



Peran Event Sport Tourism F1 Powerboat Danau Toba dalam Meningkatkan Citra Destinasi Serta Keputusan Berkunjung Wisatawan

Sormalita Simalango¹, Dina Marshanda Manurung²

^{1,2}Politeknik Pariwisata Medan

E-mail: litasimalango2005@gmail.com¹, dinamanur@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received June 09, 2026

Revised June 11, 2026

Accepted June 12, 2026

Keywords:

Tourist Attractions, Sport Tourism Event, F1 Powerboat Lake Toba, Visiting Decision, SEM-PLS

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of tourist attractions and sport tourism events on tourists' visiting decisions at the F1 Powerboat Danau Toba event. The research uses a quantitative approach with the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The research sample consists of tourists who attended the F1 Powerboat Danau Toba event and were selected using purposive sampling. Information was collected through questionnaires and analyzed using the SmartPLS application. The research results show that all indicators meet the criteria for validity and reliability. The Average Variance Extracted (AVE) values for the variables of tourist attractions, sport tourism events, and visiting decisions are 0.789, 0.855, and 0.768, respectively. The R-Square value of 0.730 indicates that tourist attractions and sport tourism events can explain 73% of the variation in tourists' visiting decisions. The hypothesis testing results show that tourist attractions have a positive and significant effect towards the decision to visit with a t-statistic value of 5.111. Not only that, sport tourism events also have a positive and significant effect on the decision to visit with a t-statistic value of 5.714 and a p-value of 0.000. These findings show that improvements in the quality of tourist attractions and the organization of sports events can increase tourists' decisions to visit Lake Toba.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received June 09, 2026

Revised June 11, 2026

Accepted June 12, 2026

Kata Kunci:

Atraksi Wisata, Event Sport Tourism, F1 Powerboat Danau Toba, Keputusan Berkunjung, SEM-PLS

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan buat menganalisis pengaruh atraksi wisata serta event sport tourism terhadap keputusan berkunjung turis pada event F1 Powerboat Danau Toba. Riset memakai pendekatan kuantitatif dengan tata cara Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM- PLS). Ilustrasi riset terdiri atas turis yang mendatangi event F1 Powerboat Danau Toba serta diseleksi memakai metode purposive sampling. Informasi dikumpulkan lewat kuesioner serta dianalisis memakai aplikasi SmartPLS. Hasil riset menampilkan kalau segala penanda penuhi kriteria validitas serta reliabilitas. Nilai Average Variance Extracted (AVE) buat variabel atraksi wisata, event sport tourism, serta keputusan berkunjung tiap- tiap sebesar 0, 789; 0, 855; serta 0, 768. Nilai R- Square sebesar 0, 730 menampilkan kalau atraksi wisata serta event sport tourism sanggup menarangkan 73% alterasi keputusan berkunjung turis. Hasil pengujian hipotesis menampilkan kalau atraksi wisata mempengaruhi positif serta



signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t- statistic sebesar 5, 111. Tidak hanya itu, event sport tourism pula mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t- statistic sebesar 5, 714 serta p- value 0, 000. Penemuan ini menampilkan kalau kenaikan mutu atraksi wisata serta penyelenggaraan event berolahraga bisa meningkatkan keputusan turis buat berkunjung ke Danau Toba.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Sormalita Simalango

Universitas

Email: litasimalango2005@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata ialah zona strategis yang berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi, kenaikan pemasukan wilayah, dan penciptaan lapangan kerja. Salah satu wujud pengembangan pariwisata yang dikala ini terus menjadi tumbuh merupakan sport tourism, ialah kegiatan wisata yang berkaitan dengan penyelenggaraan aktivitas berolahraga serta sanggup menarik kunjungan turis (Qomara et al., 2024). Lewat penyelenggaraan event berolahraga berskala nasional ataupun internasional, sesuatu destinasi bisa meningkatkan energi tarik, eksposur, serta energi saingnya di pasar pariwisata.

