

## PENGARUH HARGA DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI TAMAN WISATA ALAM ANGKE KAPUK

Novika Salina<sup>1</sup>, Imam Ardiansyah<sup>2</sup>  
Universitas Bunda Mulia<sup>1,2</sup>  
[Vikalina889@gmail.com](mailto:Vikalina889@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk, Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai bahan pengumpulan data. sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden wisatawan yang datang berkunjung ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk, Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*. Kemudian teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis/ uji T dan diolah dengan bantuan *software* IBM SPSS Statistik 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung dengan nilai  $t^{\text{hitung}} > t^{\text{tabel}}$  atau  $5,253 > 1,984$  dengan taraf signifikansi  $< 0,05$  atau  $0,00 < 0,05$ . Variabel daya tarik secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung dengan nilai  $t^{\text{hitung}} > t^{\text{tabel}}$  atau  $5,695 > 1,984$  dengan taraf signifikansi  $< 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, variabel harga dan daya tarik wisata berpengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung dengan nilai  $f^{\text{hitung}} > f^{\text{tabel}}$  atau  $101,538 > 3,090$ , dan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, variabel harga dan daya tarik wisata berpengaruh sebesar 67% terhadap minat berkunjung dengan nilai *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,670. Sehingga sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** Daya Tarik Wisata, Ekowisata, Mangrove, Harga, Minat Berkunjung.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of price and tourist attraction on the interest in visiting the Angke Kapuk Nature Tourism Park, Jakarta. This research uses a quantitative approach method with questionnaires as the data collection tool. The sample in this study consists of 100 respondents who visited the Angke Kapuk Nature Tourism Park, Jakarta. The sampling technique used is Non-probability Sampling with the Accidental Sampling method. Data analysis techniques include instrumen testing, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing/T-tests, processed with IBM SPSS Statistics 22 software. The results of this study indicate that partially, the price variable has a significant influence on the interest in visiting, with a t-value  $> t$ -table ( $5.253 > 1.984$ ) and a significance level  $< 0.05$  ( $0.00 < 0.05$ ). The tourist attraction variable also has a significant influence on the interest in visiting, with a t-value  $> t$ -table ( $5.695 > 1.984$ ) and a significance level  $< 0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ). Simultaneously, the price and tourist attraction variables have a significant influence on the interest in visiting, with an F-value  $> F$ -table ( $101.538 > 3.090$ ) and a significance level of  $0.000 < 0.05$ .*

*Based on the results of the coefficient of determination test, the price and tourist attraction variables influence 67% of the interest in visiting, with an Adjusted R Square value of 0.670. Thus, the remaining 33% is influenced by other variables not studied.*

**Keywords:** *Ecotourism, Interest in Visiting, Mangrove, Price, Tourist Attraction.*

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang paling menjanjikan di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu sektor pariwisata yang patut dikembangkan secara berkelanjutan di Indonesia adalah wisata bahari. Sektor wisata bahari Mangrove merupakan salah satu sektor wisata yang termasuk di dalam program unggulan yang diprioritaskan dalam pembangunan kepariwisataan di Indonesia. Hal ini dikarenakan adanya tren pariwisata bahari Mangrove yang secara global terus mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Permatasari, 2020).

Sebagai ibu kota negara Republik Indonesia, DKI Jakarta menjadi salah satu tempat yang akan dituju oleh para turis mancanegara bahkan nasional. Menurut BPS Provinsi DKI Jakarta tahun 2022, dari total 5,47 juta wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Indonesia, 936 ribunya adalah wisatawan yang bertujuan untuk mengeksplorasi DKI Jakarta.

Jakarta utara memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam, mulai dari wisata sejarah dan budaya seperti Kota Tua, wisata kuliner yang dapat ditemui di sepanjang jalan, hingga wisata alam seperti Taman Wisata Alam Mangrove Kapuk Jakarta. Keberagaman potensi pariwisata inilah yang menciptakan peluang bagi wisatawan untuk bisa mengeksplorasi berbagai aspek wisata dari kota ini. Dilihat dari posisinya yang terletak di sepanjang pantai utara Jakarta, provinsi Jakarta Utara memiliki potensi yang besar untuk

pengembangan wisata bahari.

