

ANALISIS PENGARUH WISATA KULINER DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP REVISIT INTENTION DI DESA WISATA PECINAN GLODOK

Angeline Joanda¹, Roozana Maria Ritonga²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
angeljoanda@gmail.com¹

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh wisata kuliner dan *perceived value* terhadap *revisit intention* di Desa Wisata Pecinan Glodok, Jakarta Barat. Peneliti ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis uji regresi linear berganda beserta hasil Uji Hipotesis. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan uji T menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari wisata kuliner dan *perceived value* terhadap *revisit intention* di Desa Wisata Pecinan Glodok. Berdasarkan uji F, uji koefisien determinasi, dan regresi linear berganda, wisata kuliner dan *perceived value* berpengaruh terhadap *revisit intention*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah wisata kuliner dan *perceived value* berpengaruh terhadap *revisit intention* di Desa Wisata Pecinan Glodok, maka pihak pengelola sebaiknya mempertahankan setiap indikator wisata kuliner (X1) dan *perceived value* (X2) untuk meningkatkan setiap indikator pada *revisit intention* (Y).

Kata Kunci: Pecinan Glodok, *Perceived Value*, *Revisit Intention*, Wisata Kuliner

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of culinary tourism and perceived value on revisit intention in Glodok China Town Tourism Village, West Jakarta. This researcher used a quantitative method with multiple linear regression test analysis along with the results of the Hypothesis Test. The researcher used a data collection method by distributing questionnaires and observations. Based on the results of the study conducted with the T test, it showed that there was an influence of culinary tourism and perceived value on revisit intention in Glodok China Town Tourism Village. Based on the F test, determination coefficient test, and multiple linear regression, culinary tourism and perceived value influenced revisit intention. The conclusion of this study is that culinary tourism and perceived value influence revisit intention in Glodok China Town Tourism Village, so the management should maintain each indicator of culinary tourism (X1) and perceived value (X2) to improve each indicator in revisit intention (Y).

Keywords: Culinary Tourism, Pecinan Glodok, *Perceived Value*, *Revisit Intention*

PENDAHULUAN

Wisata kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang menjadi fenomena baru dalam bidang pariwisata dan dapat dikembangkan. Pilihan dan peluang usaha kuliner merupakan salah satu dari sektor pariwisata yang banyak diminati oleh pengusaha negeri dan swasta. *Stakeholder* sektor wisata kuliner terus memperkenalkan produk wisata yaitu hotel, penginapan, *cafe*, restoran, bahkan rumah makan yang juga menjadi peluang bisnis. Di antara banyaknya produk wisata tersebut, wisata kuliner menjadi

fenomena baru yang sedang berkembang saat ini. Menurut data statistik penyedia makan minum 2021 yang berisikan data dan informasi mengenai kondisi usaha restoran/rumah makan, katering, dan usaha penyedia makan minum lainnya di Indonesia yang dilakukan pada bulan April-September 2022, terdapat 9.026 usaha penyedia makan minum skala menengah besar dan pendapatan yang diperoleh oleh usaha penyedia makan minum berskala menengah besar tersebut sebanyak 4.374 juta rupiah (BPS, 2023).

Tabel 1. Data Penyedia Makanan dan Minuman

Jumlah Usaha Penyedia Makan Minum Skala Menengah Besar 2021	Rata-rata Pendapatan Usaha Penyedia Makan Minum Berskala Menengah Besar 2021
9.026 Usaha	4.374 Juta Rupiah

(Sumber: BPS, 2023)

Adapun di Jakarta sendiri terdapat 4.088 jumlah restoran/rumah makan dan usaha kuliner lainnya dan memperoleh pendapatan sebanyak 18.879.167,08 juta rupiah (BPS, 2023). Hal tersebut cukup

menunjukkan bahwa usaha kuliner sedang berkembang dan berpotensi dalam berkontribusi untuk meningkatkan wisata kuliner.

Tabel 2. Data Jumlah Usaha Penyedia Makan Minum 2021

Provinsi	Jenis Usaha			Jumlah
	Restoran/Rumah Makan	Katering	PMM Lainnya	
DKI Jakarta	3.062	37	989	4.088

(Sumber: BPS, 2023)

Tabel 3. Data Pendapatan Usaha Penyedia Makan Minum 2021

Provinsi	Pendapatan Utama	Pendapatan Lainnya	Jumlah Pendapatan
DKI Jakarta	18.739.465,89	139.701,19	18.879.167,08

(Sumber: BPS, 2023)

Berdasarkan data statistik wisata kuliner di Jakarta sebanyak 348.620 pada Januari - Juli 2023, jumlah tersebut terus mengalami peningkatan dari April - Juli 2023 (Disparekraf, 2023). Peningkatan

tersebut cukup menunjukkan bahwa wisata kuliner sedang berkembang dan dinikmati oleh banyak orang.

