

PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z KE KAMPUNG BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN

Amanda Marleen¹, Hari Iskandar²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
amandamarleen@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang dilakukan meliputi observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Dari hasil uji yang dilakukan menggunakan SPSS Statistik 25, seluruh indikator pernyataan dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji normalitas. Nilai data yang diperoleh terdistribusi normal. Pada uji hipotesis variabel citra destinasi kognitif, unik, dan afektif secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan dengan nilai t_{hitung} masing-masing adalah sebesar 14,442, 14,748, dan 15,018 dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$. Uji F menghasilkan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar $293,004 > 3,86$ dengan nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Simpulan penelitian ini bahwa citra destinasi sangat berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Kampung Budaya Betawi Setu Babakan,
Minat Berkunjung,

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of destination image variables on the interest of generation Z tourists to visit Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. The research method used is quantitative descriptive with data collection carried out including observation, documentation, and distribution of questionnaires. From the results of the test conducted using SPSS Statistics 25, all statement indicators in this study are valid and reliable. In the normality test. The data values obtained are normally distributed. In the hypothesis test, the cognitive, unique, and affective destination image variables partially have an influence on the interest of generation Z tourists to visit Kampung Budaya Betawi Setu Babakan with t -count values of 14.442, 14.748, and 15.018 respectively and the significance value obtained is $0.000 < 0.05$. The F test produces a value of $f_{count} > f_{table}$ of $293.004 > 3.86$ with a significance value obtained is $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted. The conclusion of this study is that destination image has a significant partial and simultaneous influence on the interest of Generation Z tourists in visiting the Betawi Cultural Village of Setu Babakan.

Keywords: Destination Image, Setu Babakan Betawi Cultural Village, Visiting Interest.

PENDAHULUAN

Pariwisata ialah perpindahan dilaksanakan individu ataupun kelompok orang dari satu lokasi ke lokasi lainnya di dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Perjalanan wisata kini menjadi kebutuhan. Biasanya orang-orang bepergian dengan tujuan untuk relaksasi, bisnis, atau alasan pribadi lainnya. Dalam melakukan kegiatan wisata, pasti melibatkan kunjungan lokasi yang berbeda, adanya budaya baru, dan interaksi dengan penduduk lokal setempat yang memiliki latar belakang yang berbeda. (Haratikka et al., 2023)

Saat ini, industri pariwisata di Indonesia sedang berkembang. Berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dapat diuntungkan dengan hal ini. Industri yang sangat penting untuk bertumbuhnya ekonomi Indonesia adalah sektor pariwisata. Dengan 17.000 lebih pulau yang dihuni lebih dari 300 lebih suku bangsa. Indonesia ialah negara kepulauan yang terbesar didunia (Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Frankfurt, 2024). Indonesia mempunyai sumber daya alam yang melimpah, sejarah, budaya. serta ragam seni yang tersebar di seluruh penjuru negeri. Sehingga, banyak wisatawan baik domestik dan mancanegara yang memiliki ketertarikan untuk berkunjung ke Indonesia.

Kota Jakarta menjadi pusatnya perekonomian, pemerintahan, keamanan, dan sebagainya. Dengan demikian, DKI Jakarta terus mengalami perkembangan, salah satunya dalam aspek pariwisata.

Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan ialah daerah pariwisata kebudayaan asli Jakarta yang tetap dijaga kelestarian dan keasliannya. Terletak di Srengseng Sawah, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan,

daerah ini ditetapkan menjadi tempat wisata oleh Pemerintah Kota Jakarta 20 Januari 2000. Kawasan yang juga disebut Kampung Budaya Betawi Setu Babakan didirikan bertujuan melestarikan keberadaan suku, budaya, dan tradisi Betawi di pinggiran kota Jakarta (Irwan et al., 2020).