Mangrove merupakan tumbuhan yang hidup di air payau dan dipengaruhi oleh pasang surut air laut. Tumbuhan ini tumbuh khususnya di tempat dimana terjadi perlumpuran dan akumulasi bahan organik (Hadi, 2018). Mangrove merupakan salah satu bentuk ekosistem yang unik dan khas, serta dapat berperan dalam membantu menekan terjadinya bencana akibat pasang surut air laut hingga tsunami. Hutan Mangrove merupakan sumber daya alam hayati yang mempunyai berbagai keragaman potensi yang memberikan manfaat bagi kehidupan manusia baik secara langsung (pemanfaatan kayu dan buahnya) maupun tidak langsung seperti tempat berkembangbiakan ikan, penahan abrasi, biodiversitas, dan objek wisata (Fitriana et al., 2017).

Pantai Indah Kapuk (PIK) dikenal sebagai area pemukiman warga yang elite di DKI Jakarta, dimana rata-rata masyarakat yang mampu untuk membeli tanah dan bangunan di sana dari kalangan menengah ke atas. Pemukiman PIK berdiri di atas luas lahan sekitar 1.600 Ha yang berada di Penjaringan, Jakarta Utara; Kapuk, Cengkareng, Jakarta Barat; dan Kabupaten Tangerang, Banten. Bermula dari proyek reklamasi yang berkembang menjadi area hunian elite di Jakarta yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang dibutuhkan dalam sehari-hari seperti Mall, supermarket, hotel, kondominium, apartemen, Gedung perkantoran, sekolah, dan rumah sakit. Selain itu, PIK juga menyediakan destinasi wisata yang tidak kalah lengkap seperti Old Shanghai PIK, San Antonio,

La Riviera, Urban Farm, Taman Wisata Alam Angke Kapuk, Aloha, dan lainnya.

Pengunjung Taman Wisata Alam Angke Kapuk juga mengalami penurunan dalam 5 tahun terakhir. Pada tahun 2019 terdapat total 164.289 pengunjung, dan terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2023 hanya berada di angka total 75.880 pengunjung dalam setahun. Tetapi mengalami peningkatan pada wisatawan luar negeri yang dimana hingga menyentuh angka 568 wisatawan asing dalam setahun. Pengembangan infrastruktur dan fasilitas penunjang lainnya terus dilakukan bersamaan dengan pembangunan daerah Pantai Indah Kapuk 2. tentu saja hal ini akan berdampak positif terhadap Taman Wisata Alam Angke Kapuk yang berlokasi di daerah Pantai Indah Kapuk 2.

Harga adalah sejumlah uang (kemungkinan di tambah beberapa barang) yang diperlukan untuk bisa mendapatkan beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang menyertainya (Laksana, 2008). Sedangkan menurut (Kiswanto, 2011) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk kepemilikan suatu produk atau jasa. Penentuan harga sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh Taman Wisata Alam Angke Kapuk tidak berwujud serta harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan akan dijadikan indikasi kualitas jasa yang akan diterima oleh konsumen. Penetapan harga sangat berperan penting, sebab besar Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan, serta nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam dan budaya serta hasil buatan manusia yang menjadi tujuan kunjungan para wisatawan (Sitorus, 2021). Sebagai kawasan wisata sekaligus konservasi, Taman Wisata Alam Angke

Kapuk memiliki keindahan alam yang asri hasil dari upaya reboisasi yang dilakukan oleh pihak pengelola sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Berbagai macam wahana yang dibangun serta fasilitas yang mumpuni juga menjadi salah satu faktor daya tarik dari Taman Wisata Alam Angke Kapuk.

