

The Effect of Educational Tourism Attraction and Event Sport Tourism on Visit Intention: Evidence from Medan Respondents during the F1 Powerboat Lake Toba Event

¹Devi Andri Nitami*, ²Nicolas Siagian, ³Selwendri

^{1,2,3}Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara

E-mail: selwendri@usu.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4610>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 23 Nov 2025

Revised: 05 Dec 2025

Accepted: 24 Dec 2025

Kata Kunci:

Pengaruh Daya Tarik Wisata Edukasi dan Wisata Olahraga terhadap Niat Kunjungan: Bukti dari Responden Medan selama Acara Balap Perahu Motor F1 di Danau Toba

Keywords:

The Effect of Educational Tourism Attraction and Event Sport Tourism on Visit Intention: Evidence from Medan Respondents during the F1 Powerboat Lake Toba Event



ABSTRACT

Berdasarkan analisis menggunakan SEM-PLS, penelitian ini menunjukkan bahwa *attraction* dan *event sport tourism* berpengaruh positif serta signifikan terhadap *visit intention*, baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil pengujian *outer model* menegaskan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas melalui pengujian nilai *factor loading*, AVE, *Fornell-Larcker*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha*. Pada tahap evaluasi *inner model*, diperoleh nilai *koefisien determinasi* (R^2) sebesar 0,545, yang berarti bahwa variabel *attraction* dan *event sport tourism* mampu menjelaskan 54,5% variasi pada *visit intention*. Hasil uji *path coefficient* menunjukkan bahwa *attraction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *visit intention* dengan nilai *T-statistic* 5,964 (p -value = 0,000). *Event sport tourism* juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *visit intention* dengan nilai *T-statistic* 3,714 (p -value = 0,000). Model penelitian ini pun memiliki tingkat *predictive relevance* yang baik, dibuktikan melalui nilai Q^2 sebesar 0,303. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menyarankan agar para pemangku kebijakan di kawasan Danau Toba, khususnya pihak yang berperan dalam penyelenggaraan *event sport tourism*, dapat meningkatkan kualitas pelaksanaan kegiatan agar lebih menarik dan berdampak pada peningkatan minat berkunjung wisatawan. Untuk penelitian berikutnya, dianjurkan memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *visit intention*, mengingat masih terdapat 69,7% varians yang belum dijelaskan oleh model ini.

Based on the analysis using SEM-PLS, this study shows that attraction and event sport tourism have a positive and significant effect on visit intention, both partially and simultaneously. The results of the outer model test confirm that all indicators in each variable have met the validity and reliability criteria through testing the factor loading value, AVE, Fornell-Larcker, Composite Reliability, and Cronbach's Alpha. In the inner model evaluation stage, a coefficient of determination (R^2) value of 0.545 was obtained, which means that the attraction and event sport tourism variables are able to explain 54.5% of the variation in visit intention. The results of the path coefficient test show that attraction has a positive and significant effect on visit intention with a T-statistic value of 5.964 (p -value = 0.000). Event sport tourism is also proven to have a positive and significant effect on visit intention with a T-statistic value of 3.714 (p -value = 0.000). This research model also has a good level of predictive relevance, evidenced by a Q^2 value of 0.303. Based on these results, the researchers recommend that policymakers in the Lake Toba region, particularly those involved in organizing sports tourism events, improve the quality of their activities to make them more attractive and impact tourist interest. For future research, it is recommended to include other variables that could potentially influence visit intention, given that this model still has 69.7% of the variance unexplained



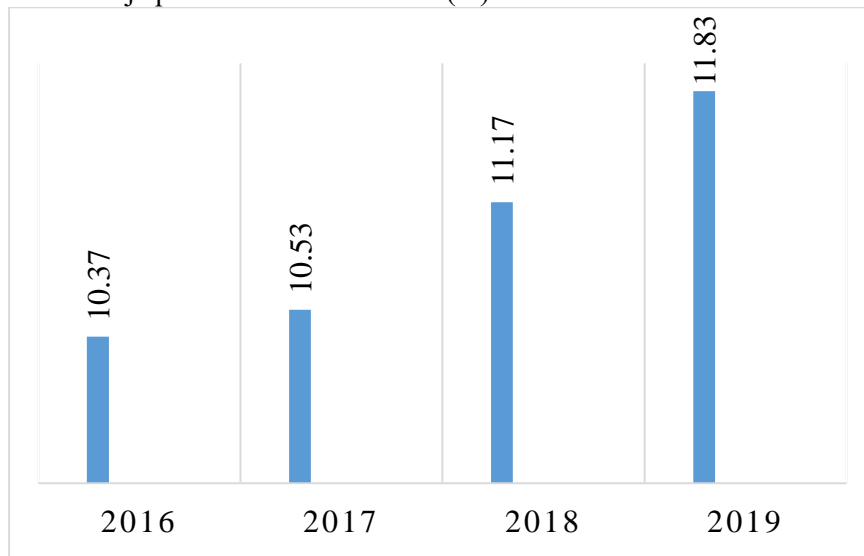
This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Winda Fashihah et al (2025). Socialization of the Use of Smart TVs as a Means of Improving Communication Quality and as a Learning Medium in Indonesia's 3T Regions , 4(3) 14937-14949. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4610>