Di dalam kondisi objektif, Kampung Budaya Betawi Setu Babakan dibagi lima zona yang memiliki fungsi, : 1) Zona embrio sebagai area pelatihan seni budaya dan sosialisasi perkampungan Budaya Betawi, 2) Zona A sebagai area pelestarian, pengembangan, dan pertunjukan Seni Budaya Betawi, 3) Zona B sebagai area wisata kuliner dan Batik Betawi, 4) Zona C merupakan area replika Kampung Betawi yang terdiri dari rumah adat, plaza, museum, dan tanaman khas), 5) Zona pengembangan infrastruktur dan fasilitas (Mierdhani et al., 2022).

Menurut Simanungkalit (2022), majunya teknologi, informasi, dan komunikasi telah memberi pengaruh signifikan pada industri pariwisata Indonesia. Promosi pariwisata yang lebih luas dimungkinkan oleh kemajuan ini. Salah satu generasi yang mungkin terkena dampak dari pesatnya kemajuan teknologi ialah generasi Z yang lahir antara tahun 1999–2006. Generasi Z menjadi generasi yang tumbuh dengan teknologi atau perangkat pintar (Indriyani et al., 2023). Sedangkan menurut Mardiyah dalam (Patricia, 2023) menjelaskan generasi Z menjadi sekelompok orang yang lahir antara 1995–2010.

Dalam memilih tujuan wisatanya, generasi Z cenderung mencari informasi dan merencanakan perjalanan melalui media sosial yang dianggap menarik bagi mereka. Media sosial ini turut memberikan dampak pada preferensi destinasi wisata yang diminati oleh generasi Z. Mereka cenderung mencari

pengalaman yang unik, datang ke tempat - tempat yang sedang tren di media sosial, dan menyenangkan bagi mereka. Dalam penelitian Patricia & Soeprapto (2023) mengungkapkan bahwa sekelompok Generasi Z menyatakan bahwa wisata sejarah, seperti museum itu kurang menarik. Pernyataan ini selaras dengan pernyataan yang diberikan oleh Wakil Bupati Sleman Danang Marsha, “Museum sering kali dipandang tidak menarik, terutama bagi generasi muda.” Bahkan mereka tidak mengetahui adanya suatu destinasi wisata sejarah atau budaya di kawasan terdekat mereka. Kurangnya minat berkunjung dan pengetahuan generasi Z akan eksistensi dari suatu destinasi wisata dapat terjadi dikarenakan tidak ada aktivitas yang menarik yang dapat dilakukan generasi Z, kurangnya promosi yang mengenalkan kepada masyarakat, hingga keadaan lingkungan di destinasi tersebut.

Peneliti memilih Kampung Budaya Betawi Setu Babakan sebagai tempat penelitian karena Kampung ini merupakan tempat konservasi Budaya Betawi di mana pengunjung dapat melihat dan merasakan langsung tradisi, seni, dan keseharian orang Betawi. Jika Setu Babakan secara berkelanjutan tidak diminati oleh generasi Z, maka akan berdampak pada kelestarian budaya Betawi sendiri. Generasi Z yang tidak tertarik pada destinasi ini dapat menimbulkan penurunan minat terhadap tradisi dan budaya Betawi yang saat ini sudah dijaga keaslian dan kelestariannya di Setu Babakan. Saat ini, masih sedikit generasi Z yang turut berpartisipasi dalam acara budaya, pertunjukan seni, dan *workshop* tradisional di Setu Babakan. Pernyataan tersebut didukung hasil wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti dengan Ibu Farah Aini selaku Kepala Kesatuan Pelaksana Pelayanan Edukasi dan Informasi di Kampung

Budaya Betawi Setu Babakan, yang dilakukan pada Kamis, 29 Februari 2024. Hal ini dapat mengakibatkan terputusnya transmisi pengetahuan budaya Betawi.

Berdasarkan hal yang telah dijabarkan di atas, perlu diperhatikan aspek – aspek yang bisa memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung dan berwisata bagi wisatawan generasi Z di Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Selain itu, peneliti juga berharap dapat mengetahui aspek penting dari citra destinasi yang dapat diaplikasikan pada destinasi wisata budaya dan sejarah serupa.