Adapun faktor minat berkunjung untuk wisatawan di Taman Wisata Alam Angke Kapuk sering ditemui pengurus di hari Sabtu–Minggu. Pada hari-hari *weekend* tersebut, para pengunjung yang datang biasanya bertujuan untuk menggunakan waktu luangnya bersama keluarga ataupun kerabat serta untuk menikmati udara yang segar dan daerah hijau diantara padatnya kota Jakarta. Bahkan tak jarang para pengunjung yang datang bertujuan untuk melihat dan mengabadikan beberapa spesies burung langka yang sedang bermigrasi ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk, kebanyakan dari wisatawan yang bertujuan untuk hal ini yaitu wisatawan asing.

Dari penjelasan-penjelasan di atas, Taman Wisata Alam Angke Kapuk memungkinkan untuk memiliki potensi untuk menambah jumlah minat kunjungan wisatawan yang akan berpengaruh terhadap kunjungan kembali wisatawan ke objek ekowisata tersebut. Adapun faktor-faktor yang diduga mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk, antara lain harga dan daya tarik wisata.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dianggap sebagai suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan sebagai metode ilmiah atau *Scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkret atau empiris, obyektif,

terukur, rasional, serta sistematis.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif lebih memusatkan perhatiannya pada beberapa gejala atau fenomena yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia, yaitu variabel. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode survei. Tujuan dari dilakukan metode survei adalah untuk mendapatkan informasi perihal yang akan diteliti pada beberapa responden yang dianggap mewakili populasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data dan Interpretasi Uji Validitas

Uji Validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Bivariate Correlation* dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistik 22. Dalam penelitian ini menggunakan jumlah responden sebanyak 30 untuk dapat melakukan uji validitas. Sehingga apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan *valid*, dan apabila signifikan  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan *valid*. Berikut uji validitas terhadap *variabel X* dan *variabel Y*.

### Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Harga)

Tabel 1. Uji Validitas X1

Harga (X1)				
No.	Pernyataan	Nilai R <sup>hitung</sup>	Nilai R <sup>tabel</sup>	Keterangan
1.	Harga ( <i>Price Affordability</i> – X1)	0,819	0,361	VALID
2.	Harga ( <i>Price Affordability</i> – X1)	0,795	0,361	VALID
3.	Harga ( <i>Price Affordability</i> – X1)	0,814	0,361	VALID
4.	Harga ( <i>Price and Quality Relevancy</i> – X1)	0,830	0,361	VALID
5.	Harga ( <i>Price and Quality Relevancy</i> – X1)	0,743	0,361	VALID
6.	Harga ( <i>Price and Quality Relevancy</i> – X1)	0,720	0,361	VALID
7.	Harga ( <i>Price Competitiveness</i> – X1)	0,770	0,361	VALID
8.	Harga ( <i>Price Competitiveness</i> – X1)	0,644	0,361	VALID
9.	Harga ( <i>Price and Benefits Relevancy</i> – X1)	0,803	0,361	VALID
10.	Harga ( <i>Price and Benefits Relevancy</i> – X1)	0,848	0,361	VALID

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, maka dinyatakan bahwa semua item pernyataan pada dimensi X1 (Harga) dinyatakan *valid*, karena nilai r

<sup>hitung</sup> lebih besar dari nilai r<sup>tabel</sup>, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan X1 dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

### Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Daya Tarik Wisata)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas X2

Daya Tarik Wisata (X2)				
No.	Pernyataan	Nilai R <sup>hitung</sup>	Nilai R <sup>tabel</sup>	Keterangan
1.	Daya Tarik Wisata ( <i>Attraction</i> – X2)	0,863	0,361	VALID
2.	Daya Tarik Wisata ( <i>Attraction</i> – X2)	0,880	0,361	VALID
3.	Daya Tarik Wisata ( <i>Attraction</i> – X2)	0,796	0,361	VALID
4.	Daya Tarik Wisata ( <i>Accessibility</i> – X2)	0,632	0,361	VALID
5.	Daya Tarik Wisata ( <i>Accessibility</i> – X2)	0,732	0,361	VALID
6.	Daya Tarik Wisata ( <i>Accessibility</i> – X2)	0,811	0,361	VALID
7.	Daya Tarik Wisata ( <i>Amenities</i> – X2)	0,619	0,361	VALID
8.	Daya Tarik Wisata ( <i>Amenities</i> – X2)	0,557	0,361	VALID
9.	Daya Tarik Wisata ( <i>Amenities</i> – X2)	0,743	0,361	VALID

