

Pengaruh Keramaian dan Daya Tarik Destinasi Wisata di Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Yogyakarta terhadap Perilaku Niat Berkunjung Ulang Wisatawan

Fanizha Rinjani^{a)}, Ratna Roostika

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 17311347@students.uii.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta menganalisis tentang pengaruh keramaian, daya tarik, serta niat berkunjung ulang terhadap destinasi wisata di Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung di kedua wisata tersebut, ataupun salah satu dari destinasi wisata tersebut. Objek penelitian ini adalah Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel penelitian sebanyak 241 responden merupakan wisatawan domestik yang pernah berkunjung ke obyek wisata tersebut dan yang pada saat penelitian berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian selanjutnya dianalisis dengan *structural equation model* (AMOS versi 22). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa keramaian fisik berpengaruh negatif terhadap daya tarik destinasi, keramaian manusia berpengaruh negatif terhadap daya tarik destinasi, daya tarik destinasi berpengaruh positif terhadap niat berkunjung ulang, keramaian fisik berpengaruh negatif terhadap niat berkunjung ulang, dan keramaian manusia bersifat negatif terhadap niat berkunjung ulang.

Kata Kunci: pengaruh keramaian, keramaian fisik, keramaian manusia, daya tarik, niat kunjungan ulang

PENDAHULUAN

Ledakan populasi jumlah manusia pada zaman sekarang telah mencapai angka lebih dari 7 milyar populasi jiwa di seluruh dunia. Bahkan, menurut para peneliti populasi manusia di dunia ini diprediksi akan mencapai puncaknya pada tahun 2064, yaitu sebanyak 9,7 miliar. Berkat ledakan populasi dan urbanisasi ini (Zhan *et al.*, 2008; Johansson *et al.*, 2012), dunia telah memasuki era yang lebih ramai (Parsons, Diana dan Mahudin, 2018). Manusia – manusia di dunia ini juga menampilkan sikap berkembangnya untuk bertahan hidup. Mereka mengelola segala sumber daya alam maupun manusia di sekitarnya untuk dijadikan sebagai potensi.



Salah satu yang paling menunjukkan perkembangannya ialah sumber daya alam. Sumber daya alam dikembangkan oleh manusia dengan mengelolanya menjadi sebuah pariwisata buatan maupun alami. Sektor pariwisata ini adalah sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Banyak negara di dunia ini yang mengandalkan pemasukan uang negara mereka dengan mengandalkan sektor pariwisata dan perhotelan mereka. Tak terkecuali di Indonesia. Indonesia dikenal sebagai negara sejuta keeksotisan akan sumber daya alamnya yang luar biasa. Terhitung, jutaan turis dari dalam maupun luar negeri selalu menyambangi destinasi wisata alam dan buatan di seluruh pelosok Indonesia.

Salah satu kota di Indonesia yang mencolok akan destinasi pariwisatanya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta sejak dulu dikenal akan budayanya yang kental dan beragam jenis wisata alam dan buatan yang ikonik. Sektor pariwisata ini menjadi salah satu penyumbang terbesar untuk pembangunan dan perekonomian kota Yogyakarta. Kontribusi pendapatan domestik bruto (PDB) terbesar berasal dari sektor perdagangan, hotel, dan restoran, lalu diikuti dengan sektor jasa. Majunya sektor-sektor tersebut tidak terlepas dari kegiatan pariwisata dan budaya yang memang menjadi kekuatan dan daya tarik tersendiri dari kota Yogyakarta. Hal lain juga dapat dibuktikan dengan ramai dan padatnya kota Yogyakarta yang dipenuhi oleh para wisatawan di setiap datangnya waktu liburan. Jumlah volume kendaraan serta pengunjung pun semakin banyak tiap tahunnya. Akibat dari membludaknya jumlah wisatawan di Yogyakarta, terjadilah fenomena keramaian terutama di daerah – daerah wisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

Daerah selatan Yogyakarta, terutama di daerah pantai Parangtritis dan bukit Paralayang Watugapit, merupakan destinasi yang menerima banyak perhatian bagi wisatawan. Selama tahun 2018-2020, daerah tersebut menerima setidaknya (2018) 3.017.336 untuk wisatawan dalam negeri dan 22.759 untuk wisatawan luar negeri, (2019) 3.248.718 untuk wisatawan dalam negeri dan 18.779 untuk wisatawan luar negeri, dan (2020) 1.978.146 untuk wisatawan dalam negeri dan 3.453 untuk wisatawan luar negeri (Badan Pusat Statistik, 2022). Lalu untuk Kabupaten Bantul, selama tahun 2018-2020 jumlah wisatawan yang mengunjungi daerah wisata Bantul adalah (2018) 8.061.027 untuk wisatawan dalam negeri dan 1906 untuk wisatawan luar negeri, (2019) 7.019.035 untuk wisatawan dalam negeri dan 830 untuk wisatawan luar negeri, (2020) 2.230.852 untuk wisatawan dalam negeri dan 239 untuk wisatawan luar negeri (Pemerintah Kabupaten Bantul, 2022). Dilihat dari banyaknya wisatawan yang datang, hal tersebut mengakibatkan terjadinya kemacetan dan membludaknya manusia yang menuju ataupun sudah berada di tempat wisata.

