

# Gita Br Tamba Proyek Akhir 2025.docx

 Yayasan Vitka

---

## Document Details

### Submission ID

trn:oid::7704:120760543

### Submission Date

Nov 10, 2025, 7:29 PM GMT+7

### Download Date

Nov 10, 2025, 7:41 PM GMT+7

### File Name

Gita Br Tamba Proyek Akhir 2025.docx

### File Size

2.9 MB

96 Pages

15,271 Words

101,223 Characters

# 29% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Abstract
- Methods and Materials

## Top Sources

- 20%  Internet sources
- 12%  Publications
- 26%  Submitted works (Student Papers)

## Integrity Flags

### 0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

## Top Sources

20%  Internet sources  
12%  Publications  
26%  Submitted works (Student Papers)

## Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

|    |                 |                                            |     |
|----|-----------------|--------------------------------------------|-----|
| 1  | Submitted works | vitka on 2024-12-06                        | <1% |
| 2  | Internet        | repository.metrouniv.ac.id                 | <1% |
| 3  | Submitted works | The University of Manchester on 2025-08-22 | <1% |
| 4  | Internet        | journal.isi-padangpanjang.ac.id            | <1% |
| 5  | Internet        | etd.ummy.ac.id                             | <1% |
| 6  | Submitted works | vitka on 2025-01-09                        | <1% |
| 7  | Internet        | repository.radenfatah.ac.id                | <1% |
| 8  | Submitted works | vitka on 2025-01-13                        | <1% |
| 9  | Internet        | 123dok.com                                 | <1% |
| 10 | Submitted works | vitka on 2022-12-20                        | <1% |
| 11 | Internet        | www.scribd.com                             | <1% |

|    |                 |                                                         |     |
|----|-----------------|---------------------------------------------------------|-----|
| 12 | Submitted works | Universitas Indonesia on 2025-05-26                     | <1% |
| 13 | Submitted works | Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN) on 2025-10-03 | <1% |
| 14 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-15   | <1% |
| 15 | Submitted works | vitka on 2022-10-12                                     | <1% |
| 16 | Internet        | dspace.uphsurabaya.ac.id:8080                           | <1% |
| 17 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-08-27   | <1% |
| 18 | Submitted works | Universitas Nasional on 2022-02-10                      | <1% |
| 19 | Internet        | lib.ibs.ac.id                                           | <1% |
| 20 | Internet        | repository.uinsu.ac.id                                  | <1% |
| 21 | Internet        | text-id.123dok.com                                      | <1% |
| 22 | Submitted works | Universitas Pertamina on 2025-07-21                     | <1% |
| 23 | Internet        | core.ac.uk                                              | <1% |
| 24 | Submitted works | Binus University International on 2025-02-27            | <1% |
| 25 | Submitted works | LPPM on 2025-07-24                                      | <1% |

|    |                 |                                                                                  |     |
|----|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 26 | Submitted works | vitka on 2023-01-07                                                              | <1% |
| 27 | Internet        | jurnal.wym.ac.id                                                                 | <1% |
| 28 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-25                            | <1% |
| 29 | Internet        | repository.uinjkt.ac.id                                                          | <1% |
| 30 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-04-30                            | <1% |
| 31 | Submitted works | Yayasan Vitka on 2022-11-29                                                      | <1% |
| 32 | Internet        | bajangjournal.com                                                                | <1% |
| 33 | Internet        | repo.undiksha.ac.id                                                              | <1% |
| 34 | Submitted works | vitka on 2022-12-30                                                              | <1% |
| 35 | Internet        | repository.unismabekasi.ac.id                                                    | <1% |
| 36 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-23                            | <1% |
| 37 | Publication     | Tasyayu Kharisma Hutami, Nursiam. "Pengaruh Debt to Equity Ratio, Total Asset... | <1% |
| 38 | Internet        | repository.btp.ac.id                                                             | <1% |
| 39 | Internet        | repository.upbatam.ac.id                                                         | <1% |

|    |                 |                                                 |     |
|----|-----------------|-------------------------------------------------|-----|
| 40 | Internet        | repository.usni.ac.id                           | <1% |
| 41 | Submitted works | Universitas Pendidikan Indonesia on 2025-08-04  | <1% |
| 42 | Submitted works | vitka on 2023-11-21                             | <1% |
| 43 | Submitted works | Politeknik Pariwisata NHI Bandung on 2025-11-05 | <1% |
| 44 | Internet        | ojs.yplppgriksb.or.id                           | <1% |
| 45 | Internet        | repository.uinjambi.ac.id                       | <1% |
| 46 | Internet        | travel.kompas.com                               | <1% |
| 47 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2018-11-30          | <1% |
| 48 | Internet        | repository.ar-raniry.ac.id                      | <1% |
| 49 | Submitted works | LPPM on 2025-07-24                              | <1% |
| 50 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-03-13            | <1% |
| 51 | Submitted works | Universitas Negeri Jakarta on 2021-08-19        | <1% |
| 52 | Submitted works | Universitas Negeri Padang on 2025-06-05         | <1% |
| 53 | Internet        | jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id                   | <1% |

|    |                 |                                                                                    |     |
|----|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 54 | Internet        | repository.stikes-bhm.ac.id                                                        | <1% |
| 55 | Internet        | repository.unpar.ac.id                                                             | <1% |
| 56 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-06-30                               | <1% |
| 57 | Submitted works | Universitas Indonesia on 2025-05-30                                                | <1% |
| 58 | Internet        | eprints.undip.ac.id                                                                | <1% |
| 59 | Internet        | journal.stiestekom.ac.id                                                           | <1% |
| 60 | Publication     | I Ketut Wibawa, Ni Made Purnama Yanti, Brigita Tifani. "MOTIVASI WISATAWAN ...     | <1% |
| 61 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-26                              | <1% |
| 62 | Internet        | www.researchgate.net                                                               | <1% |
| 63 | Submitted works | Glasgow Caledonian University on 2023-04-12                                        | <1% |
| 64 | Publication     | Rista Putriana, Suprihati, Hadi Samanto. "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Pe...   | <1% |
| 65 | Submitted works | Udayana University on 2016-04-09                                                   | <1% |
| 66 | Publication     | Nana Darna, Andini Grace Tinia, Hendri Komarudin. "Pengaruh Price Discount da...   | <1% |
| 67 | Publication     | Risa Rosita, Heri Susanto, Agus Pranamulia. "Pengaruh Promosi Media Sosial TikT... | <1% |

|    |                 |                                                       |     |
|----|-----------------|-------------------------------------------------------|-----|
| 68 | Submitted works | Universitas Bangka Belitung on 2021-07-16             | <1% |
| 69 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-03-05                  | <1% |
| 70 | Internet        | repository.unmuha.ac.id:8080                          | <1% |
| 71 | Internet        | www.coursehero.com                                    | <1% |
| 72 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-26 | <1% |
| 73 | Submitted works | Universitas Muria Kudus on 2024-11-13                 | <1% |
| 74 | Internet        | id.123dok.com                                         | <1% |
| 75 | Internet        | jurnal.uinsu.ac.id                                    | <1% |
| 76 | Submitted works | vitka on 2024-07-08                                   | <1% |
| 77 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-11-22  | <1% |
| 78 | Submitted works | Udayana University on 2021-11-02                      | <1% |
| 79 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2025-06-10                  | <1% |
| 80 | Internet        | eprints.walisongo.ac.id                               | <1% |
| 81 | Internet        | lontar.ui.ac.id                                       | <1% |

|    |                 |                                                                                     |     |
|----|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 82 | Internet        | repository.its.ac.id                                                                | <1% |
| 83 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-02                               | <1% |
| 84 | Submitted works | Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta on 2025-07-21                       | <1% |
| 85 | Submitted works | Universitas Islam Indonesia on 2025-08-25                                           | <1% |
| 86 | Submitted works | Universitas Islam Riau on 2025-10-10                                                | <1% |
| 87 | Submitted works | Universitas Negeri Yogyakarta on 2025-09-11                                         | <1% |
| 88 | Internet        | perpustakaan.akuntansipoliban.ac.id                                                 | <1% |
| 89 | Internet        | repository.stei.ac.id                                                               | <1% |
| 90 | Submitted works | stipram on 2023-05-19                                                               | <1% |
| 91 | Publication     | Christopher A. Craig. "Glamping: A review", Journal of Outdoor Recreation and To... | <1% |
| 92 | Submitted works | Universitas Negeri Jakarta on 2025-07-31                                            | <1% |
| 93 | Submitted works | Universitas PGRI Palembang on 2022-07-19                                            | <1% |
| 94 | Internet        | eprintslib.ummgl.ac.id                                                              | <1% |
| 95 | Internet        | jurnal.polines.ac.id                                                                | <1% |

|     |                 |                                                                                     |     |
|-----|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 96  | Internet        | repository.tsm.ac.id                                                                | <1% |
| 97  | Publication     | Edgar Eleazar Makahinda, Robert Lambey, Sintje Rondonuwu. "Pengaruh literasi ...    | <1% |
| 98  | Publication     | Intania Dharma Hartarti, Intan Amelia Septiyani, Daniel Armando Gultom, Yayan ...   | <1% |
| 99  | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-19                               | <1% |
| 100 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-26                               | <1% |
| 101 | Publication     | Mar'atul Fahimah, Nailly Salsabila. "Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas Terhada... | <1% |
| 102 | Submitted works | STIE Perbanas Surabaya on 2017-02-11                                                | <1% |
| 103 | Submitted works | Udayana University on 2022-06-29                                                    | <1% |
| 104 | Submitted works | Universitas Bhayangkara Jakarta Raya on 2025-01-29                                  | <1% |
| 105 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2023-04-05                                                | <1% |
| 106 | Internet        | e-jurnal.pnl.ac.id                                                                  | <1% |
| 107 | Internet        | ekonobis.unram.ac.id                                                                | <1% |
| 108 | Internet        | eprints.uny.ac.id                                                                   | <1% |
| 109 | Internet        | repo.itsm.ac.id                                                                     | <1% |

|     |                 |                                                                                      |     |
|-----|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 110 | Internet        | repofeb.undip.ac.id                                                                  | <1% |
| 111 | Internet        | repository.ub.ac.id                                                                  | <1% |
| 112 | Publication     | "Digitalisierung und Innovation im Sport und in der Sportwissenschaft", Springer ... | <1% |
| 113 | Publication     | Armain Naim. "Analisis karakteristik transformasi industri penangkapan dalam k...    | <1% |
| 114 | Submitted works | Fakultas Kedokteran on 2025-07-19                                                    | <1% |
| 115 | Submitted works | IAIN Palopo on 2025-10-26                                                            | <1% |
| 116 | Submitted works | Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia on 2025-01-10                               | <1% |
| 117 | Publication     | Syifa Salsabilla, Crescentiano Agung Wicaksono. "The Influence of Financial Liter... | <1% |
| 118 | Submitted works | Trisakti University on 2023-08-04                                                    | <1% |
| 119 | Submitted works | Yayasan Vitka on 2022-11-22                                                          | <1% |
| 120 | Internet        | adoc.pub                                                                             | <1% |
| 121 | Internet        | desanomia.id                                                                         | <1% |
| 122 | Internet        | eprints.perbanas.ac.id                                                               | <1% |
| 123 | Internet        | eprints.universitasputrabangsa.ac.id                                                 | <1% |

|     |                 |                                                                                     |     |
|-----|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 124 | Internet        | plj.ac.id                                                                           | <1% |
| 125 | Internet        | repository.uhn.ac.id                                                                | <1% |
| 126 | Internet        | www.rihoen.com                                                                      | <1% |
| 127 | Internet        | www.suaramerdeka.com                                                                | <1% |
| 128 | Internet        | www.tripexpert.com                                                                  | <1% |
| 129 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-07-06                                | <1% |
| 130 | Publication     | Hikmah Anda, Abubakar Arief. "Pengaruh Dividen, Kualitas Audit, Leverage dan P...   | <1% |
| 131 | Submitted works | Institut Agama Islam Negeri Curup on 2025-07-23                                     | <1% |
| 132 | Submitted works | LPPM on 2025-09-10                                                                  | <1% |
| 133 | Publication     | Mariana Mariana, Sumeidi Kadarisman, Rulia Rulia, Ayu Laili Rahmiyati, Kosasih K... | <1% |
| 134 | Submitted works | Universitas Jenderal Soedirman on 2025-06-01                                        | <1% |
| 135 | Submitted works | Universitas Negeri Jakarta on 2025-07-16                                            | <1% |
| 136 | Submitted works | Universitas Negeri Yogyakarta on 2025-07-24                                         | <1% |
| 137 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2019-11-07                                              | <1% |

|     |                 |                                                                        |     |
|-----|-----------------|------------------------------------------------------------------------|-----|
| 138 | Submitted works | Universitas Terbuka on 2025-07-23                                      | <1% |
| 139 | Internet        | eprints.polsri.ac.id                                                   | <1% |
| 140 | Internet        | erepo.unud.ac.id                                                       | <1% |
| 141 | Internet        | jurnal.unidha.ac.id                                                    | <1% |
| 142 | Internet        | library.polmed.ac.id                                                   | <1% |
| 143 | Internet        | repository.poltekpar-nhi.ac.id                                         | <1% |
| 144 | Internet        | repository.unja.ac.id                                                  | <1% |
| 145 | Internet        | www.harapanrakyat.com                                                  | <1% |
| 146 | Internet        | www.onu-haiti.org                                                      | <1% |
| 147 | Submitted works | Binus University International on 2024-11-13                           | <1% |
| 148 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-03-24                   | <1% |
| 149 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-03-25                   | <1% |
| 150 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-06-16                   | <1% |
| 151 | Submitted works | Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-07-19 | <1% |

|     |                 |                                                       |     |
|-----|-----------------|-------------------------------------------------------|-----|
| 152 | Submitted works | IAIN Purwokerto on 2025-06-05                         | <1% |
| 153 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-19 | <1% |
| 154 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-20 | <1% |
| 155 | Submitted works | National University of Ireland, Galway on 2024-08-30  | <1% |
| 156 | Submitted works | Perguruan Tinggi Pelita Bangsa on 2025-06-12          | <1% |
| 157 | Submitted works | Tarumanagara University on 2023-12-14                 | <1% |
| 158 | Submitted works | UIN Sunan Gunung Djati Bandung on 2025-09-16          | <1% |
| 159 | Submitted works | Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya on 2025-04-23 | <1% |
| 160 | Submitted works | Universitas Negeri Malang on 2025-08-02               | <1% |
| 161 | Submitted works | Universitas Negeri Padang on 2025-10-30               | <1% |
| 162 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2018-11-28                | <1% |
| 163 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2020-12-03                | <1% |
| 164 | Submitted works | Universitas Sebelas Maret on 2023-05-02               | <1% |
| 165 | Internet        | aimos.ugm.ac.id                                       | <1% |

|     |                 |                                                                                 |     |
|-----|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 166 | Internet        | bw-waterfordlodge.co.uk                                                         | <1% |
| 167 | Internet        | eprints.upnyk.ac.id                                                             | <1% |
| 168 | Internet        | jicnusantara.com                                                                | <1% |
| 169 | Internet        | jurnal.ensiklopediaku.org                                                       | <1% |
| 170 | Internet        | jurnal.ucy.ac.id                                                                | <1% |
| 171 | Internet        | lib.unnes.ac.id                                                                 | <1% |
| 172 | Internet        | ojs.unm.ac.id                                                                   | <1% |
| 173 | Internet        | repository.iainpalopo.ac.id                                                     | <1% |
| 174 | Internet        | repository.stie-mce.ac.id                                                       | <1% |
| 175 | Internet        | repository.uin-suska.ac.id                                                      | <1% |
| 176 | Internet        | repository.univ-tridinanti.ac.id                                                | <1% |
| 177 | Publication     | Anita Damajanti, Chika Amanda. "Prediksi Minat Karir Mahasiswa Akuntansi unt... | <1% |
| 178 | Submitted works | Business and Economics on 2025-08-14                                            | <1% |
| 179 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2025-10-05                            | <1% |

|     |                 |                                                                                 |     |
|-----|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 180 | Submitted works | Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada on 2023-11-23               | <1% |
| 181 | Submitted works | Forum Komunikasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen Indonesia (FKPPTKI) o... | <1% |
| 182 | Submitted works | LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II on 2025-02-18                           | <1% |
| 183 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-11                           | <1% |
| 184 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-26                           | <1% |
| 185 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-07-08                           | <1% |
| 186 | Submitted works | Nha Trang University on 2023-06-25                                              | <1% |
| 187 | Submitted works | Perbanas Institute on 2025-10-09                                                | <1% |
| 188 | Submitted works | STIE Ekuitas on 2024-03-08                                                      | <1% |
| 189 | Submitted works | Trisakti University on 2017-08-07                                               | <1% |
| 190 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-01-30                                            | <1% |
| 191 | Submitted works | Universitas Islam Indonesia on 2025-08-29                                       | <1% |
| 192 | Submitted works | Universitas Islam Riau on 2025-07-24                                            | <1% |
| 193 | Submitted works | Universitas Muhammadiyah Buton on 2025-11-09                                    | <1% |

|     |                 |                                                                                     |     |
|-----|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 194 | Submitted works | Universitas Mulawarman on 2021-01-26                                                | <1% |
| 195 | Submitted works | Universitas Negeri Jakarta on 2020-07-13                                            | <1% |
| 196 | Submitted works | Universitas Negeri Padang on 2025-07-16                                             | <1% |
| 197 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2018-11-27                                              | <1% |
| 198 | Submitted works | Universitas Tidar on 2021-07-21                                                     | <1% |
| 199 | Publication     | Zaskia Aulia Zahra, Sarah Hazizah, Nazwa Azlia Azzahra, Tiara Apriyana, Eko Purw... | <1% |
| 200 | Submitted works | andalas on 2025-01-10                                                               | <1% |
| 201 | Internet        | asirajm.blogspot.com                                                                | <1% |
| 202 | Internet        | docplayer.info                                                                      | <1% |
| 203 | Internet        | eprints3.upgris.ac.id                                                               | <1% |
| 204 | Internet        | erepository.uwks.ac.id                                                              | <1% |
| 205 | Internet        | etheses.uin-malang.ac.id                                                            | <1% |
| 206 | Submitted works | iGroup on 2012-12-30                                                                | <1% |
| 207 | Submitted works | iGroup on 2014-04-26                                                                | <1% |

|     |                 |                                                               |     |
|-----|-----------------|---------------------------------------------------------------|-----|
| 208 | Internet        | jmpa.stitmaltazam.ac.id                                       | <1% |
| 209 | Internet        | journal.formosapublisher.org                                  | <1% |
| 210 | Internet        | journal.prasetiyamulya.ac.id                                  | <1% |
| 211 | Internet        | lib.ui.ac.id                                                  | <1% |
| 212 | Internet        | repository.lib.pcr.ac.id                                      | <1% |
| 213 | Internet        | repository.uhamka.ac.id                                       | <1% |
| 214 | Internet        | repository.upnvj.ac.id                                        | <1% |
| 215 | Submitted works | stie-pembangunan on 2023-11-09                                | <1% |
| 216 | Submitted works | vitka on 2022-05-20                                           | <1% |
| 217 | Internet        | zh.scribd.com                                                 | <1% |
| 218 | Submitted works | Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan on 2024-06-14     | <1% |
| 219 | Submitted works | LPPM on 2025-07-29                                            | <1% |
| 220 | Submitted works | STIE Perbanas Surabaya on 2025-01-16                          | <1% |
| 221 | Submitted works | Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta on 2025-07-17 | <1% |

|     |                 |                                                                                |     |
|-----|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 222 | Submitted works | UPN Veteran Yogyakarta on 2021-08-27                                           | <1% |
| 223 | Submitted works | UPN Veteran Yogyakarta on 2025-10-30                                           | <1% |
| 224 | Submitted works | Udayana University on 2015-05-29                                               | <1% |
| 225 | Submitted works | Universitas Hayam Wuruk Perbanas on 2025-10-31                                 | <1% |
| 226 | Submitted works | Universitas Indonesia on 2025-05-29                                            | <1% |
| 227 | Submitted works | Universitas Merdeka Malang on 2021-08-05                                       | <1% |
| 228 | Submitted works | Universitas Muhammadiyah Buton on 2025-11-07                                   | <1% |
| 229 | Submitted works | Universitas Negeri Jakarta on 2025-09-16                                       | <1% |
| 230 | Submitted works | Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2025-10-07     | <1% |
| 231 | Submitted works | Universitas Pendidikan Indonesia on 2025-07-29                                 | <1% |
| 232 | Publication     | Adi Prasetyo, Surya Darmawan. "Pengaruh Corporate Culture, Motivasi Karyawa... | <1% |
| 233 | Publication     | Amtatu Syarifah, Agustina Hanafi, Parama Santati. "Pengaruh Gaya Kepemimpin... | <1% |
| 234 | Submitted works | Business and Economics on 2025-08-15                                           | <1% |
| 235 | Submitted works | Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-10-15                           | <1% |

|     |                 |                                                       |     |
|-----|-----------------|-------------------------------------------------------|-----|
| 236 | Submitted works | IAIN Bengkulu on 2025-06-24                           | <1% |
| 237 | Submitted works | LSPR Communication & Business Institute on 2025-05-23 | <1% |
| 238 | Submitted works | Padjadjaran University on 2025-06-03                  | <1% |
| 239 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2017-02-16                  | <1% |
| 240 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2024-05-24                  | <1% |
| 241 | Submitted works | Universitas Diponegoro on 2025-06-02                  | <1% |
| 242 | Submitted works | Universitas Jenderal Soedirman on 2020-06-03          | <1% |
| 243 | Submitted works | Universitas Negeri Jakarta on 2025-07-30              | <1% |
| 244 | Submitted works | Universitas Negeri Jakarta on 2025-08-08              | <1% |
| 245 | Submitted works | Universitas Pamulang on 2023-07-07                    | <1% |
| 246 | Submitted works | Universitas Pendidikan Indonesia on 2025-08-19        | <1% |
| 247 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2018-11-28                | <1% |
| 248 | Submitted works | Universitas Putera Batam on 2021-03-15                | <1% |