Daya Tarik Wisata (X2)				
No.	Pernyataan	Nilai R <sup>hitung</sup>	Nilai R <sup>tabel</sup>	Keterangan
10.	Daya Tarik Wisata ( <i>Ancillary</i> - X2)	0,670	0,361	VALID
11.	Daya Tarik Wisata ( <i>Ancillary</i> - X2)	0,729	0,361	VALID
12.	Daya Tarik Wisata ( <i>Ancillary</i> - X2)	0,642	0,361	VALID

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, maka dinyatakan bahwa semua item pernyataan pada dimensi X2 (Daya Tarik Wisata) dinyatakan *valid*, karena nilai  $r^{hitung}$  lebih besar dar nilai  $r^{tabel}$ ,

sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan X1 dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

### Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Berkunjung)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Y

Minat Berkunjung (Y)				
No.	Pernyataan	Nilai R <sup>Hitung</sup>	Nilai R <sup>Tabel</sup>	Keterangan
1.	Minat Berkunjung ( <i>Transactional Interest</i> – Y)	0,938	0,361	VALID
2.	Minat Berkunjung ( <i>Transactional Interest</i> – Y)	0,877	0,361	VALID
3.	Minat Berkunjung ( <i>Referential Interest</i> – Y)	0,858	0,361	VALID
4.	Minat Berkunjung ( <i>Referential Interest</i> – Y)	0,900	0,361	VALID
5.	Minat Berkunjung ( <i>Referential Interest</i> – Y)	0,731	0,361	VALID
6.	Minat Berkunjung ( <i>Preferential Interest</i> – Y)	0,747	0,361	VALID
7.	Minat Berkunjung ( <i>Preferential Interest</i> – Y)	0,763	0,361	VALID
8.	Minat Berkunjung ( <i>Preferential Interest</i> – Y)	0,789	0,361	VALID
9.	Minat Berkunjung ( <i>Eksploratory Interest</i> – Y)	0,821	0,361	VALID

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, maka dinyatakan bahwa semua item pernyataan pada dimensi Y (Minat Berkunjung) dinyatakan *valid*, karena nilai  $r^{hitung}$  lebih besar dar nilai  $r^{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan Y dapat

dilanjutkan ke tahap berikutnya.

### Uji Reliabilitas

#### Uji Reliabilitas X1 (Harga)

Berikut merupakan pengujian reliabilitas X1 (Harga) dengan menggunakan *Reliability Analysis*.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas X1

Variabel	Cronbach Alpha	N of Items
Harga	0,926	10

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Hasil dari uji reliabilitas X1 dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach alpha > 0,6. Oleh karena itu, pertanyaan kuesioner dari variabel X1 dinyatakan reliabel karena memiliki hasil 0,926 dengan pertanyaan kuesioner sebanyak 10 item. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan X1 dapat

dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

#### Uji Reliabilitas X2 (Daya Tarik Wisata)

Berikut merupakan pengujian reliabilitas X2 (Daya Tarik Wisata) dengan menggunakan *Reliability Analysis*.

**Tabel 5.** Hasil Uji Reliabilitas X2

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Daya Tarik Wisata	0,917	12

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Hasil dari uji reliabilitas X2 dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach alpha > 0,6. Oleh karena itu, pertanyaan kuesioner dari variabel X2 dinyatakan reliabel karena memiliki hasil 0,917 dengan pertanyaan kuesioner sebanyak 12 item. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa semua item pertanyaan X2 dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

**Uji Reliabilitas Y (Minat Berkunjung)**

Berikut merupakan pengujian reliabilitas Y (Minat Berkunjung) dengan menggunakan *Reliability Analysis*.

