

Pengaruh Kepemilikan Manajeerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)

Muhammad Septiady Yusra

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

**E-mail korespondensi : dedek.yusra16@gmail.com*

Abstract

Managerial Ownership and Institutional Ownership on Company Value in the food and beverage industry listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the period 2015 - 2019, both simultaneously and partially. The population in this study were companies in the food and beverage industry sector which were listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2015 - 2019, as many as 7 research companies in the food and beverage industry were obtained by using purposive sampling technique. The data collection technique used is documentation. Data analysis was performed using multiple regression analysis techniques. The results showed that simultaneously (together) the variable Managerial Ownership and Institutional Ownership affect the Company Value and partially managerial ownership variables that affect the Company Value and institutional ownership do not affect the Value Company.

Keywords: *Managerial Ownership, Institutional Ownership, and Company Value.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajeerial, Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 – 2019, baik secara simultan maupun secara parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan di sektor industri makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 – 2019, sampel penelitian sebanyak 7 perusahaan industri makanan dan minuman yang diperoleh dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel Kepemilikan Manajeerial dan Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan secara parsial variabel kepemilikan manajeerial yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : Kepemilikan Manajeerial, Kepemilikan Institusional dan Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (financing) dan manajemen aset (Ernawati dan Widyawati, 2015:3-4).

Meningkatnya nilai perusahaan juga akan meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya pada suatu perusahaan karena diindikasikan perusahaan tersebut

akan mempunyai prospek bagus di kemudian hari dan mendatangkan return saham yang tinggi. Nilai perusahaan tercermin pada harga saham perusahaan yang meningkat. Kinerja manajer perusahaan juga diukur dari ada tidaknya peningkatan nilai perusahaan yang mereka kelola.

Perusahaan umumnya dioperasikan oleh orang-orang yang mempunyai keahlian dan keterampilan tertentu agar tujuan dari perusahaan tersebut dapat dicapai sesuai dengan yang telah direncanakan.

Tujuan perusahaan dalam memperoleh laba yang tinggi atau besar dan tumbuh berkesinambungan dalam jangka panjang untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik melalui keputusan atau kebijakan investasi, keputusan pendanaan dan keputusan dividen yang tercermin dalam harga saham di pasar modal, demikian jika dilihat berdasarkan sudut pandang manajemen keuangan (Iman Taufiq, 2017).

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari. Yang dimana industri tersebut pasti sangat dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Dan juga perusahaan industri makanan dan minuman merupakan peluang bisnis yang tinggi, dilihat dari semakin tingginya minat para pebisnis untuk membuka usaha makanan dan minuman. Oleh karena itu, peneliti merasa tertantang untuk melakukan penelitian dengan memilih perusahaan industri makanan dan minuman tersebut.

Industri ini mempunyai masa depan yang baik yang dapat dilihat dari industri ini merupakan industri konsumtif yang dimana sangat dibutuhkan untuk kehidupan manusia dan berpengaruh terhadap pemasaran dan penjualan yang jarang ditemukan kesulitan. Peneliti berharap dengan mudahnya kegiatan penjualan dan pemasaran dapat memberikan hasil penjualan yang besar. Dengan penjualan yang besar, maka perusahaan memperoleh laba yang tinggi atas penjualan tersebut sehingga dapat dipastikan prospek perusahaan ini memiliki masa depan yang baik dengan begitu, investor tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut.

Struktur kepemilikan perusahaan memiliki pengaruh terhadap perusahaan. Tujuan perusahaan sangat ditentukan oleh struktur kepemilikan, motivasi pemilik dan kreditur corporate governance dalam proses insentif yang membentuk motivasi manajer.

Pemilik akan berusaha membuat berbagai strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Setelah strategi ditentukan maka langkah selanjutnya akan mengimplementasi strategi dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Semua tahapan tersebut tidak terlepas dari peran pemilik dapat dikatakan bahwa peran pemilik sangat penting dalam menentukan keberlangsungan perusahaan. Struktur kepemilikan saham dalam perusahaan go public umumnya meliputi kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, serta kepemilikan saham oleh individual atau publik.

Berdasarkan dari data IDX Statistic, objek yang peneliti pilih dalam penelitian ini adalah industri makanan dan minuman karena sektor industri makanan dan minuman berperan penting dalam kehidupan makhluk hidup setiap harinya. Hal yang disampaikan oleh Ketua Gabungan Pengusaha Industri Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia yakni Adhi S Lukman, mulai dari nilai tukar rupiah yang kian melemah yang berdampak pada meningkatnya harga pokok produksi.