Tabel 4. Data Kunjungan Wisata Kuliner Jakarta

Wisata Kuliner						
Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
143.578	18.455	18.255	18.355	212.332	345.438	476.970

(Sumber: Disparekraf Jakarta, 2023)

Pariwisata dan kuliner sangat erat kaitannya dan tidak dapat dipisahkan. Saat seseorang melakukan perjalanan, mereka akan selalu membutuhkan makanan (Ratnasari dkk., 2020). Oleh karena itu, tidak heran jika wisata kuliner terus berkembang sampai akhirnya bisa menjadi tujuan seseorang untuk melakukan perjalanan. Wisata kuliner yang sedang berkembang ini sangat berpotensi untuk dikembangkan sehingga bisa menjadi salah satu media promosi untuk memperkenalkan budaya.

Pengaruh makanan China di Jakarta saat ini cukup kuat. Hal tersebut dikarenakan migrasi Tiongkok yang telah berlangsung selama berabad-abad. Oleh karena itu, masakan China juga menjadi citra dari wisata kuliner Jakarta. Apalagi pada saat ini, keberadaan *Chinese food* tidak hanya dinikmati oleh masyarakat Tionghoa saja, namun sudah menjadi bagian dari menu makanan sehari-hari masyarakat Jakarta (Putri dkk., 2022).

Kekayaan kuliner dan kebudayaan Tionghoa dapat menjadi sebuah daya tarik wisata. Salah satu wisata kuliner yang mengadopsi kebudayaan Tionghoa terdapat di Desa Wisata Pecinan Glodok. Pecinan Glodok adalah tempat wisata yang sudah terbentuk selama ratusan tahun, mulai dari tahun 1740 sampai sekarang. Berkembangnya wisata di Pecinan Glodok membuat tempat tersebut dilirik oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan akhirnya pada tanggal 9 Mei 2022 kemarin, Pecinan Glodok pun diverifikasi sebagai desa wisata. Kawasan tersebut dikenal sebagai pecinan karena diberlakukannya aturan bahwa orang Tionghoa harus tinggal di luar tembok Batavia, maka Glodok mulai terbentuk dan menjadi pusat pemukiman orang-orang Tionghoa. Sejak saat itu pulalah, Glodok menjadi sangat kental dengan budaya Tionghoa. Glodok

kemudian berkembang pesat hingga akhirnya memiliki potensi wisata, salah satunya adalah wisata kuliner yang kental dengan nuansa Tionghoa (pecinan). Kopi es Tak Kie, Bakmie Amoy, gado-gado Direksi, soto Betawi Afung, nasi hainan dan lain-lain adalah contoh-contoh kuliner yang disediakan untuk wisatawan ketika berkunjung ke Desa Wisata Pecinan Glodok. Dengan banyaknya pilihan *Chinese food*, tak heran jika wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pecinan Glodok ingin merasakan wisata kuliner. Industri kuliner merupakan bagian penting dalam industri pariwisata, dan pengalaman kuliner memberikan pengalaman penting bagi wisatawan (Pestek, 2014 dalam Darmin dkk., 2022).

Perceived value (nilai yang dirasakan) merupakan keyakinan dan penilaian konsumen bahwa nilai yang diberikan sebanding dengan harga atau pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut (Kataria, 2020). Jika konsumen mendapatkan manfaat yang sebanding dari produk yang diperoleh dengan harga atau pengorbanan yang dikeluarkan untuk produk tersebut, maka konsumen pasti akan merasa puas. Desa Wisata Pecinan Glodok sebagai destinasi wisata pasti ingin memberikan, menciptakan, dan memelihara hubungan yang positif dengan wisatawan, sehingga *value* yang diterima juga positif dan membuat wisatawan ingin berkunjung kembali.

Revisit intention (minat berkunjung kembali) adalah keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi yang sama (Hung et al., 2016 dalam Nabila, 2020). *Perceived value* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi *revisit intention*. Nilai yang diberikan oleh suatu objek wisata akan dirasakan oleh wisatawan, yang akan mempengaruhi evaluasi pasca kunjungan dan mempengaruhi keputusan kunjungan

di masa depan. Salah satu cara untuk menganalisis *perceived value* pada suatu destinasi adalah melalui *review*. Berikut

adalah beberapa *review*, baik positif maupun negatif, dari pengunjung Desa Wisata Pecinan Glodok.