Fenomena ini tentu harus menjadi perhatian utama bagi pemerintah Yogyakarta apabila ingin Yogyakarta menjadi kota yang aman, tentram, dan ingin dikunjungi kembali oleh para wisatawan. Jika tidak di dukung oleh infrastruktur jalan yang dapat menampung kedatangan wisatawan tersebut, terlebih saat rombongan wisatawan yang datang secara bergerombolan di waktu yang bersamaan, kondisi kepadatan tempat wisata serta arus lalu lintas akan semakin padat. Dampaknya, keramaian tersebut bisa berakibat pada berkurangnya daya tarik destinasi wisatawan serta kepuasan para wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang wisata ke kota Yogyakarta, karena dampak dari kemacetan sangat lah banyak seperti waktu tempuh yang tersita untuk menuju tempat wisata. Melihat dari data tahun 2018-2020, dapat dipastikan wisatawan pada tahun 2021 meningkat jauh lebih banyak daripada tahun 2020 (Badan Pusat Statistik, 2022; Pemerintah Kabupaten Bantul, 2022). Karena fenomena *crowding* telah terjadi (Zhan *et al.*, 2008), masalah ini telah menerima perhatian yang meningkat secara konsisten karena dampak seriusnya terhadap keamanan, kepuasan, dan loyalitas dari pengunjung (Hyun dan Kim, 2015; Sharp, Sharp dan Miller, 2015; Schultz dan Svajda, 2017;

Neuts dan Vanneste, 2018). Dalam studi pariwisata, keramaian yang terjadi di tempat wisata (Choi, Mirjafari dan Weaver, 1976; Graefe, Vaske dan Kuss, 1984; Shelby dan Heberlein, 1984) dianggap negatif bagi pariwisata dan wisatawan, terutama berkaitan dengan dampaknya terhadap keamanan wisatawan dan keberlanjutan industri pariwisata.

Penelitian ini adalah penelitian yang menguji niat kunjung ulang wisatawan serta daya tarik destinasi pariwisata terhadap keramaian secara manusia maupun fisik. Variabel ini terdiri dari 4 variabel utama, yakni variabel keramaian manusia dan fisik sebagai variabel independen, dan variabel daya tarik (moderasi) serta variabel niat kunjung ulang (dependen). Variabel daya tarik dijadikan moderasi dengan tujuan sebagai opsi penghubung antara keramaian manusia dan keramaian fisik dengan niat berkunjung ulang.

Jika dilihat dari data yang peneliti dapatkan dan melihat bagaimana potensi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia dengan jumlah wisatawan yang begitu banyak, serta melihat fenomena destinasi Bukit Paralayang dan Pantai Parangtritis yang selalu terkena bludakan wisatawan baik di hari libur maupun hari biasa, menjadikan alasan dasar peneliti melakukan penelitian ini. Dalam studi ini, peneliti akan melakukan penelitian dengan tujuan mengeksplorasi efek keramaian yang dirasakan wisatawan dan daya tarik destinasi Bukit Paralayang dan Pantai Parangtritis terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Serta mengidentifikasi faktor – faktor yang menyebabkan keramaian destinasi dan niat berkunjung kembali melalui efek daya tarik destinasi.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Keramaian

Keramaian adalah situasi di mana jumlah dan tingkat input lingkungan melebihi kapasitas individu (Milgram, 1970). Hal tersebut bisa terjadi akibat adanya pembudakan kehadiran yang terlalu banyak dari orang lain yang berkumpul di suatu titik atau tempat. Gramann dan Burdge (1984) mengidentifikasikan jika keramaian ada banyak jenisnya, yakni keramaian secara fisik, keramaian manusia, dan keramaian terkait tujuan. Apabila di tempat wisata, maka biasanya akan dipengaruhi oleh keramaian manusia dan keramaian fisik. Kerumunan fisik mengacu pada tingkat aktivitas yang dibatasi oleh ruang fisik dan lingkungan fisik (Gramann dan Burdge, 1984).

Sementara kerumunan manusia mengacu pada jumlah persepsi individu tentang permintaan individu untuk ruang melebihi pasokan ruang yang tersedia (Stokols, 1972; Machleit, Kellaris dan Eroglu, 1994), serta adanya interaksi sosial di antara mereka yang dirasakan oleh seseorang di dalam sebuah lingkungan. Selain itu, dihipotesiskan bahwa kepadatan manusia pada objek wisata memungkinkan adanya pengaruh terhadap emosi wisatawan (Kim, Lee dan Sirgy, 2016), dan kepadatan fisik memungkinkan adanya pengaruh terhadap kesehatan wisatawan (Booth dan Cowell, 1976).

Daya Tarik

Definisi daya tarik sendiri adalah sebuah persepsi wisatawan tentang destinasi dan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan (Mayo dan Jarvis, 1982; Vengesai, 2003). Menurut para ahli, daya tarik di pariwisata dapat dibagi menjadi 2 faktor, yakni:

1. Daya tarik berdasarkan fisik dari destinasi tersebut, seperti produk dan layanan seperti apa yang diberikan. Hal tersebut akan menciptakan sebuah pengalaman destinasi

yang menarik dan berkesan (II dan Gilmore, 1998; Formica dan Uysal, 2006; Cracolici dan Nijkamp, 2009).

2. Daya tarik berdasarkan persepsi citra atau image yang terbentuk oleh para wisatawan. Citra ini biasanya terbentuk akibat adanya keunikan yang berbeda dari tempat lainnya, yang mana hal tersebut berkembang menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi para wisatawan.

Daya tarik destinasi juga mencakup komponen berwujud dan tidak berwujud (Kozak dan Rimmington, 1998; Fadda dan Sørensen, 2017) serta mencerminkan kesempurnaan, perasaan, keyakinan, dan pendapat individu setiap wisatawan tentang sebuah destinasi (Hu dan Ritchie, 1993).

Niat Berkunjung Ulang

Niat berkunjung ulang adalah sikap ingin mengunjungi kembali karena adanya faktor pendorong tertentu dari suatu atau sekelompok individu. Niat kunjungan ulang ini mengacu pada kemungkinan pengunjung mengulangi suatu aktivitas atau mengunjungi kembali suatu destinasi (Baker dan Crompton, 2000). Perilaku ini dapat dianggap sebagai cikal bakal perilaku wisatawan yang positif bagi tempat wisata.

Um, Chon dan Ro (2006) menemukan bahwa faktor utama yang mempengaruhi niat mengunjungi kembali pertama kali dan niat kedua bisa saja berbeda. Peneliti menunjukkan data jika niat kunjung awal dapat dipengaruhi oleh sebuah tujuan, sementara niat kedua dipengaruhi sebagian besar oleh kegiatan menyangkut promosi yang dapat mengingatkan kenangan positif mereka di tempat wisata.