PENDAHULUAN

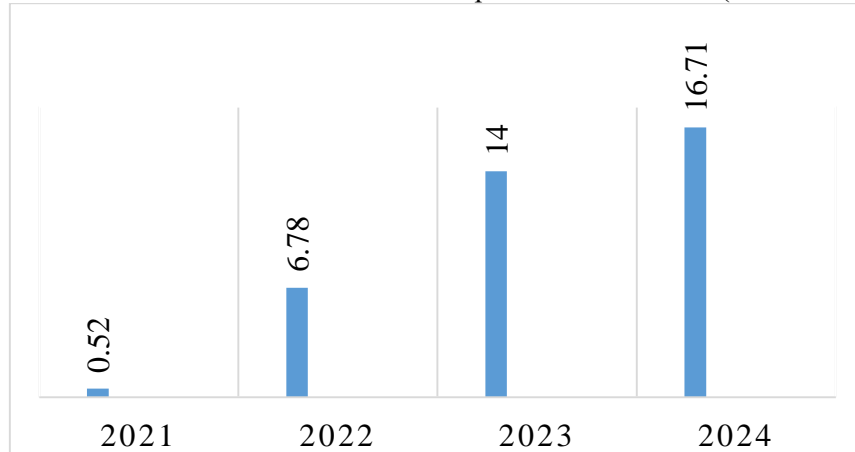
Pada tahun 2024, sektor pariwisata berkontribusi sebesar 10% terhadap perekonomian global dengan nilai US\$10,9 triliun terhadap PDB dunia, menciptakan sekitar 357 juta lapangan kerja atau satu dari sepuluh pekerjaan secara global, serta mencatatkan pengeluaran wisatawan internasional sebesar US\$1,9 triliun (World Bank, 2025). Sejalan dengan hal tersebut Indonesia juga mencatat peningkatan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja, di mana kontribusi pariwisata terhadap PDB meningkat secara konsisten dari 2,23% pada 2020, menjadi 2,30% pada 2021, kemudian naik signifikan menjadi 3,72% pada 2022, dan mencapai 4,67% pada 2023 dengan jumlah tenaga kerja di sektor ini tercatat meningkat dari tahun 2016 sebesar 10,37% menjadi 11,83% pada tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2025a, 2025b). Tidak hanya itu, pariwisata juga berkontribusi pada Devisa yaitu 0,52% pada tahun 2021 dan meningkat menjadi 16,71% pada tahun 2024 (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025a).

Gambar 1. Jumlah Pekerja pada Industri Pariwisata (%)



Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Gambar 2. Kontribusi Pariwisata terhadap Devisa 2021-2025 (Miliar US \$)

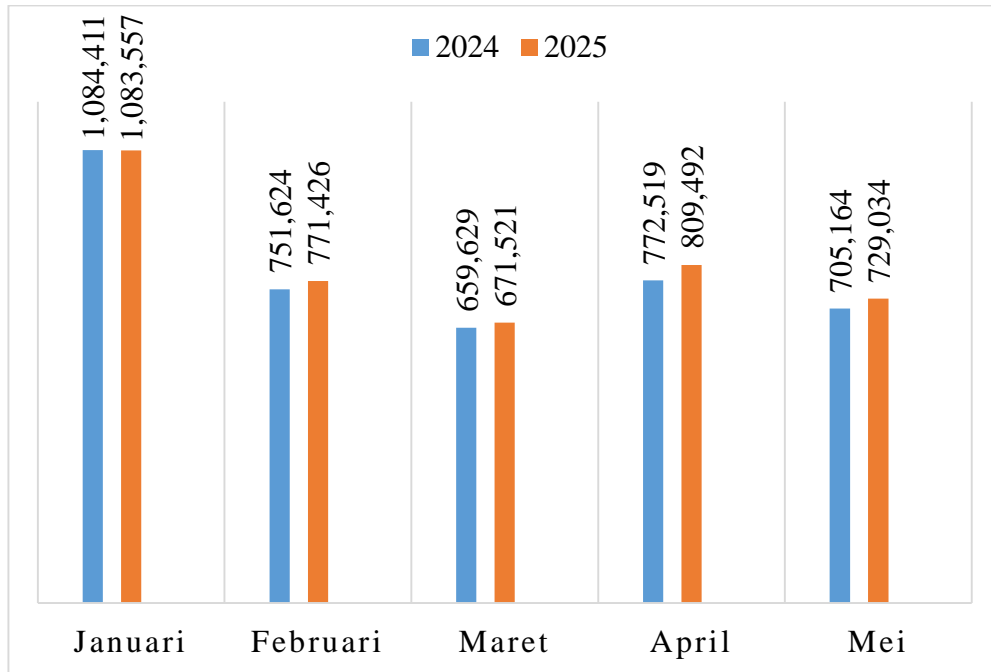


Sumber: (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025a)

Melihat tren positif tersebut, pemerintah Indonesia terus mendorong pengembangan pariwisata sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi dan salah satu bentuk dorongan tersebut adalah menjadikannya destinasi super prioritas (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025). Salah satu kawasan yang masuk dalam daftar adalah Kawasan Danau Toba. Kawasan

Danau Toba merupakan salah satu kawasan strategis nasional yang terletak di Provinsi Sumatera Utara dan menjadi fokus utama dalam pengembangan pariwisata Indonesia (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025b). Kawasan Danau Toba memiliki keunggulan alam dan budaya yang unik, berupa danau vulkanik terbesar di dunia yang dikelilingi pegunungan indah serta warisan budaya Batak yang khas dan autentik (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025b). Namun angka kunjungan wisata ke kawasan Danau Toba menunjukkan pola yang tidak stabil dan cenderung fluktuatif.

Gambar 3. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara di Kawasan DPSP Danau Toba, Bulan Januari-Mei Tahun 2024-2025



Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2025c), diolah peneliti

Data di atas memperlihatkan bahwa kunjungan wisatawan ke Kawasan Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) Danau Toba mengalami fluktuasi sepanjang Januari hingga Mei pada tahun 2024-2025. Analisis ini menyoroti kebutuhan dalam peningkatan statistik pariwisata kawasan sebagai upaya menstabilkan arus kunjungan dan meningkatkan daya saing destinasi tanpa harus menghilangkan kekhasan destinasi wisata tersebut. Hal ini dikarenakan pengembangan pariwisata harus sejalan dengan upaya pelestarian agar tradisi lokal tetap terjaga sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat (Shabalala, 2025). Oleh sebab itu, inovasi menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan pembangunan pariwisata di kawasan tersebut. Sukmana (2023) menyatakan bahwa setiap bentuk pembangunan, termasuk pembangunan berkelanjutan dalam sektor pariwisata, memerlukan adanya inovasi. Maka untuk menghadapi kunjungan yang fluktuatif diperlukan langkah pengembangan yang tidak hanya meningkatkan jumlah tetapi menstabilkan pola kunjungan melalui strategi yang inovatif.