Upaya strategis dalam menarik minat generasi Z sangat dibutuhkan dalam menjaga kelestarian budaya Betawi, menjaga destinasi Kampung Budaya Betawi Setu Babakan ini tetap relevan, serta dihargai generasi muda ke depannya. Pengelola juga perlu memahami dan mengetahui citra destinasi wisata yang baik agar dapat menyesuaikan program dan fasilitas yang memenuhi minat wisatawan generasi Z.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipergunakan di dalam penelitian ialah kuantitatif. *Positivistic* (data konkret) dipergunakan di populasi ataupun sampel itu. Metode ini dipergunakan ketika peneliti ingin mengetahui pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam konteks yang lebih umum, populasi memiliki arti domain generalisasi dari subjek atau obyek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik sendiri, yang telah ditentukan peneliti dalam melakukan observasi serta dapat menjadi dasar dalam menyimpulkan hasil penelitian. Populasi di penelitian ini ialah wisatawan sudah pernah ke Kampung Budaya Setu Babakan.

Jumlah populasi di dalam penelitian ini ialah wisatawan yang berkunjung di Kampung Budaya Setu

Babakan pada periode bulan Januari – Desember tahun 2023, yaitu sebanyak 295.711 wisatawan.

Metode pengambilan sampel yang dipergunakan di dalam penelitian ialah *purposive sampling* yang merupakan cara mengambil sampel yang tidak teracak yang mana peneliti memilih sampel sesuai karakteristik khusus yang relevan dengan tujuannya penelitian untuk menjawab permasalahan yang diteliti. Teknik ini digunakan dikarenakan populasi serta sampel yang digunakan mempunyai karakteristik, yaitu: (1). Laki – laki atau perempuan generasi Z dengan rentang usia 18 – 29 tahun (kelahiran tahun 1995 – 2006). (2). Wisatawan yang sudah pernah datang ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan minimal satu kali.

Penelitian ini mempergunakan rumus Slovin dikarenakan di dalam pengambilan sampel, penting untuk

mendapatkan total sampel yang representatif agar hasilnya penelitian bisa digeneralisasi. Pendekatan ini tidak memerlukan tabel jumlah sampel, melainkan menggunakan rumus dan perhitungan sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Dalam pengujian asumsi klasik ada uji yang diharuskan dilaksanakan yaitu uji normalitas dan heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan dalam melaksanakan pengujian normalitas adalah *One-Sample Kolmogorov Smirnov*. Apabila data normal, maka nilai signifikansi harus > 0,05. Berikut ini merupakan hasil uji normalitas mempergunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov* dengan sampel sebanyak 400 responden.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.77297380
Most Extreme Differences	Absolute	.035
	Positive	.035
	Negative	-.030
Test Statistic		.035
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: data diolah oleh peneliti (2024))

Berdasarkan data tabel tersebut, bisa dijelaskan bahwa angka signifikan *Kolmogorov – Smirnov* adalah 0,200 >

0,05. Bisa ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.701	1.139		3.249	.001
	Citra Destinasi	-.018	.010	-.088	-1.758	.079

a. Dependent Variable: Ln_Res

(Sumber: data diolah oleh peneliti (2024))

Berdasarkan hasil uji tersebut, memberikan hasil dengan tingkat signifikansi 0,079. Yang artinya nilai signifikan 0,079 > dari 0,05. Jadi, bisa

ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.994	2.432		2.876	.004
	Citra Destinasi	.369	.022	.651	17.117	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

(Sumber: data diolah oleh peneliti (2024))

Berdasarkan Tabel 3, memperlihatkan koefisien β sebagai bentuk persamaan regresi yang bisa dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 6,994 + 0,369X$$

Dari persamaan bisa disimpulkan bahwa konstanta adalah 6,994, yang berarti angka koefisien variabel minat berkunjung adalah 6,994. Selanjutnya nilai pada koefisien regresi X adalah 0,369 menjelaskan bahwa tiap bertambah 1% angka citra destinasi, maka minat berkunjung juga akan bertambah 0,369. Koefisien regresi memiliki angka positif, hingga bisa dinyatakan bahwa arah pengaruh variabel citra destinasi (X) terhadap minat berkunjung (Y) ialah positif.