Model Konseptual

Persepsi wisatawan terhadap keramaian kebanyakan menunjukkan perilaku yang negatif. Avila-Foucat *et al.* (2013) menyatakan jika wisatawan dengan pengalaman berkerumun akan menunjukkan sikap kecil kemungkinan untuk berpartisipasi kembali dalam menunjukkan sikap mengunjungi ulang destinasi dibanding mereka yang memiliki pengalaman tidak berkerumun. Baik itu kerumunan secara fisik maupun keramaian manusia. Persepsi wisatawan tentang keramaian juga mungkin memberikan berdampak negatif pada daya tarik destinasi (Li *et al.*, 2017). Destinasi yang mempunyai tingkat keramaian tinggi memang sangat mempengaruhi *image* kedepannya destinasi tersebut di mata pengunjung, terlebih untuk para wisatawan yang baru pertama kali datang di tempat tersebut. Sementara Um, Chon dan Ro (2006) menyatakan bahwa daya tarik destinasi juga merupakan faktor penentu yang mempengaruhi keputusan destinasi para wisatawan. Semakin unik, semakin berbeda dengan yang lainnya, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung selama menghadiri suatu destinasi dan membentuk kelompok konsumen yang loyal untuk selalu datang ke tempat tersebut.

Hal ini apabila diimplikasikan ke kelima hipotesis yang dirancang untuk penelitian ini, maka hipotesis tersebut berbunyi:

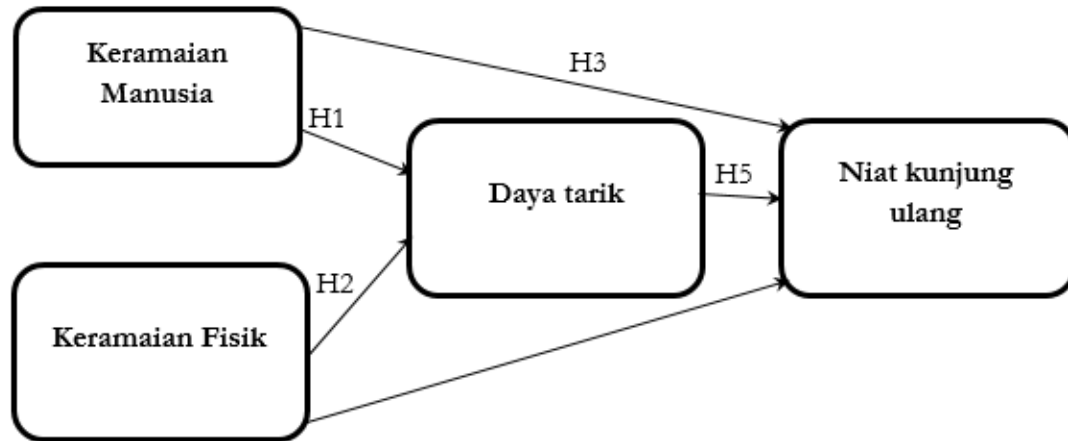
H₁: Kerumunan fisik berdampak negatif pada daya tarik wisatawan.

H₂: Kerumunan manusia berdampak negatif pada daya tarik wisatawan.

H₃: Kerumunan fisik berdampak negatif pada niat kunjung ulang wisatawan.

H₄: Kerumunan manusia berdampak negatif pada niat kunjung ulang wisatawan.

H₅: Daya tarik berdampak positif terhadap niat berkunjung ulang wisatawan.



Gambar 1. Kerangka Model Penelitian

METODE

Pada penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Sementara metode dalam pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kriteria tertentu agar sampel yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pengambilan sampel ini adalah pengambilan sampel yang paling umum digunakan karena sangat praktis, menghemat banyak tenaga dan biaya, serta memudahkan penulis. Untuk jumlah total responden yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 241 responden yang menjangkau hampir seluruh wilayah provinsi di Indonesia.

Teknik yang digunakan untuk mendapatkan 241 responden ini menggunakan media Google Form yang disebarakan melalui relasi peneliti dan website linkudata.id secara *online*. Kuesioner ini akan dikur menggunakan Skala *Likert* dengan penggunaan angka 1-7, yang mana 1 menunjukkan sikap sangat tidak setuju dan 7 menunjukkan sikap sangat setuju. Disini, sampel akan diambil dari mereka, para wisatawan, baik warga Yogyakarta maupun luar Yogyakarta, yang pernah mengunjungi Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Daerah Istimewa Yogyakarta. Lebih lanjut, analisis statistik inferensial pada penelitian dilakukan melalui pendekatan *structural equation model* (SEM) dengan menggunakan program alat pengolahan data IBM SPSS AMOS 22.

Tabel 1. Variabel Demografis

<i>Demographic variables</i>	N	%
<i>Gender</i>		
Pria	78	32,4
Wanita	161	49,3
Memilih untuk tidak menjawab	2	0,8
<i>Usia</i>		
Kurang dari 20 tahun	27	11,2
20-30 tahun	204	84,6
30-40 tahun	9	3,7

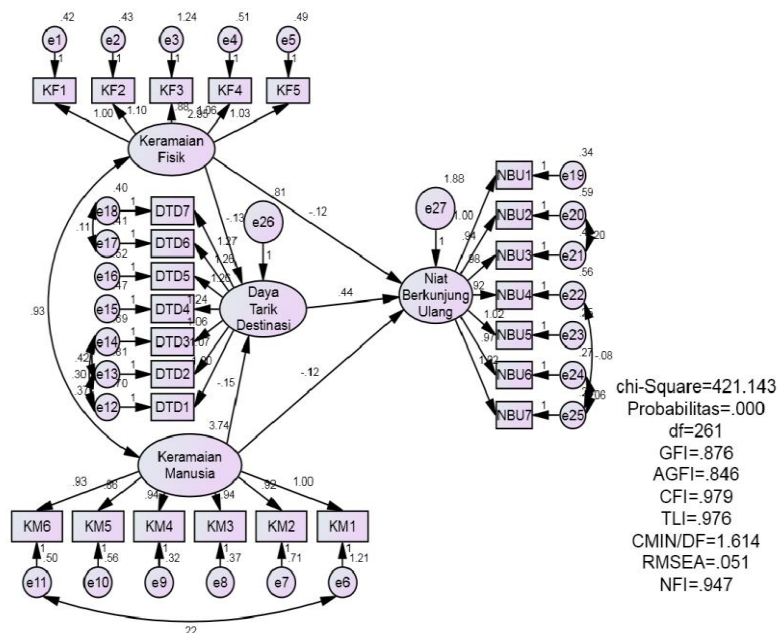
Demographic variables	N	%
>40 tahun	1	0,4
<i>Pekerjaan</i>		
Pegawai Swasta	30	12,4
Pelajar/Mahasiswa	140	58,1
Wiraswasta	45	18,7
PNS/TNI/POLRI	8	3,3
Rumah tangga/belum bekerja	18	7,5
<i>Area Wisata yang Pernah Dikunjungi</i>		
Bukit Paralayang Watugapit	72	29,9
Pantai Parangtritis	19	7,9
Dua-duanya	150	62,2