Tabel 5. *Review* Pengunjung Desa Wisata Pecinan Glodok

No.	<i>Review/Ulasan</i>
1.	Banyak kuliner enak baik non halal dan halal di Desa Wisata Pecinan Glodok. Saya datang bersama pasangan dan kalau ke Desa Wisata Pecinan Glodok biasanya kami membeli makanan jadul seperti nasi ulam, kacang tanah, ketoprak, kue talam, dan lain-lain. Desa Wisata Pecinan Glodok ini banyak kuliner yang enak termasuk kopi takie yang legendaris. Desa Wisata Pecinan Glodok juga ada beberapa wihara/tepekong untuk umat Buddha dan Konghucu beribadah.
2.	<i>A very bright and vibrant China Town.</i> Banyak pilihan makanan yang tersedia dan harganya terjangkau.
3.	Saya pergi ke Desa Wisata Pecinan Glodok dan saya pribadi merasa cukup menarik untuk berkeliling dan mengunjungi kuil tua yang ada di Desa Wisata Pecinan Glodok. Penuh dengan hal-hal menarik untuk dilihat dan banyak tempat berfoto yang bagus.
4.	Kuil yang bagus dan tenang, banyak jenis makanan dan barang, suasana unik.
5.	Desa Wisata Pecinan Glodok menawarkan berbagai pengalaman autentik mulai dari <i>street food</i> hingga kuil setempat tempat orang-orang beribadah.
6.	Beberapa kuil bagus tapi selain itu tidak ada yang istimewa. Tidak ada toko suvenir yang mengingatkan saya pada <i>China Town Indonesia</i> . Toko-toko yang ada di Desa Wisata Pecinan Glodok adalah tempat yang diperuntukkan bagi penduduk setempat. Tidak ada manfaat yang didapat oleh <i>traveller</i> .
7.	Saya pikir saya akan melihat-lihat di sekitar sini untuk mencari <i>Chinese street food</i> yang enak. Saya tidak terlalu banyak menemukan hal yang menarik saat berjalan-jalan dan akhirnya hanya pergi ke mall.
8.	Agak biasa-biasa saja, mengingat banyaknya <i>China Town</i> di seluruh dunia. Tapi kita bisa merasakan sejarah saat berjalan-jalan. Kurang ada hal yang menarik di tempat ini, dan bahkan penduduk setempat menyarankan kalau kunjungan hanya disarankan selama Tahun Baru Imlek.
9.	Jika sudah mengunjungi banyak <i>China Town</i> di dunia, tidak ada yang bisa dibandingkan dari <i>China Town</i> ini kecuali untuk budaya Indonesia. Banyak gang yang menjual makanan, suvenir, obat cina, kuil, dan barang dekorasi tahun baru imlek. Untuk beberapa orang mungkin merasa tidak nyaman dengan lingkungan dan beberapa bahan makanan yang tidak higienis seperti makanan laut, ayam mentah, dll. di bawah cuaca panas dan lembab tanpa pendinginan yang tepat. Kuil ini sangat rusak dan tidak terawat dengan baik tetapi berfungsi dengan baik bagi masyarakat setempat. Hanya sedikit mal di sini yang menjual barang elektronik murah dan juga makanan ringan kering seperti biskuit dan kacang. Senang melihat kehidupan sehari-hari penduduk setempat tetapi tidak ada yang istimewa untuk dicari.
10.	Pastinya ada suasana bagus di sekeliling Desa Wisata Pecinan Glodok, namun yang pasti tidak ada hal luar biasa yang lebih baik dari yang pernah saya lihat di kota-kota besar lainnya. Ada banyak restoran, tetapi juga banyak yang menawarkan jasa pijat.