Angka signifikansi dari tabel di atas didapatkan 0,000 yang artinya $0,000 < 0,05$, dan bisa disimpulkan bahwa variabel citra destinasi (X) memiliki pengaruh terhadap (Y). Sedangkan sesuai angka t_{hitung} yang diperoleh adalah $17,117 > t_{tabel} 1,966$, yang bisa diartikan variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan dalam mencari tahu pengaruh setiap variabel bebas dengan variabel terikat. Di dalam penelitian ini tingkatan signifikansi yang dipergunakan ialah sebesar 5% dan uji ini dilaksanakan dengan melakukan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Variabel yang memiliki pengaruh signifikan akan memiliki nilai probabilitasnya $< 0,05$ serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Nilai t_{tabel} yang ditentukan adalah 1,966 dengan detail sebagai berikut:

$$T_{tabel} = \alpha ; n - k$$

$$T_{tabel} = 0,05 ; 400 - 2$$

$$T_{tabel} = 0,05 ; 398$$

$$T_{tabel} = 1,966$$

Berikut ini adalah hasil uji T yang dioleh menggunakan perangkat lunak SPSS Statistik 25:

Pengujian Hipotesis pertama (H1)

Tabel 4. Hasil Uji T (Parsial) Dimensi Citra Kognitif

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			
1 (Constant)	15.276	2.309			6.616	.000
Citra Kognitif	.891	.062	.586		14.442	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

(Sumber: data diolah oleh peneliti (2024))

Berdasarkan hasilnya pengujian olah data tabel 4.19, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $14,442 > 1,966$ dengan angka signifikan. $0,000 < 0,05$. Dengan hasilnya tersebut dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, hingga dimensi citra kognitif mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial pada minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Maghfira Napu et al., 2022) dan (Kencana, 2023) yang menjelaskan bahwa citra kognitif mempunyai pengaruh terhadap minat berkunjung.

Citra destinasi kognitif mempunyai pengaruh yang baik serta signifikan pada minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung

Budaya Betawi Setu Babakan karena Kampung Budaya Betawi Setu Babakan menawarkan beragam atraksi wisata, seperti: pagelaran seni budaya Betawi yang rutin digelar setiap akhir pekan dan perayaan tertentu, Museum Betawi, hingga wisata air yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Kampung Budaya Betawi Setu Babakan juga sudah ada fasilitas umum yang cukup baik dan memadai, seperti: tersedianya toilet di sekitar kawasan, mushola, amfiteater, gedung serbaguna, lahan parkir, dan sebagainya. Selain itu, aksesibilitas menuju kawasan Kampung Budaya Betawi ini mudah dan aman, di mana wisatawan dapat mengakses menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial) Dimensi Citra Unik

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	13.478	2.383		5.657	.000
Citra Unik	.699	.047	.594	14.748	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

(Sumber: data diolah oleh peneliti (2024))

Dari hasilnya olah data pada tabel 4.20, didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $14,748 > 1,966$. Nilai signifikansi yang didapatkan adalah sebesar $0,000 < 0,005$. Dari hasil tersebut, bisa ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang secara parsial ada positif dan signifikan dari citra unik terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Maghfira Napu et al., 2022) yang menjelaskan citra unik mempunyai pengaruh terhadap minat berkunjung.

Citra destinasi unik mempunyai pengaruh baik serta signifikansi pada minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan karena sebagian besar

wisatawan menilai bahwa kawasan Kampung Budaya Betawi ini masih sangat mencerminkan kehidupan masyarakat khas Betawi, di mana wisatawan dapat melihat dan merasakan langsung aktivitas sehari – hari penduduk lokal, melihat dan belajar kesenian budaya Betawi. Wisatawan juga bisa melaksanakan aktivitas wisata kuliner khas Betawi di sekitar Setu Babakan dengan pemandangan yang indah, asri dan udara yang sejuk. Hal inilah yang membuat Kampung Budaya Betawi Setu Babakan unik, karena belum ada tempat wisata yang menjadi salah satu tempat konservasi budaya dan menawarkan beragam jenis kegiatan wisata, terutama di Jakarta.

Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial) Dimensi Citra Afektif

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
1 (Constant)	13.213		2.358	5.604	.000	
Citra Afektif	1.398		.093	.601	15.018	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

(Sumber: data diolah oleh peneliti (2024))

Berdasarkan hasil pengujian data dalam tabel 6, menunjukkan angka $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $15,018 > 1,966$ dengan signifikansi yang didapat ialah $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasilnya tersebut,

dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Bisa disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara citra afektif dengan minat berkunjung wisatawan generasi Z ke

Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Sejalan dengan penelitian (Maghfira Napu et al., 2022) dan (Kencana, 2023) yang menjelaskan citra afektif memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung.

Citra afektif mempunyai pengaruh pada minat berkunjung wisatawan generasi Z karena selama berada di kawasan Kampung Budaya Betawi Setu Babakan wisatawan merasa memiliki ketertarikan dalam menikmati atraksi yang ada, merasa nyaman dengan lingkungan alamnya, merasa senang dengan ragam aktivitas wisata yang dapat dilakukan, bahkan wisatawan dapat melakukan relaksasi sekaligus mendapatkan edukasi mengenai sejarah

dan budaya Betawi.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan dalam menentukan tingkatan signifikansi pengaruh citra destinasi secara bersama terhadap minat berkunjung. Berikut ini merupakan rumus untuk mendapatkan f_{tabel} (Alfandy & Rizki Krisnadi, 2023):

$$F_{tabel} = df (N1) = k - 1 ; df (N2) = n - k$$

$$F_{tabel} = df (N1) = 2 - 1 = 1; df (N2) = 400 - 2 = 398$$

$$F_{tabel} = 3,86$$

Berikut ini ialah hasil uji F yang didapat mempergunakan SPSS *Statistic* 25:

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6797.615	1	6797.615	293.004	.000 ^b
	Residual	9233.495	398	23.200		
	Total	16031.110	399			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Citra Destinasi

(Sumber: data diolah oleh peneliti (2024))

Berdasarkan olah data pada tabel 7, diketahui angka f_{hitung} adalah 293,004 dengan angka signifikansi yang diperoleh adalah 0,000. Hasil tersebut menunjukkan $293,004 > 3,86$ yang artinya $f_{hitung} > f_{tabel}$. Adapun signifikansi yang didapat yaitu, $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, bisa diambil kesimpulan bahwa pengujian hipotesis keempat adalah $H0_4$ ditolak dan Ha_4 diterima.

Variabel Citra Destinasi (X) secara simultan terhadap variabel Minat Berkunjung (Y) wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Hasil penelitiannya sejalan dengan penelitian (Kencana, 2023) yang menjelaskan ada pengaruh variabel citra destinasi secara simultan terhadap variabel minat berkunjung.

Citra destinasi yang positif mempunyai peran penting dalam menarik wisatawan dikarenakan citra positif menjadikan pertimbangan wisatawan di dalam menentukan minat mereka untuk berkunjung ke destinasi tersebut, bahkan menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan. Oleh karena itu, citra

destinasi perlu dikelola dengan baik. Kampung Budaya Betawi Setu Babakan telah berusaha mempertahankan kelestarian budaya Betawi dengan melakukan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama, Memanfaatkan potensi wisata budaya Betawi dengan menyelenggarakan beragam pertunjukan seni dan festival budaya yang menampilkan kesenian tradisional Betawi, misalnya pertunjukan lenong, gambang kromong, tari tradisional

Betawi, ondel–ondel, dan lain sebagainya. Kampung Budaya Betawi Setu Babakan juga sudah berupaya dalam menampilkan kesenian Betawi yang berbeda setiap minggunya.

Kedua, Memberikan program pendidikan kepada masyarakat lokal dan pengunjung tentang adat istiadat, seni tradisional, sejarah, dan kuliner Betawi.

Ketiga, Pengembangan infrastruktur untuk mendukung kegiatan wisata budaya, seperti pembangunan Museum Betawi, amfiteater, gedung serba guna, dan fasilitas umum lainnya.