Sumber: Olah data (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Pengembangan model dalam penelitian ini didasarkan atas konsep analisis data yang telah dijelaskan sebelumnya. Berdasarkan landasan teori yang ada maka dibuat diagram jalur untuk SEM sebagai berikut:



Gambar 2. Model Persamaan Struktural

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan z value (*critical ratio* atau C.R pada *output* AMOS 22) dari nilai *skewness* dan *kurtosis* sebaran data. Nilai kritis sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikan 0,01 (Ghozali, 2013). Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

<i>Variable</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>skew</i>	<i>c.r.</i>	<i>kurtosis</i>	<i>c.r.</i>
NBU7	1,000	7,000	-1,190	-7,542	,636	2,014
NBU6	1,000	7,000	-1,066	-6,756	,447	1,417
NBU5	1,000	7,000	-1,171	-7,419	,472	1,494
NBU4	1,000	7,000	-,911	-5,774	,047	,149
NBU3	1,000	7,000	-1,100	-6,972	,415	1,316
NBU2	1,000	7,000	-,967	-6,130	,137	,434
NBU1	1,000	7,000	-1,093	-6,926	,353	1,119
D'D7	1,000	7,000	-,800	-5,071	-,109	-,345
D'D6	1,000	7,000	-,873	-5,533	,085	,268
D'D5	1,000	7,000	-,565	-3,584	-,482	-1,529
D'D4	1,000	7,000	-,620	-3,929	-,277	-,877
D'D3	2,000	7,000	-1,134	-7,189	,629	1,994
D'D2	1,000	7,000	-1,298	-8,228	1,014	3,213
D'D1	2,000	7,000	-1,037	-6,574	,627	1,986
KM6	1,000	7,000	-,249	-1,581	-1,341	-4,248
KM5	1,000	7,000	-,153	-,972	-1,257	-3,983
KM4	1,000	7,000	-,224	-1,417	-1,314	-4,163
KM3	1,000	7,000	-,181	-1,150	-1,264	-4,004
KM2	1,000	7,000	-,119	-,756	-1,337	-4,238
KM1	1,000	7,000	-,246	-1,562	-1,510	-4,786
KF5	1,000	7,000	-,606	-3,842	-,879	-2,785
KF4	1,000	7,000	-,676	-4,285	-,927	-2,938
KF3	1,000	7,000	-,304	-1,929	-1,118	-3,544
KF2	1,000	7,000	-,550	-3,483	-1,090	-3,454
KF1	1,000	7,000	-,638	-4,045	-,917	-2,906
<i>Multivariate</i>					6,447	1,362

Sumber: Olah data (2022)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan hasil dari uji normalitas secara *univariate* mayoritas yang berdistribusi normal karena nilai *critical ratio* (c.r) untuk kurtosis (keruncingan) maupun *skewness* (kemencengan), berada dalam rentang -2,58 sampai +2,58. Sedangkan secara *multivariate* data memenuhi asumsi normal karena nilai 1,362 berada di dalam rentang $\pm 2,58$.

Uji *Outliers*

Outlier adalah sebuah observasi pada data yang memiliki berbagai macam karakteristik unik yang mana akan memunculkan nilai ekstrim. Sebuah *outliers* dapat dievaluasi dengan melihat nilai *mahalanobis distance* yang ada di AMOS. Kriteria ini digunakan dengan nilai pada tingkat $p < 0,001$.

Yang mana pada identifikasi *outliers* ini menunjukkan hasil 52,62, yang didapat dari program excel pada *sub- menu Insert – Function – CHIINV*. Di penelitian ini, pada artinya semua data/kasus yang lebih besar dari 52,62 merupakan *outliers multivariate*.

Tabel 3. Hasil Uji *Outliers*

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	<i>p1</i>	<i>p2</i>
231	39,001	,037	1,000
143	38,771	,039	,999
119	38,113	,045	,999
59	37,908	,047	,997
194	37,848	,048	,991
68	37,629	,050	,983
112	36,868	,059	,990
45	36,573	,063	,987
145	36,419	,065	,979
64	36,341	,067	,963
110	36,201	,069	,945
57	35,786	,075	,953

Sumber: Olah data (2022)

Pada tabel 3 yang terdapat diatas menunjukkan nilai dari *mahalanobis distance*, dari data yang diolah terdeteksi tidak adanya nilai yang lebih besar dari nilai 52,62. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak ada yang *outliers*.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis konfirmatori digunakan untuk menguji beberapa konsep yang telah dibangun dengan menggunakan beberapa indikator terukur secara valid. Hal yang perlu digaris bawahi ketika pertama kali melihat analisis konfirmatori adalah nilai *loading factor* pada masing-masing indikator.