**Tabel 6.** Hasil Uji Reliabilitas Y

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Minat Berkunjung	0,941	9

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Hasil dari uji reliabilitas Y dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach alpha > 0,6. Oleh karena itu, pertanyaan kuesioner dari variabel Y dinyatakan reliabel karena memiliki hasil 0,941 dengan pertanyaan kuesioner sebanyak 9 item. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan Y dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas, selanjutnya penulis melakukan pengujian normalitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dimana data akan diolah melalui software IBM SPSS Statistik 22. Hasil dari pengolahan data tersebut antara lain:

**Tabel 7.** Data Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.87999055	
Most Extreme Differences	Absolute	.071	
	Positive	.042	
	Negative	-.071	
Test Statistic		.071	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.680 <sup>e</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.560
		Upper Bound	.800

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Based on 100 sampled tables with starting seed 221623949.

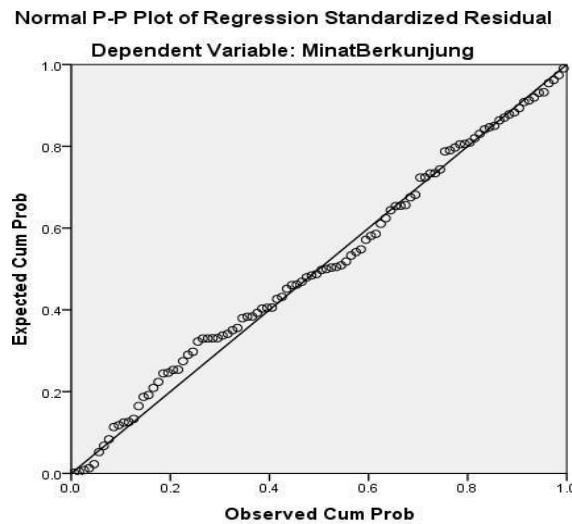
(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Data normalitas diolah dengan menggunakan *one-sample Kolmogorov Smirnov test* yang mana apabila nilai *significant* < 0,05 maka tidak normal,

sebaliknya apabila nilai *signifikan* > 0,05 maka dinyatakan normal. Dari 31 butir pertanyaan dari variabel harga, daya tarik wisata, dan minat berkunjung memiliki

nilai *significant* sebesar 0,200 yang dimana lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal. Analisis kenormalan data ini juga didukung dari *Plot of Regression Standardized Residual*. Apabila grafik yang diperoleh berdasarkan output SPSS 22 ternyata titik-titik mendekati garis diagonal, dapat disimpulkan bahwa model regresi

berdistribusi normal artinya yaitu model regresi ini memiliki nilai mean, median, dan modus yang sama, dimana hal ini dapat menghindari terjadinya *bias* atau penilaian yang condong kesalah satu kategori saja.. Lebih jelasnya hasil uji normalitas data dengan *p-plot* dapat dilihat pada gambar 1. berikut:



**Gambar 1.** Normal P-Plot dengan Variabel Terikat Minat Berkunjung (Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

**Uji Heteroskedastisitas**

Berikut ini merupakan hasil olahan data heteroskedastisitas dengan

menggunakan uji *glejser* yang ada di *software* IBM SPSS Statistik 22.

**Tabel 8** Data Uji *Glejser*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.528	1.641		2.759	.007
	Harga	-.048	.053	-.128	-.903	.369
	Daya Tarik Wisata	.005	.048	.014	.097	.923