Danau Toba ialah salah satu destinasi luar biasa prioritas Indonesia yang mempunyai kemampuan wisata alam serta budaya yang kokoh. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, pemerintah dan pemangku kepentingan pariwisata menyelenggarakan berbagai event internasional, salah satunya F1 Powerboat Danau Toba. Event ini tidak hanya menjadi ajang olahraga internasional, tetapi juga sarana promosi destinasi yang efektif dalam memperkenalkan Danau Toba kepada wisatawan domestik maupun mancanegara (Santoso & Zulian, 2025). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penyelenggaraan event F1 Powerboat memberikan pengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan ke Danau Toba (Anggraini, 2023).

Keputusan wisatawan untuk pergi ke sebuah tempat tidak hanya dipengaruhi oleh acara olahraga, tetapi juga oleh atraksi yang ada di sana. Menurut Harefa dan Siregar (2025), daya tarik yang unik dan menarik memiliki kemampuan untuk mendorong pengunjung untuk pergi dan bahkan kembali ke tempat tersebut. Sementara itu, Nitami dan Siagian (2026) menemukan bahwa daya tarik tempat wisata dan acara olahraga secara signifikan memengaruhi minat pengunjung untuk mengikuti acara F1 Powerboat Danau Toba.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atraksi wisata dan event sport tourism terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada event F1 Powerboat Danau Toba menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola



destinasi dan penyelenggara event dalam meningkatkan daya tarik wisata serta jumlah kunjungan wisatawan ke Danau Toba.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah atraksi wisata memengaruhi keputusan pengunjung untuk mengikuti acara F1 Powerboat Danau Toba secara positif dan signifikan?
2. Apakah kegiatan olahraga di bidang pariwisata berdampak positif atau signifikan terhadap keputusan turis untuk menghadiri F1 Powerboat Danau Toba?
3. Apakah kedua aspek atraksi pariwisata dan kegiatan olahraga secara bersamaan mempengaruhi keputusan turis untuk menghadiri F1 Powerboat Danau Toba?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, seperti yang ditunjukkan dalam rumusan masalah, adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana atraksi wisata memengaruhi keputusan pengunjung untuk acara F1 Powerboat Danau Toba;
2. Untuk menganalisis bagaimana acara olahraga memengaruhi keputusan pengunjung untuk acara F1 Powerboat Danau Toba; dan
3. Untuk menganalisis bagaimana acara olahraga dan atraksi wisata secara bersamaan memengaruhi keputusan pengunjung untuk acara F1 Powerboat Danau Toba.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Atraksi Wisata

Atraksi wisata ialah seluruh suatu yang mempunyai keunikan, keelokan, serta nilai yang sanggup menarik turis buat mendatangi sesuatu destinasi. Atraksi wisata bisa berbentuk energi tarik alam, budaya, sejarah, ataupun bermacam aktivitas ataupun event yang diselenggarakan di sesuatu wilayah. Keberadaan atraksi wisata menjadi komponen utama dalam pengembangan destinasi karena merupakan alasan utama wisatawan melakukan perjalanan wisata. Semakin menarik dan beragam atraksi yang ditawarkan, maka semakin besar pula peluang destinasi untuk menarik kunjungan wisatawan. Menurut Harefa dan Siregar (2025), daya tarik wisata memiliki pengaruh positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung maupun berkunjung kembali ke suatu destinasi. Atraksi wisata yang unik, mudah diakses, dan mampu memberikan pengalaman yang berkesan akan meningkatkan persepsi positif wisatawan terhadap destinasi. Dalam konteks Danau Toba, atraksi wisata tidak hanya berupa panorama alam dan budaya Batak yang khas, tetapi juga berbagai event internasional yang diselenggarakan sebagai daya tarik tambahan bagi wisatawan.

