakin banyak. Selain itu, Promosi Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki T statistic 1,161 dan P value 0,248 sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Promosi Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja embung belum dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Hal ini berarti Promosi Wisata belum memberikan pengaruh dengan baik oleh Lapangan Kerja sebagai variabel mediasi terhadap Pendapatan Masyarakat. Sehingga menyebabkan wisatawan belum banyak mengetahui adanya promosi wisata baru untuk berkunjung ke Objek Wisata Embung yang dapat membuka lapangan kerja dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat disekitarnya.

Hal yang diperoleh sama dengan hasil penelitian (Lita, 2014) , terlihat bahwa nilai koefisien β sebesar 0,070. Hal ini berarti variabel city image berpengaruh langsung terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t hitung pada hubungan ini bernilai 0,585. Nilai probabilitas pada hubungan variabel city image dan keputusan berkunjung sebesar 0,560 (P value $> 0,05$) yang berarti bahwa H_0 diterima. Hal ini mengartikan bahwa city image berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. asil uji ini menjelaskan bahwa terdapat

pengaruh antara dari variabel city image terhadap variabel keputusan berkunjung namun tidak signifikan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut, dapat diketahui bahwa citra Kota Batu yang dibentuk melalui branding “Shining Batu” berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Kota Batu.

Pengaruh Pelayanan Wisata Yang Dimediasi Oleh Lapangan Kerja Terhadap Pendapatan Masyarakat (Efek Mediasi)

Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Pelayanan Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,054 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Pelayanan Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang positif, dimana ketika Pelayanan Wisata semakin banyak maka belum tentu tingkat Pendapatan Masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Pelayanan Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 1,322 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,189 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lapangan Kerja tidak memediasi hubungan antara Pelayanan Wisata dengan Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Pelayanan Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja embung belum dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Tinjauan dari penelitian adalah untuk menguji pengaruh Pelayanan Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki nilai original sampel 0,054 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Pelayanan Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat mempunyai arah yang negatif, dimana ketika Pelayanan Wisata semakin banyak maka belum tentu tingkat Pendapatan Masyarakat semakin tinggi. Selain itu, Pelayanan Wisata dimediasi oleh Lapangan Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat memiliki t-statistic 1,322 menunjukkan bahwa lebih kecil dari nilai ketentuan (t-statistik >1,96) dan p-value 0,189 menunjukkan bahwa lebih besar dari nilai ketentuan (p-value <0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lapangan Kerja tidak memediasi hubungan antara Pelayanan Wisata dengan Pendapatan Masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan data yang diberikan responden pada kusioner yang disebarkan, menyatakan dengan adanya Pelayanan Wisata yang dimediasi Lapangan Kerja embung belum dapat membuka dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Hal ini berarti Pelayanan Wisata belum memberikan pengaruh dengan baik oleh Lapangan Kerja sebagai variabel mediasi terhadap Pendapatan Masyarakat. Sehingga menyebabkan wisatawan belum merasakan kepuasan dari Pelayanan Wisata untuk berkunjung ke Objek Wisata Embung yang dapat membuka lapangan kerja dan meningkatkan Pendapatan Masyarakat disekitarnya.

Hal yang diperoleh sama dengan hasil penelitian (Ajeng, 2016) Berdasarkan pengujian secara parsial antara variable kepuasan wisatawan terhadap variable kunjungan ulang wisatawan memiliki nilai t hitung > t table sebesar $1.874 > 1.660$ dengan nilai signifikansi $0,064 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima yang secara parsial variable kepuasan wisatawan tidak memiliki berpengaruh yang signifikan terhadap variable kunjungan ulang wisatawan. Pada pengukuran variable Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Kunjungan Ulang didapatkan hasil bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, hal ini menjelaskan bahwa Kepuasan Wisatawan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan di Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

Adek Putra, Akmal, Sefnedi. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Publik Dan Citra Instansi Dengan Kepuasan Publik Sebagai Variabel Mediasi*. repo.bunghatta.ac.id. Universitas Bung Hatta.