Salah satu bentuk inovasi yang potensial untuk diterapkan di kawasan Danau Toba adalah pengembangan wisata pendidikan (*educational tourism*). Wisata pendidikan merupakan bentuk perjalanan yang menggabungkan kegiatan pembelajaran dengan pariwisata melalui kunjungan ke berbagai lokasi untuk mempelajari budaya, sejarah, lingkungan, dan kehidupan masyarakat setempat (Selvakumar et al., 2024). Salah satu aspek kunci wisata edukasi adalah fokus pada pembelajaran dan pengembangan diri melalui berbagai kegiatan seperti tur berpemandu, lokakarya, ceramah, dan pengalaman langsung yang memberikan wawasan tentang kehidupan lokal, dengan sifat interdisipliner yang mencakup bidang seni, arsitektur, sains, ekologi, sosiologi, dan antropologi, serta berkontribusi terhadap praktik pariwisata berkelanjutan (Selvakumar et al., 2024). Danau Toba memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata pendidikan dalam bidang geologi, budaya, dan ekologi:

1. Geologi: Danau Toba adalah kaldera *supervolcano* yang menawarkan pemandangan geologi yang unik dan beragam, serta nilai arkeologis yang signifikan (Situmeang, 2016).

2. Budaya: Danau Toba memiliki warisan budaya yang kaya, termasuk adat istiadat dan rumah tradisional (Irsal et al., 2020).
3. Ekologi: Keanekaragaman flora dan fauna serta upaya konservasi alam di sekitar Danau Toba dapat menjadi fokus wisata pendidikan (Setiawati et al., 2024)

Wisata pendidikan ini tidak hanya meningkatkan wawasan wisatawan, tetapi juga memperkuat citra Danau Toba sebagai destinasi berkelas dunia yang berkelanjutan. Beberapa dampak positif wisata pendidikan antara lain:

1. Wisatawan mendapatkan pengetahuan baru tentang budaya, sejarah, dan lingkungan yang mereka kunjungi (Karampotsis et al., 2024).
2. Wisatawan terlibat dalam kegiatan yang memberikan pengalaman langsung dan mendalam, meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap destinasi (Meschini et al., 2021).
3. Destinasi yang menawarkan program pendidikan yang baik dapat meningkatkan citra mereka sebagai tujuan wisata yang berharga dan berkelanjutan (Sinulingga et al., 2024).

Dalam konteks pengembangan destinasi, wisata pendidikan tersebut pada akhirnya berperan sebagai atraksi wisata (*tourist attraction*). Menurut (Alfiani et al., 2025) atraksi merupakan segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu kawasan, baik yang bersumber dari potensi alam dengan ciri fisik dan keindahannya maupun dari unsur budaya seperti sejarah, religi, cara hidup masyarakat, tata pemerintahan, dan tradisi masa lalu maupun masa kini. Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dimiliki oleh destinasi lainnya, dan dalam hal ini, keunikan geologi, budaya, dan ekologi Danau Toba menjadikan wisata pendidikan sebagai salah satu bentuk atraksi yang kuat untuk menarik minat wisatawan.

Pemerintah dalam hal menarik wisatawan berkunjung telah menerapkan strategi, yaitu salah satunya penyelenggaraan kegiatan wisata olahraga atau biasa disebut *event sport tourism*. Berbagai kegiatan olahraga berskala nasional maupun internasional telah diselenggarakan di kawasan ini sebagai upaya menarik minat wisatawan. Salah satu *event* yang paling menonjol adalah F1 Powerboat Lake Toba Championship

Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Isvari Ayu Pitanatri et al., (2025) bahwa kegiatan wisata olahraga meningkatkan daya tarik destinasi. Bahkan lebih dalam lagi Kalogiannidis et al., (2025) juga berpendapat bahwa *event sport tourism* berperan sebagai sarana edukasi dan pembentukan kompetensi budaya. *Event sport tourism* dapat berfungsi sebagai wadah pertukaran dan pembelajaran budaya (Funk & Bruun, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa *educational tourism* dan *event sport tourism* memiliki potensi sinergis dalam membangun citra Danau Toba yang berdaya saing tinggi. Lohana et al., (2023) berpendapat bahwa penerapan praktik yang mendukung lingkungan sehat, pelestarian warisan budaya, serta promosi pariwisata olahraga dan citra destinasi dapat berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian suatu negara. Melalui integrasi antara edukasi pariwisata dan kegiatan wisata olahraga dapat menciptakan pengalaman yang tidak hanya menarik tetapi juga bermakna bagi wisatawan. Pada akhirnya, peningkatan dan stabilisasi kunjungan wisatawan dapat diwujudkan apabila faktor-faktor tersebut berpengaruh positif terhadap niat berkunjung (*visit intention*).

Visit Intention dapat diartikan sebagai keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat yang didorong oleh ketertarikan serta dipengaruhi oleh informasi atau hasil pencarian yang telah mereka peroleh (Kusuma & Tunjungsari, 2024). Menurut Yandi et al., (2022) minat kunjungan dipengaruhi secara positif oleh citra destinasi pariwisata. Namun peneliti menemukan adanya celah penelitian, yaitu dimana belum ada penelitian yang spesifik menyebutkan bahwa penyelenggaraan kegiatan wisata olahraga meningkatkan minat kunjungan untuk berwisata pendidikan di kawasan destinasi Danau Toba. Hal ini menyoroti pentingnya memastikan bahwa upaya yang telah dilakukan berdampak positif terhadap keberlanjutan pariwisata di Kawasan Danau Toba. Oleh sebab itu peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh *attraction tourism* dan *event sport tourism* terhadap *visit intention* ke destinasi wisata Danau Toba.