**PENGARUH TREN GLAMPING TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE PANTAI VIOVIO BATAM**

**PROYEK AKHIR**

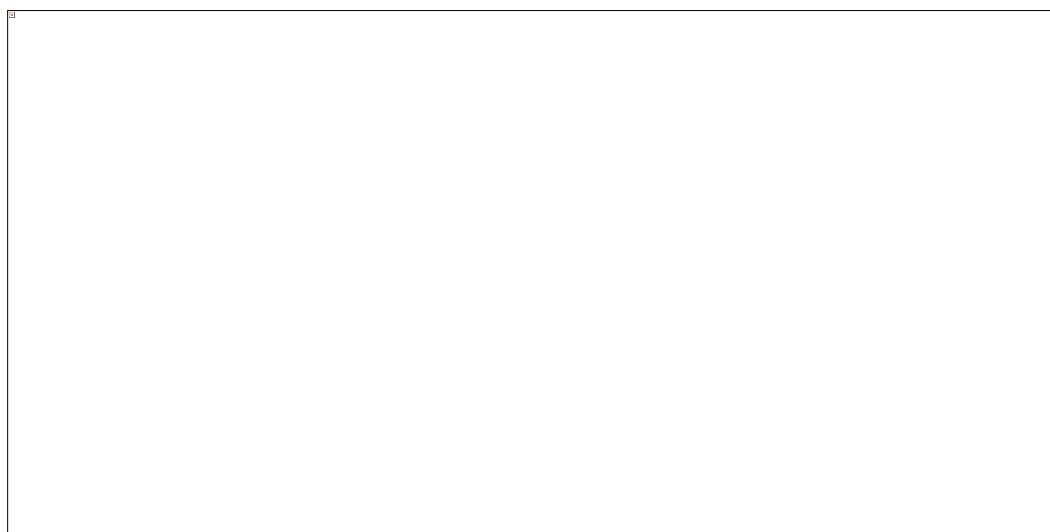


**OLEH**

**GITA AGUSTINA BR TAMBA**

**NIM. 2022010044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DEVISI KAMAR  
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM  
2025**



# **PENGARUH TREN GLAMPING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PANTAI VIOVIO BATAM**

## **PROYEK AKHIR**

Diajukan kepada  
Politeknik Pariwisata Batam  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam menyelesaikan program Diploma IV  
Manajemen Devisi Kamar

## **OLEH**

**GITA AGUSTINA BR TAMBA**

**NIM. 2022010044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DEVISI KAMAR  
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

**2025**

## Lembar Persetujuan Pembimbing

15 Proposal proyek akhir oleh Gita Agustina Br Tamba ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan pada tanggal 10 November 2025

Batam, 3 November 2025

1 

Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar  
NIDN. 1010046901

**Lembar Persetujuan dan Pengesahan**

8 Sidang hasil proyek akhir oleh Gita Agustina Br Tamba ini telah dipertahankan di  
depan dewan penguji pada tanggal 10 November 2025

Dewan Penguji

Yudha Wardhana, S.Par., MM.Par  
NIDN. 0412048604

Ketua

76 Dr. Ir. Arina Luthfini Lubis, ST., MBA., IPM  
NIDN. 1027098401

Anggota

1 Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar  
NIDN. 1010046901

Anggota

Mengesahkan,

Mengetahui,

Direktur

Ketua Program Studi

Siska Amelia Maldin., M.Pd.  
NIDN: 1002089002

Andri Wibowo, SE., M.Par  
NIDN: 1001118502

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gita Agustina Br Tamba

NIM : 2022010044

Program Studi : Manajemen Devisi Kamar

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proyek akhir ini saya tulis adalah benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa proyek akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batam, 4 November 2025

Yang membuat pernyataan

Gita Agustina Br Tamba

## ABSTRAK

Br Tamba Gita Agustina, 2025. Pengaruh Tren Glamping Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Pantai Viovio Batam. Proyek Akhir Program Studi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam. Pembimbing: Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tren glamping terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Viovio Batam. Seiring berkembangnya pariwisata berbasis pengalaman, glamping hadir sebagai inovasi yang menggabungkan kenyamanan dan petualangan alam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 103 responden yang pernah atau berencana mengunjungi Pantai Viovio. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh tren glamping (X) terhadap keputusan berkunjung (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren glamping berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan uji t diperoleh nilai t hitung 13,872 lebih besar dari t tabel 1,984 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,662 menunjukkan bahwa 66,2% variasi keputusan berkunjung dipengaruhi oleh tren glamping, sedangkan 33,8% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa fasilitas glamping di Pantai Viovio mampu meningkatkan daya tarik destinasi dan membentuk pengalaman positif yang mendorong wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola wisata dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis inovasi pariwisata alam yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Glamping, keputusan berkunjung, pariwisata, Pantai Viovio, Batam

## ABSTRACT

**Br Tamba Gita Agustina, 2025. *The Influence of the Glamping Trend on the Decision to Visit Viovio Beach, Batam. Final Project for the Management Room Division Study Program, Batam Tourism Polytechnic. Supervisor: Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar.***

*This study aims to analyze the influence of the glamping trend on tourists' visiting decisions to Viovio Beach, Batam. As experience-based tourism develops, glamping emerges as an innovation that combines comfort and natural adventure. This study used a quantitative approach by distributing questionnaires to 103 respondents who had or planned to visit Viovio Beach. Data analysis was conducted using simple linear regression to test the influence of the glamping trend (X) on visiting decisions (Y). The results showed that the glamping trend had a positive and significant effect on tourists' visiting decisions. Based on the t-test, the calculated t-value of 13.872 was greater than the t-table of 1.984 with a significance of  $0.000 < 0.05$ , which means there is a significant influence between the two variables. The coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.662 indicates that 66.2% of the variation in visiting decisions is influenced by the glamping trend, while the remaining 33.8% is influenced by other factors outside the study. These findings confirm that glamping facilities at Viovio Beach can increase the attractiveness of the destination and create a positive experience that encourages tourists to visit. This research is expected to be a reference for tourism managers in developing marketing strategies based on sustainable nature tourism innovations.*

**Keywords:** *Glamping, decision to visit, tourism, Viovio Beach, Batam*

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada YESUS KRISTUS yang senantiasa melimpahkan cinta kasih-Nya dan memberikan damai sejahtera serta kemudahan dalam kehidupan ini, Amen

Proyek akhir ini merupakan persembahan kecil tanda cinta dan terima kasih yang saya berikan untuk orang-orang yang telah membuat hidup saya berharga dan bermakna.

Saya persembahkan kepada:

Kedua Orang Tua yang sangat saya sayang dan banggakan, Bapak Tumbur Mangasih Tamba dan Mamak Pinondang Br Pangaribuan yang selalu tulus mendoakan, memberikan nasehat dan semangat terbaik tiada henti-hentinya. Bapak dan Mamak yang selalu membukakan tangan dan bahunya serta banyak memberikan moral maupun material. Saya ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas pengorbanan serta kasih sayang, berkat dan doa untuk saya menjadi semangat untuk melakukan yang terbaik.

Saudara yang sangat saya sayang dan banggakan kakak Rosa yang menemani dan menjaga saya dikota ini, Yudhi, Angel dan adik-adikku Yudha dan Steven yang telah memberikan banyak sekali dukungan serta semangat terbaik kepada saya.

Pemerintah Kabupaten Siak, yang telah memberikan kesempatan untuk mendapatkan beasiswa kuliah di Politeknik Pariwisata Batam selama empat tahun dan biaya hidup selama di Batam, kami berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk Kabupaten Siak setelah kami sukses nanti

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar selaku dosen pembimbing, yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan proyek akhir ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan dukungan Ibu yang sangat berarti bagi saya.

Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Apri, Gerry, Chintia, dan semua rekan di Program Studi Manajemen Devisi Kamar atas kebersamaan, semangat, dan dukungan selama menempuh perjalanan akademik ini.

Saya juga menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada pihak Gereja GPdI Filadelfia, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan rohani, serta menjadi tempat saya bertumbuh secara iman selama masa perkuliahan.

Akhir kata, saya menyadari bahwa proyek akhir ini masih jauh dari sempurna. Namun dengan segala kerendahan hati, saya berharap karya ini dapat memberi manfaat dan menjadi berkat bagi banyak pihak.

## MOTTO

“Matius 6:33, Roma 12:12”

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Tren Glamping Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Pantai Viovio Batam”. Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Devisi Kamar di Politeknik Pariwisata Batam.

Penulis menyadari bahwa selesainya proyek akhir ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang terus memberikan semangat dan bimbingan serta saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ibu Siska Amelia Maldin., M.Pd., selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam
2. Bapak Andri Wibowo, SE., M.Par, selaku Ketua Program Studi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran.
3. Ibu Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar selaku Dosen Pembimbing Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.
4. Bapak Yudha Wardhana, S.Par., MM.Par sebagai penguji satu yang telah memberikan dukungan dalam isi proyek akhir pada saat pengujian.
5. Ibu Dr. Ir. Arina Luthfini Lubis, ST., MBA., IPM sebagai penguji dua yang telah memberikan dukungan dalam proses penulisan proyek akhir pada saat pengujian.
6. Bapak Lai, selaku pengelola objek wisata Pantai Viovio yang telah memberikan izin tempat penelitian beserta jajarannya serta masyarakat setempat.

Dalam penulisan proyek akhir ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis akan menerima masukan, kritik dan saran. Akhir kata penulis berharap proyek akhir ini dapat bermanfaat bagi semua.

Batam, 4 November 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                |                                      |
|------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                    | <b>i</b>                             |
| <b>LEMBAR LOGO</b> .....                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b>  |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                     | <b>iii</b>                           |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....     | <b>iv</b>                            |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN</b> ..... | <b>v</b>                             |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....       | <b>vi</b>                            |
| <b>ABSTRAK</b> .....                           | <b>vii</b>                           |
| <b>ABSTRACT</b> .....                          | <b>viii</b>                          |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....               | <b>ixx</b>                           |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                    | <b>x</b>                             |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                        | <b>Error! Bookmark not defined.i</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                      | <b>xivv</b>                          |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                     | <b>xv</b>                            |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                   | <b>xvii</b>                          |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                 | <b>1</b>                             |
| 1.1 Latar Belakang .....                       | <b>1</b>                             |
| 1.2 Batasan Masalah.....                       | <b>6</b>                             |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                      | <b>6</b>                             |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                    | <b>7</b>                             |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                   | <b>7</b>                             |
| 1.5.1 Manfaat Praktis .....                    | <b>7</b>                             |
| 1.5.2 Manfaat Teoritis .....                   | <b>8</b>                             |
| 1.6 Definisi Istilah.....                      | <b>9</b>                             |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....             | <b>110</b>                           |
| 2.1 Teori Tren Glamping.....                   | <b>110</b>                           |
| 2.1.1 Indikator Tren Glamping .....            | <b>143</b>                           |

|                |                                         |            |
|----------------|-----------------------------------------|------------|
| 2.1.2          | Tren dari Glamping .....                | 154        |
| 2.2            | Teori Keputusan Berkunjung .....        | 176        |
| 2.2.1          | Indikator keputusan Berkunjung .....    | 187        |
| 2.2.2          | Keputusan Berkunjung .....              | 198        |
| 2.3            | Kajian Empiris .....                    | 200        |
| 2.4            | Kerangka Berfikir .....                 | 233        |
| 2.5            | Hipotesis .....                         | 244        |
| <b>BAB III</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>      | <b>265</b> |
| 3.1            | Desain Penelitian .....                 | 265        |
| 3.2            | Populasi dan Sampel .....               | 265        |
| 3.2.1          | Populasi .....                          | 265        |
| 3.2.2          | Sampel .....                            | 276        |
| 3.3            | Operasional Variabel .....              | 298        |
| 3.4            | Metode Pengumpulan Data .....           | 345        |
| 3.4.1          | Survei .....                            | 346        |
| 3.4.2          | Instrumen Pengumpulan Data .....        | 346        |
| 3.4.3          | Prosedur Pengumpulan Data .....         | 356        |
| 3.5            | Teknik Analisis Data .....              | 357        |
| 3.5.1          | Analisis Statistik Deskriptif .....     | 367        |
| 3.5.2          | Uji Kualitas Data .....                 | 367        |
| 3.5.3          | Uji Asumsi Klasik .....                 | 367        |
| 3.5.4          | Analisis Regresi Linier Sederhana ..... | 378        |
| 3.5.5          | Uji Hipotesis .....                     | 378        |
| 3.6            | Lokasi dan Waktu Penelitian .....       | 39         |
| 3.6.1          | Lokasi .....                            | 39         |
| 3.6.2          | Waktu Penelitian .....                  | 39         |
| <b>BAB IV</b>  | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>       | <b>401</b> |
| 4.1            | Hasil .....                             | 401        |
| 4.1.1          | Gambaran Umum Objek Penelitian .....    | 401        |
| 4.1.2          | Fasilitas Glamping Pantai Viovio .....  | 412        |
| 4.1.3          | Karakteristik Responden .....           | 434        |

|    |                            |            |
|----|----------------------------|------------|
| 33 | 4.1.4 Analisis data.....   | 457        |
|    | 4.2 Pembahasan.....        | 535        |
| 22 | <b>BAB V PENUTUP.....</b>  | <b>590</b> |
|    | 5.1 Kesimpulan.....        | 590        |
|    | 5.2 Saran.....             | 601        |
|    | 5.2.1 Saran Praktis.....   | 601        |
|    | 5.2.2 Saran Teoritis.....  | 612        |
|    | <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>654</b> |
|    | <b>LAMPIRAN.....</b>       | <b>710</b> |

**DAFTAR TABEL**

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Pantai Vio-Vio Tahun 2022-2025 .....                               | 3  |
| Tabel 2.1 Teori Utama dalam Tren Glamping .....                                               | 11 |
| Tabel 2.2 Indikator Tren Glamping Berdasarkan Studi .....                                     | 13 |
| Tabel 2.3 Ragam Tipe dan Inovasi Glamping .....                                               | 15 |
| Tabel 2.4 Indikator Teori Keputusan Berkunjung dalam Konteks Teori Perilaku<br>Terencana..... | 17 |
| Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu .....                                                          | 20 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel X.....                                                         | 29 |
| Tabel 3.2 Operasional Variabel Y .....                                                        | 31 |
| Tabel 3.3 <i>Gantt Chart</i> Penelitian.....                                                  | 40 |
| Tabel 4.1 Butir Pertanyaan.....                                                               | 47 |
| Tabel 4.2 Reliability.....                                                                    | 50 |

**DAFTAR GAMBAR**

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Peta Pantai Vio Vio Batam.....                        | 5  |
| Gambar 2.1 Pantai Viovio Batam ....                               | 15 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....                               | 23 |
| Gambar 4.1 <i>Deluxe sea view</i> .....                           | 43 |
| Gambar 4. 2 <i>Deluxe Family Sea View</i> .....                   | 43 |
| Gambar 4. 3 <i>Garden Cabana</i> .....                            | 43 |
| Gambar 4. 4 <i>Water Dome</i> .....                               | 39 |
| Gambar 4. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 44 |
| Gambar 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....                | 45 |
| Gambar 4. 7 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 46 |
| Gambar 4. 8 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....           | 46 |
| Gambar 4. 9 uji Kolmogorov Smirnov.....                           | 51 |
| Gambar 4.10 Homoskedastisitas.....                                | 52 |
| Gambar 4.11 Analisis Regresi Linier Sederhana.....                | 52 |
| Gambar 4. 12 Koefisien $R^2$ .....                                | 54 |
| Gambar 4. 13 Uji t.....                                           | 54 |

**DAFTAR LAMPIRAN**

|            |                                                          |    |
|------------|----------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 | Formulir Persetujuan Partisipasi.....                    | 70 |
| Lampiran 2 | Protokol dan Panduan Pengisian Kuesioner.....            | 71 |
| Lampiran 3 | Tabel Instrumentasi Kuesioner.....                       | 72 |
| Lampiran 3 | Tangkapan Layar Chat dengan Pengelola Pantai Viovio..... | 75 |
| Lampiran 5 | Foto Kegiatan Penelitian di Pantai Viovio.....           | 76 |
| Lampiran 6 | Surat Pengantar Penelitian.....                          | 77 |
| Lampiran 7 | Surat Penyelesaian Penelitian.....                       | 79 |
| Lampiran 8 | Curriculum Vitae.....                                    | 80 |

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, sektor pariwisata telah menjadi salah satu pilar utama perekonomian dunia. Tren pariwisata terus berevolusi, bergeser dari pariwisata massal menuju bentuk-bentuk pariwisata yang lebih personal, unik, dan berorientasi pada pengalaman (Ahmed, 2025). Pergeseran ini didorong oleh perubahan preferensi wisatawan yang kini tidak lagi hanya mencari destinasi, melainkan juga pengalaman yang otentik dan berkesan. Salah satu tren yang mencolok dan sedang naik daun adalah glamping (*glamorous camping*) (Pokolodna, 2021). Glamping menawarkan perpaduan unik antara petualangan alam dan kemewahan modern. Berbeda dengan berkemah konvensional yang identik dengan kesulitan dan perlengkapan seadanya, glamping memberikan kenyamanan layaknya hotel berbintang di tengah-tengah keindahan alam (Craig, 2025). Fenomena ini telah mengubah persepsi banyak orang tentang kegiatan alam terbuka, membuatnya lebih menarik bagi segmen pasar yang lebih luas, termasuk mereka yang tidak pernah tertarik pada kegiatan berkemah tradisional (Brochado, 2019).