Alasan lain memilih industri Makanan dan Minuman sebagai objek penelitian karena sektor industri ini merupakan salah satu yang sangat viral dalam kehidupan manusia karena sangat mustahil industri ini tidak disentuh oleh semua kalangan. Industri ini memiliki prospek yang sangat bagus karena yang dihasilkan dari industri ini bersifat konsumtif yang nantinya pada saat pemasaran atau penjualannya tidak akan menemukan kesulitan. Diharapkan dari mudahnya pemasaran akan memberikan hasil penjualan yang besar, dimana nantinya akan menghasilkan laba yang besar pula atas penjualan sehingga prospek perusahaan akan terus membaik di masa yang akan datang dan akan terlihat menjajikan dimata calon investor.

Dalam penelitian ini peneliti memilih indikator dari nilai perusahaan adalah Price to Book Value (PBV) karena Price to Book Value banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Menurut Brigham (1999) Ada beberapa alasan mengapa investor menggunakan rasio harga terhadap nilai buku (PBV) dalam analisis investasi: pertama, nilai buku sifatnya relatif stabil. Bagi investor yang kurang percaya terhadap estimasi arus kas, maka nilai buku merupakan cara paling sederhana untuk membandingkannya.

Kedua, adanya praktik akuntansi yang relatif standar diantara perusahaan-perusahaan menyebabkan PBV dapat dibandingkan antar berbagai perusahaan yang akhirnya dapat memberikan signal apakah nilai perusahaan under atau overvaluation.

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Kepemilikan saham manajerial dapat mensejajarkan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena manajer ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan langsung yang diambil dan manajer yang menanggung risiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Tingkat kepemilikan manajerial diukur dengan membagi jumlah saham yang dimiliki oleh pemegang saham pengendalian dengan jumlah saham yang beredar.

Kepemilikan institusional adalah tingkat kepemilikan saham oleh institusi dalam perusahaan, diukur oleh proposi saham yang dimiliki oleh institusional pada akhir tahun yang dinyatakan dalam persentase (Mei Yuniati, Kharis, Abrar Oemar 2016). Kepemilikan institusional secara mayoritas akan mengurangi kemungkinan perusahaan untuk diakuisisi, sehingga meningkatkan keinginan manajer untuk memperbesar kepemilikan pada perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi adalah hal yang diinginkan oleh pemilik perusahaan karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham. Salah satu faktor penentu nilai perusahaan yaitu struktur kepemilikan yang terdiri dari kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial. Apriada (2013) menyatakan bahwa beberapa peneliti meyakini struktur kepemilikan saham mampu memengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

Penelitian ini difokuskan kepada perusahaan di Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015 hingga 2019. Dimana perusahaan tersebut telah mengalami perubahan struktur kepemilikan menjadi perusahaan yang dapat dimiliki oleh pihak pengelolaan, lembaga keuangan lain hingga masyarakat luas dengan proporsi tertentu. Penelitian ini bertujuan meneliti bagaimana kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan kerangka teoritis serta mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu yang masih relevan, maka hipotesis penelitian adalah:

H1 : Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

H2 : Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

H3 : Kepemilikan Institusional Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder, yaitu literatur artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh dari laporan keuangan dari masing-masing perusahaan yang ada di industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data juga berasal dari *IDX* tahun 2014-2017 serta literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, terdapat kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indoensia selama 5 (lima) tahun berturut-turut periode 2015-2019.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan ke situs resmi Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
3. Memiliki pemegang saham (shareholders) yang terdiri dari atas manajerial dan institusional.
4. Perusahaan yang memiliki data terkait variabel penelitian.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan diatas, maka telah didapat 7 sampel dari 24 populasi industri makanan dan minuman.

Untuk mempermudah gambaran perubahan presentase dari kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional pada perusahaan di industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dapat dilihat dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

RUMUS 1 :

Perubahan (%) = Ta - Td

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Y).

RUMUS 2 :

PBV = a + b1 (KM) + b2 (KI) + e
--

Keterangan :

- PBV = Price to Book Value
- b1,2,3,4 = Koefisien regresi masing-masing variabel independen
- a = Konstanta
- KM = Kepemilikan manajerial
- KI = Kepemilikan Institusional

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

**Tabel 1. Uji F (Simultan)
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40.022	2	20.011	7.934	.002 ^a
Residual	80.708	32	2.522		
Total	120.730	34			

a. Predictors: (Constant), KM, KI

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Output IBM SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 1 hasil signifikansi uji F untuk seluruh variabel penelitian adalah sebesar 0,002. Nilai tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan kepemilikan manajerial (KM) dan kepemilikan institusional (KI) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara simultan diterima.