a. Dependent Variable: ABS\_RES

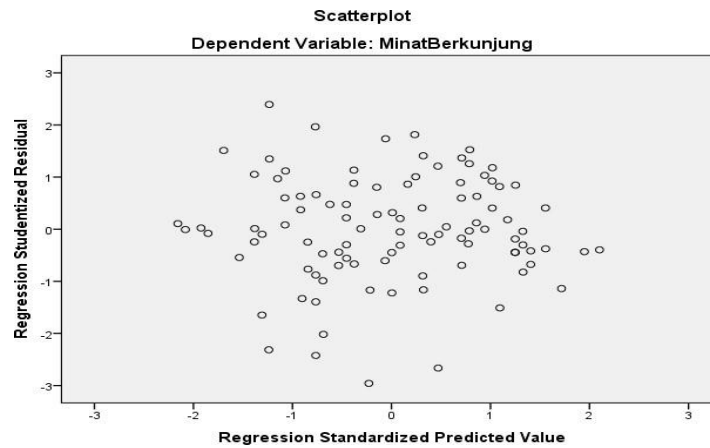
(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Uji *glejser* memiliki kriteria sebagai berikut: (1). Jika nilai signifikansi antara *variabel independent* dengan *absolut residual* > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (2). Jika nilai signifikansi antara *variabel independent* dengan *absolut residual* < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan tabel uji heteroskedastisitas melalui *software* IBM SPSS Statistik 22 di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel Harga (X1) adalah 0,369 > 0,05 dan variabel Daya Tarik Wisata (X2) adalah 0,923 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

atau ketidaksamaan variasi dari nilai residual dalam model regresi pada penelitian ini. Heteroskedastisitas juga bisa dilihat dari grafik *Scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan

di bawah sumbu Y atau tidak adanya pola tertentu seperti yang terdapat pada gambar 2. berikut ini:



**Gambar 2.** *Scatterplot* dengan Variabel Terikat Minat Berkunjung (Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

**Uji Multikolinearitas**

Berikut ini merupakan hasil olahan

data heteroskedastisitas menggunakan *software* IBM SPSS Statistik 22:

**Tabel 9.** Data Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	-1.322	2.577				-.513
Harga	.440	.084	.427	5.253	.000	.503	1.987
Daya Tarik wisata	.431	.076	.463	5.695	.000	.503	1.987

a. Dependent Variable: MinatBerkunjung

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Berdasarkan data pengujian multikolinearitas, diketahui bahwa nilai *Tolerance* kedua variabel bebas yaitu variabel harga (X1) sebesar  $0,503 > 0,10$  dan variabel daya tarik wisata (X2) sebesar  $0,503 > 0,10$ . Serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu variabel harga (X1) sebesar  $1,987 < 10,00$  dan variabel daya tarik wisata (X2) sebesar  $1,987 < 10,00$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas atau tidak sitemukan

adanya korelasi antar variabel bebas yang ada.

**Uji Hipotesis**

**Uji Regresi Linear Berganda**

Berikut ini adalah hasil pengujian Regresi Linear Berganda pada analisis faktor Harga (X1) dan Daya Tarik Wisata (X2) terhadap Minat Berkunjung (Y) pada Taman Wisata Alam Angke Kapuk, Jakarta, antara lain:



**Tabel 10.** Data Uji Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.322	2.577		-.513	.609
	Harga	.440	.084	.427	5.253	.000
	DayaTarikWisata	.431	.076	.463	5.695	.000

a. Dependent Variable: MinatBerkunjung

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Berdasarkan tabel 10 di atas, menunjukkan koefisien  $\beta$  merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = (-1,322) + 0,440X_1 + 0,431X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa: (1). Konstanta sebesar (-1,322) menunjukkan besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, yaitu apabila seluruh variabel independent sama dengan nol maka variabel dependen bernilai sebesar -1,322 atau sama seperti nilai sebelumnya, pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Irawan et al., 2021). (2). Koefisien regresi Harga bersifat positif dengan konstanta yang negatif, yang dimana memiliki arti bahwa setiap terjadi kenaikan harga sebesar 1 (satu) satuan, maka minat berkunjung akan menurun sebesar 0,440. Namun apabila terjadi penurunan 1 (satu) poin, maka minat berkunjung akan mengalami peningkatan sebesar 0,440. (3). Koefisien regresi Harga bersifat positif dengan konstanta yang negatif, yang dimana memiliki arti bahwa setiap terjadi

kenaikan daya tarik wisata sebesar 1 (satu) satuan, maka minat berkunjung akan menurun sebesar 0,431. Namun apabila terjadi penurunan 1 (satu) poin, maka minat berkunjung akan mengalami peningkatan sebesar 0,431.

### Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam penelitian ini, digunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5% dan perbandingan nilai dari perolehan nilai  $t^{hitung}$  dengan  $t^{tabel}$ . Dengan kriteria pengujian, antara lain: (1). Jika nilai signifikan  $< 0,05$  dan  $t^{hitung} > t^{tabel}$  artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen. (2). Jika nilai signifikan  $> 0,05$  dan  $t^{hitung} < t^{tabel}$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen.

Hasil uji t menggunakan program IBM SPSS 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 11.** Data Uji t (Uji Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.322	2.577		-.513	.609
	Harga	.440	.084	.427	5.253	.000
	DayaTarikWisata	.431	.076	.463	5.695	.000

a. Dependent Variable: MinatBerkunjung

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Hasil uji t yang tercantum pada tabel 11 dapat dijelaskan sebagai berikut: Pertama, Pengujian Hipotesis Pertama (H1). Pengaruh harga terhadap minat berkunjung ditunjukkan dengan nilai  $t^{\text{hitung}}$  sebesar 5,253, sedangkan nilai  $t^{\text{tabel}}$  sebesar 1,984, sehingga nilai  $t^{\text{hitung}} > t^{\text{tabel}}$  dan taraf signifikasinya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dengan hasil tersebut dapat disimpulkan  $H_01$  ditolak dan  $H_1$  diterima yaitu adanya pengaruh yang positif antara harga terhadap minat berkunjung di Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Nurbaeti et al., 2021) yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung tetapi tidak sejalan dengan penelitian (Hasanah, 2022) yang menunjukkan bahwa variabel harga hanya berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung.

Harga yang ditawarkan oleh Taman Wisata Alam Angke Kapuk termasuk tiket masuk yang terjangkau, kualitas yang diberikan sesuai dengan harga yang dibayar, daya saing harga, terdapat variasi harga, harga yang bersaing, kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan, serta kesesuaian harga dengan nilai produk.

Kedua, Pengujian Hipotesis Kedua (H2). Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ditunjukkan dengan nilai  $t^{\text{hitung}}$  sebesar 5,695, sedangkan nilai  $t^{\text{tabel}}$  sebesar 1,984, sehingga nilai  $t^{\text{hitung}} > t^{\text{tabel}}$  dan taraf signifikasinya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dengan hasil tersebut dapat disimpulkan  $H_02$  ditolak dan  $H_2$

diterima yaitu daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung di Taman Wisata Alam Angke Kapuk Jakarta.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Yanto et al., 2022) yang menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Tetapi tidak sejalan dengan penelitian (Prihatnawan, 2024) bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Daya tarik wisata yang dimiliki oleh Taman Wisata Alam Angke Kapuk termasuk kawasan konservasi, kawasan migrasi, hewan liar (terutama burung pantai), wahana permainan, aksesibilitas yang baik, fasilitas umum yang lengkap, fasilitas penunjang yang baik, ketersediaan pos keamanan umum, sarana pengisian bahan bakar, serta ketersediaan mesin anjungan tunai mandiri.

#### **Uji f (Uji Simultan)**

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 sebagai pembanding dengan kriteria sebagai berikut: (1). Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  dan  $f^{\text{hitung}} > f^{\text{tabel}}$ , maka semua variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. (2). Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$  dan  $f^{\text{hitung}} < f^{\text{tabel}}$ , maka semua variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 12.** Data Uji f (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3120.212	2	1560.106	101.538	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1490.378	97	15.365		
	Total	4610.590	99			

a. Dependent Variable: MinatBerkunjung

b. Predictors: (Constant), DayaTarikWisata, Harga

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Berdasarkan data di atas, diketahui nilai signifikansi yang didapatkan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t^{\text{hitung}} 101,538 > 3,090$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yaitu terdapat pengaruh variabel harga dan daya tarik wisata secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel minat berkunjung.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas yaitu harga dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung pada Taman Wisata Alam Angke Kapuk. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R Square* sebagai berikut:

**Tabel 13.** Data Nilai (R<sup>2</sup>)

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 <sup>a</sup>	.677	.670	3.91979

a. Predictors: (Constant), DayaTarikWisata, Harga

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti)

Besarnya persentase variabel minat berkunjung mampu dijelaskan oleh variabel bebas (koefisien determinasi) yang ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* (R<sup>2</sup>) sebesar 0,670. Dalam hal ini, dapat diartikan bahwa minat berkunjung mampu dijelaskan oleh harga dan daya tarik wisata sebesar 67%, sedangkan sisanya 33% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti pengaruh promosi, lokasi, biaya perjalanan, kualitas pelayanan, citra destinasi dan lainnya.

### SIMPULAN

Variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

berkunjung ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk, Jakarta. Hasil uji t diperoleh nilai  $t^{\text{hitung}} 5,253 > t^{\text{tabel}} 1,984$  dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$  sehingga H1 diterima, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Dengan memiliki nilai konstanta yang negatif artinya setiap terjadi kenaikan harga, maka minat berkunjung akan mengalami penurunan, sebaliknya jika harga turun, maka minat berkunjung juga akan meningkat.

Variabel daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk, Jakarta. Hasil uji t diperoleh nilai  $t^{\text{hitung}} 5,695 >$

$t^{\text{tabel}}$  1,984 dengan nilai sig 0,000 < 0,05 sehingga  $H_0$  diterima, artinya daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Dengan nilai konstanta yang negatif yang memiliki arti bahwa apabila daya tarik wisata sama dengan nol, maka minat berkunjung akan mengalami pergeseran sebesar -1,322.

Variabel harga dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Taman Wisata Alam Angke Kapuk, Jakarta. Hasil uji  $f$  diperoleh nilai  $f^{\text{hitung}}$  101,538 >  $f^{\text{tabel}}$  3,090 dengan nilai sig 0,000 < 0,05 sehingga  $H_0$  diterima, artinya harga dan daya tarik wisata secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap minat berkunjung di Taman Wisata Alam Angke Kapuk. Nilai *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,670 yang dimana dapat diartikan bahwa minat berkunjung mampu dijelaskan oleh harga dan daya tarik wisata sebesar 67%, sedangkan sisanya 33% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti pengaruh promosi, lokasi, biaya perjalanan, kualitas pelayanan, citra destinasi dan lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Ristiani. (2021). Pengaruh Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung. *FORUM EKONOMI*, 23(2), 310–317. [Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Forumekonomi](http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/forumekonomi)
- 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). <https://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/328>
- 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>
- Arikunto, S., Suhardjono, S., & Supardi, S. (2021). *Penelitian Tindakan Kelas* (Suryani, Ed.). PT Bumi Aksara. Jakarta
- 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>
- 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. Bandung
- 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.uui.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*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10<sup>th</sup> 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>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika. Jakarta
- Miarsih, G. S., Anwani, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. (2024). *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 117-123. <https://doi.org/10.36594/jtec/3ngc3f71>
- Mu'tashim, M. R., & Indahsari, K. (2021). Pengembangan Ekowisata di Indonesia. *Jurnal Senriabdi: Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian*. <https://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/Senriabdi/article/view/863>
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Stain Jember Press. Jember
- Ngwira, C., & Kankhuni, Z. (2018). What Attracts Tourists to a Destination? Is it Attractions? *In African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 7(1). <http://www.ajhtl.com>
- 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://doi.org/10.52447/mmj.v8i1.4205>
- 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 Dharmawangsa*. 17(2).  
<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/3185>
- 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*, 11(1).  
<https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saputra, R. H., & Suryoko, S. (2018). Analisis faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Berkunjung Di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 9-15. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.22703>
- 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). *Metodelogi 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>
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *RISK: Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 36–46. <https://doi.org/10.30737/risk.v1i1.874>
- 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>