Tren glamping pertama kali muncul di negara-negara Barat dan dengan cepat menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Di Indonesia, glamping berkembang pesat karena kekayaan alamnya yang melimpah, mulai dari pegunungan, hutan, hingga pantai (Indrastana et al., 2023). Konsep ini berhasil menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara yang ingin menikmati keindahan alam tanpa harus mengorbankan kenyamanan. Berbagai destinasi wisata

126 di Indonesia kini berlomba-lomba menghadirkan fasilitas glamping dengan beragam tema dan konsep, mulai dari tenda mewah, *bubble* hotel, hingga rumah pohon (Hapsari et al., 2024). Di Provinsi Kepulauan Riau, khususnya Kota Batam, sektor pariwisata memegang peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Lokasinya yang berdekatan dengan Singapura dan Malaysia menjadikan Batam sebagai pintu gerbang utama wisatawan internasional (Napitupulu et al., 2021). Namun, selama ini, daya tarik utama pariwisata Batam lebih berfokus pada wisata belanja, kuliner, dan hiburan malam. Pengembangan pariwisata alam masih belum optimal, padahal Batam memiliki potensi keindahan alam yang luar biasa, terutama di wilayah pesisir (Hulu et al., 2023).

38  
145 Pantai Viovio merupakan salah satu destinasi wisata pantai yang populer di Batam. Dengan pasir putihnya yang bersih dan air laut yang jernih, Pantai Viovio memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun, selama ini, promosi dan pengembangannya masih terbatas pada kegiatan rekreasi pantai tradisional (Pawestri et al., 2023). Keberadaan fasilitas glamping di Pantai Viovio menjadi inovasi yang menarik, yang berpotensi mengubah citra pantai tersebut dari destinasi biasa menjadi tujuan wisata yang modern dan unik (Lu et al., 2022).

Fasilitas glamping di Pantai Viovio ini diketahui mulai beroperasi pada tahun 2022, sejalan dengan awal periode data kunjungan yang dianalisis. Untuk memahami secara empiris dampak dari inovasi ini, data kunjungan pengunjung menjadi indikator krusial. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak pengelola, jumlah kunjungan ke Pantai Viovio dari tahun 2022 hingga 2025 disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Pantai Vio Vio Tahun 2022-2025**

| Tahun           | Jumlah Kunjungan |
|-----------------|------------------|
| 2022            | 57,805           |
| 2023            | 59,265           |
| 2024            | 65,273           |
| 2025 (Proyeksi) | 48,576           |

Sumber: Manajer Operasional Glamping Viovio Batam

Data ini menyajikan sebuah fenomena yang kompleks dan mendesak untuk diteliti. Pada awalnya, terlihat adanya tren pertumbuhan yang positif dan konsisten dari tahun 2022 hingga 2024. Peningkatan jumlah pengunjung dari 57.805 menjadi 65.273 dalam kurun waktu dua tahun secara kuat mengindikasikan adanya respons pasar yang baik terhadap pengembangan, termasuk implementasi fasilitas glamping. Namun, analisis lebih lanjut terhadap data ini mengungkapkan adanya indikasi masalah empiris yang cukup mendalam.

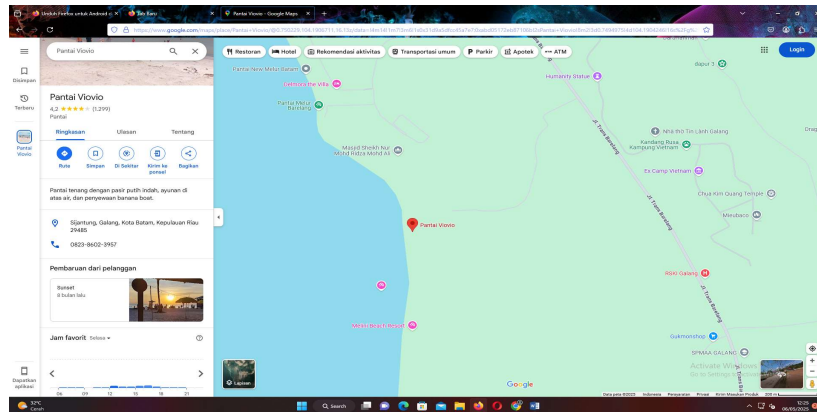
Data parsial untuk tahun 2025, yang mencakup periode Januari hingga Agustus, menunjukkan angka 48.576. Jika dibandingkan dengan jumlah total kunjungan pada tahun-tahun sebelumnya, angka tersebut mengisyaratkan adanya potensi penurunan kunjungan. Lebih lanjut, berdasarkan keterangan pihak pengelola, sebagian besar wisatawan yang datang pada kunjungan pertama hanya sebatas melihat-lihat area glamping, mengambil foto, atau menanyakan informasi mengenai fasilitas yang tersedia tanpa melakukan reservasi menginap. Dari sepuluh pengunjung yang datang, hanya sekitar satu orang yang melakukan kunjungan ulang (*revisit*).

Kondisi ini menunjukkan bahwa minat wisatawan terhadap glamping di Pantai Viovio belum sepenuhnya bertransformasi menjadi keputusan berkunjung yang berkelanjutan. Fenomena tersebut menimbulkan pertanyaan mendasar

mengenai efektivitas dan keberlanjutan model bisnis glamping di Pantai Viovio Batam. Glamping di Pantai Viovio tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas akomodasi bagi wisatawan yang menginap semalam, tetapi juga sebagai daya tarik wisata itu sendiri. Berdasarkan keterangan pengelola, banyak pengunjung datang sekadar untuk menikmati suasana dan desain unik glamping tanpa berniat untuk bermalam. Hal ini memisahkan segmen pengunjung menjadi dua kelompok, yaitu wisatawan yang menginap (*overnight guests*) dan wisatawan harian (*day-trippers*).

Dengan demikian, keberadaan glamping lebih berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk datang berkunjung daripada keputusan untuk menginap. Pernyataan ini diperkuat oleh manajer operasional Glamping Viovio, yang menjelaskan bahwa fasilitas tersebut kini lebih dikenal sebagai daya tarik visual dan estetika dibandingkan sebagai akomodasi utama. Kehadiran glamping di Pantai Viovio dengan demikian memiliki dampak langsung terhadap perilaku dan keputusan wisatawan, baik untuk sekadar berkunjung maupun menginap. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut guna mengetahui sejauh mana tren glamping berperan dalam membentuk keputusan berkunjung wisatawan.

Hingga saat ini, belum ada penelitian yang secara spesifik meneliti pengaruh tren glamping terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Viovio. Oleh karena itu, identifikasi masalah ini penting dilakukan untuk memahami apakah investasi dalam fasilitas glamping benar-benar memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan.



Gambar 1.1 Peta Pantai Viovio Batam  
Sumber: Google Maps

Secara teoritis, tren glamping dapat dianalisis melalui beberapa pendekatan. Pertama, dari sudut pandang teori daya tarik destinasi (*destination attractiveness*) (Raimkulov et al., 2021), kehadiran glamping dapat meningkatkan daya tarik Pantai Viovio secara keseluruhan. Keunikan pengalaman, fasilitas yang mewah, dan kenyamanan yang ditawarkan glamping menjadi faktor penarik baru yang membedakan Pantai Viovio dari destinasi pantai lainnya. Kedua, dari perspektif teori motivasi perjalanan (*travel motivation*), glamping dapat memenuhi dorongan (*push factors*) wisatawan untuk mencari ketenangan dan melarikan diri dari rutinitas, serta menjadi daya tarik (*pull factors*) karena menawarkan pengalaman yang eksklusif dan berbeda (Swariga, 2023).

Keputusan berkunjung itu sendiri dapat dijelaskan melalui teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*). Menurut teori ini, niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan (dalam hal ini, berkunjung) dipengaruhi oleh sikapnya terhadap tindakan tersebut, persepsi sosial, dan kendali perilaku yang dirasakan (Osiako dan Szente, 2024). Dengan demikian, tren glamping dapat membentuk

sikap positif wisatawan, memengaruhi persepsi mereka terhadap Pantai Viovio, dan pada akhirnya, mendorong mereka untuk membuat keputusan berkunjung.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi. Secara praktis, hasil penelitian ini akan memberikan informasi berharga bagi pengelola Pantai Viovio dan pemangku kepentingan pariwisata di Batam. Temuan ini dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan yang lebih efektif, khususnya dalam memanfaatkan tren glamping untuk menarik lebih banyak pengunjung. Secara akademis, penelitian ini akan memberikan kontribusi pada literatur pariwisata, khususnya terkait dengan pariwisata inovatif dan dampaknya terhadap perilaku wisatawan. Penelitian ini akan mengisi kesenjangan pengetahuan dengan memberikan bukti empiris mengenai hubungan antara tren glamping dan keputusan berkunjung di konteks destinasi pesisir. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Tren Glamping terhadap Keputusan Berkunjung ke Pantai Viovio Batam".

## 1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh tren glamping sebagai variabel independen (X) terhadap keputusan berkunjung sebagai variabel dependen (Y). Penelitian akan dilakukan secara kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada wisatawan yang pernah atau berencana mengunjungi Pantai Viovio, Batam. Fokus penelitian hanya terbatas pada fasilitas glamping yang tersedia di Pantai Viovio dan tidak mencakup faktor lain seperti harga tiket, promosi umum, atau fasilitas di luar area glamping.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan berikut:

- 1) Bagaimana tren glamping di Pantai Viovio, Batam, saat ini?
- 2) Bagaimana keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Viovio, Batam?
- 3) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tren glamping terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Viovio, Batam?

Dengan merumuskan permasalahan-permasalahan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh tren glamping terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Viovio Batam.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis kondisi tren glamping yang ada di Pantai Viovio, Batam.
- 2) Untuk mengidentifikasi keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Viovio, Batam.
- 3) Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh signifikan dari tren glamping terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Viovio, Batam.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik secara praktis maupun teoritis, sebagai berikut:

#### 1.5.1 Manfaat Praktis

### 1) Bagi penulis

Penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk menerapkan ilmu dan teori yang didapatkan selama perkuliahan dalam menganalisis fenomena nyata. Proses ini akan mengasah kemampuan berpikir kritis, metodologi penelitian, dan analisis data, yang sangat bermanfaat untuk pengembangan profesional di masa depan

### 2) Bagi institusi

Hasil penelitian ini dapat memperkaya khazanah pustaka kampus Politeknik Pariwisata Batam. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi contoh studi kasus yang relevan dan mutakhir, yang dapat digunakan sebagai bahan ajar atau diskusi di kelas, khususnya pada program studi yang berkaitan dengan pariwisata dan manajemen.

### 3) Bagi tempat penelitian

Temuan dari penelitian ini akan memberikan data empiris yang valid mengenai dampak tren glamping terhadap kunjungan wisatawan. Pihak manajemen Pantai Viovio dapat menggunakan informasi ini untuk:

- (1) Merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik segmen pasar yang tertarik dengan glamping.
- (2) Mengevaluasi keberhasilan investasi pada fasilitas glamping.
- (3) Mengembangkan layanan dan fasilitas yang lebih sesuai dengan harapan wisatawan, sehingga dapat meningkatkan daya saing destinasi.

## 1.5.2 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pariwisata. Penelitian ini akan mengisi kesenjangan (gap) dalam literatur dengan mengkaji secara spesifik pengaruh tren glamping terhadap keputusan berkunjung. Hasilnya dapat menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pariwisata inovatif, strategi pemasaran destinasi, dan perilaku wisatawan di era modern.

## 1.6 Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran istilah yang digunakan dalam penelitian ini, berikut adalah beberapa definisi istilah penting yang digunakan:

- 1) Tren Glamping: Merupakan variabel independen (X) dalam penelitian ini. Ini merujuk pada fenomena atau kecenderungan pariwisata yang memadukan kegiatan berkemah di alam terbuka dengan kenyamanan, fasilitas, dan kemewahan layaknya menginap di hotel atau resor. Indikator yang digunakan untuk mengukur tren ini meliputi keunikan pengalaman, fasilitas yang tersedia, dan akses ke alam.
- 2) Keputusan Berkunjung: Merupakan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini. Ini didefinisikan sebagai pilihan atau keputusan yang diambil oleh calon wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Keputusan ini merupakan hasil dari evaluasi berbagai faktor, termasuk motivasi, daya tarik destinasi, dan informasi yang diperoleh. Indikator yang akan diukur meliputi niat untuk berkunjung, niat untuk merekomendasikan, dan niat untuk datang kembali.

- 3) Pantai Viovio Batam: Adalah objek dan lokasi spesifik dalam penelitian ini. Merupakan salah satu destinasi wisata pantai yang terletak di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau, yang memiliki fasilitas glamping sebagai salah satu daya tarik utamanya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Teori Tren Glamping

Fenomena glamping sebagai tren pariwisata modern telah dianalisis melalui berbagai teori dan kerangka konseptual. Beberapa teori utama yang digunakan untuk memahami tren glamping meliputi teori estetika atmosfer, *Stimulus Organism Response* (SOR), *means end chain*, teori perilaku terencana, serta model *Intention Desire Action* (IDA). Teori estetika atmosfer menyoroti pentingnya lingkungan fisik, situasi, dan konteks dalam membangun pengalaman glamping yang imersif dan menyenangkan (Sun & Huang, 2022). SOR *framework* digunakan untuk menjelaskan bagaimana stimulus (lingkungan glamping) memengaruhi persepsi dan respons perilaku wisatawan, seperti berbagi pengalaman dan rekomendasi dari mulut ke mulut (WOM) (Lu et al., 2021). *Means End Chain Theory* menghubungkan atribut glamping (misal: fasilitas, kenyamanan) dengan konsekuensi (kenyamanan, kesejahteraan) dan nilai akhir yang dicari wisatawan (kebahagiaan, kualitas hidup) (Lu et al., 2022). Pendekatan ini membantu memahami motivasi mendalam wisatawan memilih glamping, terutama di era pasca pandemi.

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) menjelaskan bahwa keyakinan, kontrol perilaku, dan norma sosial memengaruhi niat dan perilaku aktual wisatawan dalam memilih glamping (Craig, 2020) dan faktor seperti pengalaman sebelumnya, persepsi keamanan, dan keinginan menghindari keramaian menjadi pendorong utama. Model IDA digunakan untuk menganalisis niat kewirausahaan di sektor glamping, menyoroti proses dari keinginan hingga

tindakan nyata dalam membangun bisnis glamping (Grande et al., 2025).

Rangkuman dari teori terkait dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Teori Utama dalam Tren Glamping**

| Teori                                                         | Fokus Utama                            | Sumber                                                    |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Estetika atmosfer dan <i>Stimulus Organism Response</i> (SOR) | Pengalaman, persepsi, respons perilaku | Sun & Huang, 2022<br>Lu et al., 2021<br>Kang et al., 2023 |
| Means end chain nilai Perilaku terencana                      | Motivasi, atribut dan konsekuensi      | Lu et al., 2022                                           |
| <i>Intention Desire Action</i> (IDA)                          | Niat, kontrol perilaku, norma social   | Craig, 2020                                               |
|                                                               | Niat dan tindakan kewirausahaan        | Grande et al., 2025                                       |

Sumber: Peneliti 2025

Fenomena glamping telah menjadi sorotan di dunia pariwisata, seiring dengan perubahan preferensi generasi muda yang lebih memilih pengalaman liburan yang tidak hanya nyaman tetapi juga estetis. Menurut referensi yang diteliti oleh (Brochado & Brochado, 2019) glamping merupakan bentuk pariwisata yang melibatkan unsur kenyamanan dan glamor, yang tidak ditemukan dalam pengalaman berkemah tradisional yang sering kali identik dengan keterbatasan fasilitas dan perlengkapan. Sebagai konsep, glamping menawarkan pengalaman yang kurang stres saat berinteraksi dengan alam, tanpa harus mengorbankan kenyamanan. Berbeda dengan camping konvensional, di mana individu sering kali harus membawa banyak perlengkapan dan menghadapi elemen alam, glamping menyediakan fasilitas yang lebih lengkap dan mewah, seperti tempat tidur yang nyaman, mandi dalam ruangan, dan layanan makanan yang lebih baik (Juniarta & Saputra, 2022). Dauletkhanova et al. (2024) menunjukkan bahwa glamping termasuk dalam kategori pariwisata berbasis alam yang bertujuan tidak hanya memberikan pengalaman unik tetapi juga melestarikan lingkungan. Dalam hal ini, glamping menjadi pilihan yang tepat bagi wisatawan yang sadar akan keberlanjutan, serta dampak negatif terhadap ekosistem.

Tren glamping sejalan dengan perkembangan dalam preferensi konsumen, yang cenderung mengarah pada pengalaman yang lebih dipersonalisasi dan instagramable. Penelitian oleh Craig dan Karabas (2021) mengamati bahwa glamping memperoleh popularitas yang signifikan selama pandemi, seiring dengan meningkatnya keinginan masyarakat untuk mencari tempat berlindung yang aman, yang dapat mengakomodasi keinginan untuk bersosialisasi dengan jarak fisik yang aman. Glamping juga memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Kryvoruchko dan Chaban (2025) menyatakan bahwa glamping dapat meningkatkan perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan kerja baru dan mempromosikan produk lokal seperti makanan dan kerajinan tangan. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan, yang bertujuan untuk meminimalkan dampak lingkungan sambil memaksimalkan manfaat sosial dan ekonomi bagi komunitas setempat.

Dengan mempertimbangkan tren dan respons terhadap preferensi wisatawan yang terus berkembang, glamping menunjukkan potensi yang sangat besar dalam industri pariwisata. Kombinasi antara kenyamanan, estetika, dan keberlanjutan menjadikan glamping sebagai alternatif yang menarik bagi berbagai kalangan wisatawan. Penelitian yang lebih mendalam dan pengembangan berkelanjutan dalam konteks glamping akan semakin mempermudah pemahaman dan penerapan konsep ini untuk memberikan manfaat yang maksimal bagi pariwisata dan lingkungan. Studi tren glamping didominasi oleh teori yang menekankan pengalaman, motivasi, dan perilaku wisatawan, serta dinamika kewirausahaan. Pendekatan ini memperkaya pemahaman tentang mengapa glamping berkembang pesat dan bagaimana tren ini dapat dikelola secara strategis.