Hal yang disebutkan bisa mengakibatkan citra positif di benak wisatawan.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.579	.577	4.817

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung

(Sumber: data diolah oleh peneliti (2024))

Berdasarkan uji dari SPSS pada tabel 4.23, diperoleh *adjusted R Square* 0,577. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel citra destinasi (X) mampu memberikan pengaruh variabel minat berkunjung (Y) yaitu sebesar 57,7%. Bisa dikatakan bahwa citra destinasi cukup berpengaruh pada minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan dan 47% lainnya dipengaruhi faktor lain.

SIMPULAN

Penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan” merupakan penelitian yang menggunakan kuantitatif sebagai pendekatannya. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner ke 400 responden dengan kriteria usia 18 – 29 tahun (kelahiran tahun 1995 – 2006) dan sudah pernah berkunjung ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Variabel citra destinasi yang dipergunakan di dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu citra kognitif, citra unik, dan citra afektif.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, bisa ditarik kesimpulan yaitu:

Pertama, Dimensi citra kognitif secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan, sehingga hipotesis Ha₁ diterima. Kedua, Dimensi citra unik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan, sehingga hipotesis Ha₂ dapat diterima.

Ketiga, Dimensi citra afektif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Dengan demikian, hipotesis Ha₃ diterima.

Keempat, Variabel citra destinasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Dengan demikian, hipotesis Ha₄ diterima.

Dari uji koefisien determinasi diperoleh hasil variabel citra destinasi mampu mempengaruhi variabel minat

berkunjung sebesar 57,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Ristiani. (2021). Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung. *FORUM EKONOMI*, 23(2), 310–317. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Ardiansyah, I. (2019). Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta dengan Metode Struktural Equation Modeling. *Media Bina Ilmiah*. 14(3). <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/328/pdf>
- Ardiansyah, I., & Iskandar, H. (2023). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk Jakarta. *EduTurisma: Journal of Social Science*. 7(2). <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1303/778>
- Arikunto, S., Suhardjono, & Supardi. (2021). *Penelitian Tindakan Kelas* (Suryani, Ed.). PT Bumi Aksara. Yogyakarta
- Arjana, I. G. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Raja Grifindo Persada. Bandung
- Claudius, V., & Imam Ardiansyah. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Kampung Marunda Jakarta Utara. *INSPIRE : Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(2), 101–112. Retrieved from <https://ojs-inspire.pib.ac.id/index.php/inspire/article/view/18>
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Penerbit Andi, Translation. Yogyakarta
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia. Jakarta
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. S. Tambunan, Ed.). Penerbit Media Sains Indonesia. Jakarta
- Disbudpar. (2018, December 21). Uraian Singkat Mengenai Klasifikasi Pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor. <https://disbudpar.bogorkab.go.id/uraian-singkat-mengenai-klasifikasi-pariwisata/>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish. Yogyakarta
- Fadilah, F. (2018). Analisis Pengaruh Pendapatan, Biaya Perjalanan, Lama Perjalanan, Fasilitas, dan Daya Tarik terhadap Jumlah Kunjungan. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/7461>
- Fitriana, V., Abidin, Z., Endaryanto Jurusan Agribisnis, T., Pertanian, F., Lampung, U., & Soemantri Brodjonegoro No, J. (2017). Estimasi Permintaan dan Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta Utara. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*. 5(3). <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v5i3.1639>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi Ke-9*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Haban, Y., Koleangan, R. A. M., & Kawung, G. M. V. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan dan Nilai Ekonomi Kebun Raya Bogor. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 19(1). <https://dx.doi.org/10.35794/jpekd.15775.19.1.2017>
- Hadi. S. R., & Suryoko, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove PasarBanggi Kabupaten Rembang. In *Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika. Jakarta
- Haratikka, H., Silitonga, D. H. (2023). Minat Perjalanan Wisata Pada Generasi Z di Tebing Tinggi. *Jurnal ALTASIA*. 5(2). 101-112. <https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/download/7631/3359>
- Hasanah, N. (2022). Pengaruh Harga, Aksesibilitas, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Dan Biaya Perjalanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Mangrove Pantai Kertomulyo Kabupaten Pati. Skripsi. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3956/1/Full%20Teks_185211062.pdf
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Jurnal Ecopreneur*.12, 4(2), <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Isdarmanto, I. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Gerbang Media Aksara. Jakarta
- Junaid, I. (2018). *Pariwisata Bahari: Konsep dan Studi Kasus*. Politeknik Pariwisata Makassar. Makassar
- Marpaung, H., & Sahla, H. (2018). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Air Terjun Ponot di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan KABUPATEN Asahan. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA*. 1151-1161. <https://osf.io/mz5gy/download/?format=pdf>
- Miarsih, G. S., & Anwani. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2). <http://dx.doi.org/10.36594/jtec.v1i2.28>
- Mierdhani, M., Dewi, L., & Mularsari, A. (2022). Community participation in recovering cultural tourism in Betawi Cultural Village Setu Babakan. *International Journal of Economics, Management, Business, and Social Science*, 2(2), 282–291. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/69>
- Moses, Y. (2015). *Pengantar Bisnis Cetakan Pertama*. Perdana Publishing. Jakarta