Penelitian ini dibatasi pada calon wisatawan yang berada di Kota Medan dan pernah mendengar tentang destinasi wisata Danau Toba, khususnya terkait kegiatan *attraction educational tourism* dan *event sport tourism* yang pernah diselenggarakan di kawasan tersebut. Pemilihan Kota Medan sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan kemudahan akses dan kedekatan geografis dengan destinasi Danau Toba. Selain itu, Kota Medan juga dikenal sebagai pusat aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat di Sumatera Utara, sehingga memungkinkan adanya calon wisatawan yang

memiliki pengetahuan atau ketertarikan terhadap Danau Toba. Dengan demikian, responden di Kota Medan dianggap relevan untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini karena memiliki potensi minat berkunjung ke destinasi wisata Danau Toba.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kegiatan *attraction tourism* terhadap *visit intention* wisatawan ke Danau Toba?
2. Bagaimana pengaruh *event sport tourism* terhadap *visit intention* wisatawan ke Danau Toba?
3. Bagaimana pengaruh *event sport tourism* dan *attraction tourism* secara bersama-sama terhadap *visit intention* wisatawan ke Danau Toba?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kegiatan *attraction tourism* terhadap *visit intention* wisatawan ke destinasi wisata Danau Toba.
2. Untuk menganalisis pengaruh *event sport tourism* terhadap *visit intention* wisatawan ke destinasi wisata Danau Toba.
3. Untuk menganalisis pengaruh *event sport tourism* dan *attraction tourism* secara bersama-sama terhadap *visit intention* wisatawan ke Danau Toba.

TINJAUAN PUSTAKA

Visit Intention

Menurut (Elake et al., 2024) *visit intention* atau minat berkunjung merupakan dorongan internal dalam diri seseorang yang muncul sebagai respons terhadap rangsangan eksternal, sehingga mendorongnya untuk mengambil keputusan untuk berkunjung. Sejalan dengan defenisi tersebut Umami & Widiati, (2025) menyatakan bahwa minat berkunjung merupakan dorongan dalam diri individu yang tercipta dari keinginan untuk datang ke suatu destinasi atau wilayah yang dianggap menarik perhatiannya. Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa *visit intention* dapat diartikan sebagai dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang atas respon dari faktor eksternal sehingga tercipta keinginan untuk mengambil keputusan. Indikator Minat Berkunjung Ferdinand dalam penelitian (Sinaga et al., 2020) adalah Minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif.

Attraction

Atraksi menjadi hal penting pada wisata, hal tersebut menjadi sumber yang menarik wisatawan untuk berujung dan dapat menikmati suatu tempat wisata. Suatu atraksi menjadi hal penting bagi daya tarik pertunjukan atau tontonan yang memiliki keunikan tersendiri, dan tidak mudah dijumpai pada tempat lainnya. Maka wisatawan akan tertarik untuk mendekati keunikan tersebut (Salsabila et al., 2023). Bahkan, menurut (Ana et al., 2019) atraksi wisata yang tersedia pada wisata edukasi dapat dinikmati, dipelajari, bahkan diimplementasikan secara langsung untuk memberikan pengalaman yang terkesan dan bernilai edukasi bagi para wisatawan. Dengan demikian, Antara atraksi wisata dan *educational tourism* memiliki kaitan dan hubungan yang erat satu sama lain.

Menurut Prasetyo dan Nararais (2023) *educational tourism* atau wisata pendidikan adalah jenis perjalanan wisata yang dirancang khusus untuk memberikan pengalaman belajar menyenangkan dan melibatkan interaksi aktif. Dalam wisata pendidikan, wisatawan mengunjungi destinasi wisata tertentu dengan tujuan utama mendapatkan pengalaman belajar langsung di obyek wisata tersebut. Adapun indikator dari *attraction* adalah tingkat keunikan, tingkat keindahan dan ketersediaan lahan (Sianturi et al., 2024) dan (Saputro dan Indriastuty, 2020).

Event Sport Tourism

Menurut Tafarannisa et al (2021) *event* adalah pertemuan orang-orang yang memiliki tujuan dan bersifat sementara. Sementara *sport tourism* adalah suatu kegiatan di luar ruangan yang dilakukan selama beberapa waktu dengan tujuan menonton atau melakukan kegiatan tertentu, *sport tourism* tidak hanya memberikan dampak ekonomi, tetapi juga berdampak sosial bagi masyarakat setempat. Adapun indikator *event sport tourism* jadwal kegiatan dan publikasi informasi kegiatan (Janitra et al., 2022).

Danau Toba

Danau Toba, yang terletak di Provinsi Sumatra Utara, merupakan danau vulkanik terbesar di dunia dan salah satu destinasi wisata utama di Indonesia. Terbentuk akibat letusan supervulkan Gunung