(Sumber: TripAdvisor, 2019-2023)

Berdasarkan ulasan dari beberapa pengunjung Desa Wisata Pecinan Glodok, penilaian yang diberikan ada yang baik maupun yang kurang baik. Dapat disimpulkan bahwa beberapa pengunjung merasa tempat wisata tersebut memberikan pengalaman (nilai) yang baik, mulai dari kuliner, banyak pilihan aktivitas wisata, budaya, suasana, sampai pengalaman autentik yang dapat dirasakan ketika berkunjung ke Desa

Wisata Pecinan Glodok. Penilaian yang baik tersebut dapat menjadi acuan bagi pengunjung untuk selanjutnya berkunjung kembali ke Desa Wisata Pecinan Glodok di masa depan. Semakin tinggi nilai yang diterima wisatawan, maka semakin besar kemungkinan ia akan mengunjungi objek wisata tersebut lagi di masa mendatang. Sedangkan untuk beberapa pengunjung yang memberikan *review* (nilai) yang kurang

baik, dapat pula dijadikan masukan kepada pengelola untuk menentukan langkah yang tepat agar dapat memperbaiki hal yang masih kurang dari Desa Wisata Pecinan Glodok untuk menarik minat pengunjung agar mau berkunjung kembali ke Desa Wisata Pecinan Glodok.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengidentifikasi wisata kuliner sebagai fenomena baru yang sedang berkembang dan *perceived value* dimana seberapa besar wisatawan mendapatkan nilai/manfaat, serta pengaruhnya terhadap *revisit intention* di Desa Wisata Pecinan Glodok dengan judul “Analisis Pengaruh Wisata Kuliner dan *Perceived Value* Terhadap *Revisit Intention* di Desa Wisata Pecinan Glodok, Jakarta Barat”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan kemudian menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan digunakan penelitian kuantitatif adalah untuk melihat apakah ada pengaruh dan keselarasan antara variabel yang telah ditentukan penulis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel, yaitu wisata kuliner, *perceived value*, dan *revisit intention*. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif.

Penulis menggunakan teknik deskriptif untuk mengetahui apakah wisata kuliner dan *perceived value* berpengaruh terhadap *revisit intention* di Desa Wisata Pecinan Glodok. Melalui teknik penelitian deskriptif ini, penulis akan berusaha untuk mendeskripsikan mengenai hubungan antara wisata kuliner dan manfaat yang diterima pengunjung, apakah melalui kedua hal

tersebut dapat membuat pengunjung mengambil keputusan untuk berkunjung kembali di masa depan.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan objek penelitian yaitu wisatawan yang pernah berkunjung serta mencoba kuliner di Desa Wisata Pecinan Glodok dan mengenal Desa Wisata Pecinan Glodok sebagai destinasi wisata kuliner dengan jumlah 450.641 (kunjungan pada Juni - Desember tahun 2023).

Teknik pengambilan sampel akan dilakukan dengan *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel untuk penelitian akan diambil dengan berbagai pertimbangan yang telah ditentukan oleh penulis, yaitu responden adalah wisatawan yang pernah berkunjung serta mencoba kuliner di Desa Wisata Pecinan Glodok dan wisatawan mengenal Desa Wisata Pecinan Glodok sebagai destinasi wisata kuliner. Dalam menentukan besarnya sampel yang akan digunakan pada penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Slovin*

Jumlah populasi (N) yang merupakan wisatawan yang pernah berkunjung serta mencoba kuliner di Desa Wisata Pecinan Glodok dan wisatawan mengenal Desa Wisata Pecinan Glodok sebagai destinasi wisata kuliner adalah 450.641, dan tingkat kesalahan penetapan sampel 10%, maka jumlah sampel dalam penelitian adalah 100 orang.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Untuk melakukan penelitian diperlukan instrumen. Jika instrumen tersebut valid maka dapat digunakan untuk mengukur sesuatu. Istilah validitas diambil dari bahasa Latin *validus* atau jika diterjemahkan ke bahasa Inggris *strong*, yang artinya kuat (Kusumastuti dkk., 2020).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Indikator	Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Antusiasme	Pernyataan 1	0,1966	0,535	VALID
	Pernyataan 2		0,425	
Pelarian	Pernyataan 3	0,1966	0,563	VALID
	Pernyataan 4		0,476	
	Pernyataan 5		0,636	
	Pernyataan 6		0,672	
Status	Pernyataan 7	0,1966	0,727	VALID
	Pernyataan 8		0,699	
	Pernyataan 9		0,640	
	Pernyataan 10		0,699	
Pengetahuan	Pernyataan 11	0,1966	0,596	VALID
	Pernyataan 12		0,570	
	Pernyataan 13		0,637	
	Pernyataan 14		0,718	
Indikator	Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
<i>Emotional Value</i>	Pernyataan 1	0,1966	0,667	VALID
	Pernyataan 2		0,537	
	Pernyataan 3		0,455	
<i>Social Value</i>	Pernyataan 4	0,1966	0,675	VALID
	Pernyataan 5		0,735	
	Pernyataan 6		0,724	
<i>Functional Value</i>	Pernyataan 7	0,1966	0,595	VALID
	Pernyataan 8		0,666	
	Pernyataan 9		0,631	
	Pernyataan 10		0,532	
<i>Value for Money</i>	Pernyataan 11	0,1966	0,610	VALID
	Pernyataan 12		0,576	
Indikator	Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
<i>Willingness to Visit Again</i>	Pernyataan 1	0,1966	0,582	VALID
	Pernyataan 2		0,670	
	Pernyataan 3		0,645	
<i>Willingness to Invite</i>	Pernyataan 4	0,1966	0,604	VALID
	Pernyataan 5		0,633	
	Pernyataan 6		0,591	
	Pernyataan 7		0,599	
	Pernyataan 8		0,657	
<i>Willingness to Positive Tale</i>	Pernyataan 9	0,1966	0,544	VALID
	Pernyataan 10		0,641	
	Pernyataan 11		0,750	
	Pernyataan 12		0,693	
<i>Willingness to Place the Destination in Priority</i>	Pernyataan 13	0,1966	0,547	VALID
	Pernyataan 14		0,637	
	Pernyataan 15		0,744	
	Pernyataan 16		0,741	