Loading factor digunakan untuk mengukur validitas konstruk dimana sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan yang ada di kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu. Angka minimal dari faktor *loading* adalah $\geq 0,5$ atau secara ideal adalah $\geq 0,7$. Jika hasil yang didapat berada dibawah 0,5, maka akan tidak diikutsertakan dari hasil analisis. Hasil yang diperoleh dari pengujian kualitas instrumen dengan uji validitas CFA dengan AMOS versi 22 dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	<i>Factor Loading</i>	Batas	Keterangan
Keramaian Fisik	KF1	0,936		Valid
	KF2	0,945		Valid
	KF3	0,803		Valid
	KF4	0,930		Valid
	KF5	0,929		Valid
Keramaian Manusia	KM1	0,869		Valid
	KM2	0,905		Valid
	KM3	0,949		Valid

Variabel	Butir	Factor Loading	Batas	Keterangan
Daya Tarik Destinasi	KM4	0,954	0,5	Valid
	KM5	0,912		Valid
	KM6	0,931		Valid
	DTD1	0,765		Valid
	DTD2	0,764		Valid
	DTD3	0,784		Valid
	DTD4	0,873		Valid
	DTD5	0,866		Valid
	DTD6	0,888		Valid
	DTD7	0,894		Valid
Niat Berkunjung Ulang	NBU1	0,934		Valid
	NBU2	0,882		Valid
	NBU3	0,912		Valid
	NBU4	0,883		Valid
	NBU5	0,952		Valid
	NBU6	0,944		Valid
	NBU7	0,960		Valid

Sumber: Olah data (2022)

Dari tabel di atas menunjukkan nilai *factor loading* yang diperoleh dari masing-masing butir pernyataan dari variabel yang meliputi keramaian fisik, keramaian manusia, daya tarik destinasi, dan niat berkunjung ulang tersebut mempunyai nilai *factor loading* >0,5. Maka dapat dikatakan bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid. Hasil dari ini dapat digunakan untuk pengujian berikutnya yakni uji reliabilitas.

Uji reliabilitas dapat menunjukkan kehandalan suatu alat ukur. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan CR (*construct reliability*), dimana memiliki kriteria jika nilai C.R. > 0,7 maka variabel dapat dikatakan reliabel. Untuk menguji reliabilitas yaitu menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Construct\ Reliability = \frac{(\sum Factor\ Loading)^2}{(\sum Factor\ Loading)^2 + \sum Measurement\ Error}$$

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Butir	Loading Factor	Loading Factor ²	Measurement Error	CR	VE
Keramaian Fisik	KF1	0,936	0,876	0,124	0,960	0,828
	KF2	0,945	0,893	0,107		
	KF3	0,803	0,645	0,355		
	KF4	0,93	0,865	0,135		
	KF5	0,929	0,863	0,137		
Keramaian Manusia	KM1	0,869	0,755	0,245	0,971	0,847
	KM2	0,905	0,819	0,181		
	KM3	0,949	0,901	0,099		
	KM4	0,954	0,910	0,09		
	KM5	0,912	0,832	0,168		

Variabel	Butir	Loading Factor	Loading Factor ²	Measurement Error	CR	VE
Daya Tarik Destinasi	KM6	0,931	0,867	0,133	0,941	0,698
	DTD1	0,765	0,585	0,415		
	DTD2	0,764	0,584	0,416		
	DTD3	0,784	0,615	0,385		
	DTD4	0,873	0,762	0,238		
	DTD5	0,866	0,75	0,250		
	DTD6	0,888	0,789	0,211		
Niat Berkunjung Ulang	DTD7	0,894	0,799	0,201	0,976	0,854
	NBU1	0,934	0,872	0,128		
	NBU2	0,882	0,778	0,222		
	NBU3	0,912	0,832	0,168		
	NBU4	0,883	0,780	0,220		
	NBU5	0,952	0,906	0,094		
	NBU6	0,944	0,891	0,109		
NBU7	0,960	0,922	0,078			

Sumber: Olah data (2022)

Dari tabel dapat diketahui bahwa reliabilitas konstruk (*construct reliability*) semua variabel sudah menunjukkan 0,7. Adapun untuk *variance extracted* pada penelitian ini, masing-masing variabel juga sudah memiliki nilai 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini dinyatakan reliabel.

Goodness of Fit (GOF)

Menilai *goodness of fit* menjadi tujuan utama dalam SEM untuk mengetahui sampai seberapa jauh model yang dihipotesiskan “*fit*” atau cocok dengan sampel data. Hasil *goodness of fit* ditampilkan pada data berikut ini:

Tabel 6. Menilai *Goodness of Fit*

Fit Index	<i>Goodness of Fit</i>	Kriteria	<i>Cut of Value</i>	Keterangan
<i>Absolute Fit</i>	RMSEA	< 0,08	0,051	<i>Fit</i>
	CMIN/DF	< 2,00	1,614	<i>Fit</i>
<i>Incremental Fit</i>	TLI	> 0,90	0,976	<i>Fit</i>
	CFI	> 0,90	0,979	<i>Fit</i>
<i>Parsimony Fit</i>	PGFI	> 0,60	0,704	<i>Fit</i>
	PNFI	> 0,60	0,824	<i>Fit</i>

Sumber: Olah data (2022)

Hasil dari tabel 6 dapat dilihat bahwa hasil dari uji *goodness of fit* semuanya mempunyai model yang *fit*. CMIN/DF dapat dikatakan baik ketika nilai yang didapat angkanya menyentuh $\leq 2,0$ sedangkan dalam penelitian ini nilai dari CMIN/DF sebesar 1,614 sehingga, dapat dikatakan model penelitian ini *fit*. RMSEA dapat dikatakan baik apabila nilainya $\leq 0,08$ yang mana dalam penelitian ini nilai RMSEA sebesar 0,020 sehingga, menunjukkan bahwa model penelitian ini *fit*.

Nilai TLI di penelitian ini mendapatkan angka 0,976 yang mana melampau dari standarnya yakni $> 0,90$ sehingga model penelitiannya bersifat *fit*. Begitu pula dengan nilai CFI yang menyentuh angka sama, yakni 0,979 dari standar kriteria $> 0,90$ dengan hasil keterangan yang sama, yani *fit*. Untuk model PGFI dan PNFI, memiliki standar kriteria penilaian $> 0,60$ kedua model juga melampaui angka tersebut dengan hasil masing-masing yakni 0,704 dan 0,824 sehingga dikatakan model memiliki nilai *fit*.