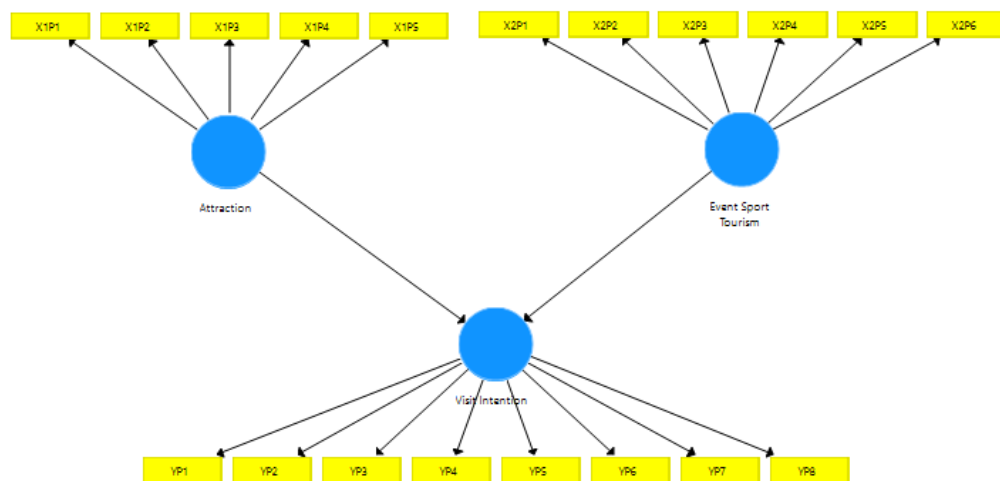
Toba sekitar 74.000 tahun yang lalu, Danau Toba tidak hanya menyimpan nilai geologi yang luar biasa, tetapi juga memiliki warisan budaya yang kaya (Carlos et al., 2025). Menurut (Lazuardina et al., 2024) kawasan wisata Danau Toba merupakan kawasan yang diproyeksikan sebagai Destinasi Pariwisata unggulan dari 5 Destinasi Pariwisata Super Prioritas yang tersebar di Indonesia, dari ke 5 Destinasi Pariwisata Super Prioritas ini Danau Toba memiliki kekuatan antara lain yaitu adanya Kaldera Quaternary terbesar di dunia dan menjadi warisan dunia dengan keanekaragaman geologi, biologis, budaya, serta atraksi buatan manusia, serta kekayaan budaya yang dapat menarik kunjungan wisatawan asing dari belahan dunia dengan mengandalkan potensi pasar yang terbentuk. Selain itu, berdasarkan penelitian (Harefa & Siregar, 2025) Adanya event F1 Powerboat di Danau Toba telah menambahkan daya tarik tersendiri dengan aksi balap speedboat berkecepatan tinggi di perairan danau yang indah. Hal ini menciptakan pengalaman adrenalin yang unik bagi para penggemar olahraga air dan balap. Pemandangan alam danau yang megah yang menjadi latar belakang spektakuler, memberikan kombinasi antara kecepatan ekstrem dan keindahan alam yang menarik wisatawan dan penggemar balap air. Acara ini tidak hanya memberikan hiburan balap yang seru, tetapi juga menonjolkan keindahan Danau Toba sebagai panggung internasional untuk ajang balap speedboat.

Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 *Attraction tourism* berpengaruh signifikan terhadap *visit intention* wisatawan ke Danau Toba.
- H2 *Event sport tourism* berpengaruh signifikan *visit intention* wisatawan ke Danau Toba.
- H3 *Attraction tourism* dan *event sport tourism* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *visit intention* wisatawan ke Danau Toba.

Gambar 4. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olah Data Peneliti

METODE

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Teknik pengumpulan data adalah kuesioner. Skala Likert dengan level 1-5 digunakan dalam kuesioner. Untuk pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada responden. Kuesioner tersebut dirancang menggunakan skala Likert 5 poin, di mana responden diminta menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap serangkaian pernyataan. Skala Likert ini berkisar dari 5 (sangat setuju) hingga 1 (sangat tidak setuju), sehingga memungkinkan adanya variasi jawaban yang mencerminkan perbedaan persepsi, sikap, atau perilaku.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu responden dalam penelitian ini adalah individu yang berdomicili di Kota Medan, pernah mendengar tentang destinasi wisata Danau Toba, mengetahui bahwa kawasan tersebut memiliki potensi wisata pendidikan seperti geowisata, budaya Batak, atau ekowisata, mengetahui bahwa Danau Toba pernah menjadi lokasi penyelenggaraan *event sport tourism*

seperti F1H2O, Aquabike Jetski World Championship, atau event olahraga lainnya, serta memiliki ketertarikan atau rencana untuk berwisata ke Danau Toba dalam waktu 1–12 bulan ke depan. Ukuran sampel ditentukan menggunakan Rumus Cochran karena tidak tersedia data pasti mengenai jumlah calon wisatawan di Kota Medan yang memenuhi kriteria penelitian (Rezeki et al., 2025). Oleh sebab itu, peneliti menggunakan Cochran untuk menetapkan jumlah sampel yang representatif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS.

Tabel 1. Pernyataan Pertanyaan

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
<i>Attraction Educational</i>	Tingkat Keunikan	Saya merasa wisata geologi, budaya, dan ekologi di Danau Toba memiliki keunikan.
	Tingkat Keindahan	Lingkungan wisata geologi, budaya, dan ekologi di Danau Toba indah. Keindahan lokasi wisata geologi, budaya, dan ekologi di Danau Toba meningkatkan ketertarikan saya untuk berkunjung.
<i>Tourims</i>	Ketersediaan Lahan	Danau Toba memiliki fasilitas yang memadai untuk kegiatan wisata geologi, budaya, dan ekologi. Area yang tersedia mendukung kenyamanan pengunjung dalam mengikuti aktivitas wisata geologi, budaya, dan ekologi.
	Jadwal Kegiatan	Jadwal pelaksanaan F1 Powerboat di Danau Toba disampaikan dengan jelas kepada publik. Penentuan waktu event F1 Powerboat di Danau Toba pada 22-24 Agustus 2025 (Jumat-Minggu) mudah diakses oleh wisatawan untuk berkunjung. Informasi terkait jadwal event F1 Powerboat di Danau Toba mudah diperoleh.
<i>Event Sport Tourism</i>	Publikasi Informasi Kegiatan	Informasi mengenai F1 Powerboat di Danau Toba dipublikasikan secara luas. Publikasi event F1 Powerboat membantu saya memahami sport tourism di Danau Toba. Informasi yang ada membuat saya semakin tertarik untuk menyaksikan F1 Powerboat secara langsung.
	Minat Transaksional	Saya bersedia mengeluarkan biaya untuk berkunjung ke Danau Toba. Saya berniat membeli tiket wisata di Danau Toba.
<i>Visit Intention</i>	Minat Referensial	Saya ingin merekomendasikan wisata Danau Toba kepada teman. Saya akan membagikan informasi positif tentang Danau Toba kepada teman.
	Minat Preferensial	Danau Toba menjadi salah satu pilihan utama saya untuk berwisata. Saya lebih memilih berwisata ke Danau Toba dibanding destinasi lainnya.
<i>Visit Intention</i>	Minat Eksploratif	Saya ingin mencari lebih banyak informasi tentang aktivitas wisata di Danau Toba. Saya berminat menjelajahi berbagai aktivitas yang ada di Danau Toba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi *Outer Model*