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Nilai r_{hitung} setiap pernyataan variabel Wisata Kuliner lebih besar dari r_{tabel} $N = 100$ yaitu 0,1966. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa seluruh hasil uji validitas variabel Wisata Kuliner memberikan hasil yang

valid.

Nilai r_{hitung} setiap pernyataan variabel *Perceived Value* lebih besar dari r_{tabel} $N = 100$ yaitu 0,1966. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa seluruh hasil uji validitas variabel

Perceived Value memberikan hasil yang valid. Table 1

Nilai r_{hitung} setiap pernyataan variabel *Revisit Intention* lebih besar dari r_{tabel} $N = 100$ yaitu 0,1966. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa seluruh hasil uji validitas variabel *Revisit Intention* memberikan hasil yang valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan pada semua *item*/butir pernyataan. Kriteria penentuan reliabilitas adalah suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai r (Cronbach's Alpha) lebih besar dari 0,60. Sebaliknya jika nilai r (Cronbach's Alpha) kurang/lebih kecil dari 0,60 maka instrumen tidak reliabel.

Tabel 5 . Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Wisata Kuliner	.752	15
<i>Perceived Value</i>	.753	13
<i>Revisit Intention</i>	.756	17

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS, nilai *Cronbach's Alpha* variabel wisata kuliner sebesar 0,752; variabel *perceived value* sebesar 0,753; dan variabel *revisit intention* sebesar 0,756 yang berarti ketiga variabel tersebut reliabel.

Uji Normalitas

Menurut Sahir (2021), tes normalitas dilakukan dengan kriteria pengujian yaitu: (1). Signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal (H_0 ditolak); (2). Signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal (H_0 diterima).

**Tabel 6. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.93426752	
Most Extreme Differences	Absolute	.075	
	Positive	.075	
	Negative	-.075	
Test Statistic		.075	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.178	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.182	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.172
		Upper Bound	.191

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Dari hasil SPSS yang dimasukkan diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,178 yang melebihi syarat normalitas sebesar 0,05 sehingga hasil penelitian ini dapat

dikatakan normal.

Uji Heteroskedastisitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas, yaitu: (1). Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$, kesimpulannya yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas (hipotesis/H0

ditolak). (2). Jika nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$, kesimpulannya yaitu terjadi heteroskedastisitas (hipotesis/H0 diterima).

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.334E-15	2.989		.000	1.000
	X1	.000	.116	.000	.000	1.000
	X2	.000	.131	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: ABSRES

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Uji heteroskedastisitas yang diuji dengan SPSS memberikan hasil signifikansi sebesar 1.0 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Multikolinearitas

Tolerance yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi. Asumsi *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dapat dinyatakan sebagai berikut: (1). Jika $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0.10$ maka terjadi multikolinearitas. (2). Jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0.10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.196	2.989		4.080	<.001		
	X1	.319	.116	.295	2.738	.007	.276	3.617
	X2	.685	.131	.564	5.226	<.001	.276	3.617