2. Event Sport Tourism

Sport tourism merupakan bentuk kegiatan pariwisata yang berkaitan dengan aktivitas olahraga, baik sebagai peserta maupun sebagai penonton. Dalam perkembangannya, sport tourism menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan destinasi wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan memperluas promosi daerah. Menurut Qomara et al. (2024), sport tourism mampu menjadi penggerak industri pariwisata dan olahraga melalui



peningkatan aktivitas ekonomi, promosi destinasi, serta penciptaan pengalaman wisata yang unik bagi pengunjung.

Salah satu implementasi sport tourism di Indonesia adalah penyelenggaraan F1 Powerboat Danau Toba. Event ini merupakan ajang olahraga internasional yang tidak hanya menghadirkan kompetisi olahraga air berkelas dunia, tetapi juga menjadi sarana promosi destinasi Danau Toba kepada masyarakat nasional dan internasional. Santoso dan Zulian (2025) menjelaskan bahwa penyelenggaraan F1 Powerboat menjadi bagian dari strategi Indonesia dalam memperkenalkan destinasi wisata unggulan kepada dunia.

3. Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung ialah proses pengambilan keputusan yang dicoba turis saat sebelum memilah serta mendatangi sesuatu destinasi wisata. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh bermacam aspek, baik yang berasal dari ciri destinasi ataupun aspek eksternal yang membentuk anggapan turis. Bagi Kurniawan serta Nihayah (2025), keputusan berkunjung turis dipengaruhi oleh energi tarik destinasi, mutu sarana, promosi, pengalaman wisata, dan citra yang dipunyai destinasi tersebut. Turis cenderung memilah destinasi yang sanggup membagikan khasiat, pengalaman, serta kepuasan cocok dengan harapan mereka.

4. Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Atraksi wisata ialah bermacam wujud energi tarik yang ada di sesuatu destinasi serta jadi alibi utama turis buat berkunjung. Energi tarik tersebut bisa berasal dari keadaan alam, kekayaan budaya, aset sejarah, ataupun aktivitas spesial yang diselenggarakan di wilayah tertentu. Keberadaan atraksi wisata yang menarik serta berbeda dari destinasi lain bisa membagikan pengalaman yang berkesan untuk turis dan mendesak kenaikan jumlah kunjungan.

Bagi Harefa serta Siregar (2025), energi tarik wisata teruji membagikan pengaruh positif serta signifikan terhadap atensi kunjung ulang turis pasca penyelenggaraan event F1 Powerboat di Danau Toba. Penemuan ini menampilkan kalau mutu energi tarik destinasi yang dinilai baik oleh turis bisa tingkatkan kecenderungan mereka buat mendatangi kembali destinasi tersebut.

5. Pengaruh Event Sport Tourism terhadap Keputusan Berkunjung

Penyelenggaraan event sport tourism dapat menjadi instrumen yang efektif dalam meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan pada suatu destinasi. Kehadiran event olahraga berskala nasional maupun internasional tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga mampu menarik wisatawan untuk datang dan mengenal destinasi penyelenggara. Hasil penelitian Anggraini (2023) menunjukkan bahwa event F1 Powerboat berkontribusi positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke Danau Toba. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Nitami dan Siagian (2026) yang membuktikan bahwa event sport tourism berpengaruh signifikan terhadap niat wisatawan untuk berkunjung selama pelaksanaan F1 Powerboat Danau Toba.