Dari hasil yang didapatkan dari uji *goodness of fit* diatas, dikatakan bahwa penelitian ini menunjukan model penelitian yang baik karena memiliki nilai indeks *significant probability* $\geq 0,05$ dan seluruh nilai dari indikator uji *goodness of fit* telah memenuhi syarat untuk *fit*. Sehingga dapat dilanjutkan untuk uji selanjutnya, yaitu uji hipotesis.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui adanya hubungan positif atau tidak dapat dapat diketahui dengan hasil nilai diatas 1,96 ataupun dibawah 0,05 untuk hasil nilai *p*. Analisis data hipotesis dapat dilihat dari nilai *standardized regression weight* yang menunjukkan koefisien pengaruh antar variabel. Adapun dalam hasil uji hipotesis ini, dilakukan dengan menggunakan AMOS versi 22 yang mana dapat dilihat pada tabel dibawah berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

			<i>Estimate</i>	<i>S.E.</i>	<i>C.R.</i>	<i>P</i>	Hipotesis
Daya Tarik Destinasi	<---	Keramaian Fisik	-,127	,038	-3,315	***	Signifikan
Daya Tarik Destinasi	<---	Keramaian Manusia	-,150	,035	-4,329	***	Signifikan
Niat Berkunjung Ulang	<---	Daya Tarik Destinasi	,440	,107	4,096	***	Signifikan
Niat Berkunjung Ulang	<---	Keramaian Fisik	-,124	,058	-2,158	,031	Signifikan
Niat Berkunjung Ulang	<---	Keramaian Manusia	-,122	,052	-2,327	,020	Signifikan

Sumber: Olah data (2022)

Pembahasan

Hubungan Keramaian Fisik terhadap Daya Tarik Destinasi

Parameter estimasi nilai koefisien *standardized regression weight* diperoleh sebesar 0,000 dan nilai *C.R.* -3,315. Hal ini menunjukan bahwa hubungan keramaian fisik terhadap daya tarik destinasi negatif. Sehingga H1 yang berbunyi “keramaian fisik berpengaruh negatif terhadap daya tarik destinasi” terbukti. Semakin tingginya keramaian fisik yang berada di destinasi Wisata Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Yogyakarta maka ketertarikan terhadap daya tarik destinasi dinilai tidak menarik bagi para wisatawan lingkungan. Kepadatan turis memang suatu hal yang harus diperlakukan sebagai masalah yang vital (Moyle dan Croy,

2007; Jin dan Pearce, 2011; Kılıçarslan dan Caber, 2018; Sim *et al.*, 2018; Liu dan Ma, 2019; Yin *et al.*, 2019; Yin, Zheng dan Tsaur, 2019). Faktor keramaian sangat berpengaruh akan persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi. Tempat wisata yang terlalu ramai, kurang menjual untuk di promosikan kepada para wisatawan.

Hubungan Keramaian Manusia terhadap Daya Tarik Destinasi

Parameter estimasi nilai koefisien *standardized regression weight* diperoleh sebesar 0,000 dan nilai C.R. -4,329. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan keramaian manusia terhadap daya tarik destinasi negatif. Sehingga, (H2) yang berbunyi “keramaian manusia berpengaruh negatif terhadap daya tarik destinasi” terbukti. Terlihat, bahwa semakin tingginya keramaian manusia yang berada di destinasi Wisata Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Yogyakarta maka ketertarikan terhadap daya tarik destinasi dinilai tidak menarik bagi para wisatawan lingkungan. Sama seperti kerumunan fisik, kerumunan manusia juga sama berpengaruh negatif terhadap daya tarik destinasi. Dari data yang dihasilkan, menunjukkan jika ketika wisatawan merasakan *crowding*, mereka akan cenderung untuk menunjukkan sikap enggan terhadap destinasi tersebut. Dengan demikian, mereka mungkin tidak akan memilih untuk melakukan perjalanan ke destinasi ini lagi, dan kepadatan wisatawan yang tinggi akan menurunkan reputasi destinasi wisata tersebut, seperti yang telah dicatat dalam penelitian sebelumnya (Li *et al.*, 2017; Jacobsen, Iversen dan Hem, 2019).

Hubungan Keramaian Fisik terhadap Niat Berkunjung Ulang

Parameter estimasi nilai koefisien *standardized regression weight* diperoleh sebesar 0,031 dan nilai C.R. -2,158. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan Keramaian fisik terhadap niat berkunjung ulang negatif. Sehingga, (H3) yang berbunyi “keramaian fisik berpengaruh negatif terhadap niat berkunjung ulang” terbukti. Hal ini diartikan bahwa semakin tingginya keramaian manusia yang ada di Destinasi Wisata Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Yogyakarta maka niat berkunjung ulang pada destinasi. Seperti pada hasil penelitian Avila-Foucat *et al.* (2013) yang menemukan bahwa wisatawan dengan pengalaman berkerumun yang dirasakan akan lebih kecil kemungkinannya untuk berpartisipasi kembali dalam perjalanan di masa yang akan datang.

Hubungan Keramaian Manusia terhadap Niat Berkunjung Ulang

Parameter estimasi nilai koefisien *standardized regression weight* diperoleh sebesar 0,020 dan nilai C.R. -2,327. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan keramaian manusia terhadap niat berkunjung ulang negatif. Sehingga, (H4) yang berbunyi “keramaian manusia berpengaruh terhadap niat berkunjung ulang” terbukti. Hal ini diartikan bahwa semakin tingginya keramaian manusia yang ada di destinasi wisata Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Yogyakarta maka niat berkunjung ulang pada destinasi. Sama halnya seperti kerumunan fisik, hal ini mengacu pada kutipan kalimat bahwa kerumunan manusia berarti bahwa persepsi individu tentang permintaan individu akan ruang melebihi pasokan ruang yang tersedia di lapangan sehingga menyebabkan ruang gerak yang tidak nyaman (Stokols, 1972; Machleit, Kellaris dan Eroglu, 1994).