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Berdasarkan hasil uji SPSS uji multikolinearitas masing-masing variabel wisata kuliner dan variabel *perceived value* dengan variabel *revisit intention*, diperoleh nilai toleransi dan VIF variabel wisata kuliner dan variabel *perceived value* sebesar 0,276, dan nilai VIF sebesar 3.617. Nilai tersebut

memenuhi syarat tidak terjadinya multikolinearitas dimana nilai toleransi $> 0,1$ dan $VIF < 10$. Oleh karena itu, tidak terdapat multikolinearitas antara variabel wisata kuliner dan *perceived value* dalam model regresi variabel *revisit intention*.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.196	2.989		4.080	<,001		
	X1	.319	.116	.295	2.738	.007	.276	3.617
	X2	.685	.131	.564	5.226	<,001	.276	3.617

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Persamaan linear regresi pengaruh masing-masing variabel wisata kuliner dan *perceived value* terhadap *revisit intention* Desa Wisata Pecinan Glodok adalah sebagai berikut.

$$Y = 12,196 + 0,319X1 + 0,685X2$$

Dengan keterangan:

Y : *Revisit Intention*

X1 : Wisata Kuliner

X2 : *Received Value*

Persamaan regresi ini dapat diartikan sebagai berikut:

Pertama, Konstanta sebesar 12,196 dinyatakan sebagai dengan arti apabila X1, X2 sama dengan 0 maka nilai Y adalah 12,196 dimana dapat diartikan bahwa nilai pada *revisit intention* di Desa Wisata Pecinan Glodok dilihat dari wisata kuliner dan *perceived value* adalah sebesar 12,196.

Kedua, Koefisien regresi wisata kuliner sebesar 0,319. Artinya, jika nilai lain tetap dan nilai wisata kuliner bertambah sebesar 1% maka *revisit intention* Desa Wisata Pecinan Glodok akan meningkat sebesar 0,319, dan jika wisata kuliner menurun sebesar 1% maka akan berpengaruh sebaliknya atau

menurun sebesar 0,319.

Ketiga, Koefisien regresi untuk *perceived value* adalah 0,685. Artinya jika nilai lain tetap dan nilai dari *perceived value* bertambah sebesar 1% maka *revisit intention* Desa Wisata Pecinan Glodok akan meningkat sebesar 0,685, dan jika *perceived value* menurun sebesar 1% maka akan berpengaruh sebaliknya atau menurun sebesar 0,685.

Uji Parsial (Uji T)

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat dari aplikasi *software IBM SPSS Statistics* sehingga hasil pengukuran data lebih akurat. Hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kriteria uji sebagai berikut: (1). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen (H0 ditolak HA diterima). (2). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen (H0 diterima HA ditolak).

Tabel 9. Hasil Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.196	2.989		4.080	<,001		
	X1	.319	.116	.295	2.738	.007	.276	3.617
	X2	.685	.131	.564	5.226	<,001	.276	3.617

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Pertama. Wisata kuliner diperoleh nilai t hitung sebesar 2,738 dan signifikansi sebesar 0,007. Di sini diperoleh hasil t hitung > t tabel (1,984) dan nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan H01 ditolak dan H1 diterima, sehingga wisata kuliner berpengaruh terhadap *revisit intention*.

Kedua. *Perceived value* diperoleh nilai t hitung sebesar 5,226 dan signifikansi sebesar 0,00. Di sini diperoleh hasil ini t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan H02 ditolak dan H2 diterima sehingga *perceived value* berpengaruh terhadap variabel *revisit*

intention.

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2018), uji F pada dasarnya memberitahu apakah seluruh variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ meliputi: (1). Jika nilai signifikansi uji F > α yaitu 0,05 maka hipotesis nol diterima. (2). Jika nilai signifikansi uji F < α yaitu 0,05 maka hipotesis nol ditolak.

Tabel 10. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1880.127	2	940.064	106.978	<,001 ^b
	Residual	852.383	97	8.787		
	Total	2732.510	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Diperoleh nilai F Hitung sebesar 106,978 dan signifikansinya 0,00. Maka hasilnya yaitu F hitung (106,978) > F tabel (3,09018) dan nilai signifikansi < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, sehingga variabel Wisata Kuliner dan *Perceived Value* berpengaruh secara simultan terhadap variabel *Revisit Intention*.

Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.688	.682	2.964

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data Diolah oleh Peneliti Menggunakan SPSS Versi 29, 2024)

Berdasarkan hasil SPSS Versi 29 diperoleh hasil Adjusted R Square sebesar 0,682. Artinya masing-masing variabel wisata kuliner dan *perceived value* mempunyai pengaruh secara simultan sebesar 68,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam pengujian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel X dikategorikan kuat. Dalam hal ini walaupun wisata kuliner dan *perceived value* mempunyai pengaruh sebesar 68,2% namun ada faktor lain yang mungkin mempunyai pengaruh selain variabel tersebut dan tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian dan uji yang sudah dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa wisata kuliner di Desa Wisata Pecinan Glodok dan *perceived value*/nilai yang dirasakan wisatawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat kunjung kembali. Penemuan tersebut berjalan satu arah dengan studi yang dilakukan oleh Chotimah dan Wahyudi (2019) yang menemukan bahwa *perceived value* berpengaruh terhadap minat kunjung kembali. Pada studi yang dilakukan oleh Roustana dan Jamshidi (2020) menemukan wisata kuliner memiliki pengaruh terhadap minat kunjung kembali.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Wisata Pecinan Glodok, dengan penelitian Analisis Pengaruh Wisata Kuliner dan *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* pada

Desa Wisata Pecinan Glodok, Jakarta Barat yang sudah dibuat interpretasi dan pembahasan pada bab sebelumnya. Berdasarkan karakteristik pengunjung yang ada di Desa Wisata Pecinan Glodok, rata-rata mayoritas pengunjungnya adalah perempuan, berusia 17 hingga 25 tahun, berdomisili di Jabodetabek, sebagian besar adalah mahasiswa/pelajar, dan berpendapatan kurang dari Rp5.000.000.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diperoleh formula $Y = 12,196 + 0,319X_1 + 0,685X_2$. Di sini, X_1 adalah wisata kuliner, X_2 adalah *perceived value*, dan Y adalah *revisit intention*. Nilai konstanta formulasi ini adalah 12,196. Jika tidak ada wisata kuliner dan tidak ada *perceived value* maka nilai *revisit intention* positif yaitu 12,196. Nilai variabel wisata kuliner sebesar 0,319 dan *perceived value* sebesar 0,685. Hasil Uji Hipotesis atau Uji T juga menunjukkan bahwa variabel wisata kuliner dan *perceived value* berpengaruh terhadap *revisit intention*, dan Uji F menunjukkan bahwa variabel wisata kuliner dan *perceived value* berpengaruh secara simultan terhadap *revisit intention*. Pada uji koefisien determinasi, hasil wisata kuliner dan *perceived value* mempunyai pengaruh sebesar 68,2% terhadap *revisit intention*, dan dapat disimpulkan bahwa variabel wisata kuliner dan *perceived value* mempunyai pengaruh kuat terhadap hasil koefisien determinasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, N., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Perceived Value dan Customer Satisfaction Terhadap Revisit Intention di Alinia Farm And Park Resort Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(2), 109–123. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i2.2841>
- Anggraini, R., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention Di Daya Tarik Wisata Linggai Park Maninjau Kabupaten Agam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 114-125. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2713>
- Basori, N., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value Terhadap Revisit Intention di Objek Wisata Taman Lio Baheula Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 248-255. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6944567>.
- Bundawi, D., Arief, R. F., & Ariyanto, H. H. (2022). Pengaruh Revisit Intention yang dimediasi oleh Satisfaction Terhadap Fastfood di Sanctuary Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1585-1597. doi:10.36778/jesya.v5i2.768
- Chandrawati, A. A., & Vidyanata, D. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh. Co. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 19(1). doi:https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i1.17758
- Chotimah, S., & Wahyudi, H. D. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Revisit Intention: Mediasi Customer Satisfaction pada Pengunjung Jawa Timur Park I Batu. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 24(1). doi:http://dx.doi.org/10.17977/um042v24i1p1-11
- Gainau, M. B. (2021). *Pengantar Metode Penelitian*, Kanisius. Yogyakarta
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hanggraito, A., & Budiani, B. (2021). Eksplorasi Segmentasi Pasar dan Motivasi Wisatawan Kuliner di Gudeg Pawon Yogyakarta. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 735-757. doi:10.24843/JUMPA.2021.v07.i02.p18
- Hasnah, V. A., & Nugroho, S. P. (2021). Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi Wisata Kuliner. *UNCLLE (Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture)*. 1(1). <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/uncle/article/view/4674>
- Heryati, Y. (2019). Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56-74. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/10>
- Intuluck, W., Srisakun, C., & Tadawattanawit, S. (2023). The Mediating Role of Perceived Value, Brand Awareness, and Brand Loyalty in Tourism Revisit Intention among High Quality Tourists in Thailand. *Thammasat Review*, 26(2), 395–422. doi:10.14456/tureview.2023.26