### 2.1.1 Indikator Tren Glamping

Tren glamping berkembang pesat sebagai respons terhadap kebutuhan wisatawan akan kenyamanan, pengalaman alam, dan inovasi dalam pariwisata. Untuk mengukur dan memahami tren ini, sejumlah indikator telah diidentifikasi dalam berbagai penelitian, berikut adalah tabel daripada indikator tren glamping

**Tabel 2.2 Indikator Tren Glamping Berdasarkan Studi**

| Indikator            | Sub-Indikator                               | Sumber                                                    |
|----------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Fasilitas            | Tempat tidur, kamar mandi, AC, internet     | Yıldırım dan Erkiş, 2019<br>Brochado dan Pereira, 2017    |
| Pengalaman Alam      | Lokasi, aktivitas outdoor, keaslian ekologi | Lu et al., 2021<br>Kang et al., 2023                      |
| Inovasi Produk       | Desain unik, paket aktivitas, makanan local | Milohnić et al., 2019<br>Samori et al., 2023              |
| Preferensi Wisatawan | Relaksasi, kebersamaan, pelarian            | Wibawa, 2024<br>Lu et al, 2022<br>Craig dan Karabas, 2021 |

Sumber: Penulis 2025

Tabel indikator tren glamping diatas disajikan merangkum dimensi-dimensi utama yang menjadi penanda berkembangnya glamping sebagai tren pariwisata modern. Indikator fasilitas menyoroti pentingnya keberadaan fasilitas modern dan kenyamanan tinggi pada akomodasi glamping, seperti tempat tidur nyaman, kamar mandi pribadi, AC, internet, hingga fasilitas tambahan seperti kolam renang atau restoran. Fasilitas ini menjadi pembeda utama antara glamping dan camping tradisional, serta menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang menginginkan pengalaman alam tanpa mengorbankan kenyamanan. Indikator pengalaman alam menekankan lokasi glamping yang berada di alam terbuka, menawarkan pemandangan indah, serta akses ke berbagai aktivitas luar ruang seperti *hiking*, yoga, atau safari. Keaslian ekologi dan suasana alami sangat memengaruhi tingkat kepuasan

27

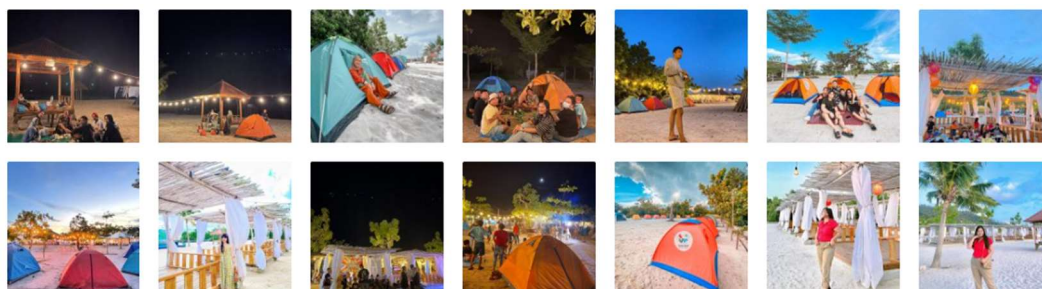
wisatawan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan pengalaman glamping kepada orang lain. Indikator inovasi produk menyoroti inovasi dalam desain akomodasi (misal: tenda safari, rumah pohon, kapsul futuristik) serta penawaran paket aktivitas dan makanan lokal menjadi indikator penting tren glamping. Inovasi ini juga mencakup penyesuaian produk untuk segmen khusus, seperti wisatawan Muslim, sehingga glamping semakin relevan dan inklusif. Indikator preferensi wisatawan mencakup motivasi dan preferensi wisatawan, seperti keinginan untuk relaksasi, pelarian dari rutinitas, kebersamaan keluarga, serta pencarian pengalaman baru. Tren meningkatnya minat terhadap glamping, terutama pasca-pandemi, juga menjadi penanda penting dalam perkembangan tren ini.

### 2.1.2 Tren dari Glamping

166

Tren glamping telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, menjadi alternatif yang populer bagi banyak wisatawan yang menginginkan pengalaman alam tanpa mengorbankan kenyamanan (Kryvoruchko & Chaban, 2025). Fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan penawaran fasilitas premium, tetapi juga tentang kemudahan akses dan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung (Kiryakova et al., 2022). Hotel dan tempat akomodasi yang mengadopsi konsep glamping harus beradaptasi dengan kebutuhan baru ini (Pokolodna et al., 2021). Dengan meningkatkan kualitas layanan, terutama melalui sanitasi yang optimal, pengelola glamping dapat meningkatkan kepuasan tamu dan reputasi mereka di pasar yang semakin kompetitif (Diwyarthi, 2022).

Glamping, singkatan dari "*glamorous camping*", adalah tren wisata yang menggabungkan pengalaman berkemah di alam terbuka dengan fasilitas dan kenyamanan setara hotel atau resort. Inti dari glamping adalah memberikan pengalaman dekat dengan alam tanpa harus mengorbankan kenyamanan, keamanan, dan kemewahan (Craig, 2025). Glamping berbeda dari camping tradisional karena akomodasi sudah tersedia dan siap pakai (tidak perlu mendirikan tenda sendiri) (Adámovich, 2021). Fasilitas lengkap seperti tempat tidur nyaman, kamar mandi pribadi, listrik, AC, bahkan layanan makan dan *housekeeping* (Elmoiz, 2023). Seringkali menggunakan bentuk akomodasi unik seperti tenda safari, yurt, rumah pohon, *bubble*, atau kapsul (Pokolodna et al., 2021). Menargetkan wisatawan yang ingin menikmati alam, namun tetap mengutamakan kenyamanan dan gaya hidup modern (Kiryakova et al., 2022).



Gambar 2.1 Pantai Viovio Batam  
Sumber: <https://vioviobeach.com>

**Tabel 2.3 Ragam Tipe dan Inovasi Glamping**

| Tipe Glamping             | Ciri Khas & Inovasi                       | Contoh Lokasi       | Sumber                                              |
|---------------------------|-------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------|
| Tenda Safari/Yurt         | Gaya etnik, material alami                | Afrika, Asia Tengah | Kryvoruchko dan Chaban, 2025                        |
| Rumah Pohon/Kapsul        | Desain modern/futuristik, <i>eco-tech</i> | Europa, Amerika     | Kireeva, 2021<br>Gross et al., 2023<br>Elmoiz, 2023 |
| <i>Bubble/Dome</i>        | Transparan, pemandangan maksimal          | Swiss, Rusia        | Kireeva, 2021<br>Kryvoruchko dan Chaban, 2025       |
| <i>Floating/Container</i> | Adaptasi lokasi unik, modular             | Berbagai Negara     | Gross et al., 2023                                  |

Sumber: Peneliti 2025

Glamping telah berevolusi menjadi tren wisata utama yang menggabungkan kenyamanan, keunikan, dan keberlanjutan. Pertumbuhan pesatnya didorong oleh perubahan preferensi wisatawan modern yang menginginkan pengalaman alam tanpa mengorbankan fasilitas. Glamping diprediksi akan terus berkembang dan menjadi bagian penting dari ekowisata masa depan.

## 2.2 Teori Keputusan Berkunjung

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*, TPB) merupakan kerangka konseptual yang komprehensif untuk memahami perilaku manusia, termasuk keputusan wisatawan dalam memilih glamping. Menurut Ajzen (1991), TPB menjelaskan bahwa niat dan perilaku aktual individu dipengaruhi oleh tiga faktor utama: keyakinan, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Yastica et al., 2020). Teori ini telah banyak digunakan untuk menganalisis proses pengambilan keputusan wisatawan. (Stylidis, 2020) menyatakan bahwa teori keputusan berkunjung, yang menjelaskan bagaimana citra destinasi dan keterikatan tempat memengaruhi niat dan dukungan wisatawan, merupakan bagian dari kerangka TPB. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap suatu destinasi dapat mendorong niat dan dukungan wisatawan untuk mengunjunginya. Selain itu, Groot dan Steg (2007) juga menegaskan bahwa TPB dapat digunakan untuk memahami berbagai perilaku terkait lingkungan, termasuk niat wisatawan untuk berwisata. Faktor-faktor seperti keyakinan akan manfaat, norma sosial yang mendukung, dan persepsi kontrol perilaku yang tinggi dapat memengaruhi niat dan perilaku aktual wisatawan dalam memilih jenis akomodasi ini. Dengan demikian, Teori Perilaku Terencana menyediakan landasan teoritis yang kuat untuk

memahami proses pengambilan keputusan wisatawan, termasuk dalam memilih glamping sebagai opsi akomodasi. Integrasi teori ini dengan faktor-faktor lain yang relevan, seperti pengalaman sebelumnya, persepsi keamanan, dan keinginan menghindari keramaian, dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumen dalam industri pariwisata yang terus berkembang.

### 2.2.1 Indikator keputusan Berkunjung

Dalam menerapkan teori keputusan berkunjung yang merupakan bagian dari teori perilaku terencana, perlu ditetapkan indikator-indikator yang jelas untuk setiap komponen utama dalam TPB. Berikut adalah indikator-indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis keputusan wisatawan dalam memilih glamping:

**Tabel 2.4 Indikator Teori Keputusan Berkunjung dalam Konteks Teori Perilaku Terencana**

| Indikator                  | Sub-Indikator                                                                                 | Sumber                         |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Keyakinan (Sikap)          | Perilaku positif terhadap kunjungan ke objek wisata dapat meningkatkan niat untuk berkunjung. | Ajzen, 1991<br>Noerjanto, 2016 |
| Norma Sosial               | Adanya dukungan sosial dapat mempengaruhi niat individu untuk berkunjung.                     | Derizal et al., 2023           |
| Kontrol Perilaku           | Pengalaman positif sebelumnya dapat meningkatkan rasa kontrol individu untuk berkunjung lagi. | Liu et al., 2019               |
| Faktor Pendorong Eksternal | Fasilitas dan aksesibilitas objek wisata berpengaruh terhadap keputusan untuk berkunjung.     | Pasaribu dan Radikun, 2021     |

Sumber: Peneliti 2025

Indikator-indikator di atas memberikan kerangka untuk memahami keputusan berkunjung dalam konteks teori perilaku terencana. Melalui pengukuran yang tepat terhadap komponen-komponen ini, penyedia layanan glamping dan peneliti di bidang pariwisata dapat mengembangkan strategi

yang lebih terarah untuk menarik wisatawan dan memahami kebutuhan serta harapan mereka. indikator-indikator yang relevan untuk menganalisis teori keputusan berkunjung dalam konteks teori perilaku terencana, serta sumber-sumber yang dapat diakses untuk penelitian lebih lanjut. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk menguji keefektifan indikator ini dalam konteks yang lebih spesifik.

### 2.2.2 Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung merupakan proses yang kompleks yang melibatkan berbagai faktor yang memengaruhi niat dan perilaku individu untuk mengunjungi suatu destinasi atau tempat wisata (Yongrui et al., 2024). Keputusan ini tidak hanya melibatkan aspek psikologis, tetapi juga faktor situasional dan lingkungan yang dapat mempengaruhi tujuan wisatawan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa tindakan berkunjung dipengaruhi oleh persepsi individu mengenai kualitas layanan, reputasi destinasi, serta pengalaman sebelumnya Yastica et al. (2020). Proses keputusan berkunjung merupakan fenomena multidimensi yang kompleks, dipengaruhi oleh interaksi dinamis antara faktor internal dan eksternal. Motivasi intrinsik individu, seperti kebutuhan akan relaksasi, petualangan, atau penguatan hubungan sosial (*push factors*), menjadi pendorong utama keinginan untuk bepergian (Park et al., 2020). Namun, motivasi ini harus diimbangi dengan daya tarik spesifik destinasi (*pull factors*), seperti keunikan atraksi, ketersediaan fasilitas, dan kemudahan aksesibilitas, yang secara signifikan membentuk preferensi (Chen et al., 2022).

Faktor situasional memainkan peran krusial dalam memoderasi niat menjadi tindakan nyata. Keterbatasan keuangan dan waktu, kondisi kesehatan, serta tanggung jawab personal seringkali menjadi kendala praktis yang membatasi realisasi rencana perjalanan, terlepas dari motivasi yang kuat (Kock et al., 2020). Persepsi risiko, terutama terkait keamanan, stabilitas politik, atau krisis kesehatan seperti pandemi, juga menjadi filter penting dalam evaluasi destinasi. Destinasi dengan persepsi risiko tinggi, meskipun menarik, cenderung dihindari (Liu et al., 2023). Pengaruh sosial dan digital semakin dominan. Rekomendasi dari jaringan sosial (*word-of-mouth*) dan konten di platform media sosial atau ulasan daring (e-WOM) sangat berpengaruh dalam membentuk citra destinasi dan memengaruhi keputusan (Rodríguez et al., 2021). Pengalaman masa lalu ke destinasi yang sama atau serupa juga menjadi prediktor kuat untuk kunjungan berulang atau penghindaran, menciptakan pola loyalitas atau sebaliknya (Kim, 2019). Dinamika keputusan ini semakin kompleks karena sifatnya yang subjektif dan kontekstual. Setiap individu memiliki bobot prioritas yang berbeda-beda terhadap faktor-faktor tersebut, dan kepentingan relatif faktor-faktor ini dapat berubah seiring waktu dan situasi (Jiang et al., 2024). Pemahaman mendalam tentang interaksi kompleks ini esensial bagi pemasar destinasi dalam merancang strategi yang efektif dan bagi calon wisatawan dalam membuat pilihan yang terinformasi.

## 2.3 Kajian Empiris

Kajian empiris berfungsi untuk melihat bagaimana penelitian-penelitian sebelumnya membahas topik yang sejalan dengan penelitian ini, khususnya

terkait tren glamping dan keputusan berkunjung. Menurut Creswell (2014), kajian empiris penting dilakukan agar penelitian yang sedang dilakukan memiliki pijakan akademik yang jelas sekaligus menemukan ruang baru yang dapat dikembangkan. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan beberapa kajian empiris yang dijadikan panduan dalam menyelesaikan permasalahan sebagai referensi.

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu

| Nama peneliti / Judul dan Tahun Penelitian                                                                              | Metode                             | Temuan Utama                                                                                                                     | Persamaan & Perbedaan                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Glamping and the Development of Sustainable Coastal Tourism: A Case Study from Thailand</i><br>Choo & Petrick (2021) | Mixed-methods (survey + wawancara) | Glamping meningkatkan minat berkunjung ke pantai melalui daya tarik keunikan akomodasi (+58%) dan persepsi keberlanjutan (+42%). | Persamaan: Destinasi pesisir Asia (Thailand), fokus pada faktor penarik glamping.<br>Perbedaan: Tidak spesifik tren media sosial. |
| <i>The Role of Instagram in Shaping Glamping Tourism Decisions: Evidence from Indonesia</i><br>Wijaya & Putra (2022)    | Kuantitatif (SEM, n=320)           | Eksposur Instagram berpengaruh signifikan pada minat glamping ( $\beta=0.67$ ). Faktor "aesthetic appeal" paling dominan.        | Persamaan: Konteks Indonesia, analisis pengaruh tren digital.<br>Perbedaan: Lokasi (Bali), bukan pantai spesifik.                 |
| <i>Coastal Glamping in Malaysia: Motivations and Satisfaction</i><br>Abdullah et al. (2021)                             | Kuantitatif (regresi, n=293)       | Motivasi utama: <i>escape routine</i> (78%), <i>nature experience</i> (65%). Kepuasan terbesar pada                              | Persamaan: Destinasi pesisir Asia Tenggara, faktor keputusan.<br>Perbedaan: Tidak mengukur dampak tren secara dinamis.            |

|                                                                                                                                 |                                                  |                                                                                                                                          |                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                 |                                                  | <i>privacy dan scenic views.</i>                                                                                                         |                                                                                                                       |
| <i>Post-Pandemic Travel Preferences: Why Glamping Gained Popularity in Coastal Destinations</i><br>Liu et al. (2022)            | <i>Mixed-methods</i><br>(n=415 survei + FGD)     | Kenaikan 112% minat glamping pasca-COVID karena persepsi "aman, privat, alami". Destinasi pantai paling diuntungkan.                     | Persamaan: Menjelaskan fenomena tren glamping kontemporer.<br>Perbedaan: Fokus pasca-pandemi, bukan tren media.       |
| <i>Eco-Glamping and Tourist Behavior: A Segmentation Approach for Beach Destinations</i><br>García-Rosell et al. (2023)         | Kuantitatif ( <i>cluster analysis</i> , n=378)   | Teridentifikasi 3 segmen: "Sustainable Glampers" (utamakan <i>eco-fitur</i> ), "Comfort Seekers" (fasilitas mewah), "Budget Adventurers" | Persamaan: Segmentasi perilaku di destinasi pantai.<br>Perbedaan: Tidak menguji pengaruh tren terhadap keputusan.     |
| <i>The Impact of Novel Accommodations on Destination Choice: Glamping vs. Hotels in Coastal Areas</i><br>Rodríguez & Kim (2021) | <i>Eksperimen (choice-based conjoint)</i>        | Glamping meningkatkan preferensi destinasi pantai sebesar 34% terutama bagi wisatawan muda (18-35 thn).                                  | Persamaan: Membuktikan glamping sebagai faktor penarik pantai.<br>Perbedaan: Metode eksperimen, bukan studi lapangan. |
| <i>Social Media Influencers and Glamping Tourism: A Study of Destination Image Formation</i><br>Tan & Lee (2023)                | Kualitatif (netnografi, wawancara)               | <i>Influencer micro</i> (10K-50K followers) paling efektif membentuk citra glamping pantai karena dianggap "autentik".                   | Persamaan: Peran tren digital dalam keputusan.<br>Perbedaan: Fokus pada <i>influencer</i> , bukan tren secara umum    |
| <i>Price Sensitivity of Glamping Consumers in Beach Tourism Contexts</i><br>Müller et al. (2020)                                | Kuantitatif ( <i>price elasticity modeling</i> ) | Elastisitas harga glamping = -1.8 (lebih sensitif daripada hotel). Wisatawan rela bayar 20-30% lebih tinggi                              | Persamaan: Faktor ekonomi dalam keputusan berkunjung.<br>Perbedaan: Tidak spesifik mengukur tren.                     |

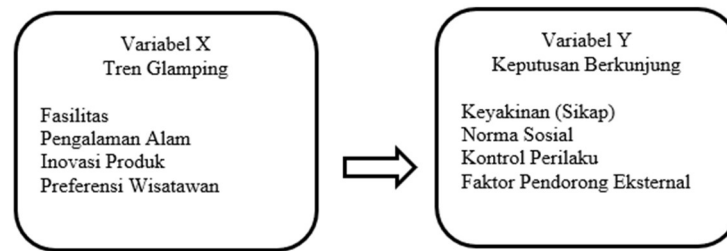
|                                                                                                                                              |                                    |                                                                                                                                   |                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                              |                                    | untuk lokasi "instagrammable".                                                                                                    |                                                                                                                             |
| <i>Stakeholder Perspectives on Glamping Development in Small Island Destinations: The Case of Lombok, Indonesia</i><br>Siregar et al. (2021) | Kualitatif (wawancara stakeholder) | Potensi glamping di pulau kecil: meningkatkan durasi tinggal (+2.3 malam) tapi hadapi tantangan regulasi lahan dan infrastruktur. | Persamaan: Konteks pulau kecil di Indonesia.<br>Perbedaan: Fokus pada pembangunan (bukan perilaku wisatawan).               |
| <i>Memorable Tourism Experiences in Glamping: Drivers of Revisit Intention to Coastal Sites</i><br>Kim & Park (2023)                         | Kuantitatif (PLS-SEM, n=331)       | Pengalaman memorabil (keunikan, interaksi sosial) kepuasan niat kunjung ulang. Efek lebih kuat di destinasi pantai.               | Persamaan: Mengukur psikologi wisatawan glamping di pantai.<br>Perbedaan: Fokus pada kunjungan ulang, bukan keputusan awal. |

Sumber: Peneliti, 2025

## 2.4 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2023), kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dituju. Jadi kerangka berpikir merupakan alur yang dijadikan pola berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap suatu objek yang dapat menyelesaikan arah rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Berikut adalah kerangka berfikir pada penelitian ini:



Gambar 2.2 Kerangkak Berpikir  
Sumber: Olahan penulis 2025

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

- 1) H0: Tidak ada pengaruh signifikan tren glamping terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Viovio Batam
- 2) H1: Terdapat pengaruh positif signifikan tren glamping terhadap keputusan berkunjung ke Pantai Viovio Batam

Menunjukkan bahwa semakin tinggi atau baik implementasi tren glamping, maka semakin tinggi pula keputusan wisatawan untuk berkunjung. Sebaliknya, jika tren glamping tidak menarik atau tidak dioptimalkan, maka keputusan berkunjung cenderung menurun. Mengindikasikan bahwa hubungan atau pengaruh yang ditemukan secara statistik bukan terjadi secara kebetulan, melainkan memang ada hubungan yang berarti antara kedua variabel tersebut.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini akan mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan desain kausal-komparatif untuk menganalisis pengaruh tren glamping terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Viovio, Batam. Penelitian ini akan berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur secara statistik kekuatan dan arah hubungan antara variabel (Sugiyono, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (tren glamping) dan variabel dependen (keputusan berkunjung). Dengan kata lain, penelitian ini ingin melihat seberapa besar tren glamping "menyebabkan" atau "memengaruhi" keputusan wisatawan untuk berkunjung. Data akan dikumpulkan menggunakan metode survei melalui kuesioner terstruktur. Metode ini efisien untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden dalam waktu yang relatif singkat dan untuk mengukurnya.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Populasi sebagai sebuah bagian yang terdiri dari subjek serta objek yang mempunyai karakteristik dan sifat tertentu yang menjadi fokus pengamatan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Jadi, pada dasarnya populasi adalah semua elemen baik itu semua orang, peristiwa serta objek atau benda yang mendiami suatu tempat secara terencana (Sugiyono, 2023). Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang

telah menggunakan fasilitas glamping di Pantai Viovio Batam selama periode Januari hingga Agustus 2025. Penentuan populasi yang spesifik ini didasarkan pada fokus utama penelitian, yaitu untuk menguji pengaruh tren glamping (sebagai variabel independen) terhadap keputusan berkunjung (sebagai variabel dependen). Dengan demikian, populasi yang paling relevan adalah kelompok yang secara langsung berinteraksi dengan fenomena yang diteliti. Jumlah kumulatif pengunjung glamping pada periode tersebut adalah 7.485 orang (Keterangan pengurus Pantai Vovio Batam, 2025). Angka ini ditetapkan sebagai populasi yang relevan karena secara langsung merefleksikan segmen pasar yang menjadi inti dari penelitian ini. Pendekatan ini sejalan dengan studi lain di bidang pariwisata yang membatasi populasinya pada kelompok pengunjung tertentu yang memiliki karakteristik atau pengalaman yang spesifik, untuk menghasilkan temuan yang lebih terfokus dan valid.