- Mulyono. (2018). *Berprestasi melalui JFP: Ayo Kumpulkan Angka kreditmu*. Deepublish. Ygoayakarta
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Stain Jember Press. Mu'tashim, M. R., & Indahsari, K. (2021). Pengembangan Ekowisata di Indonesia. In Masyarakat Universitas Sahid Surakarta. *JURNAL SENRIABDI: Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian*. 1(1). <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI>
- Ngwira, C., & Kankhuni, Z. (2018). What attracts tourists to a destination? Is it attractions?. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 7(1). 1-19. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_14_vol_7_1_2018.pdf
- Nugrahaningsih, H. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Fasilitas terhadap Minat Pengunjung dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderating (Pada Wisata Hutan Mangrove, Pantai Indah Kapuk Jakarta Utara). *Media Manajemen Jasa*. 8(1). <https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/4205/1657>
- Nurbaeti, Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga, dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Nurwulandari, A., & Darwin, M. (2020). Heywood Case Data Statistics: Using The Model Respesification Technique. *NUCLEUS*, 1(2), 74–84. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.173>
- Permatasari, N. I., & Umilia Ema. (2020). Pengembangan Wisata Bahari Mangrove di Kota Surabaya Berdasarkan Tingkat Keberlanjutan. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <http://dx.doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.55048>
- Qodriyah, H. L., Kusumawardhani, W., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Estikowati. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Harga, dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Malang Smart Arena. *Majalah Ilmiah Warta Damawangsa*. 17(2). <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i2.3185>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian (T. Koryati, Ed.)*. Penerbit KBM Indonesia. Yogyakarta
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tuhelu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik (Sipil, Mesin, Listrik)*, 11(1). <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sitorus, N. (2022). Analisis Potensi Community Based Tourism Daya Tarik Wisata Tebing Koja. *Edutourism Journal Of Tourism Research*, 3(02), 183-196. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v3i02.196>
- Sugiono, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sumiyarsih, S., & Prihatnawan, A. B. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Desa Wisata Di Kawasan Balkondes

- Borobudur). *Jurnal Nusa Manajemen*, 1(1), 81–93.
<https://doi.org/10.62237/jnm.v1i1.15>
- Surya, G., Stie, M., Pariwisata, ", Yogyakarta, A. ", & Stie, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. *In Journal of Tourism and Economic* 1(2).
<http://stieparapi.ac.id/ejurnal/>
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1). www.wikipedia.com
- Umanailo, H., Mastutie, F., Mt, S. T., Johannes, I., & Rate, V. (2017). Linkage Kawasan Pariwisata Sejarah Kabupaten Minahasa Utara. *SPASIAL*. 4(3).
<https://doi.org/10.35793/sp.v4i3.17300>
- Wiradipoetra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisa Persepsi Wsatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Yanto, A. ., Dahmiri, D., & Hasbullah, H. (2022). Pengaruh Promosi Visual Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Danau Sipin Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 1-11.
<https://doi.org/10.22437/jdm.v10i1.24499>