Hipotesis Penelitian



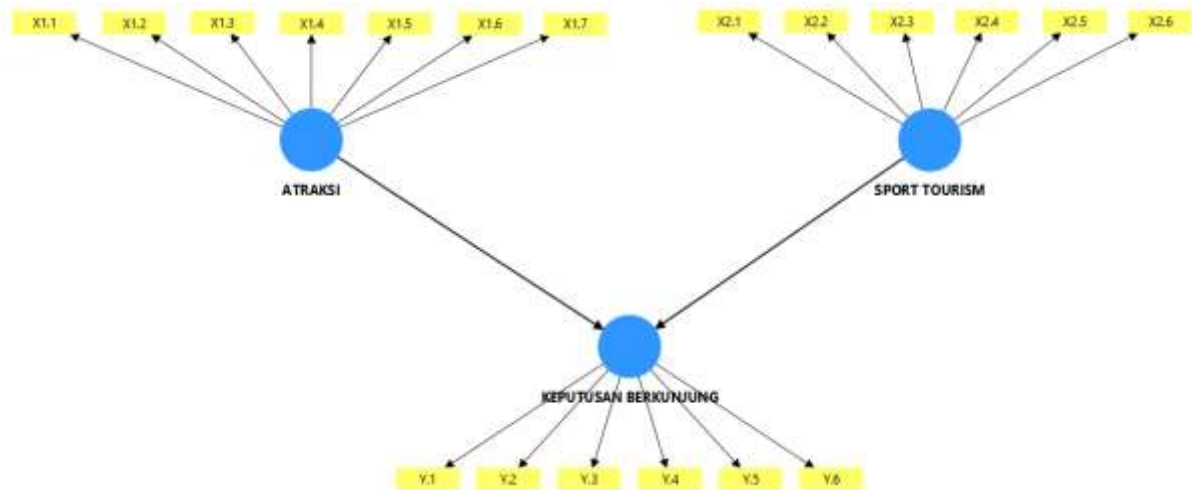
Bersumber pada model ikatan antar variabel, hingga hipotesis dalam riset ini merupakan:

H1: Atraksi Wisata (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung (Y) pada event F1 Powerboat di Danau Toba.

H2: Sport Tourism (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung (Y) pada event F1 Powerboat di Danau Toba.

H3: Atraksi Wisata dan Sport Tourism Bersama sama berpengaruh signifikan terhadap visit intention wisatawan ke Danau Toba

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Sumber: Hasil Pengelolaan Peneliti

METODE PENELITIAN

Riset ini mempraktikkan pendekatan kuantitatif dengan memakai tata cara Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM- PLS) buat menguji ikatan antara atraksi wisata serta event sport tourism terhadap keputusan berkunjung turis pada event F1 Powerboat Danau Toba. Pendekatan kuantitatif diseleksi sebab membolehkan periset buat mengukur dan menganalisis pengaruh antarvariabel secara sistematis lewat metode statistik. Informasi riset dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada turis yang mendatangi event F1 Powerboat Danau Toba. Pengukuran informasi dicoba memakai skala Likert 5 tingkatan, yang terdiri atas skor 1(sangat tidak sepakat) sampai skor 5 (sangat sepakat). Skala tersebut digunakan buat memperhitungkan asumsi responden terhadap tiap penanda yang merepresentasikan variabel riset.

Riset ini mempraktikkan metode purposive sampling selaku tata cara pengambilan ilustrasi. Metode ini dicoba dengan memilah responden yang penuh persyaratan tertentu sehingga bisa membagikan data yang cocok dengan fokus riset. Ada pula kriteria responden yang diresmikan dalam riset ini merupakan selaku berikut: (1) turis yang mendatangi event F1 Powerboat Danau Toba, (2) berumur minimum 17 tahun, (3) sempat menikmati atraksi wisata di dekat Danau Toba, (4) menjajaki ataupun melihat aktivitas sport tourism yang berlangsung sepanjang event, serta (5) bersedia mengisi kuesioner riset. Mengacu pada ketentuan universal (rule of thumb) dalam SEM- PLS, jumlah ilustrasi yang digunakan berkisar antara 100–200 responden sehingga dikira mencukupi buat menciptakan model yang normal serta representatif.