### 3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dan memiliki sifat-sifat yang mewakili populasi tersebut, terutama ketika populasi tersebut sangat besar sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mengkaji seluruh anggotanya (Sugiyono, 2023). Jadi sampel itu adalah sebuah objek yang diambil untuk mewakili populasi. Pada penelitian ini peneliti menetapkan yang menjadi responden yaitu wisatawan yang mengunjungi objek wisata glamping Pantai Viovio Kota Batam. Peneliti menggunakan rumus slovin, penggunaan rumus Slovin dalam penelitian ini dipilih karena populasi wisatawan Pantai Viovio yang cukup besar, yaitu 7.485 orang,

sehingga tidak memungkinkan untuk mengkaji seluruh populasi secara langsung. (Sugiyono, 2023), rumus slovin merupakan metode yang efektif untuk menentukan ukuran sampel dengan tingkat presisi tertentu, sehingga sampel yang diambil dapat mewakili populasi secara akurat. Rumus ini juga memudahkan peneliti dalam menetapkan jumlah sampel berdasarkan *margin of error* yang diinginkan, dalam hal ini 10%, sehingga hasil penelitian memiliki validitas statistik yang dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, penggunaan rumus slovin tidak hanya praktis dan efisien, tetapi juga memastikan bahwa sampel yang diambil mencerminkan karakteristik populasi secara proporsional, sehingga temuan penelitian dapat digeneralisasikan dengan baik. Berikut perhitungan rumus slovin pada penelitian ini untuk menetapkan jumlah sampel yang akan diteliti:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  = ukuran sampel

$N e^2$  = toleransi persisi kecepatan rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang 10%

$N$  = ukuran rata-rata populasi

$$\begin{aligned} n &= \frac{7485}{1 + 7485(0,10)^2} \\ &= 98,7 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan penghitungan dengan rumus slovin diatas maka peneliti menetapkan sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 99 responden.

9 Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Metode ini dipilih secara sengaja dengan 113 pertimbangan tertentu, yaitu hanya responden yang memiliki karakteristik atau pengalaman yang sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dijadikan 19 sampel. Kriteria utama responden adalah mereka yang pernah atau sedang menggunakan fasilitas glamping di Pantai Viovio. Dengan teknik ini, data yang terkumpul akan lebih relevan, spesifik, dan tidak bias, karena secara langsung berasal dari target audiens yang dipengaruhi oleh tren glamping. Justifikasi penggunaan *purposive sampling* ini juga menghindari risiko bias seleksi yang akan muncul jika sampel diambil secara acak dari seluruh pengunjung pantai, yang sebagian besar mungkin tidak memiliki interaksi atau ketertarikan pada glamping.

### 3.3 Operasional Variabel

187 Operasionalisasi variabel adalah proses mendefinisikan variabel secara konseptual dan kemudian mengukur variabel tersebut dalam bentuk indikator yang spesifik dan terukur (Sugiyono, 2023).

#### 1) Variabel Independen (X): Tren Glamping

(1) Definisi Konseptual: (Craig dan Karabas, 2021) Tren glamping merujuk pada fenomena pariwisata inovatif yang memadukan aktivitas berkemah di alam terbuka dengan penyediaan fasilitas dan layanan yang mewah, setara dengan standar hotel atau resor (Yıldırım dan Erkıılıç, 2019; Brochado dan Pereira, 2017; Lu et al., 2021). Hal ini mencakup daya tarik pengalaman unik dan kenyamanan yang ditawarkan (Kang et al., 2023; Milohnić et al., 2019).

(2) Definisi Operasional: Persepsi wisatawan terhadap tingkat fasilitas, pengalaman alam, inovasi produk, dan preferensi pribadi yang ditawarkan oleh glamping di Pantai Viovio, yang diukur menggunakan kuesioner skala Likert 5 poin.

(3) Indikator dan Skala Pengukuran:

Tabel 3.1 Operasional Variabel X

| Indikator       | Butir pertanyaan (asumsi)                                                                              | Skala pengukuran | Referensi                                               |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------|
| Fasilitas       | X1.1. Glamping di Pantai Viovio menyediakan akomodasi yang nyaman (misalnya, tempat tidur, AC).        | Likert (1-5)     | Yıldırım dan Erkiçi, 2019<br>Brochado dan Pereira, 2017 |
|                 | X1.2. Tersedia fasilitas kebersihan pribadi (kamar mandi/toilet bersih) yang memadai di area glamping. | Likert (1-5)     | Brochado dan Pereira, 2017<br>Yıldırım dan Erkiçi, 2019 |
|                 | X1.3. Akses internet atau fasilitas komunikasi lainnya tersedia dengan baik.                           | Likert (1-5)     | Yıldırım dan Erkiçi, 2019<br>Brochado dan Pereira, 2017 |
| Pengalaman Alam | X2.1. Lokasi glamping menawarkan pemandangan alam yang indah dan menenangkan.                          | Likert (1-5)     | Lu et al., 2021<br>Kang et al., 2023                    |
|                 | X2.2. Glamping memungkinkan saya merasakan kedekatan dengan alam tanpa mengorbankan kenyamanan.        | Likert (1-5)     | Lu et al., 2021<br>Kang et al., 2023                    |
|                 | X2.3. Tersedia aktivitas rekreasi atau eksplorasi alam di sekitar area glamping.                       | Likert (1-5)     | Lu et al., 2021<br>Kang et al., 2023                    |
| Inovasi Produk  | X3.1. Desain atau bentuk akomodasi                                                                     | Likert (1-5)     | Milohnić et al., 2019                                   |

|                      |                                                                                                                |              |                                                           |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------|
|                      | glamping di Pantai Viovio terlihat unik dan menarik (misalnya, tenda mewah, bubble tent)                       |              | Samori et al., 2023                                       |
|                      | X3.2. Ada penawaran paket atau layanan tambahan yang kreatif dan berbeda dari akomodasi biasa                  | Likert (1-5) | Milohnić et al., 2019<br>Samori et al., 2023              |
|                      | X3.3. Konsep glamping ini menawarkan pengalaman yang lebih modern dan trendi dibandingkan camping tradisional. | Likert (1-5) | Milohnić et al., 2019<br>Samori et al., 2023              |
| Preferensi Wisatawan | X4.1. Saya mencari ketenangan dan pelarian dari rutinitas harian saat berlibur                                 | Likert (1-5) | Wibawa, 2024<br>Lu et al, 2022<br>Craig dan Karabas, 2021 |
|                      | X4.2. Saya lebih memilih akomodasi yang menawarkan pengalaman yang unik dan tidak biasa.                       | Likert (1-5) | Wibawa, 2024<br>Lu et al, 2022<br>Craig dan Karabas, 2021 |
|                      | X4.3. Konsep glamping sangat sesuai dengan gaya perjalanan saya yang mencari kenyamanan dan petualangan.       | Likert (1-5) | Wibawa, 2024<br>Lu et al, 2022<br>Craig dan Karabas, 2021 |

Sumber: Penulis 2025

#### 1) Variabel Dependen (Y): Keputusan Berkunjung

(1) Definisi Konseptual: (Ajzen, 1991) Keputusan berkunjung adalah proses di mana calon wisatawan memilih suatu destinasi untuk dikunjungi berdasarkan evaluasi berbagai faktor, termasuk motivasi, daya tarik, dan persepsi mereka terhadap destinasi tersebut (Noerjanto, 2016). Hal ini melibatkan niat, sikap, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Derizal et al., 2023; Liu et al., 2019; Pasaribu dan Radikun, 2021).

(2) Definisi Operasional: Niat wisatawan untuk mengunjungi, merekomendasikan, atau datang kembali ke Pantai Viovio sebagai respons terhadap persepsi mereka terhadap tren glamping, diukur menggunakan kuesioner skala Likert 5 poin.

(3) Indikator dan Skala Pengukuran:

Tabel 3.2 Operasional Variabel Y

| Indikator    | Butir Pertanyaan (asumsi)                                                                                                          | Skala Pengukuran | Referensi                      |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------------------------|
| Sikap        | Y1.1. Saya memiliki perasaan positif terhadap ide berkunjung ke Pantai Viovio dengan fasilitas glamping.                           | Likert (1-5)     | Ajzen, 1991<br>Noerjanto, 2016 |
|              | Y1.2. Berkunjung ke Pantai Viovio dengan glamping akan menjadi pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi saya.               | Likert (1-5)     | Ajzen, 1991<br>Noerjanto, 2016 |
|              | Y1.3. Saya merasa bahwa konsep glamping membuat Pantai Viovio menjadi destinasi yang sangat menarik untuk dikunjungi.              | Likert (1-5)     | Ajzen, 1991<br>Noerjanto, 2016 |
| Norma Sosial | Y2.1. Orang-orang terdekat saya (keluarga/teman) akan mendukung atau merekomendasikan saya untuk mencoba glamping di Pantai Viovio | Likert (1-5)     | Derizal et al., 2023           |
|              | Y2.2. Saya merasa terdorong untuk                                                                                                  | Likert (1-5)     | Derizal et al., 2023           |

|                            |                                                                                                                                           |              |                            |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------|
|                            | berkunjung ke Pantai Viovio karena melihat banyak ulasan positif atau rekomendasi tentang glamping-nya.                                   |              |                            |
|                            | Y2.3. Saya percaya bahwa orang lain yang penting bagi saya juga akan melihat glamping di Pantai Viovio sebagai pilihan liburan yang baik. | Likert (1-5) | Derizal et al., 2023       |
| Kontrol Perilaku           | Y3.1. Saya yakin memiliki kemampuan dan kesempatan untuk merencanakan kunjungan ke Pantai Viovio untuk mencoba glamping.                  | Likert (1-5) | Liu et al., 2019           |
|                            | Y3.2. Tidak ada hambatan signifikan yang akan menghalangi saya untuk mengunjungi glamping di Pantai Viovio                                | Likert (1-5) | Liu et al., 2019           |
|                            | Y3.3. Pengalaman positif sebelumnya (jika ada) dengan glamping atau kunjungan ke Batam membuat saya mudah memutuskan untuk berkunjung.    | Likert (1-5) | Liu et al., 2019           |
| Faktor Pendorong Eksternal | Y4.1. Apakah fasilitas glamping yang tersedia di Pantai Viovio memengaruhi keputusan Anda                                                 | Likert (1-5) | Pasaribu dan Radikun, 2021 |

|  |                                                                                                                                                                                              |              |                            |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------|
|  | untuk berkunjung ke destinasi tersebut?                                                                                                                                                      |              |                            |
|  | Y4.2. Sejauh mana kemudahan aksesibilitas ke Pantai Viovio memengaruhi niat Anda untuk mengunjungi dan mencoba pengalaman glamping di sana?                                                  | Likert (1-5) | Pasaribu dan Radikun, 2021 |
|  | Y4.3. Apakah promosi dan informasi mengenai glamping di Pantai Viovio yang Anda terima dari berbagai sumber (media sosial, brosur, rekomendasi) memengaruhi keputusan Anda untuk berkunjung? | Likert (1-5) | Pasaribu dan Radikun, 2021 |

Sumber: Peneliti 2025

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data primer dari responden. Teknik ini dipilih karena efisien untuk mendapatkan data dari sampel dalam jumlah besar dan dapat mengukurnya.

#### 3.4.1 Survei

Kuesioner akan disebarakan kepada responden secara langsung di lokasi penelitian (Pantai Viovio, Batam) atau melalui platform daring (*online survey*) untuk menjangkau responden yang lebih luas.

#### 3.4.2 Instrumen Pengumpulan Data

1) Kuesioner Terstruktur: Kuesioner ini akan dirancang dengan format

pertanyaan tertutup, yang memungkinkan data diukur secara kuantitatif.

- 2) Isi Kuesioner: Bagian I (Demografi): Pertanyaan mengenai profil responden (usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan lain-lain). Bagian II (Variabel X): Pertanyaan untuk mengukur indikator tren glamping (fasilitas, pengalaman alam, inovasi produk, dan preferensi wisatawan). Pertanyaan ini akan menggunakan Skala Likert dengan pilihan jawaban seperti: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Cukup Setuju (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5). Bagian III (Variabel Y): Pertanyaan untuk mengukur indikator keputusan berkunjung (niat berkunjung, niat merekomendasikan, dan niat kembali) ke Pantai Viovio. Pertanyaan ini juga akan menggunakan Skala Likert.

### 3.4.3 Prosedur Pengumpulan Data

- 1) Sosialisasi: Peneliti akan menjelaskan tujuan penelitian kepada calon responden sebelum mereka mengisi kuesioner.
- 2) Penyebaran: Kuesioner akan disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria sampel.
- 3) Pengumpulan: Kuesioner yang telah diisi akan dikumpulkan untuk kemudian diolah dan dianalisis.

Dengan teknik ini, data yang diperoleh diharapkan valid dan reliabel untuk menguji hipotesis penelitian.

## 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan statistik kuantitatif untuk menguji hipotesis yang diajukan.

### 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran umum data yang terkumpul, seperti rata-rata, median, modus, dan standar deviasi dari setiap variabel. Ini membantu peneliti memahami karakteristik responden dan kecenderungan jawaban mereka.

### 3.5.2 Uji Kualitas Data

- 1) Uji Validitas: Digunakan untuk memastikan kuesioner sebagai instrumen penelitian akurat dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Teknik yang digunakan adalah korelasi *Pearson*.
- 2) Uji Reliabilitas: Dilakukan untuk memastikan konsistensi dan stabilitas instrumen. Uji ini biasanya menggunakan *Cronbach's Alpha*, di mana nilai di atas 0,70 secara umum dianggap reliabel.

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, penting untuk memastikan data memenuhi asumsi dasar, yaitu:

- 1) Uji Normalitas Residu (*Error Term*): Bertujuan untuk memastikan bahwa residual (sisaan) dari model regresi terdistribusi secara normal. Normalitas residual diperlukan agar uji signifikansi statistik (seperti uji-t) pada koefisien regresi dapat dipercaya dan inferensi yang dibuat akurat.
- 2) Uji Homoskedastisitas: Bertujuan untuk memastikan bahwa varians dari residual adalah konstan di seluruh rentang nilai

variabel independen. Dengan kata lain, tidak ada heteroskedastisitas. Jika terjadi heteroskedastisitas (varians residual tidak konstan), maka estimasi standar error dari koefisien regresi akan bias, membuat uji t menjadi tidak valid dan inferensi menjadi salah.

### 3.5.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Ini adalah teknik inti untuk menguji hipotesis. Tujuannya adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (tren glamping) terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung). Hasil analisis ini akan menunjukkan koefisien regresi, yang mengindikasikan arah dan kekuatan hubungan tersebut.

### 3.5.5 Uji Hipotesis

- 1) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ): Menunjukkan persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin besar nilai  $R^2$ , semakin kuat pengaruh variabel independen.
- 2) Uji Signifikansi (Uji-t): Digunakan untuk menentukan apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan tertentu.

## 3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pantai Viovio Batam, Jalan Trans Barelang, Kelurahan Sijantung, Kecamatan Galang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Pelaksanaan penelitian mengikuti waktu yang telah ditetapkan oleh peneliti, mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan

laporan penelitian. Jadwal penelitian disusun secara sistematis agar seluruh kegiatan dapat berlangsung sesuai dengan alur metodologis dan menghasilkan data yang lengkap serta mendalam.

### 3.6.1 Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Pantai Viovio Batam, dengan alamat di Jalan Trans Barelang, Kelurahan Sijantung, Kecamatan Galang, Kota Batam, Kepulauan Riau.

### 3.6.2 Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan berlangsung mulai akhir bulan September 2025 hingga November 2025. Pada bulan Agustus, peneliti melakukan observasi awal di lokasi penelitian bersamaan dengan penyusunan dalam penulisan proposal. Selanjutnya, pada awal bulan September 2025 penulisan proposal dilanjutkan hingga tahap akhir. Rencana seminar proposal dilaksanakan pada bulan September 2025, kemudian pada bulan yang sama sekaligus dilakukan proses revisi dan penyempurnaan proposal berdasarkan masukan dari dosen penguji.

Kegiatan revisi proposal berlanjut hingga akhir September 2025, bersamaan dengan pelaksanaan pengambilan data lapangan melalui wawancara semi terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumen. Pada bulan Oktober pula, peneliti memulai pengolahan data awal untuk merapikan dan menganalisis temuan yang diperoleh dari lapangan. Selanjutnya, pada bulan November 2025 direncanakan pelaksanaan ujian sidang hasil penelitian sebagai tahap akhir dari proses penelitian. Berikut gambar 3.3 *Gantt Chart* dari penelitian ini.