Evaluasi *outer model* meliputi pengujian *validitas konvergen*, yang dianggap memenuhi kriteria karena seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* di atas 0,6 (Wiyono & Kirana, 2021). Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) juga memenuhi syarat validitas karena lebih besar dari 0,5, yaitu 0,54 untuk variabel *attraction*, 0,588 untuk *event sport tourism*, dan 0,579 untuk *visit intention* (Hair et al., 2021). Selanjutnya dilakukan pengujian validitas diskriminan melalui analisis *cross-loading* dan *Fornell-Larcker*. Kriteria *cross-loading* dipenuhi apabila nilai indikator pada variabelnya sendiri lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lain. Sementara itu, pada uji *Fornell-Larcker*, suatu konstruk dinilai valid apabila nilai akar AVE pada diagonal lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya (Dr. Duryadi, 2021). Berdasarkan hasil analisis, kedua uji tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas.

Gambar 5. Deskripsi *Outer Loading*



Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

Tabel 2. Deskripsi *Outer Loading*

	<i>Attraction</i>	<i>Event Sport Tourism</i>	<i>Visit Intention</i>
X1P1	0.668		
X1P2	0.725		
X1P3	0.832		
X1P4	0.722		
X1P5	0.719		
X2P1		0.623	
X2P2		0.832	
X2P3		0.768	
X2P4		0.773	
X2P5		0.806	
X2P6		0.782	
YP1			0.748
YP2			0.739
YP3			0.74
YP4			0.791

YP5	0.759
YP6	0.702
YP7	0.794
YP8	0.809

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

Tabel 3. Deskripsi *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average Variance Extracted (AVE)
Attraction	0.54
Event Sport Tourism	0.588
Visit Intention	0.579

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

Tabel 4. Deskripsi Cross Loadings

	<i>Attraction</i>	<i>Event Sport Tourism</i>	<i>Visit Intention</i>
X1P1	0.668	0.35	0.413
X1P2	0.725	0.385	0.478
X1P3	0.832	0.406	0.594
X1P4	0.722	0.491	0.486
X1P5	0.719	0.52	0.507
X2P1	0.265	0.623	0.266
X2P2	0.555	0.832	0.582
X2P3	0.442	0.768	0.453
X2P4	0.441	0.773	0.471
X2P5	0.428	0.806	0.485
X2P6	0.488	0.782	0.556
YP1	0.514	0.447	0.748
YP2	0.463	0.434	0.739
YP3	0.502	0.426	0.74
YP4	0.524	0.492	0.791
YP5	0.512	0.541	0.759
YP6	0.455	0.41	0.702
YP7	0.554	0.571	0.794
YP8	0.598	0.497	0.809

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

Tabel 5. Deskripsi *Forrael Larcker*

	<i>Attraction</i>	<i>Event Sport Tourism</i>	<i>Visit Intention</i>
<i>Attraction</i>	0.735		
<i>Event Sport Tourism</i>	0.585	0.767	
<i>Visit Intention</i>	0.68	0.631	0.761

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

Tabel 6. Deskripsi *Reliabilities*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Attraction</i>	0.786	0.854
<i>Event Sport Tourism</i>	0.86	0.895
<i>Visit Intention</i>	0.896	0.917

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

Tahap terakhir dalam evaluasi *outer model* adalah pengujian reliabilitas, yang dilihat melalui nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR). Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai CA di atas 0,7 sebagai batas minimal, serta nilai CR kurang dari 0,9 dan tidak melebihi 0,95, karena nilai yang terlalu tinggi (di atas 0,95) dapat mengindikasikan redundansi indikator (Hair et al., 2021). Hasil analisis terhadap model menunjukkan bahwa seluruh variabel yang dihipotesiskan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria pada setiap tahap pengujian yang dilakukan. Karena seluruh persyaratan telah terpenuhi, model dinyatakan layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya, yaitu evaluasi *inner model* (Puspitasari, 2021)

Evaluasi Inner Model

Nilai *R-Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,545 menunjukkan bahwa variabel *attraction* dan *event sport tourism* mampu menjelaskan 54,5% variasi pada *visit intention*. Dengan demikian, masih terdapat 45,5% variasi lain yang dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model penelitian ini (Dr. Duryadi, 2021). Pengujian selanjutnya adalah uji *path coefficient* yang menilai nilai *T-statistic* dan *P-value*. Tahap ini diawali dengan menganalisis nilai *original sample* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel *attraction* dan *event sport tourism* terhadap *visit intention*. Hasil analisis menunjukkan hubungan yang bersifat positif, nilai koefisien *attraction* terhadap *visit intention* sebesar 0,472, sedangkan *event sport tourism* terhadap *visit intention* sebesar 0,355. Koefisien tersebut dikategorikan positif karena mendekati angka +1, sementara nilai yang mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif (Hair et al., 2021).