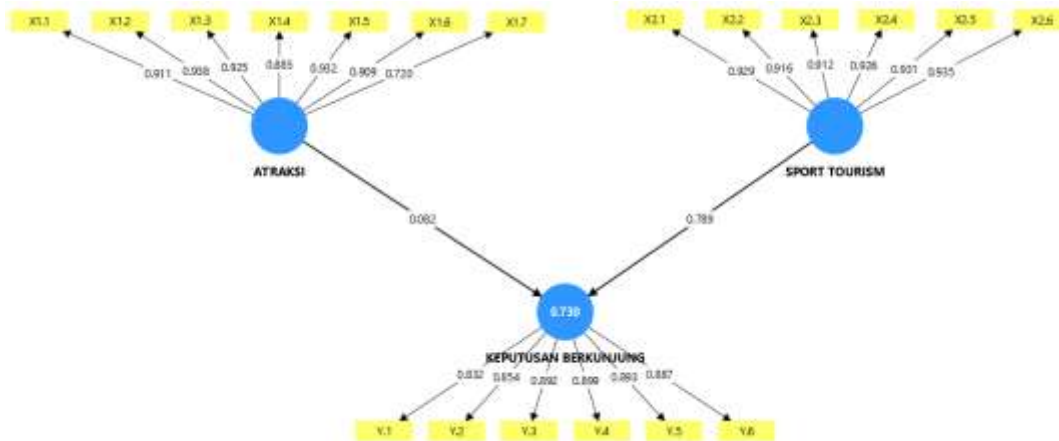
Variabel riset terdiri atas Atraksi Wisata (X1), Event Sport Tourism (X2), serta Keputusan Berkunjung (Y). Variabel Atraksi Wisata diukur lewat penanda keunikan atraksi, keelokan destinasi, serta keberagaman kegiatan wisata. Variabel Event Sport Tourism diukur lewat penanda agenda aktivitas serta publikasi data event. Sedangkan itu, Pengukuran variabel dicoba lewat 4 penanda utama, ialah atensi transaksional, atensi referensial, atensi preferensial, serta atensi eksploratif. Keempat penanda tersebut digunakan buat menggambarkan tingkatan ketertarikan serta kecenderungan responden dalam melaksanakan kunjungan wisata. Pengolahan informasi dicoba memakai aplikasi SmartPLS dengan 2 sesi pengujian, ialah outer model serta inner model. Pengujian outer model digunakan buat memperhitungkan validitas serta reliabilitas instrumen lewat nilai outer loading, AVE, cross loading, Fornell-Larcker Criterion, Cronbachs Alpha, serta Composite Reliability. Sedangkan itu, pengujian inner model bertujuan buat menganalisis ikatan antarvariabel riset lewat nilai R^2 serta path coefficient, dan buat menguji hipotesis yang diajukan dalam riset.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penilaian Outer Model

Evaluasi model pengukuran (outer model) dilakukan dengan menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan dari setiap konstruk penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa validitas konvergen telah terpenuhi, karena seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas batas minimum 0,60 sesuai dengan kriteria yang dikemukakan oleh Wiyono dan Kirana (2021). Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) pada setiap konstruk juga telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan, yaitu lebih besar dari 0,50. Nilai AVE yang diperoleh masing-masing sebesar 0,789 pada konstruk atraksi wisata, 0,855 pada konstruk event sport tourism, dan 0,768 pada konstruk keputusan berkunjung, yang menunjukkan bahwa setiap konstruk mampu menjelaskan varians indikatornya dengan baik. Selanjutnya, validitas diskriminan dievaluasi melalui analisis cross loading dan Fornell-Larcker Criterion. Hasil pengujian cross loading menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading yang lebih tinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masing-masing indikator mampu merepresentasikan konstruknya secara tepat sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan. Selain itu, hasil pengujian menggunakan Fornell-Larcker Criterion menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasinya dengan konstruk lain, sesuai dengan kriteria yang dikemukakan oleh Duryadi (2021). Berdasarkan kedua hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian telah memenuhi persyaratan validitas diskriminan dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

Gambar 2. Descriptive Outer Loading



Sumber: Hasil Pengelolaan Peneliti

Tabel 1. Descriptive Outer Loading

Outer loadings - Matrix			
	ATRAKSI	KEPUTUSAN BERKUNJUNG	SPORT TOURISM
X1.1	0.911		
X1.2	0.938		
X1.3	0.925		
X1.4	0.885		
X1.5	0.932		
X1.6	0.909		
X1.7	0.720		
X2.1			0.929
X2.2			0.916
X2.3			0.912
X2.4			0.926
X2.5			0.931
X2.6			0.935
Y.1		0.832	
Y.2		0.854	
Y.3		0.892	
Y.4		0.899	
Y.5		0.893	
Y.6		0.887	