Tabel 2. Uji t (Parsial) Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.879	1.037		3.741	.001
	KM	.079	.029	.433	2.780	.009
	KI	-.024	.015	-.251	-1.613	.117

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Output IBM SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa semua variabel yaitu kepemilikan manajerial (KM) berpengaruh terhadap variabel dependennya. Dan variabel kepemilikan Institusional (KI) tidak berpengaruh. Adapun penjelasan terhadap masing-masing variabel sebagai berikut: KM (kepemilikan manajerial) secara parsial terhadap nilai perusahaan (PBV). Nilai sig atau P-value yang dimiliki oleh KM yaitu 0,009 lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa variabel KM atau kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Rifka Ilmaniyah (2015) hasilnya menunjukkan Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novita Liana Sari (2016) yang menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan yang tinggi memungkinkan penyatuan antara kepentingan pemegang saham dan kepentingan manajemen dapat terwujud. Maka, secara parsial kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

pengaruh KI terhadap nilai perusahaan secara parsial menunjukkan bahwa P-value yang dimiliki oleh KI terhadap PBV adalah sebesar 0,117 lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa variabel KI tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) secara parsial. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak.

Hasil penelitian tentang pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan ini sejalan dengan penelitian Novita Liana Sari (2016) menyatakan bahwa variabel kepemilikan institusional tidak memiliki berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Syerli Novitha (2018) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial.

Hasil pengujian koefisien determinasi dari pengelolaan data dengan spss 25.0 dapat dilihat dari tabel 5.7 berikut :

Tabel 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.576 ^a	.332	.290	1.58812

a. Predictors: (Constant), KM, KI

b. Dependent variable: PBV

sumber: Output IBM SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 3 diatas, Adjust R Square dari kedua variabel terhadap nilai perusahaan atau PBV secara simultan sebesar 0,290. Ini berarti bahwa sebanyak 29 % dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yaitu kepemilikan manajerial (KM) dan kepemilikan institusional (KI) menjelaskan PBV secara bersama-sama. Sementara 71% PBV dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

Untuk menjelaskan besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan seperti pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Coefficients

Model		Correlations			r ²	r ² (%)
		Zero-order	Partial	Part		
1	(Constant)					
	KM	,526	,441	,402	,194	19,4%
	KI	-,412	-,274	-,233	,075	7,5%

a. dependend variable :PBV

sumber : data diolah

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kepemilikan (KM) memiliki pengaruh sebesar 19,4% dan kepemilikan institusional (KI) sebesar 7,5%.

Berdasarkan data statistik tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) adalah variabel kepemilikan manajerial (KM) dengan presentase r² sebesar 19,4%. Hal ini berarti bahwa sebanyak 19,4% variabel PBV dipengaruhi oleh variabel KM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019, Perubahan Nilai Perusahaan (PBV) mengalami fluktuasi. Pada Perubahan Kepemilikan Manajerial (KM) dari tahun 2015-2016 mengalami kenaikan dan pada tahun 2017 mengalami penurunan, pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan. Pada Perubahan Kepemilikan Institusional mengalami fluktuasi dari tahun 2015-2019.

Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 sebesar 7,934%.

Secara parsial Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

Secara parsial Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

Secara simultan presentase pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan sebesar 3,32%.

Secara Parsial, presentase pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan sebesar 19,4%. Presentase pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan sebesar 7,5%.

Berdasarkan besaran presentase bahwa yang paling mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial dengan presentase sebesar 19,4%.

Saran

Perusahaan yang memiliki Kepemilikan Manajerial (KM) dan Kepemilikan Institusional (KI) secara bersama-sama dapat menjadi pertimbangan investor untuk melakukan investasi di

perusahaan tersebut karena sesuai hasil penelitian, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan secara simultan maupun parsial.

Bagi peneliti selanjutnya di sarankan untuk perluas sampel penelitian pada rentan tahun yang lebih panjang, atau di tambah variabel penelitian lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini mengenai pengaruh kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dapat lebih dikembangkan dengan menggunakan variabel pengamatan yang berbeda pada objek dan periode pengamatan yang berbeda.