Nilai kritis untuk uji dua arah memiliki beberapa tingkat signifikansi, yaitu 1,65 (10%), 1,96 (5%), dan 2,57 (1%). Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 1% atau 0,01, sehingga hipotesis diterima apabila nilai *T-statistic* lebih besar dari 2,57. Selain itu, *P-value* < 0,01 juga digunakan sebagai syarat penerimaan hipotesis (Hair et al., 2021). Berdasarkan hasil pengujian, hipotesis pertama dan kedua dinyatakan diterima karena memenuhi kedua kriteria tersebut. Hipotesis ketiga dievaluasi melalui nilai koefisien determinasi (*R*²) sebesar 54,5% serta hasil uji parsial yang sama-sama menunjukkan signifikansi. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan adanya pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan diterima (Puspitasari, 2021)

Tabel 7. Deskripsi Tabel *R Square*

	<i>R Square</i>
<i>Visit Intention</i>	0.545

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

Table 8. Descriptive Path Coefficient

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T (O/STDEV)</i>	<i>Statistics</i>	<i>P Values</i>
<i>Attraction -> Visit Intention</i>	0.472	5.964		0
<i>Event Sport Tourism -> Visit Intention</i>	0.355	3.714		0

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

Selanjutnya, *predictive relevance* merupakan komponen dari model struktural yang menjelaskan kemampuan variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Nilai *Q*² yang berada di atas 0 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat *predictive relevance* terhadap konstruk endogen. Sebaliknya, apabila nilai *Q*² sama dengan 0 atau kurang, maka model dianggap tidak memiliki kemampuan prediktif (Hair et al., 2021). Pada penelitian ini, kriteria tersebut terpenuhi karena nilai *Q*² yang diperoleh sebesar 0,303, sehingga model dinyatakan memiliki *predictive relevance*.

Tabel 9. Deskripsi *Predictive Relevance*

	<i>Q</i> ² (=1-SSE/SSO)
<i>Attraction</i>	
<i>Event Sport Tourism</i>	
<i>Visit Intention</i>	0.303

Sumber: Hasil olah data menggunakan SmartPLS

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis menggunakan SEM-PLS, penelitian ini menunjukkan bahwa *attraction* dan *event sport tourism* berpengaruh positif serta signifikan terhadap *visit intention*, baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil pengujian *outer model* menegaskan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas melalui pengujian nilai *factor loading*, *AVE*, *Fornell-Larcker*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha*.

Pada tahap evaluasi *inner model*, diperoleh nilai *koefisien determinasi* (R^2) sebesar 0,545, yang berarti bahwa variabel *attraction* dan *event sport tourism* mampu menjelaskan 54,5% variasi pada *visit intention*. Hasil uji *path coefficient* menunjukkan bahwa *attraction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *visit intention* dengan nilai *T-statistic* 5,964 (p -value = 0,000). *Event sport tourism* juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *visit intention* dengan nilai *T-statistic* 3,714 (p -value = 0,000).

Model penelitian ini pun memiliki tingkat *predictive relevance* yang baik, dibuktikan melalui nilai Q^2 sebesar 0,303. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menyarankan agar para pemangku kebijakan di kawasan Danau Toba, khususnya pihak yang berperan dalam penyelenggaraan *event sport tourism*, dapat meningkatkan kualitas pelaksanaan kegiatan agar lebih menarik dan berdampak pada peningkatan minat berkunjung wisatawan. Untuk penelitian berikutnya, dianjurkan memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *visit intention*, mengingat masih terdapat 69,7% varians yang belum dijelaskan oleh model ini.

REFERENSI

- Alfiani, D. L. N., Chania, M., Sari, S. A. N., & Novita, Y. (2025). Analisis Komponen Pariwisata (4A) pada Wisata Asia Farm di Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2). <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu>
- Ana, M., Hayatri, S., Prasetyo, H., Tinggi, S., & Ambarrukmo, P. (2019). Menggunakan Media Sosial Instagram Melalui Hashtag #Wisataedukasijogja. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 15(2018), 153–161.
- Badan Pusat Statistik. (2025a, June 30). *Tourism Satellite Account Indonesia 2019-2023*. <https://www.bps.go.id/publication/2025/06/30/9882e9804970a1d1b9a69be3/tourism-satellite-account-indonesia-2019-2023.html>.
- Badan Pusat Statistik. (2025b, October 7). *Jumlah Pekerja pada Industri Pariwisata dalam Proporsi terhadap Total Pekerja (Persen), 2016*. <https://www.bps.go.id/statistics-table/2/MTE5MCMY/jumlah-pekerja-pada-industri-pariwisata-dalam-proporsi-terhadap-total-pekerja-persen-.html>.
- Dr. Duryadi, M. S. (2021). Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Issue 1).
- Elake, A. A., Saleky, S. R. J., & Ufie, A. J. R. (2024). Fasilitas Wisata Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Hunimua, Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1).
- Funk, D. C., & Bruun, T. J. (2007). The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective. *Tourism Management*, 28(3), 806–819. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.05.011>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Irsal, I., Siahaan, N. M., Lindarto, D., & Harisdani, D. D. (2020). Model Arrangement of the Meat Village as an Alternative Tourism Destination of Toba Lake. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 452(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/452/1/012035>
- Isvari Ayu Pitanatri, Lilik Widyanthi, I Putu Andre Adi Putra Pratama, & Putu Ade Wijana. (2025). Marathon Event sebagai Strategi Efektif dalam Meningkatkan Daya Tarik Destinasi. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21(2), 218–234. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v21i2.690>