Sumber: Hasil Pengelolaan Peneliti

Tabel 2. Descriptive Average Variance Extracted (AVE)



Construct reliability and validity - Overview	
	Average variance extracted (A...
ATRAKSI	0.795
KEPUTUSAN BERKUNJUNG	0.768
SPORT TOURISM	0.855

Sumber: Hasil Pengelolaan Peneliti

Tabel 3. Descriptive Cross Loadings

Discriminant validity - Cross loadings			
	ATRAKSI	KEPUTUSAN BERKUNJUNG	SPORT TOURISM
X1.1	0.911	0.619	0.672
X1.2	0.938	0.669	0.729
X1.3	0.925	0.652	0.736
X1.4	0.885	0.643	0.738
X1.5	0.932	0.630	0.686
X1.6	0.909	0.607	0.691
X1.7	0.720	0.493	0.566
X2.1	0.749	0.813	0.929
X2.2	0.677	0.751	0.916
X2.3	0.701	0.765	0.912
X2.4	0.699	0.785	0.926
X2.5	0.724	0.792	0.931
X2.6	0.745	0.823	0.935
Y.1	0.496	0.832	0.727
Y.2	0.500	0.854	0.735
Y.3	0.711	0.892	0.772
Y.4	0.694	0.899	0.764
Y.5	0.704	0.893	0.773
Y.6	0.522	0.887	0.711

Sumber: Hasil Pengelolaan Peneliti

Tabel 4. Descriptive Fornell Larcker

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion			
	ATRAKSI	KEPUTUSAN BERKUNJUNG	SPORT TOURISM
ATRAKSI	0.891		
KEPUTUSAN BERKUNJUNG	0.694	0.877	
SPORT TOURISM	0.775	0.853	0.925

Sumber: Hasil Pengelolaan Peneliti



Sesi akhir dalam penilaian outer model merupakan pengujian reliabilitas konstruk yang dicoba lewat nilai Cronbachs Alpha (CA) serta Composite Reliability (CR). Sesuatu konstruk dinyatakan reliabel apabila mempunyai nilai Cronbachs Alpha di atas 0,70 dan nilai Composite Reliability terletak pada rentang yang direkomendasikan, ialah lebih dari 0,70 serta tidak melebihi 0,95. Nilai CR yang sangat besar bisa mengindikasikan terdapatnya kesamaan ataupun redundansi antarindikator (Hair et angkatan laut (AL)., 2021). Bersumber pada hasil pengujian, segala variabel dalam riset ini sudah penuh kriteria reliabilitas yang diresmikan. Tidak hanya itu, segala konstruk pula sudah penuh persyaratan validitas pada sesi pengujian lebih dahulu. Dengan terpenuhinya segala kriteria penilaian outer model, model riset dinyatakan layak buat dilanjutkan ke sesi penilaian model structural (inner model) (Puspitasari, 2021).

Penilaian Inner Model

Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menampilkan nilai sebesar 0,730. Nilai tersebut mengindikasikan kalau variabel atraksi wisata serta event sport tourism sanggup menarangkan sebesar 73% alterasi pada keputusan berkunjung turis. Sedangkan itu, sisanya sebesar 27% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model riset yang tidak dianalisis dalam riset ini (Duryadi, 2021). Berikutnya, pengujian model struktural dicoba lewat analisis koefisien jalan (path coefficient) dengan mencermati nilai T- statistic serta P- value buat menguji signifikansi ikatan antarvariabel. Saat sebelum menguji signifikansi, nilai original sample dianalisis buat mengenali arah serta kekuatan ikatan antarvariabel dalam model. Hasil analisis menampilkan kalau ikatan antara atraksi wisata serta keputusan berkunjung mempunyai koefisien sebesar 0,082, sebaliknya ikatan antara event sport tourism serta keputusan berkunjung mempunyai koefisien sebesar 0,789. Kedua koefisien tersebut bernilai positif, yang menampilkan kalau kenaikan pada variabel independen cenderung diiringi oleh kenaikan pada variabel dependen. Terus menjadi mendekati nilai +1, terus menjadi kokoh ikatan positif yang tercipta, sebaliknya nilai yang mendekati -1 menampilkan ikatan negative (Hair et angkatan laut (AL)., 2021).