Hubungan Daya Tarik Destinasi terhadap Niat Berkunjung Ulang

Parameter estimasi nilai koefisien *standardized regression weight* diperoleh sebesar 0,000 dan nilai C.R. 4,096. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan daya tarik destinasi terhadap niat

berkunjung ulang positif. Sehingga, (H5) yang berbunyi “daya tarik destinasi berpengaruh positif terhadap niat berkunjung ulang” terbukti. Hal ini diartikan jika daya tarik destinasi yang berada di destinasi wisata Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Yogyakarta berkorelasi dengan semakin tingginya niat berkunjung ulang para wisatawan karena merasa puas akan keunikan yang ada di destinasi wisata. Hal ini juga dibenarkan oleh temuan sebelumnya tentang efek positif memprediksi adanya daya tarik destinasi berdasarkan niat perjalanan dan niat berkunjung kembali (Chien, 2017).

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan disaat masih berlangsungnya pandemi COVID-19, yang sedikit sulit untuk mendapatkan sampel orang yang baru saja mengunjungi kedua destinasi wisata tersebut di waktu yang berdekatan dengan disembarkannya penelitian ini.

Serta tidak semua responden ataupun orang diluar sana yang sering mengunjungi kedua destinasi tersebut selama 6 bulan terakhir berturut-turut. Diharapkan penelitian di masa yang akan datang dapat lebih memberikan pengkajian yang lebih baik dan objek yang lebih beragam.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Citra yang didapatkan mengutip dari hasil penelitian ini menunjukkan jika keramaian fisik dan manusia merupakan hal yang sangatlah vital. Maka dari itu, bagi pengelola destinasi wisata diharapkan agar lebih mempertimbangkan dan memperbaiki kembali terkait keramaian yang ditimbulkan di tempat wisata. Karena pada akhirnya nanti, tempat wisata yang baik dan memberikan kepuasan bagi para wisatawan akan memberikan banyak hal positif, pengalaman berkunjung yang baik, serta hal lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari keramaian fisik dan manusia di perilaku niat berkunjung ulang serta persepsi daya tarik destinasi di Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan dari hasil uji hipotesis dan pembahasan data pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh hubungan keramaian fisik dan keramaian manusia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap daya tarik destinasi. Hal ini diartikan jika keramaian yang diciptakan baik secara fisik maupun manusia mempunyai pengaruh yang tinggi bagi para wisatawan dalam menilai daya tarik yang diciptakan oleh destinasi Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Pengaruh hubungan daya tarik destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung ulang. Seperti hasil dari peneliti terdahulu, bahwasanya daya tarik destinasi Bukit Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Daerah Istimewa Yogyakarta yang kuat dan memorable bagi para wisatawan menciptakan niat berkunjung ulang di masa yang akan datang.
3. Pengaruh hubungan keramaian fisik dan keramaian manusia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat berkunjung ulang. Oleh karena itu, keramaian fisik dan keramaian manusia sangat berpengaruh untuk menentukan para wisatawan dalam meniatkan niat berkunjung ulang di destinasi wisata Paralayang Watugapit dan Pantai Parangtritis Daerah Istimewa Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Avila-Foucat, V.S. *et al.* (2013) "The impact of vessel crowding on the probability of tourists returning to whale watching in Banderas Bay, Mexico," *Ocean & Coastal Management*, 78, hal. 12–17. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2013.03.002>.
- Badan Pusat Statistik (2022) *Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul, Badan Pusat Statistik*. Tersedia pada: <https://gunungkidulkab.bps.go.id/> (Diakses: 6 Januari 2022).
- Baker, D.A. dan Crompton, J.L. (2000) "Quality, satisfaction and behavioral intentions," *Annals of Tourism Research*, 27(3), hal. 785–804. Tersedia pada: [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5).
- Booth, A. dan Cowell, J. (1976) "Crowding and health.," *Journal of Health and Social Behavior*. US: American Sociological Assn, hal. 204–220. Tersedia pada: <https://doi.org/10.2307/2136543>.
- Chien, M.C. (2017) "An empirical study on the effect of attractiveness of ecotourism destination on experiential value and revisit intention," *Applied Ecology and Environmental Research*, 15(2), hal. 43–53. Tersedia pada: https://doi.org/10.15666/aecr/1502_043053.
- Choi, S.C., Mirjafari, A. dan Weaver, H.B. (1976) "The Concept of Crowding: A Critical Review and Proposal of an Alternative Approach," *Environment and Behavior*, 8(3), hal. 345–362. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1177/136327527600800302>.
- Cracolici, M.F. dan Nijkamp, P. (2009) "The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions," *Tourism Management*, 30(3), hal. 336–344. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006>.
- Fadda, N. dan Sørensen, J.F.L. (2017) "The importance of destination attractiveness and entrepreneurial orientation in explaining firm performance in the Sardinian accommodation sector," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(6), hal. 1684–1702. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0546>.
- Formica, S. dan Uysal, M. (2006) "Destination Attractiveness Based on Supply and Demand Evaluations: An Analytical Framework," *Journal of Travel Research*, 44(4), hal. 418–430. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1177/0047287506286714>.
- Ghozali, I. (2013) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graefe, A.R., Vaske, J.J. dan Kuss, F.R. (1984) "Social carrying capacity: An integration and synthesis of twenty years of research," *Leisure Sciences*, 6(4), hal. 395–431. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/01490408409513046>.
- Gramann, J.H. dan Burdge, R.J. (1984) "Crowding perception determinants at intensively developed outdoor recreation sites," *Leisure Sciences*, 6(2), hal. 167–186. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/01490408409513029>.
- Hu, Y. dan Ritchie, J.R.B. (1993) "Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach," *Journal of Travel Research*, 32(2), hal. 25–34. Tersedia pada:

- <https://doi.org/10.1177/004728759303200204>.
- Hyun, S.S. dan Kim, M.G. (2015) "Negative Effects of Perceived Crowding on Travelers' Identification with Cruise Brand," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(3), hal. 241–259. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.892469>.
- II, B.J.P. dan Gilmore, J.H. (1998) *Welcome to the Experience Economy*, *Harvard Business Review*. Tersedia pada: <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (Diakses: 20 Oktober 2022).
- Jacobsen, J.K.S., Iversen, N.M. dan Hem, L.E. (2019) "Hotspot crowding and over-tourism: Antecedents of destination attractiveness," *Annals of Tourism Research*, 76, hal. 53–66. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.02.011>.
- Jin, Q. dan Pearce, P. (2011) "Tourist Perception of Crowding and Management Approaches at Tourism Sites in Xi'an," *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), hal. 325–338. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/10941665.2011.572667>.
- Johansson, A. *et al.* (2012) "Crowd and environmental management during mass gatherings," *The Lancet Infectious Diseases*, 12(2), hal. 150–156. Tersedia pada: [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1473-3099\(11\)70287-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1473-3099(11)70287-0).
- Kim, D., Lee, C.-K. dan Sirgy, M.J. (2016) "Examining the Differential Impact of Human Crowding Versus Spatial Crowding on Visitor Satisfaction at a Festival," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(3), hal. 293–312. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1024914>.
- Kılıçarslan, D. dan Caber, M. (2018) "The Impacts of Perceived Crowding, and Atmospherics on Visitor Satisfaction at Cultural Heritage Sites: A Comparison of Turkish and British Visitors to Topkapi Palace, Istanbul," *Journal of Tourism and Services*, 9(17), hal. 1–18. Tersedia pada: <https://doi.org/10.29036/jots.v9i17.25>.
- Kozak, M. dan Rimmington, M. (1998) "Benchmarking: destination attractiveness and small hospitality business performance," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), hal. 184–188. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1108/09596119810227767>.
- Li, L. *et al.* (2017) "Tourists' perceptions of crowding, attractiveness, and satisfaction: a second-order structural model," *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(12), hal. 1250–1260. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1391305>.
- Liu, A. dan Ma, E. (2019) "Travel during holidays in China: Crowding's impacts on tourists' positive and negative affect and satisfactions," *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, hal. 60–68. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.09.008>.
- Machleit, K.A., Kellaris, J.J. dan Eroglu, S.A. (1994) "Human versus spatial dimensions of crowding perceptions in retail environments: A note on their measurement and effect on shopper satisfaction," *Marketing Letters*, 5(2), hal. 183–194. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1007/BF00994108>.
- Mayo, E.J. dan Jarvis, L.P. (1982) "The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services," *Journal of Travel Research*, 20(3), hal. 28–29. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1177/004728758202000313>.

- Milgram, S. (1970) "The experience of living in cities: A psychological analysis," *Psychology and the problems of society*. Washington, DC, US: American Psychological Association, hal. 152–173. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1037/10042-011>.
- Moyle, B. dan Croy, G. (2007) "Crowding and Visitor Satisfaction During the Off-season: Port Campbell National Park," *Annals of Leisure Research*, 10(3–4), hal. 518–531. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/11745398.2007.9686779>.
- Neuts, B. dan Vanneste, D. (2018) "Contextual Effects on Crowding Perception: An Analysis of Antwerp and Amsterdam," *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 109(3), hal. 402–419. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/tesg.12284>.
- Parsons, K., Diana, N. dan Mahudin, M. (2018) "Development of a Crowd Stress Index (CSI) for Use In Risk Assessment," in *Contemporary Ergonomics 2004*. 1 ed. CRC Press/Taylor & Francis Group, hal. 6. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1201/9780203494172>.
- Pemerintah Kabupaten Bantul (2022) *Satu Data Bantul, Pemerintah Kabupaten Bantul*. Tersedia pada: <https://data.bantulkab.go.id/beranda/> (Diakses: 6 Januari 2022).
- Schultz, J. dan Svajda, J. (2017) "Examining crowding among winter recreationists in Rocky Mountain National Park," *Tourism Recreation Research*, 42(1), hal. 84–95. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/02508281.2016.1259029>.
- Sharp, R.L., Sharp, J.A. dan Miller, C.A. (2015) "An Island in a Sea of Development: An Examination of Place Attachment, Activity Type, and Crowding in an Urban National Park," *Visitor Studies*, 18(2), hal. 196–213. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/10645578.2015.1079101>.
- Shelby, B. dan Heberlein, T.A. (1984) "A conceptual framework for carrying capacity determination," *Leisure Sciences*, 6(4), hal. 433–451. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/01490408409513047>.
- Sim, K.W. *et al.* (2018) "An analysis on perceived crowding level reported by domestic visitors of South Korean National Parks: a multilevel ordered logit approach," *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(3), hal. 281–296. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1422527>.
- Stokols, D. (1972) "A Social-Psychological Model of Human Crowding Phenomena," *Journal of the American Institute of Planners*, 38(2), hal. 72–83. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/01944367208977409>.
- Um, S., Chon, K. dan Ro, Y. (2006) "Antecedents of revisit intention," *Annals of Tourism Research*, 33(4), hal. 1141–1158. Tersedia pada: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.003>.
- Vengesayi, S. (2003) "A Conceptual Model of Tourism Destination Competitiveness and Attractiveness," in *ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003*. Adelaide: ANZMAC, hal. 637–647. Tersedia pada: http://anzmac.org/conference_archive/2003/papers/CON20_vengesayis.pdf.
- Yin, J. *et al.* (2019) "Safety Forecasting and Early Warning of Highly Aggregated Tourist Crowds in China," *IEEE Access*, 7(August 2020), hal. 119026–119040. Tersedia pada:

<https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2936245>.

- Yin, J., Zheng, X. min dan Tsaur, R.C. (2019) "Occurrence mechanism and coping paths of accidents of highly aggregated tourist crowds based on system dynamics," *PLoS ONE*, 14(9), hal. 1–16. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0222389>.
- Zhan, B. *et al.* (2008) "Crowd analysis: a survey," *Machine Vision and Applications*, 19(5), hal. 345–357. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1007/s00138-008-0132-4>.