- Kalogiannidis, S., Nikolaou, E. E., Kalfas, D., Syndoukas, D., & Chatzitheodoridis, F. (2025). Efficacy of Hosting Athletic Events on Sport Tourism Development in Europe: A European Perspective. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 245–271. https://doi.org/10.1007/978-3-031-76654-1_14
- Karampotsis, E., Zarra, P., & Aspridis, G. M. (2024). Environmental Education and Its Contribution to the Growth of Tourism: An Overview. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 525–542. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54338-8_30
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, January 22). *Pemerintah Terus Mendorong Pengembangan Pariwisata Indonesia Sebagai Penggerak Pertumbuhan Ekonomi*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6145/pemerintah-terus-mendorong-pengembangan-pariwisata-indonesia-sebagai-penggerak-pertumbuhan-ekonomi>
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2025a, April 15). *Perkembangan Jumlah Devisa Sektor Pariwisata Tahun 2015-2024*. <https://kemenpar.go.id/statistik-devisa-pariwisata/perkembangan-jumlah-devisa-sektor-pariwisata-tahun-2015-2024>
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2025b, April 15). *Perkembangan Perjalanan Wisatawan Nusantara Tujuan Kabupaten/Kota di Kawasan DPSP Danau Toba Tahun 2024*. <https://kemenpar.go.id/direktori-statistik/perkembangan-perjalanan-wisatawan-nusantara-tujuan-kabupatenkota-di-kawasan-dpsp-danau-toba-tahun-2024>
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2025c, July 31). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Tujuan Kabupaten/Kota di Kawasan DPSP Danau Toba Bulan Januari-Mei Tahun 2025*. <https://kemenpar.go.id/direktori-statistik/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-tujuan-kabupatenkota-di-kawasan-dpsp-danau-toba-bulan-januari-mei-tahun-2025>
- Kusuma, J. P., & Tunjungsari, H. K. (2024). Faktor yang Mempengaruhi Visit Intention Dengan Trust Sebagai Mediasi pada Hotel Ramah Lingkungan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1).
- Lohana, S., Imran, M., Harouache, A., Sadia, A., & Ur Rehman, Z. (2023). Impact of environment, culture, and sports tourism on the economy: a mediation-moderation model. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(3). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2023.2222306>
- Meschini, M., Machado Toffolo, M., Caroselli, E., Franzellitti, S., Marchini, C., Prada, F., Boattini, A., Brambilla, V., Martinez, G., Prati, F., Simoncini, G., Visentin, M., Airi, V., Branchini, S., & Goffredo, S. (2021). Educational briefings in touristic facilities promote tourist sustainable behavior and customer loyalty. *Biological Conservation*, 259. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2021.109122>
- Puspitasari, V. (2021). Analisis Pengaruh Manajemen Rekod dan Manajemen Risiko Terhadap Bisnis Proses Perusahaan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan, Dan Kearsipan*, 23(2). <https://doi.org/10.7454/jipk.v23i2.001>
- Rezeki, F., Aprilia, P., Yuniarti, R., Kurdaningsih, D. M., Nurhayati, Yuliyanti, E., Siringoringo, R., Turmudhi, A., Kartika, A., & Napitupulu, R. L. (2025). Metodologi Penelitian. In *Pt Kimhsafi Alung Cipta*.
- Salsabila, S., Nathalia, T. C., & Harapan, U. P. (2023). *Pengaruh Atraksi Wisata Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Mini Indonesia Indah Pasca Revitalisasi*. 6(2), 195–206.
- Saputro, W. E., & Indriastuty, N. (2020). *Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan kualitas layanan terhadap minat berkunjung ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 11, 56–73.
- Selvakumar, P., Seenivasan, S., Raha, S., Ravikumar, S., & Gandhimathi, S. (2024). Educational tourism. In *Technological and Managerial Approaches to Fostering Sustainable Travel* (pp. 125–149). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8115-1.ch006>
- Setiawati, R., Suhud, U., Allan, M., & Hoo, W. C. (2024). Community readiness to host a world-class tourism destination: Insights from lake Toba. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 738–757. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2157>
- Shabalala, L. P. (2025). Community development insights on cultural heritage tourism. In *Community Development Insights on Cultural Heritage Tourism*. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-6512-0>
- Sianturi, W., Juni, R., Sitio, T., Fero, D., Nadeak, T. R. J., Budaya, P., Ilmu, F., Agama, I., & Negeri, K. (2024). *The Effect of Tourist Attractions on the Progress of the Sipinsur Geosite Tourism*

Object in Pearung Tourism Village , Humbang Hasundutan Regency in 2024 Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Kemajuan Objek Wisata Geosite Sipinsur di Desa Wisata Pearung Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2024. 3(10), 4199–4210.

- Sinulingga, S., Marpaung, J. L., Sibarani, H. S., Amalia, A., & Kumalasari, F. (2024). Sustainable Tourism Development in Lake Toba: A Comprehensive Analysis of Economic, Environmental, and Cultural Impacts. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(8), 2907–2917. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190809>
- Situmeang, R. (2016). Developing System Thinking Approach for Sustainable Destination Management in Lake Toba. *MATEC Web of Conferences*, 70. <https://doi.org/10.1051/mateconf/20167011004>
- Sukmana, H. (2023). Pengaruh Inovasi Destinasi Wisata Berbasis E-Government dan Partisipasi Masyarakat terhadap Pembangunan Berkelanjutan di Pulau Lusi. *Jurnal Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 8(1).
- Ummi, M., & Widiati, E. (2025). Peningkatan Minat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Tangkahan di Kabupaten Langkat Melalui Penggunaan Media Sosial Instagram. *Jurnal Doktor Manajemen*, 8(1).
- Wiyono, G., & Kirana, K. C. (2021). Efek Impresi Fintech Terhadap Perilaku Keuangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 69–81. <https://doi.org/10.30596/jimb.v21i1.3889>
- World Bank. (2025, May 14). *Tourism and Competitiveness*. <https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/brief/tourism-and-competitiveness>.
- Yandi, A., M. Ridho, M., & Mahaputra, M. R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi Multi Talenta (JKMT)*, 1(1).