- Adhitya Wardhana, Bayu Kharisma, Morina Stevani. (2019). *Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi 8 Negara Asean*. E.Journal Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Udayana.
- Agusbhusro. Raden., Makarau.V.H., Sembel. Amanda. (2011). *Analisis Kebutuhan Prasarana Dan Sarana Pariwisata di Kawasan Taman Nasional Bunaken Kecamatan Bunaken Kepulauan Kota Manado*, ejournal.unsrat.ac.id. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Ajeng Fitri Nurlestari. (2016). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor*. Strata Satu Program Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor. E-mail : ajengfitrinurlestari@gmail.com.
- Arif Rahman Hakim. (2020), *Analisis Potensial Ekonomi Wisata Pantai Labuhan Haji Di Kabupaten Lombok Timur*. eprints.umm.ac.id. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Asri Noer Rahmi. (2020). *Perkembangan Pariwisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Jurnal Ekonomi Islam. Universitas Negeri Sultan Maulana.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Padang Pariaman. *Kecamatan Sintuk Toboh Gadang*. padangpariamankabp.bps.go.id.
- Bagozzi, R., & Yi, Y. (1988). *On the Evaluation of Structure Equation Models*. January 2014. <https://doi.org/10.1007/BF02723327> (Bagozzi & Yi, 1988).
- Bartol, K. M., dan Srivastava, A. (2009). *Encouraging knowledge sharing: The role of organizational reward systems*. *Journal of Leadership & Organizational Studies*. 9, 64 –76.
- Chintya Ones Charli, Della Asmaria Putri. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata, Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung*. Jurnal EKOBISTEK. Universitas Putra Indonesia YPTK Padang.
- Constant, D., Kiesler, S., dan Sproull, L. (1994). *What's mine is ours, or is it? A study of attitudes about information sharing*, *Information Systems Research*. 5(4), 400-21.
- Cupian, Annisa Rahmadita, Sarah Annisa Noven. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengunjungi Wisata Halal Sumatera Barat*. Jurnal.Stiee-aas.ac.id. Universitas Padjajaran.
- Darwin Damanik, Elidawaty Purba. (2020). *Analisis Daya Saing Pariwisata Di Kabupaten Simalungun*. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Universitas Simalungun.
- Dwi Ayu Lestari (2022), *Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Potensi Wisata Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Merangin*. Repository.unbari.ac.id, Universitas Batang Hari jambi.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. dan Sowa, D. (1986). *“Perceived organizational support”*. *Journal of Applied Psychology*. 71(3), 500-507.
- Esti Cemporaningsih. (2020). *Ekonomi Kreatif Sebagai Poros Pengembangan Pariwisata Di Kecamatan Kledung Dan Bansari Kabupaten Tumanggung*. Jurnal Nasional Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.

- Fidzah Alyani, Menik Kurnia Siwi. (2020). *Pengaruh Jumlah Objek Wisata Dan Jumlah Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten/Kota, Provinsi Sumatera Barat*. E.Journal.UNP.ac.id. Universitas Negeri Padang.
- Firdaus Nur, (2023), *Pengaruh Daya Tarik Kawasan Wisata Candi Muaro Jambi Terhadap Pendapatan UMKM Sekitarnya Dengan Minat Kunjungan Sebagai Variabel Mediasi*. unbari.ac.id. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi.
- Fornell, C., dan Larcker, D. F. (1981). *Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error*. Journal of Marketing Research, 18(1),3950.
- Ghozali & Latan, (2015), *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square (pls)*, undip.ac.id. Universitas Di Ponegoro.
- Hair, Joseph F, Jr dkk.(2014). *A Primer On Partial Least Square Structural Equation Modeeling (PLS SEM)*. Sage Publication Inc. California USA.
- Hengki Mangiring, Parulian Simarmata, Nora Januari Panjaitan. (2019). *Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Toba Simosir*. Jurnal Ekonomi Bisnis.Politeknik Bisnis Indonesia.
- Inspektur Pemkab Padang Pariaman Tinjau Objek Wisata Embung Sungai Abu Tabek Gadang*. Harianhaluan.com
- Iskandar, (2018), *Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas Di Desa Sambungan, Wonosobo, Jawa Tengah*, download.garuda.kemendikbud.go.id. Universitas Gadjah Mada.
- Kamaruddin, Marisa Susanty, Suharni. (2019). *Analisis Daya Saing Pariwisata Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah*. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Universitas Sumbawa.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal Dan Transmigrasi Republik Indonesia Embung Nagari Toboh Gadang Bakal Jadi Rekreasi Keluarga*. Kemendes.go.id
- Linajari, Festi dkk. (2014). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dan Kunjungan Wisatawan Di Bangkalan*.Universitas Tangerang. jurnal.untag-sby.ac.id.
- Lita Ayu, (2014). *Pengaruh City Branding “Shining Batu” Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisata Ke Kota Batu Tahun 2014*. Fakultas Ilmu Administrasi,Universitas Brawijaya Malang. litalita.la@gmail.com.
- Maestro, Diego dan, Irwan Muslim. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Ke Obyek Wisata Pantai Gondariah Di Kota Pariaman, Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta, e.repo.bunghatta.ac.id. Email: diegomaestrohernandez@gmail.com, irwanmuslim64@gmail.com.
- Malsi Ratna Dewi, Siti Soeliha. (2022), *Pengaruh Citra Destinasi Wisata Kampung Blekok Dalam Menentukan Minat Berkunjung Kembali Terhadap Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi*. unars.ac.id, Universitas Abdurchman Saleh Situbondo.