Pengujian hipotesis dicoba dengan menyamakan nilai T- statistic terhadap nilai kritis pada tingkatan signifikansi tertentu. Nilai kritis yang universal digunakan dalam pengujian 2 arah merupakan 1,65 pada tingkatan signifikansi 10%, 1,96 pada tingkatan signifikansi 5%, serta 2,57 pada tingkatan signifikansi 1%. Dalam riset ini digunakan tingkatan signifikansi sebesar 1% ($\alpha = 0,01$), sehingga sesuatu hipotesis dinyatakan diterima apabila mempunyai nilai T- statistic lebih besar dari 2,57 serta nilai P- value lebih kecil dari 0,01 (Hair et angkatan laut (AL)., 2021). Bersumber pada hasil pengujian, hipotesis awal serta hipotesis kedua dinyatakan diterima sebab sudah penuh kedua kriteria tersebut. Sedangkan itu, pengujian hipotesis ketiga didasarkan pada nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,730 ataupun 73%, yang didukung oleh hasil pengujian parsial yang menampilkan ikatan signifikan antarvariabel. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang melaporkan kalau atraksi wisata serta event sport tourism secara bersama-sama mempengaruhi terhadap keputusan berkunjung turis bisa diterima (Puspitasari, 2021).



Tabel 5. Descriptive Tabel R Square

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
KEPUTUSAN BERKUNJUNG	0.730	0.725

Sumber: Hasil Pengelolaan Peneliti

Tabel 6. Descriptive Path Coefficient

Path coefficients - List	
	Path coefficients
ATRAKSI -> KEPUTUSAN BERK...	0.082
SPORT TOURISM -> KEPUTUS...	0.789

Sumber: Hasil Pengelolaan Peneliti

KESIMPULAN

Bersumber pada hasil analisis yang dicoba dengan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM- PLS), bisa disimpulkan kalau atraksi wisata serta event sport tourism membagikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung turis pada event F1 Powerboat Danau Toba. Hasil pengujian outer model menampilkan kalau segala penanda riset sudah penuh persyaratan validitas serta reliabilitas, sehingga bisa digunakan buat mengukur konstruk yang diteliti secara akurat.

Berikutnya, hasil penilaian inner model memperlihatkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0, 730. Nilai tersebut menampilkan kalau sebesar 73% alterasi keputusan berkunjung turis bisa dipaparkan oleh variabel atraksi wisata serta event sport tourism, sebaliknya 27% sisanya dipengaruhi oleh aspek lain yang tidak dimasukkan dalam model riset. Tidak hanya itu, hasil pengujian hipotesis meyakinkan kalau atraksi wisata mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t- statistic sebesar 5, 111. Event sport tourism pula teruji mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t- statistic sebesar 5, 714. Penemuan ini menampilkan kalau terus menjadi baik mutu atraksi wisata yang ditawarkan serta terus menjadi maksimal penyelenggaraan event berolahraga yang dilaksanakan, hingga terus menjadi besar pula kecenderungan turis buat memutuskan berkunjung ke Danau Toba. Oleh sebab itu, pengembangan atraksi wisata yang berdaya saing dan penyelenggaraan event berolahraga yang bermutu bisa jadi strategi yang efisien dalam tingkatkan kunjungan turis ke destinasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alir, D. (2005). Metodologi penelitian. *Metodologi Penelitian*, 20–28.
- Anggraini, J. (2023). *Pengaruh Pelaksanaan Event Internasional Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Danau Toba (Studi Kasus : F1 Powerboat Lake Toba 2023)*. 3, 9511–9518.
- Anggraini, R., & Novera, I. (2024). *PENGARUH DESTINATION IMAGE TERHADAP*