Tabel 3.3 *Gantt Chart* Penelitian

| Aktivitas 2025                       | Agustus | September | Oktober | November |
|--------------------------------------|---------|-----------|---------|----------|
| Observasi Awal & Penyusunan Proposal |         |           |         |          |
| Penulisan Proposal                   |         |           |         |          |
| Seminar Proposal                     |         |           |         |          |
| Revisi Proposal                      |         |           |         |          |
| Pengambilan Data Lapangan            |         |           |         |          |
| Pengolahan Data                      |         |           |         |          |
| Ujian Sidang Hasil Penelitian        |         |           |         |          |

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil

##### 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pantai Viovio merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang terletak di Kelurahan Sijantung, Kecamatan Galang, tepatnya di kawasan Jembatan V Barelang, Kota Batam. Pantai ini memiliki luas kurang lebih tujuh hektar dan dikenal dengan pasir putihnya serta pemandangan yang indah, menjadikan pantai Viovio sebagai salah satu pantai terbaik di Kota Batam. Dalam upaya meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan, Pantai Viovio menyediakan berbagai fasilitas penunjang seperti gazebo, area bersantai, dan restoran bernama *Sea Level Resto and Bar* yang menyajikan beragam hidangan khas lokal. Fasilitas-fasilitas ini dirancang untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang datang bersama keluarga maupun teman.

Sebagai bentuk inovasi dalam pengembangan pariwisata, pada tahun 2022 Pantai Viovio memperkenalkan fasilitas *Luxury Glamping* yang bekerjasama dengan *Morella Water Resort*. Konsep glamping (*glamorous camping*) dengan menargetkan wisatawan kaum muda dan keluarga yang menginginkan pengalaman berkemah di alam terbuka tanpa mengurangi kenyamanan. Glamping di Pantai Viovio menawarkan pengalaman menginap yang unik dengan pemandangan laut yang indah, fasilitas lengkap, dan suasana yang menyenangkan. Di saat cuaca panas, pengunjung tetap merasa nyaman karena tersedia penyejuk ruangan (AC) dan kipas angin, sedangkan ketika hujan, glamping tetap aman dan terlindung dari angin laut serta air hujan. Dengan konsep yang memadukan kemewahan dan nuansa alam,

*Luxury* Glamping di Pantai Viovio menjadi salah satu daya tarik utama yang mendukung pengembangan wisata alam modern di Batam.

Selain menikmati fasilitas glamping, pengunjung juga dapat melakukan berbagai aktivitas menarik di sekitar pantai, seperti olahraga air (kano, perahu dayung, banana boat) dengan harga yang terjangkau, serta tur perahu untuk menjelajahi tiga pulau cantik yang berada di seberang pantai. Bagi wisatawan yang ingin bersantai, tersedia berbagai pilihan aktivitas seperti bermain pasir, berfoto di spot-spot estetik, atau bersantai di ayunan yang menghadap ke laut. Sementara itu, bagi pengunjung yang memilih menikmati waktu di dalam glamping, tersedia permainan tradisional dan hiburan ringan seperti congklak, kartu remi, dan uno, yang menambah keseruan selama berlibur.

Pemilihan pantai Viovio sebagai objek pada penelitian ini dikarenakan pantai Viovio merupakan salah satu pantai yang mengembangkan konsep wisata alam dengan sentuhan modern melalui fasilitas *luxury* glamping. Untuk memperoleh data penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner kepada para pengunjung Pantai Viovio. Dengan Jumlah sampel awal yang direncanakan dalam proposal sebanyak 99 responden, namun pada pelaksanaan penelitian berhasil terkumpul sebanyak 103 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Penambahan jumlah responden ini dilakukan karena adanya partisipan tambahan yang bersedia mengisi kuesioner dan dianggap relevan dengan fokus penelitian. Seluruh data yang diperoleh dari 103 responden tersebut kemudian digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.

#### 4.1.2 Fasilitas Glamping Pantai Viovio

##### 1. *Deluxe sea view*



Gambar 4.1 *Deluxe sea view*  
Sumber: viovioeach.com

Memiliki fasilitas seperti *twin bed*, *Ac*, *electric fan*, *water kettle*, *games complimentary* dan *free breakfast* untuk 4 orang.

## 2. *Deluxe family sea view*



Gambar 4.2 *Deluxe family sea view*  
Sumber: viovioeach.com

Memiliki fasilitas yang terdiri dari *double and sible bed*, *AC*, *electric fan*, *water kettle*, *games complimentary* dan *free breakfast* untuk 4 orang

## 3. *Garden cabana*



Gambar 4.3 *garden cabana*  
Sumber: viovioeach.com

Memiliki fasilitas yang terdiri dari dua *single bed* dan *1 king bed*, *AC*, teras dan balkon, ruang duduk terpisah, kamar mandi pribadi, *water kettle*, *shower*, kursi dan *free breakfast* empat orang.

#### 4. *Water dome*



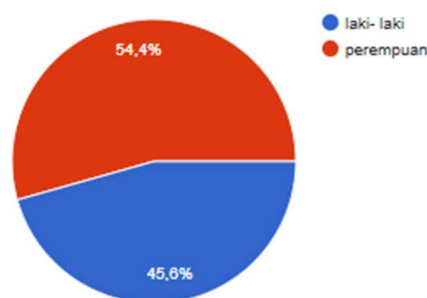
Gambar 4.4 *water dome*  
Sumber: viovioeach.com

Memiliki fasilitas yang terdiri dari *AC*, satu *king bed* dan tiga *single beds*, sarapan untuk empat orang, *hair dryer*, *water kettle*, *water heater*, *private bathroom*, *private balcony*.

### 4.1.3 Karakteristik Responden

#### 1. Jenis Kelamin

103 jawaban

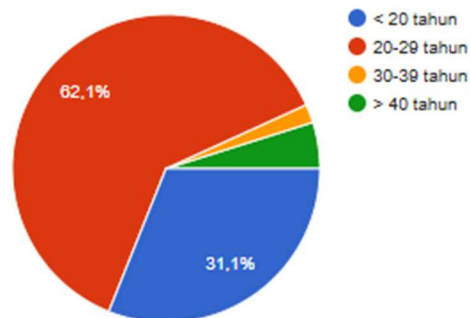


Gambar 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin  
Sumber: Olahan penulis 2025

8 Berdasarkan data survei yang diperoleh identifikasi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45.6 % atau berjumlah 47 orang dan perempuan sebanyak 54,4% orang atau berjumlah 56 orang.

## 2. Usia

103 jawaban



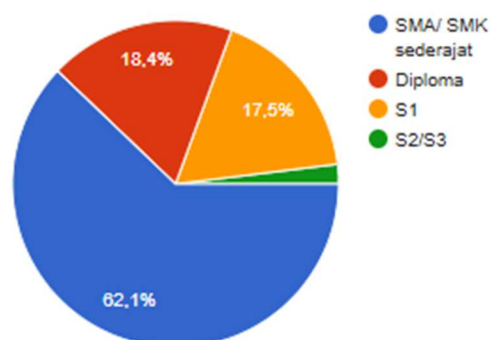
235 Gambar 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Olahan penulis 2025

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 103 responden, identifikasi responden pada penelitian ini berdasarkan kelompok usia yaitu 20–29 tahun sebesar 62,1% atau berjumlah 64 orang, usia < 20 tahun sebesar 31,1% atau berjumlah 32 orang, dan kelompok usia 30–39 tahun dan  $\geq 40$  tahun memiliki jumlah yang lebih sedikit, masing-masing hanya 4,9% atau berjumlah lima orang dan 1,9% atau berjumlah dua orang dari total responden yang ada

## 3. Pendidikan Terakhir

103 jawaban

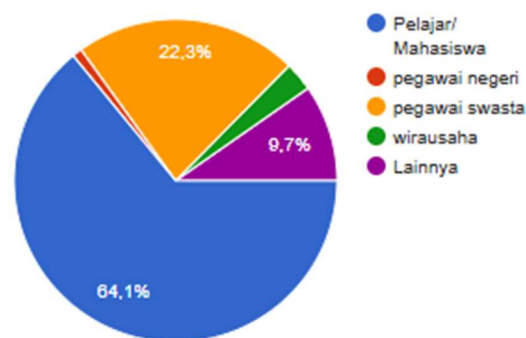


Gambar 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir  
Sumber: Olahan penulis 2025

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 103 responden, identifikasi responden pada penelitian ini memiliki pendidikan terakhir pada tingkat SMA/SMK sederajat, yaitu sebesar 62,1% atau sebanyak 64 orang, responden dengan tingkat pendidikan Diploma berjumlah 19 orang atau sebesar 18,4%, dan responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 18 orang atau 17,5%. Sementara itu, responden dengan pendidikan terakhir S2/S3 memiliki persentase sebesar 1,9% atau sekitar dua orang.

#### 4. Pekerjaan

103 jawaban



Gambar 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan  
Sumber: Olahan penulis 2025

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 103 responden, identifikasi responden pada penelitian ini merupakan pelajar atau mahasiswa, yaitu sebesar 64,1% atau sekitar 66 orang. Selanjutnya, responden dengan kategori lainnya sebesar 9,7% atau sekitar 10 orang, diikuti oleh pegawai negeri dan wiraswasta yang masing masing sebesar 1,9% atau sebanyak 2 orang.

#### 4.1.4 Analisis data

##### a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir kuesioner yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Ukuran valid atau tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output IBM SPSS Statistic versi 24.0 berupa nilai item total statistik masing-masing butir kuesioner. Suatu butir pertanyaan dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil output IBM SPSS Statistic versi 24.0 yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel *Glamping* (X) dan variabel keputusan berkunjung (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.1 Butir Pertanyaan**

| Variabel | Pertanyaan                                                                                 | SIG   | Status |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| X        | Glamping di Pantai Viovio menyediakan akomodasi yang nyaman (misalnya, tempat tidur, AC)   | 0.000 | Valid  |
| X        | Tersedia fasilitas kebersihan pribadi yang memadai                                         | 0.000 | Valid  |
| X        | Akses internet atau fasilitas komunikasi lainnya tersedia                                  | 0.000 | Valid  |
| X        | Lokasi glamping menawarkan pemandangan alam yang indah dan menenangkan                     | 0.000 | Valid  |
| X        | Glamping memungkinkan merasakan kedekatan dengan alam tanpa mengorbankan kenyamanan        | 0.000 | Valid  |
| X        | Tersedia aktivitas rekreasi atau eksplorasi alam di sekitar area glamping                  | 0.000 | Valid  |
| X        | Desain akomodasi glamping yang unik dan menarik seperti tenda mewah atau bubble tent       | 0.000 | Valid  |
| X        | Adanya paket layanan tambahan yang kreatif                                                 | 0.000 | Valid  |
| X        | Konsep glamping menawarkan pengalaman modern dan trendi dibanding camping tradisional      | 0.000 | Valid  |
| X        | Saya mencari ketenangan dan pelarian dari rutinitas saat berlibur                          | 0.000 | Valid  |
| X        | Saya memilih akomodasi yang menawarkan pengalaman unik dan tidak biasa                     | 0.000 | Valid  |
| X        | Konsep glamping sesuai dengan gaya perjalanan saya yang mencari kenyamanan dan petualangan | 0.000 | Valid  |

|   |                                                                                                        |       |       |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|
| Y | Saya memiliki perasaan positif terhadap ide berkunjung ke Pantai Viovio dengan fasilitas glamping      | 0.000 | Valid |
| Y | Berkunjung ke Pantai Viovio dengan glamping akan menjadi pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan    | 0.000 | Valid |
| Y | Konsep glamping membuat Pantai Viovio menjadi destinasi yang sangat menarik                            | 0.000 | Valid |
| Y | Orang-orang terdekat saya mendukung atau merekomendasikan saya untuk mencoba glamping di Pantai Viovio | 0.000 | Valid |
| Y | Saya terdorong berkunjung karena banyak ulasan positif                                                 | 0.000 | Valid |
| Y | Orang penting bagi saya menganggap glamping di Pantai Viovio pilihan liburan yang baik                 | 0.000 | Valid |
| Y | Saya yakin memiliki kemampuan dan kesempatan merencanakan kunjungan untuk mencoba glamping             | 0.000 | Valid |
| Y | Tidak ada hambatan signifikan yang menghalangi saya mengunjungi glamping di Pantai Viovio              | 0.000 | Valid |
| Y | Pengalaman positif sebelumnya membuat saya mudah memutuskan untuk berkunjung                           | 0.000 | Valid |
| Y | Fasilitas dan aksesibilitas objek wisata berpengaruh terhadap keputusan untuk berkunjung               | 0.000 | Valid |
| Y | Fasilitas pendukung yang disediakan di Pantai Viovio sangat memudahkan saya untuk berkunjung           | 0.000 | Valid |
| Y | Aksesibilitas transportasi menuju Pantai Viovio memengaruhi keputusan saya untuk mengunjungi glamping  | 0.000 | Valid |

Sumber: Hasil data kuesioner yang diolah melalui *SPSS versi 24.0*

Uji validitas bertujuan untuk memastikan sejauh mana setiap pertanyaan dalam kuesioner secara akurat mengukur variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019:127) dalam (Romadhon & Susila, 2024), suatu item dikatakan valid jika nilai signifikansinya (Sig.) di bawah 0,05. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pada variabel Tren Glamping (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) mencapai Sig. sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua

pernyataan dalam kuesioner valid dan layak digunakan pada analisis selanjutnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam instrumen penelitian ini secara akurat mencerminkan persepsi responden terhadap tren glamping dan keputusan mereka untuk berkunjung.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab pertanyaan yang disusun dalam bentuk kuesioner. Hasil uji reliabilitas dapat membuktikan layak atau tidaknya suatu instrument penelitian dipercaya dengan cara melihat ketepatan suatu alat ukur. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidaknya suatu instrument penelitian yaitu dengan cara melihat perbandingan antara nilai  $r^{\text{hitung}}$  dengan  $r^{\text{tabel}}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%), apabila nilai  $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$  maka butir angket dinyatakan reliabel dengan nilai  $\alpha > 0,6$ . Adapun tingkat reliabilitas pertanyaan variabel glamping (X) dan variabel keputusan berkunjung ke pantai Viovio dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.2 Reliability**

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .951             | 23         |

Sumber: Hasil data kuesioner yang diolah melalui SPSS versi 24.0

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan sejauh mana kuesioner yang digunakan mampu memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,951 dengan total 23 butir pernyataan. Menurut Ghazali (2018) dalam (B. Jodi Forester et al., 2024) instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0$ ,

60. Dengan demikian, nilai 0,951 menunjukkan bahwa kuesioner ini memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi.

#### c. Uji normalitas

Uji normalitas adalah salah satu bagian dari uji analisis data yang bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel dapat terdistribusi dengan normal atau tidak. Maka sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya.

Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada uji normalitas, digunakan teknik uji Kolmogorov Smirnov test. Dalam pengujian tersebut, masing-masing variabel dinyatakan normal apabila signifikansi  $> 0,05$ . Berikut ini hasil uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov test*.

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                         |                   |                         |
|------------------------------------|-------------------------|-------------------|-------------------------|
|                                    |                         |                   | Unstandardized Residual |
| N                                  |                         |                   | 103                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean                    | .0000000          |                         |
|                                    | Std. Deviation          | .31270637         |                         |
| Most Extreme Differences           | Absolute                | .115              |                         |
|                                    | Positive                | .085              |                         |
|                                    | Negative                | -.115             |                         |
| Test Statistic                     |                         |                   | .115                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                         |                   | .002 <sup>c</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)        | Sig.                    | .122 <sup>d</sup> |                         |
|                                    | 99% Confidence Interval | Lower Bound       | .114                    |
|                                    |                         | Upper Bound       | .130                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Gambar 4.9 uji Kolmogorov Smirnov  
Sumber: Hasil data kuesioner yang diolah melalui SPSS versi 24.0

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah data dalam penelitian memiliki sebaran atau distribusi yang normal. Berdasarkan hasil *One-Sample*

*Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,122, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, menurut Ghazali (2018), apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. sehingga data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

#### d. Uji Homoskedastisitas

Merupakan sebuah uji yang bertujuan untuk memastikan bahwa varians dari residual adalah konstan di seluruh rentang nilai variabel independen. Dengan kata lain, tidak ada heteroskedastisitas. Jika terjadi heteroskedastisitas (variens residual tidak konstan), maka estimasi standar error dari koefisien regresi akan bias, membuat uji t menjadi tidak valid dan inferensi menjadi salah.

### Correlations

|                         |                     | TRENGLAMPING | Unstandardized Residual |
|-------------------------|---------------------|--------------|-------------------------|
| TRENGLAMPING            | Pearson Correlation | 1            | .000                    |
|                         | Sig. (2-tailed)     |              | 1.000                   |
|                         | N                   | 103          | 103                     |
| Unstandardized Residual | Pearson Correlation | .000         | 1                       |
|                         | Sig. (2-tailed)     | 1.000        |                         |
|                         | N                   | 103          | 103                     |

Gambar 4.10 Homoskedastisitas

Sumber: Hasil data kuesioner yang diolah melalui SPSS versi 24.0

Berdasarkan hasil uji korelasi antara variabel tren glamping dan residual, diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 1,000 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh (Ghozali, 2018)

apabila nilai signifikansi melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa varians residual bersifat homogen. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi homoskedastisitas dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

#### e. Analisis regresi linier sederhana

Merupakan tahapan yang dilakukan untuk menguji hipotesis. Tujuannya adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (tren glamping) terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung). Hasil analisis ini akan menunjukkan koefisien regresi, yang mengindikasikan arah dan kekuatan hubungan tersebut.

| Coefficients <sup>a</sup> |              |                             |            |                           |        |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
|                           |              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |
| Model                     |              | B                           | Std. Error | Beta                      | t      |
| 1                         | (Constant)   | .633                        | .235       |                           | 2.693  |
|                           | TRENGLAMPING | .832                        | .059       | .814                      | 14.074 |

Gambar 4.11 Analisis Regresi Linier Sederhana  
Sumber: Hasil data kuesioner yang diolah melalui SPSS versi 24.0

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,633 + 0,832X$$

Keterangan:

a (konstanta) = 0,633 → artinya, ketika variabel Tren Glamping (X) tidak memberikan pengaruh atau bernilai nol, maka variabel Keputusan Berkunjung (Y) masih memiliki nilai sebesar 0,633. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh dari faktor lain, seperti kegiatan promosi atau daya tarik alam yang dimiliki Pantai Viovio.

b. (koefisien regresi) = 0,832 → mengindikasikan bahwa setiap peningkatan persepsi positif terhadap tren glamping akan meningkatkan keputusan wisatawan untuk berkunjung sebesar 0,832.

Dengan demikian, hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat positif, yang berarti semakin menarik dan inovatif konsep glamping yang ditawarkan di Pantai Viovio, maka semakin tinggi pula minat serta keputusan wisatawan untuk berkunjung.

f. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Merupakan uji yang digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin besar nilai  $R^2$ , semakin kuat pengaruh variabel independen.