- Mayasari, Dianoor. (2014). *Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Berau Kalimantan Timur Dalam Upaya Menjadikan Pulau Derawan Sebagai Tujuan Wisata)*. eprints.ums.ac.id. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- MENDES PDIT Resmikan Wisata Embung Nagar Toboh Gadang. Pionirnews.com
- Miftahul Hasanah, Alpon Satrio. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Objek Wisata Komersial Di Sumatera Barat*. Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan. Universitas Negeri Padang.
- Muh.Ikram.S, (2011), *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Kecamatan Tinggi Moncong Kabupaten Gowa*. Diglibadmin.unismuh.ac.id, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nemi Elisa. (2021). *Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Pendapatan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Pantai Linau*, Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islma Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Rahmat Afandi, Nurul Huda ,Evi Susanti, (2018). *Pengaruh Tingkat Hunian Hotel, Jumlah Objek Wisata, Jumlah Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Padang*. repobunghatta.ac.id. Universitas Bung Hatta.
- Rajaratnam., Sushila Devi., Munikrishnan. Uma Thevi., Sharif. Saeed Pahlevan, (2014). *Service Quality and Previous Experience As a Moderator in Determining Tourists' Satisfaction With Rural Tourist Destinations in Malaysia: a partial least squares approach*, School of Hospitality Tourism and Culinary Arts Taylor's. University Selangor, Malaysia.
- Pratama, Rezfiko dan Erni Febrina Harahap, (2022). *Pengaruh Jumlah Objek Wisata, Jumlah Hotel, Dan Tingkat Hunian Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pada Seluruh Kabupaten Dan Kota Di Sumatera Barat*. repobunghatta.ac.id. Universitas Bung Hatta.
- Reihan Deski Putra, Sukaesih, Wina Erwina, Lutfi Khoerunnisa. (2021). *Penggunaan Website Sumbar Travel Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisatawan Di Sumatera Barat*. Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan. Universitas Padjajaran.
- Sabila Noerhanifat. (2020). *Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Pengalaman Berwisata Terhadap Intensi Mengunjungi Kembali Pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandegelang*. Jurnal Industri Pariwisata. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- Sari. Fentaria Harum, (2008), *Peranan Tourist Information Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Pengguna Di Bandar Udara Juanda Surabaya*. Fakultas Sastra Dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret: Surakarta.
- Sembiring, Junaidi Pranata. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung*. Jurnal Simbolika, 2 (1), 1-22.ojs.uma.ac.id.
- Sigit Sanjoyo, Ronni Andri Wijaya. (2020). *Pengaruh Jumlah Hotel Terhadap Penerimaan Pajaknya Serta Dampaknya Pada Pendapatan Asli Daerah Di Sumatera Barat*. Jurnal Riset Akutansi Dan Keuangan. Univesitas Putra Indonesia YPTK Padang.

- Singarimbun, M., dan Effendi, S. (1995), *Metode Penelitian Survei*. Cetakan Keenam. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sowarso, Sunaryo. (2015). *Peran Masyarakat dalam Promosi Pariwisata Kota Singkawang*. Jurnal Pikma. Universitas Tanjung Pura.
- Sri Harjanti. (2018). *Pelayanan Prima Bagi Para Frontliner Kepariwisataan*. LPPM.upnverteran.Yogyakarta.
- Sugiyono, (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif*, inislite.uin-suska.ac.id. Pepustakaan Universitas Islam Negeri Sutan Kasim. Riau.
- Susi Sulastri. (2019). *Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dan Pertumbuhan Ekonomi Lampung Timur*. Jurnal Fidusia. STIE Lampung Timur.
- Suwintari. I Gusti Eka, (2012). *Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan "Tourist Information Counters" Di Jalan Padma Utara Legian, Kuta*. pps.unud.ac.id. Program Pasca Sarjana, Universitas Udayana. Denpasar.
- Wahyuni, Lia dan Kasman Karimi. (2023). Analisis Pengaruh Pengembangan Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat Desa Sopot Injak Kecamatan Batang Natal, Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung hatta. e-repo.bunghatta.ac.id. E-mail : liawahyuni200227@gmail.com kasmankarimi@bunghatta.ac.id
- Widyarini S.Ira, Muhammad. (2019). *Partisipasi Masyarakat Pada Penerapan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Di Kabupaten Malang*. Jurnal Pariwisata Terapan. Universitas Gadjah Mada.