- DESTINATION*. 7(1), 39–49.
- Gulo, E. K., & Tambunan, S. R. (2025). *Pengaruh Harga Tiket Dan Citra Event Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Event F1 Powerboat Di Danau Toba*. 5, 3838–3846.
- Harahap, Y., Siregar, A., & Cahyani, U. E. (2025). *Tourist Satisfaction as a Bridge Between Memorable Tourism Experience and Revisit Intention : An Empirical Study of Aek*. 8, 284–294.
- Harefa, R. M., & Siregar, O. M. (2025). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Destination Image Terhadap Revisit Intention Setelah Diselenggarakannya Event Dunia F1 Powerboat Di Danau Toba*. 11(April), 152–161.
- Hari, K. A. (2020). JBEE : Journal Business Economics and Entrepreneurship. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 1(2), 1–8.
- Kurniawan, I. A., & Nihayah, A. N. (2025). *Determinasi Keputusan Berkunjung Wisatawan dan Strategi Pengembangan Wisata Edukasi*. 6(1), 223–231. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v6i1.2511>
- Manalu, R. B. B., Purba, J. P., & Barus, S. S. (2025). *The regency of sport tourism*. 9, 459–476.
- Nitami, D. A., & Siagian, N. (2026). *The Effect of Educational Tourism Attraction and Event Sport Tourism on Visit Intention : Evidence from Medan Respondents during the F1 Powerboat Lake Toba Event*. 4(3), 14937–14949.
- Nusantoro, N., Revindo, MD, & Puspita, A. (2026). Dampak dari satu acara olahraga terhadap ekonomi lokal: kasus kejuaraan powerboat F1 di Toba. *Dampak Dari Satu Acara Olahraga Terhadap Ekonomi Lokal: Kasus Kejuaraan Powerboat F1 Di Toba*.
- Pakaya, R., Datau, S., & Tumuloto, E. H. (2025). *Journal Sport Area Gorontalo : Potentials , challenges , .* 10(3), 504–517.
- Qomara, D., Pujiati, A., & Anugrarista, E. (2024). *Sport Tourism sebagai Motor Penggerak Industri Olahraga di Indonesia*. 14(6), 526–539.
- Rahma, L. R., & Santoso, R. P. (2023). *Pengembangan Dimensi Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung Di Ekowisata Boon Pring Malang Laila Romadhona Rahma*. 1(4), 90–104.
- Ratnaningtyas, H., & Rahmanita, M. (2023). *PENGARUH CITRA DESTINASI DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG*. 8, 163–173. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.255>
- Rusilowati, U. H. W. (2022). Metode Penelitian Bisnis. *Syria Studies*, 7(1), 37–72.
- Santoso, F., & Zulian, I. (2025). *F1 POWER BOAT : Strategi Diplomasi Indonesia Dalam mencapai tujuan SDG ' s pada visi 2030*. 04, 147–157.
- Sarstedt, M., & Liu, Y. (2024). Advanced marketing analytics using partial least squares structural equation modeling (PLS - SEM). *Journal of Marketing Analytics*, 12(1), 1–5. <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00279-7>
- Syafrianto, D., Saputra, D., Muchlis, A. F., Keolahragaan, P. I., Kesehatan, D., & Negeri, U. (2024). *Jurnal pengabdian kepada masyarakat*. 5, 141–156.
- Wayan, N., Nirmala, M., Putu, N., Ayu, L., & Virginiya, P. T. (2024). *The Importance of Destination Image and Tourist Self-Congruity in Increasing Intention to Visit : A Case Study on Generations Y and Z at the Seaweed Tourism Destination in Nusa Penida , Bali*. 9(1), 65–76.



Wulan, N., & Palupi, I. (2024). *The Role of Destination Image in Increasing Tourists ' Return Interest*. 12(5), 2005–2014. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2532>