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------------------------|
| R Square                   | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| .662                       | .659              | .31425                     |

Gambar 4.12 koefisien  $R^2$

Sumber: Hasil data kuesioner yang diolah melalui SPSS versi 24.0

Berdasarkan hasil uji pada tabel Model Summary, bahwa nilai R Square sebesar 0.662 atau 66,2%. Angka ini menunjukkan bahwa variabel Tren Glamping (X) mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 66,2%, sedangkan sisanya yaitu 33,8% dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, promosi, maupun kemudahan akses menuju lokasi.

g. Uji signifikansi (Uji T)

Uji T merupakan uji yang digunakan untuk menentukan apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan secara statistik pada

tingkat kepercayaan tertentu. Dengan menganalisis pengaruh setiap variabel independen pada keputusan berkunjung. Uji dilakukan dengan melihat perbandingan besaran  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, dan angka signifikansi 0.05. Jika nilai  $t_{hitung}$  ( $>$ ) dari  $t_{tabel}$  serta SIG kurang dari 0, 05, maka kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan.

| Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      |
|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
| B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig. |
| .633                        | .235       |                           | 2.693  | .008 |
| .832                        | .059       | .814                      | 14.074 | .000 |

Gambar 4. 13 Uji t  
Sumber: Hasil data kuesioner yang diolah melalui SPSS versi 24.0

Berdasarkan hasil uji, diperoleh nilai Sig. = 0.000 angka ini lebih kecil dari 0.05, serta nilai  $t$  hitung = 14.074. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Tren Glamping memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Koefisien regresi sebesar 0.832 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satuan persepsi positif terhadap tren glamping akan meningkatkan keputusan wisatawan untuk berkunjung sebesar 0.832 satuan.

## 4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, diperoleh hasil bahwa tren glamping memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Viovio. Pengujian dilakukan dengan *simple linear regression*, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,832 dengan signifikansi  $0,000 < 0, 05$ . Hal ini berarti bahwa semakin baik persepsi wisatawan terhadap tren glamping maka semakin tinggi keputusan mereka untuk berkunjung ke Pantai Viovio. Hal ini berarti bahwa

inovasi berupa pengembangan konsep *glamorous camping* adalah faktor yang penting dalam upaya peningkatan minat wisatawan terhadap destinasi wisata alam.

Fenomena glamping pada dasarnya merupakan hasil dari perubahan pola preferensi wisatawan modern yang cenderung mencari pengalaman yang memadukan kenyamanan dan petualangan. Tren glamping menjadi daya tarik baru karena mampu menjawab kebutuhan wisatawan masa kini yang menginginkan keseimbangan antara kemewahan dan kedekatan dengan alam. Hal tersebut juga terlihat pada fasilitas glamping Pantai Viovio yang mengusung konsep *luxury* glamping dengan fasilitas lengkap seperti AC, tempat tidur nyaman, dan area bersantai yang menghadap langsung ke laut. Konsep ini secara tidak langsung meningkatkan citra destinasi dan menumbuhkan pengalaman positif di benak wisatawan sebagaimana ditemukan oleh (Nabila & Alifa, 2024).

Selain itu, hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang mencapai 0,662 atau 66,2% menunjukkan bahwa tren glamping memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Nilai ini menyiratkan bahwa sebagian besar variasi dalam pilihan wisatawan dapat dijelaskan oleh persepsi mereka terhadap tren glamping, sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti biaya, promosi, dan kemudahan mencapai lokasi.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas, semua butir pertanyaan terbukti valid dan handal dengan nilai *Cronbach's Alpha* yang mencapai 0,951. Angka tersebut menunjukkan tingkat konsistensi yang sangat baik, sesuai dengan standar Ghazali (2018) yang menyatakan bahwa nilai  $\alpha \geq 0,60$  menandakan alat penelitian dapat dipercaya. Keandalan ini menegaskan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini secara stabil mengukur pandangan responden tentang tren glamping serta

pilihan mereka untuk berkunjung. Akibatnya, temuan dari analisis statistik bisa dijadikan fondasi yang kokoh untuk menarik kesimpulan empiris.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung teori estetika atmosfer yang dikemukakan oleh (Sun & Huang, 2023) yang menyatakan bahwa suasana fisik dan estetika lingkungan berperan penting dalam mempengaruhi persepsi serta perilaku konsumen. Fasilitas glamping di Pantai Viovio yang memadukan konsep alam terbuka dengan kenyamanan modern mampu menciptakan suasana yang menarik, nyaman, dan menyenangkan. Kondisi ini memberikan pengalaman emosional yang mendalam dan membangkitkan minat wisatawan untuk datang dan menikmati suasana yang ditawarkan.

Temuan penelitian ini juga mendukung teori *Stimulus Organism Response* (SOR) oleh (Lu et al., 2021) yang menjelaskan bahwa stimulus lingkungan akan mempengaruhi kondisi internal individu (organisme), seperti emosi dan persepsi, yang kemudian menghasilkan respons perilaku (*response*). Dalam konteks penelitian ini, glamping menjadi stimulus yang membangkitkan rasa nyaman, kagum, dan tenang di tengah lingkungan alam, sehingga menimbulkan reaksi positif wisatawan berupa keinginan serta keputusan untuk berkunjung ke Pantai Viovio Batam.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan *Means End Chain Theory* yang dikemukakan oleh (Lu et al., 2022) yang menjelaskan bahwa seseorang menyatukan atribut suatu produk dengan manfaat dan nilai pribadi yang dihasilkan. Wisatawan yang memilih glamping di Pantai Viovio menilai bahwa fasilitas dan kenyamanan yang ditawarkan memberikan nilai fungsional (kenyamanan, keamanan, kemudahan) serta nilai emosional (kepuasan dan kebahagiaan). Nilai-nilai ini berperan penting dalam

membentuk pengalaman positif wisatawan dan memperkuat alasan mereka untuk melakukan kunjungan.

Secara perilaku, hasil penelitian ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, keberadaan glamping memperkuat faktor ketiga tersebut. Fasilitas yang modern dan nyaman membentuk sikap positif wisatawan terhadap destinasi, promosi digital serta ulasan pengunjung di media sosial menciptakan norma sosial yang mendorong niat berkunjung, sementara kemudahan akses dan pelayanan menumbuhkan persepsi kontrol yang tinggi. Dengan demikian, tren glamping berperan penting dalam membentuk niat serta keputusan wisatawan untuk berkunjung melalui pengaruh sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol perilaku yang positif.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian (Kristanto & Meitolo Hulu, 2024), yang mengungkapkan bahwa tren glamping memberikan dampak penting sebesar 45,9% pada pilihan wisatawan untuk memilih destinasi wisata alam dibandingkan dengan resort yang hanya 24,7%. Demikian pula penelitian oleh (Nabila & Alifa, 2024) dalam penelitiannya "*Study of the Comfort of Glamping Tourism Supporting Facilities*" mengungkapkan bahwa pengalaman positif yang dirasakan wisatawan terhadap fasilitas glamping memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini menunjukkan bahwa konsep glamping tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik bagi wisatawan baru, tetapi juga mampu membangun loyalitas pengunjung melalui pengalaman wisata yang unik dan berkesan.

209 Berdasarkan survei yang dilakukan diketahui bahwa mayoritas pengunjung yang berwisata ke Pantai Viovio adalah wisatawan muda berusia 20–29 tahun, mencapai 62, 1% dari keseluruhan responden. Kelompok usia ini, yang merupakan gen Z hingga generasi milenial, memiliki kecenderungan untuk mengejar pengalaman baru serta berfokus pada gaya hidup modern yang mengedepankan rekreasi dan pengalaman (*leisure and experience*). Temuan ini sejalan dengan penelitian (Yusuf & Veranita, 2021) tentang minat berwisata kaum milenial di era *new normal* juga menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki kecenderungan tinggi untuk mencari pengalaman wisata yang unik, aman, dan berorientasi pada kenyamanan serta gaya hidup modern.

169 30 Temuan tersebut memperkuat bahwa kelompok milenial menjadi pasar potensial bagi konsep wisata berbasis pengalaman seperti glamping, yang mampu menggabungkan petualangan alam dengan fasilitas berstandar modern. Lebih lanjut, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan SMA/SMK dengan status pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa glamping di Pantai Viovio sukses menarik segmen wisatawan muda yang mendambakan hiburan di alam tanpa harus mengorbankan kenyamanan modern.

Keberhasilan glamping dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung didukung oleh sejumlah faktor pendukung lainnya, seperti fasilitas umum, promosi digital, dan keindahan alam Pantai Viovio. Sejalan dengan hal ini penelitian oleh (Made Santi Diwyarthi et al., 2023) dalam Jurnal *Syntax Transformation* menyatakan bahwa ketersediaan fasilitas yang memadai dan strategi promosi yang efektif memperkuat kaitan antara popularitas glamping dengan minat wisatawan untuk berwisata. Penelitian ini menguatkan pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa

peningkatan kualitas fasilitas glamping di Pantai Viovio secara nyata berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik destinasi tersebut bagi para wisatawan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa inovasi pariwisata berupa glamping memberikan kontribusi signifikan dalam memajukan destinasi wisata yang berlandaskan alam. Pengalaman istimewa yang disajikan oleh glamping tidak hanya berperan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung, tetapi juga membentuk citra destinasi yang berfokus pada keberlanjutan dan kenyamanan. Aspek ini selaras dengan prinsip pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*), yang mengutamakan harmonisasi antara pelestarian lingkungan dan pemanfaatan potensi ekonomi melalui aktivitas wisata yang ramah lingkungan. Diharapkan agar pengelola Pantai Viovio melanjutkan pengembangan inovasi glamping dengan memprioritaskan kualitas pelayanan, kebersihan area, dan strategi promosi yang sesuai dengan tren pariwisata terkini. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan bukti empiris tentang pengaruh tren glamping terhadap keputusan berkunjung, tetapi juga memperkuat pemahaman teoritis mengenai bagaimana inovasi pariwisata alam dapat membentuk perilaku wisatawan secara positif.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh tren glamping terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Viovio Batam, diperoleh kesimpulan bahwa tren glamping memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,832 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi positif wisatawan terhadap tren glamping, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memutuskan berkunjung ke Pantai Viovio Batam.

Selanjutnya, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel tren glamping mampu menjelaskan 66,2% variasi keputusan berkunjung wisatawan ( $R^2 = 0,662$ ), sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian, seperti biaya perjalanan, kegiatan promosi, serta kemudahan akses menuju destinasi. Temuan ini menegaskan bahwa keberadaan dan kualitas fasilitas glamping tidak hanya menjadi pelengkap dalam pengembangan pariwisata alam, tetapi berperan sebagai elemen utama yang memperkuat daya tarik destinasi serta membentuk niat positif wisatawan dalam mengambil keputusan berkunjung.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat pandangan pada teori estetika atmosfer (Sun & Huang, 2023) dan teori *stimulus organism response* (Lu et al., 2021) yang menjelaskan bahwa suasana dan stimulus lingkungan memiliki pengaruh terhadap persepsi dan perilaku wisatawan. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan *means end chain theory* (Lu et al., 2022) dan *theory of planned behavior* (Ajzen, 1991)

di mana atribut fasilitas glamping yang nyaman dan bernilai emosional mampu membentuk sikap positif, norma sosial, serta persepsi mengontrol perilaku wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tren glamping berperan signifikan dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Viovio Batam. Inovasi fasilitas dan pengalaman berkemah mewah di alam terbuka menjadi strategi efektif dalam memperkuat daya tarik wisata alam serta meningkatkan citra destinasi berkelanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola wisata dalam mengembangkan strategi pemasaran dan inovasi berbasis pariwisata alam yang fokus pada kenyamanan, pengalaman, dan keinginan lingkungan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh tren glamping terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Viovio Batam, maka saran dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu saran praktis dan saran teoritis.

### 5.2.1 Saran Praktis

#### 1. Bagi Penulis

Melalui penyusunan proyek akhir ini, penulis memperoleh kesempatan untuk mengembangkan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam bentuk penelitian ilmiah yang aplikatif. Proses ini tidak hanya meningkatkan kemampuan berpikir kritis, menganalisis data, dan memahami metodologi penelitian, tetapi juga menjadi sangat berharga bagi pengembangan karir profesional di bidang pariwisata.

#### 2. Bagi Institusi Politeknik Pariwisata Batam

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi akademik terkait inovasi pariwisata, terutama dalam bidang manajemen investasi dan perilaku wisatawan. Studi

ini juga dapat dijadikan studi kasus (studi kasus) aktual untuk mendukung pembelajaran berbasis penelitian di kelas, khususnya pada Program Studi Manajemen Divisi Kamar. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi contoh konkret penerapan konsep inovasi produk akomodasi di destinasi wisata pesisir.

### 3. Bagi Pengelola Pantai Viovio

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren glamping memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan sebesar 66,2%. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk menjadikan temuan ini sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan destinasi. Fokus utama perlu diarahkan pada peningkatan kualitas fasilitas *luxury* glamping, termasuk aspek kenyamanan, kebersihan, dan layanan inovasi. Evaluasi rutin terhadap efektivitas fasilitas yang tersedia perlu dilakukan untuk menjaga daya saing destinasi. Selain itu, pengelola juga perlu memanfaatkan tren glamping sebagai daya tarik utama dalam promosi visual dan digital, dengan menargetkan segmen wisatawan muda yang mendominasi profil pengunjung Pantai Viovio.

### 5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pariwisata, khususnya dalam memahami hubungan antara tren glamping dan keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi berbasis alam. Temuan ini juga mengisi kesenjangan literatur terkait pengaruh inovasi akomodasi terhadap perilaku wisatawan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik serupa, baik dalam konteks pariwisata inovatif, perilaku wisatawan, maupun faktor lain seperti promosi, harga, dan aksesibilitas yang

berpotensi menjelaskan 33, 8% variasi keputusan berkunjung yang belum terungkap dalam model penelitian ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa tren glamping memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Pantai Viovio Batam. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi pariwisata melalui konsep *luxury* glamping tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas tambahan, tetapi telah menjadi daya tarik utama yang mendorong minat dan keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. Sejalan dengan hasil tersebut, penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengembangan fasilitas glamping yang berkualitas dan berorientasi pada pengalaman wisata dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing destinasi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar penelitian ini dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti promosi, harga, aksesibilitas, citra destinasi, maupun kepuasan wisatawan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung. Penelitian berikutnya juga dapat dilakukan pada destinasi wisata lain, baik di wilayah Batam maupun di daerah pesisir lainnya, guna memperkaya literatur dan memperluas kontribusi empiris terhadap pengembangan pariwisata inovatif. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi bukti empiris mengenai pengaruh tren glamping terhadap perilaku wisatawan, tetapi juga menjadi rujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam meningkatkan kualitas, daya tarik, serta hasrat pariwisata alam inovatif di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adámovich, V., Nadda, V., Kot, M., & Haque, A. (2021). Camping vs. Glamping Tourism: Providers' Perspective in the United Kingdom. *Journal of Environmental Management and Tourism*. [https://doi.org/10.14505/JEMT.V12.6\(54\).01](https://doi.org/10.14505/JEMT.V12.6(54).01).
- Ahmed, S. (2025). Tourism Today: Trends, Challenges, and Opportunities. *Journal of Educational Studies*. <https://doi.org/10.58218/jes.v3i1.1263>.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- B. Jodi Forester, A. I. Abdallah Khater, M. Win Afgani, & M. Isnaini. (2024). Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1812–1820. <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety>
- Brochado, A. and Brochado, F. (2019). What makes a glamping experience great?. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(1), 15-27. <https://doi.org/10.1108/jhtt-06-2017-0039>
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 17, 77-83. <https://doi.org/10.1016/J.JORT.2017.01.005>.
- Chen, S., Huang, J., & Ke, X. (2022). The role of pull factors in destination competitiveness: A meta-analysis. *Tourism Management Perspectives*, 44, 101022. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101022>
- Craig, C. (2025). Glamping: A review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2025.100858>.
- Craig, C., & Karabas, I. (2021). Glamping after the coronavirus pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 21, 251 - 256. <https://doi.org/10.1177/1467358421993864>.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE.
- Dauletkhanova, Y. R., АКТЫМБАЕВА, А. С., & Sapiyeva, A. (2024). Development of ecotourism based on «glamping»: the case of katon-karagay national park. *Central Asian Economic Review*, (4), 53-72. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2024-4-53-72>
- Derizal, Joko Haryono, Flavina Maria Olivia Lasut, S. Pantja Djati, Nurbaeti, 2023. Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berkunjung Ke Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* Vol. 9 No. 1 Januari 2023, hal.150-163. DOI: <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i1.1635>

- Diwyarthi, N., Sukerti, N., Pramana, D., & Jata, W. (2022). Empowering Employees With Glamping As An Alternative Accommodation In The New Normal Era In Kembang Merta Village, Tabanan Regency, Bali Province. *Community Development Journal*. <https://doi.org/10.33086/cdj.v6i2.3321>.
- Elmoiz, H. (2023). The Role of Eco-Friendly Technology in Designing Off-Grid Camps "An Applied study for the Design of Self-Sufficient prefabricated modular units on the top of Mount Sinai". *Arts and Architecture Journal*. <https://doi.org/10.21608/aaaj.2023.231996.1041>.
- Elmoiz, H. (2023). The Role of Eco-Friendly Technology in Designing Off-Grid Camps "An Applied study for the Design of Self-Sufficient prefabricated modular units on the top of Mount Sinai". *Arts and Architecture Journal*. <https://doi.org/10.21608/aaaj.2023.231996.1041>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*.
- Grande, K., Camprubí, R., & Séraphin, H. (2025). Clustering glamping entrepreneurs with intention desire to action model (IDA): Towards an understanding of entrepreneurial intentions. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.104069>.
- Groot, J. d. and Steg, L. (2007). General beliefs and the theory of planned behavior: the role of environmental concerns in the tpb. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(8), 1817-1836. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2007.00239.x>
- Gross, S., Culemann, J., Rebbe, J., & Berger, T. (2023). Deep nature glamping in Germany – Potentials and configuration of a nature tourism offer. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100663>.
- Hapsari, R., Hussein, A., Ghofar, A., & Hanafiah, M. (2024). From first visit to forever fans: crafting customer loyalty in glamping through experience quality and engagement. *Cogent Business & Management*, 11. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2416938>.
- Hulu, M., Lemy, D., Pramezwary, A., Juliana, J., & Timba, Y. (2023). Batam City Coastal Tourism Management: Economic Opportunities for Micro Small and Medium Enterprises in Tourism. *GATR Journal of Business and Economics Review (GATR-JBER) VOL. 8 (1) APRIL - JUNE 2023*. [https://doi.org/10.35609/jber.2023.8.1\(1\)](https://doi.org/10.35609/jber.2023.8.1(1)).
- Jiang, Y., Ritchie, B. W., & Verreynne, M. L. (2024). The evolving nature of tourist decision-making in the digital age: A dynamic framework. *Journal of Travel Research*, 63(1), 146-160. <https://doi.org/10.1177/00472875231153810>
- Juniarta, P. P. and Saputra, K. W. A. (2022). Untitled. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 145. <https://doi.org/10.30647/jip.v27i2.1620>
- Kang, N., Feng, Y., & Lin, J. (2023). Why Do Chinese Glampers Recommend It? The Role of Original Ecology Environment in a Glamping Experience.