Hasil penelitian dapat digunakan untuk perkembangan ilmu pengetahuan manajemen keuangan khususnya untuk variabel Kepemilikan Manajerial (KM) dan Kepemilikan Institusional (KI) terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M. S., Bagus, I. M., & Laksono, B. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Ketersediaan Fasilitas Terhadap Minat Konsumen Berkunjung Kembali pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 1(1), 19–26.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.
- Edwin, S. M., Wibowo, W. C., & Shihab, M. R. (2019). The effects of tourism information quality in shaping tourists' visiting interest. *Journal of Physics: Conference Series*, 1193(1), 0–6. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1193/1/012011>
- Ernestivita, G., & Subagyo. (2020). Media Promosi Produk UMKM dengan Menggunakan EPIC Model. *Efektor*, 7(1), 1–14.
- Firmansyah, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media.
- Fong, L. H. N., Gursoy, D., & Sigala, M. (2020). Experimental research in tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(7), 707–709. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1775277>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Universitas Diponegoro.
- Govers, R., Go, F. M., & Kumar, K. (2007). Promoting tourism destination image. *Journal of Travel Research*, 46(1), 15–23. <https://doi.org/10.1177/0047287507302374>
- Gustina, L., Yasri, Y., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang. *Praktik Bisnis*, 08(01), 52–62.
- Hair, J. F., Black, J. W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. In *Neuromarketing in India: Understanding the Indian Consumer* (7th ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.4324/9781351269360>
- Harahap, S. A., & Rahmi, D. H. (2020). Pengaruh kualitas daya tarik wisata budaya terhadap minat kunjungan wisatawan nusantara ke kotagede. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 4(1), 9–24.
- Indah, D. R., & Maulidia, Z. (2017). Analisis Efektifitas Iklan Media Televisi Menggunakan EPIC Model (Studi Kasus Produk A Mild di Kota Langsa). *PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI*, 1(2), 137–149.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson. www.pearson.com/uk
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kuntariati, U., Rinayanthi, N. M., & Yani, N. W. M. S. A. (2020). Peran Komunikasi Visual Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung di Kawasan Heritage Gajah Mada Denpasar. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(01), 36–41.
- Larasati, Y. (2017). *Pengaruh Objek Wisata, Usaha Perjalanan Wisata, Dan Rumah Makan*

Terhadap Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 1996-2015.

- Looney, L. N. (2017). *Branding and Visual Promotion in Laramie, Wyoming*.
- LPEM. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pariwisata Indonesia : Tantangan , Outlook dan Respon Kebijakan. In *Pusat Kajian Iklim Usaha dan GVC - LPEM FEB UI*.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Mauludin, R. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 57–68. <https://doi.org/10.17509/jurel.v14i2.9241>
- Muksin, I. K. (2016). *MODUL Daya Tarik Wisata (Mata Kuliah: Pemanduan Wisata Alam dan Ekowisata)*. Fakultas Mipa Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana.
- Natadjaja, L. (2002). *Pengaruh Komunikasi Visual Antar Budaya Terhadap Pemasaran Produk Pada Pasar Ekspor Ditinjau Dari Warna Dan Ilustrasi Desain Kemasan*. 4(2), 158–168. <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>
- Nuraeni, B. S., Ferdinand, A. T., & Sufian, S. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang*.
- Pancaningrum, E., & Sari, D. K. (2019). Analisa Epic Model : Mengukur Efektivitas Iklan Indomie Versi Ayam Geprek Di Televisi. *JAD: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2(1), 53–61.
- Paramitha, K. C., & Patria, A. S. (2016). Perancangan Media Komunikasi Visual untuk Promosi Wisata Paralayang di Batu. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 04(01), 293–299.
- penalaran-unm.org. (2018). *Penelitian Kausal Komparatif*. Lembaga Penelitian Mahasiswa Penalaran UNM. <https://penalaran-unm.org/penelitian-kausal-komparatif/>
- Phinemo, T. (2016). *Jenis Produk Wisata yang Harus Diketahui oleh Pelaku Bisnis Tour Travel*. Phinemo.Com. <https://phinemo.com/jenis-produk-wisata-yang-harus-diketahui-oleh-setiap-pelaku-bisnis-tour-travel/>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif (kedua)*. Zifatama Publishing.
- Putra, Y. M. P. (2018). *Danau Sipin, Wisata Alam Khas Jambi*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/p35rum284/danau-sipin-wisata-alam-khas-jambi>
- Rachmadhania, N., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46(1), 210–217.
- Ruhamak, M. D., & Husniati, E. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth , Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri)*. 3(2), 118–135.
- Saragih, R. (2020). *Pengunjung Sepi, Pengelola Objek Wisata di Jambi Merugi*. Beritasatu.Com. <https://www.beritasatu.com/nasional/693481/pengunjung-sepi-pengelola-objek-wisata-di-jambi-merugi>
- Setda, H. (2021). *Selamat Datang di Danau Sipin*. Jambikota.Go.Id. <https://jambikota.go.id/new/2019/12/29/selamat-datang-di-danau-sipin/>
- Sianipar, M. (2019). Effect of Product, Price, Location and Tourism Promotion of Interest in Visiting Lake Toba Tourist Attraction. *Enrichment: Journal of Management*, 9(2), 18–22. www.enrichment.iocspublisher.org
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2015). *Sejarah Pariwisata: Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor.
- Simatupang, J. (2018). How Is Social Entrepreneurship As An Asset To Implement Rural Tourism At Muarajambi Heritage? *Jurnal Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 11(2), 111. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2018-no2-art6>