- Journal of China Tourism Research, 20, 734 - 752.  
<https://doi.org/10.1080/19388160.2023.2294456>.
- Kim, J. H. (2019). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 58(5), 783-798.  
<https://doi.org/10.1177/0047287518796857>
- Kireeva, Y. (2021). Development of glamping in Russia and abroad. *LAPLAGE EM REVISTA*. <https://doi.org/10.24115/s2446-622020217extra-b970p.553-560>.
- Kiryakova-Dineva, T., Vasenska, I., & Koyundzhiyska-Davidkova, B. (2022). Glamping – an active back to nature trend in the post-pandemic tourism reality. *International Conference on Tourism Research*.  
<https://doi.org/10.34190/ictr.15.1.290>.
- Kiryakova-Dineva, T., Vasenska, I., & Koyundzhiyska-Davidkova, B. (2022). Glamping – an active back to nature trend in the post-pandemic tourism reality. *International Conference on Tourism Research*.  
<https://doi.org/10.34190/ictr.15.1.290>.
- Kock, F., Josiassen, A., & Assaf, A. G. (2020). The xenophobic tourist. *Annals of Tourism Research*, 84, 102997.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102997>
- Kristanto, E., & Meitolo Hulu. (2024). Qualitative Analysis of Community Perceptions in Situ Gunung on the Impact of Tourism Activities in the Gunung Gede Pangrango National Park Area. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 11(01), 77–89.
- Kryvoruchko, N., & Chaban, Y. (2025). Architectural And Urban Strategy For Developing Glampings As Ecotourism Systems. *Municipal economy of cities*. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2025-1-189-100-112>.
- Kryvoruchko, N., & Chaban, Y. (2025). Architectural And Urban Strategy For Developing Glampings As Ecotourism Systems. *Municipal economy of cities*. <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2025-1-189-100-112>.
- Liu, J., Wu, J., & Che, T. (2019). Understanding perceived environment quality in affecting tourists' environmentally responsible behaviours: a broken windows theory perspective. *Tourism Management Perspectives*, 31, 236-244. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.007>
- Liu, X., Li, J., & Kim, W. G. (2023). A systematic review of risk perception in tourism: Post-pandemic implications. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 305-318. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.04.008>
- Lu, C., Suhartanto, D., & Chen, B. (2022). Exploration of new outdoor leisure activities (glamping) during the post-pandemic era. *Tourism Recreation Research*, 49, 1077 - 1095.  
<https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2111628>.
- Lu, J., Wang, X., Dai, Z., Chen, G., & Feng, Y. (2021). Antecedents of customer

- WOM in glamping: The critical role of original ecology. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102919. <https://doi.org/10.1016/J.IJHM.2021.102919>.
- Made Santi Diwyarthi, N. D., I Wayan Adi Pratama, & I Wayan Tagel Eddy. (2023). Tourist Perspective Towards Glamping Accomodation In The Era Of Industry 4.0 And Society 5.0. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(1), 59–76. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i1.672>
- Milohnić, I., Bonifačić, J., & Licul, I. (2019). Transformation Of Camping Into Glamping – Trends And Perspectives, 457-473. <https://doi.org/10.20867/tosee.05.30>.
- Milohnić, I., Bonifačić, J., & Licul, I. (2019). Transformation Of Camping Into Glamping – Trends And Perspectives., 457-473. <https://doi.org/10.20867/tosee.05.30>.
- Nabila, A. S., & Alifa, Y. (2024). Study of The Comfort of Glamping Tourism Supporting Facilities in The Ciwidey Tourism Area, Bandung Regency, West Java. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 3(6), 4061–4071. <https://doi.org/10.58344/jmi.v3i6.1384>
- Napitupulu, R., Putri, A., Fitri, F., & Hartono, K. (2021). Analysis of Income Income in Batam City Through the Tourism Industry. *Eduvest - Journal Of Universal Studies*. <https://doi.org/10.36418/edv.v1i6.83>.
- Noerjanto, F. (2016). Relevansi psikologi lintas budaya dalam memahami kearifan lokal. *Jurnal Masalah Pastoral*, 4(2), 107-109. <https://doi.org/10.60011/jumpa.v4i2.33>
- Osiako, P., & Szente, V. (2024). Behavioral Intention in Domestic Heritage Tourism An Extension of the Theory of Planned Behavior. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su16020521>.
- Pantai Viovio Batam. (2025). <https://www.google.com/maps/place/Pantai+Viovio>
- Park, S., Lee, J., & Nicolau, J. L. (2020). Understanding the role of push and pull factors in shaping tourists' intention to visit a destination: A meta-analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), 64-77. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1683486>
- Pasaribu, S. and Radikun, T. B. S. (2021). Penerapan teori perilaku terencana dalam pengambilan keputusan etis. *Psychocentrum Review*, 3(2), 164-173. <https://doi.org/10.26539/pcr.32640>
- Pawestri, A., Wahyuliana, I., & Nugroho, L. (2023). The Restrictions on the Beach Tourism Destination Development as an Effort for Environmental Preservation. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1181. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1181/1/012014>.
- Pokolodna, M., Polchaninova, I., & Ryabev, A. (2021). Glamping as a Promising Type of Tourism and Hotel Business. *Business Inform*. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-6-157-169>.

- Raimkulov, M., Juraturgunov, H., & Ahn, Y. (2021). Destination Attractiveness and Memorable Travel Experiences in Silk Road Tourism in Uzbekistan. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/SU13042252>.
- Rodríguez, I., Williams, A. M., & Hall, C. M. (2021). Tourism innovation and social media: The role of eWOM. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(3), 522-538. <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2020-0005>
- Romadhon, A. F., & Susila, I. (2024). Analysis Of The Influence Of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) And Social Media On Purchase Intentions Mediated By Brand Image In E-Shopping. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 749–760. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.5130>
- Samori, Z., Nor, N., & Saleh, N. (2023). Where Nature Meets Luxury: Islamic Tourism Product Indicators For Eco-Glamping (Itpieg) Sites Towards Sustainable Ecotourism. *International Journal of Advanced Research*. <https://doi.org/10.21474/ijar01/17043>.
- Stylidis, D. (2020). Using destination image and place attachment to explore support for tourism development: the case of tourism versus non-tourism employees in eilat. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(6), 951-973. <https://doi.org/10.1177/1096348020919157>
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Sun, T., & Huang, T. (2022). Research of Glamping Tourism Based on the Aesthetics of Atmosphere. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su15010581>.
- Swariga, I., Wijaya, N., & Indrawati, Y. (2023). Influence of Motivation on Millennial Tourist Satisfaction and Re-Visit Intention at Glamping in Kintamani District, Bangli Regency, Bali. *Devotion : Journal of Research and Community Service*. <https://doi.org/10.59188/devotion.v4i8.548>.
- Wibawa, K., Yanti, N., & Tifani, B. (2024). Motivasi Wisatawan Gen Z Dalam Memilih Glamping Sebagai Destinasi Wisata Di Bali. *Journal of Applied Management Studies*. <https://doi.org/10.51713/jamss.2024.6129>.
- Yastica, T. V., Salma, S. A., Caesaron, D., Safrudin, Y. N., & Pramadya, A. R. (2020). Application of theory planned behavior (tpb) and health belief model (hbm) in covid-19 prevention: a literature review. 2020 6th International Conference on Interactive Digital Media (ICIDM), 1-4. <https://doi.org/10.1109/icidm51048.2020.9339605>
- Yıldırım, G., & Erkılıç, E. (2019). An Overview of Glamping Tourism Within The Context of The Middle East Tourism: The Case of Turkey, 6, 475-489. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2019.48>.
- Yongrui Guo, Meijing Yu, Yuzong Zhao, 2024. Impact of destination advertising on tourists' visit intention: The influence of self-congruence, self-confidence, and destination reputation. *Journal of Destination Marketing &*

Management, Volume 31, 100852, ISSN 2212-571X,  
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100852>.

## LAMPIRAN 1

### Formulir Persetujuan Partisipasi

Judul Penelitian: Pengaruh Tren Glamping terhadap Keputusan Berkunjung ke Pantai Viovio Batam

Peneliti: Gita Agustina Br Tamba  
Manajemen Devisi Kamar  
Politeknik Pariwisata Batam

#### Tujuan Penelitian:

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh tren glamping terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi Pantai Viovio, Batam.

#### Persetujuan:

Saya telah membaca dan memahami tujuan penelitian ini. Saya menyetujui untuk berpartisipasi dalam penelitian dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan secara sukarela. Semua informasi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Saya memahami bahwa saya bisa mengundurkan diri kapan saja tanpa ada konsekuensi.

Nama Responden: .....

Tanggal: .....

Tanda Tangan: .....

## LAMPIRAN 2

### Protokol dan Panduan Pengisian Kuesioner

#### Protokol Pengumpulan Data

1. Peneliti akan menjelaskan tujuan penelitian secara singkat kepada calon responden sebelum pengisian kuesioner.
2. Responden diwajibkan mengisi kuesioner secara jujur dan sesuai pengalaman pribadi.
3. Pengisian dilakukan secara langsung di lokasi Pantai Viovio atau melalui survei online jika diperlukan.
4. Data yang dikumpulkan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk analisis penelitian.

#### Panduan Pengisian Kuesioner

Kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Cukup Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Pilih angka yang paling sesuai dengan pendapat atau pengalaman Anda terhadap setiap pernyataan.

Jika ada pertanyaan yang kurang dimengerti, silakan tanyakan kepada peneliti atau asisten.

## LAMPIRAN 3

Tabel Instrumentasi Kuesioner

| Valiabel          | Indikator            | Butir Pertanyaan                                                                         | Skala      | Referensi                   |
|-------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------------|
| Tren Glamping (X) | Fasilitas            | Glamping di Pantai Viovio menyediakan akomodasi yang nyaman (misalnya, tempat tidur, AC) | Likert 1-5 | Yıldırım dan Erkılıç (2019) |
|                   |                      | Tersedia fasilitas kebersihan pribadi yang memadai                                       | Likert 1-5 | Brochado dan Pereira (2017) |
|                   |                      | Akses internet atau fasilitas komunikasi lainnya tersedia                                | Likert 1-5 | Yıldırım dan Erkılıç (2019) |
|                   | Pengalaman Alam      | Lokasi glamping menawarkan pemandangan alam yang indah dan menenangkan                   | Likert 1-5 | Lu et al. (2021)            |
|                   |                      | Glamping memungkinkan merasakan kedekatan dengan alam tanpa mengorbankan kenyamanan      | Likert 1-5 | Kang et al. (2023)          |
|                   |                      | Tersedia aktivitas rekreasi atau eksplorasi alam di sekitar area glamping                | Likert 1-5 | Lu et al. (2021)            |
|                   | Inovasi Produk       | Desain akomodasi glamping yang unik dan menarik seperti tenda mewah atau bubble tent     | Likert 1-5 | Milohnić et al. (2019)      |
|                   |                      | Adanya paket layanan tambahan yang kreatif                                               | Likert 1-5 | Samori et al. (2023)        |
|                   |                      | Konsep glamping menawarkan pengalaman modern dan trendi dibanding camping tradisional    | Likert 1-5 | Milohnić et al. (2019)      |
|                   | Preferensi Wisatawan | Saya mencari ketenangan dan pelarian dari rutinitas saat berlibur                        | Likert 1-5 | Wibawa (2024)               |
|                   |                      | Saya memilih akomodasi yang                                                              | Likert 1-5 | Craig dan Karabas (2021)    |

|                          |                  |                                                                                                        |            |                                |
|--------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------|
|                          |                  | menawarkan pengalaman unik dan tidak biasa                                                             |            |                                |
|                          |                  | Konsep glamping sesuai dengan gaya perjalanan saya yang mencari kenyamanan dan petualangan             | Likert 1-5 | Lu et al. (2022)               |
| Keputusan Berkunjung (Y) | Sikap            | Saya memiliki perasaan positif terhadap ide berkunjung ke Pantai Viovio dengan fasilitas glamping      | Likert 1-5 | Ajzen (1991), Noerjanto (2016) |
|                          |                  | Berkunjung ke Pantai Viovio dengan glamping akan menjadi pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan    | Likert 1-5 | Ajzen (1991)                   |
|                          |                  | Konsep glamping membuat Pantai Viovio menjadi destinasi yang sangat menarik                            | Likert 1-5 | Noerjanto (2016)               |
|                          | Norma Sosial     | Orang-orang terdekat saya mendukung atau merekomendasikan saya untuk mencoba glamping di Pantai Viovio | Likert 1-5 | Derizal et al. (2023)          |
|                          |                  | Saya terdorong berkunjung karena banyak ulasan positif                                                 | Likert 1-5 | Derizal et al. (2023)          |
|                          |                  | Orang penting bagi saya menganggap glamping di Pantai Viovio pilihan liburan yang baik                 | Likert 1-5 | Derizal et al. (2023)          |
|                          | Kontrol Perilaku | Saya yakin memiliki kemampuan dan kesempatan merencanakan kunjungan untuk mencoba glamping             | Likert 1-5 | Liu et al. (2019)              |
|                          |                  | Tidak ada hambatan signifikan yang menghalangi saya mengunjungi                                        | Likert 1-5 | Liu et al. (2019)              |

|  |                            |                                                                                                       |            |                             |
|--|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------------|
|  |                            | glamping di Pantai Viovio                                                                             |            |                             |
|  |                            | Pengalaman positif sebelumnya membuat saya mudah memutuskan untuk berkunjung                          | Likert 1-5 | Liu et al. (2019)           |
|  | Faktor Pendorong Eksternal | Fasilitas dan aksesibilitas objek wisata berpengaruh terhadap keputusan untuk berkunjung              | Likert 1-5 | Pasaribu dan Radikun (2021) |
|  |                            | Fasilitas pendukung yang disediakan di Pantai Viovio sangat memudahkan saya untuk berkunjung          | Likert 1-5 | Pasaribu dan Radikun (2021) |
|  |                            | Aksesibilitas transportasi menuju Pantai Viovio memengaruhi keputusan saya untuk mengunjungi glamping | Likert 1-5 | Pasaribu dan Radikun (2021) |

## LAMPIRAN 4

### Tangkapan Layar Chat dengan Pengelola Pantai Viovio



## LAMPIRAN 5

### Foto Kegiatan Penelitian di Pantai Viovio

Pemandangan sunset Viovio



Pemandangan laut Viovio dari kejauhan



## Pintu masuk Viovio



## 2. Pengisian kuesioner oleh pengunjung Viovio



### Tampilan dalam tenda glamping



**LAMPIRAN 6****Surat Pengantar Penelitian**

|                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                              | <b>POLITEKNIK PARIWISATA BATAM</b><br>Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex<br>Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425<br>Indonesia | Telp + 62 778 354 0889<br>Email: info@btp.ac.id<br><a href="https://btp.ac.id">https://btp.ac.id</a> |
| Batam, 02 November 2025                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| No                                                                                                                                                                                            | : 187/D/ADAK-BTP/XI/2025                                                                                                        |                                                                                                      |
| Perihal                                                                                                                                                                                       | : Permohonan Observasi Proyek Akhir                                                                                             |                                                                                                      |
| Kepada Yth:                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Bapak/Ibu Pimpinan                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Pantai Viovio                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Di, Tempat                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Dengan Hormat,                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Dalam rangka penyusunan Proyek Akhir sebagai syarat kelulusan, mahasiswa Program Studi Manajemen Devisi Kamar Batam Tourism Polytechnic akan melakukan kunjungan observasi dengan keterangan: |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Nama                                                                                                                                                                                          | : Gita Agustina Br Tamba                                                                                                        |                                                                                                      |
| NIM                                                                                                                                                                                           | : 2022010044                                                                                                                    |                                                                                                      |
| Judul PA                                                                                                                                                                                      | : Pengaruh Tren Glamping Terhadap Keputusan Berkunjung ke Pantai Viovio                                                         |                                                                                                      |
| Besar harapan kami pihak Manajemen Pantai Viovio dapat mempersilakan mahasiswa tersebut melakukan Observasi.                                                                                  |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Demikianlah surat permohonan ini kami buat. Atas perhatian dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, kami ucapkan terima kasih.                                                                   |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| Hormat kami,                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
|                                                                                                            |                                                                                                                                 |                                                                                                      |
| <b>Dr. Ervd Saputra, S.Par., M.M., M.Sc.</b><br>Wakil Direktur I Batam Tourism Polytechnic                                                                                                    |                                                                                                                                 |                                                                                                      |

## LAMPIRAN 7

### Surat Penyelesaian Penelitian



### SURAT KETERANGAN

Batam, 05 November 2025,

No : 032/HRD/SK/VSA/XI/2025  
Hal : Surat Keterangan Telah Melaksanakan dan Menyelesaikan Penelitian

Kepada Yth.  
Bapak / Ibu Pimpinan  
Batam Tourism Polytechnic  
di Tempat

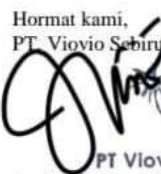
Dengan hormat,

Manajemen Viovio Beach and Resort dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Gita Agustina Br. Tamba  
NIM : 2022010044  
Judul Penelitian : Pengaruh Glamping Terhadap Keputusan Berkunjung ke Viovio.

Telah menyelesaikan kegiatan penelitian di Viovio Beach and Resort dengan baik dan penuh tanggung jawab. Selama melaksanakan penelitian, yang bersangkutan menunjukkan sikap sopan, kooperatif, serta mengikuti aturan yang berlaku di lingkungan kerja kami.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.  
Atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,  
PT. Viovio Sebiru Awani  
  
PT Viovio Sebiru Awani  
Sondang Lidya Silitonga  
HR & Legal Cum Sales Manager

  
Viovio Beach & Resort  
Jl. Trans Barelang, Jembatan 5 - Galang

## LAMPIRAN 8

## Curriculum Vitae

|                                                                  |                      |                                                                            |           |                           |
|------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------|
| <b>CURRICULUM VITAE</b>                                          |                      |                                                                            |           |                           |
| First Name                                                       | :                    | Gita Agustina                                                              |           |                           |
| Last Name                                                        | :                    | Br Tamba                                                                   |           |                           |
| Address                                                          | :                    | Jalan padat karya                                                          |           |                           |
| Gender                                                           | :                    | Female                                                                     |           |                           |
| Place, Date of Birth                                             | :                    | Medan, 17 August 2002                                                      |           |                           |
| Religion                                                         | :                    | Protestan                                                                  |           |                           |
| Email                                                            | :                    | <a href="mailto:gitaagustina1201@gmail.com">gitaagustina1201@gmail.com</a> |           |                           |
| <b>EDUCATION</b> (Please write in chronological order)           |                      |                                                                            |           |                           |
| Month<br>Year<br>Start                                           | Month<br>Year<br>End | School Name                                                                | Location  | Qualification<br>Obtained |
| 2009                                                             | 2015                 | SDN 002 Kandis                                                             | Indonesia | Lulus Sekolah             |
| 2015                                                             | 2018                 | SMP Negeri 1 Kandis                                                        | Indonesia | Lulus Sekolah             |
| 2018                                                             | 2021                 | SMA Negeri 1 Kandis                                                        | Indonesia | Lulus Sekolah             |
| 2022                                                             | Now                  | Batam Tourism Polytechnic                                                  | Indonesia | Lulus Sekolah             |
| <b>EXPERIENCE</b> (Please write in chronological order)          |                      |                                                                            |           |                           |
| Month<br>Year<br>Start                                           | Month<br>Year<br>End | Company                                                                    | Location  | Qualification<br>Obtained |
| Agustus<br>2023                                                  | Februari<br>2024     | The Ritz Carlton Hotel Hong Kong                                           | Indonesia | Trainee                   |
| <b>SKILL HIGHLIGHTS</b> (Please write in chronological order)    |                      |                                                                            |           |                           |
| Hard Skill                                                       |                      | Soft Skill                                                                 |           |                           |
| Front Desk Agent                                                 |                      | Communication Skill                                                        |           |                           |
| Housekeeping                                                     |                      | singing                                                                    |           |                           |
| <b>CERTIFICATIONS</b> (Please write in chronological order)      |                      |                                                                            |           |                           |
| 1. Trainee Housekeeping Department in The Ritz Carlton Hong Kong |                      |                                                                            |           |                           |