- Jakarta, D. (2022). Disparekraf Statistik. Retrieved December 7, 2024, from <https://statistik-disparekraf.jakarta.go.id/>
- Kataria, S., & Saini, V. (2020). The Mediating Impact of Customer Satisfaction in Relation of Brand Equity and Brand Loyalty: An Empirical Synthesis and Re-Examination, *South Asian Journal of Business Studies* (Vol. 9 No. 1), 62-87. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0046>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Deepublish. Yogyakarta
- Kusumawardani, K. A., & Putri, F. R. (2020). Exploring the Behavioural Intention in Culinary Tourism: a Study on Bandung Tourist Destination. *GARUDA (Global Research on Tourism Development and Advancement)*, 2(1), 63-81. <https://doi.org/10.21632/garuda.2.1.63-81>
- Maharani, P. P., Suhud, U., & Sari, D. A. P. (2023). Faktor-Faktor Penentu Niat Berkunjung Ulang Studi pada Turis di Taman Sari Yogyakarta. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 3(2), 204–219. <https://doi.org/10.53067/ijebe.v3i2.100>
- Mercan, S., Cain, L., Alonso, M., & Cobanoglu, C. (2020). Improving the Service Industry with Hyper-Connectivity: IoT in Hospitality. *Inter-national Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(1), 1-20. doi:10.1108/IJCHM-06-2020-0621
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*. 13(1). doi: <https://doi.org/10.33559/mi.v13i1.1179>.
- Nabila, A. N., & Armida. (2020). Pengaruh Customer Perceived Value dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata The Great Wall of Koto Gadang. *Jurnal Ecogen*, 3(3), 477-487. doi:<http://dx.doi.org/10.24036/jmp.e.v3i3.9910>
- Niela, A., Sanusi, A. N. O., Yuniar, A., Fitria, D. N. T., & Suhud, U. (2020). Investigasi Revisit Intention Pelanggan Restoran Ayam Cepat Saji asal Amerika. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan - JBMK*, 1(2), 416-432. Retrieved from <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/78>
- Nugroho, S. P., & HD, I. P. H. (2020). Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 52-62. <https://doi.org/10.31294/par.v7i1.8136>
- Oktavia, H. C. (2021). Analisis Pengaruh Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Bahari. *Jurnal Enggano*, 6(2), 201-211. doi:<https://doi.org/10.31186/jengga.no.6.2>.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pascal Books. Tangerang Selatan

- Putri, J. A., Rahayu, E., Risyanti, Y. D., Maryani, T., & Yuliamir, H. (2023). Potensi Makanan Tradisional, Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Salatiga. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 207-213. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.54032>
- Putri, W., Djuanaidi, D., & Humaidi, H. (2022). Perkembangan Kuliner Tionghoa di Batavia 1915-1942. *Historiography: Journal of Indonesian History and Education*, 2(2), 181-192. <http://dx.doi.org/10.17977/um081v2i22022p181-192>
- Rafiq, K. R. M., Yunus, M. M., & Susiati. (2022). Re-envisioning Technological Pedagogical Content Knowledge and Online Teaching Readiness of English for Foreign Language Pre-service Teachers in Language Teacher Education. *Front Psychol.* 13. doi: 10.3389/fpsyg.2022.927835
- Ratnasari, K., Levyda, L., & Giyatmi, G. (2020). Wisata Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata di Pulau Belitung. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 93-106. doi:<https://doi.org/10.26905/jpp.v5i1.4788>
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2021). *Buku Ajar Statistika*, Muharika Rumah Ilmiah. Padang
- Rousta, A., & Jamshidi, D. (2020). Food Tourism Value: Investigating the Factors that Influence Tourists to Revisit. *Journal of Vacation Marketing*, 26(1), 73-95. doi:<https://doi.org/10.1177/1356766719858649>
- Sahir, S. H. (2021). *Metode Penelitian*, Penerbit KBM Indonesia. Jogjakarta
- Septiana, T., Hermina, T., & Saepuloh, A. (2020). Analisis Faktor Revisit Intention di Objek Wisata Situ Bagendit Garut. *Jurnal of Knowledge Management*, 14(1), 37-47. <http://dx.doi.org/10.52434/jkm.v14i1.1644>
- Sesa, K. C., Manaf, M., Salim, E., & Abbas, J. (2023). Strategi Peningkatan Kawasan Wisata Kuliner Pantai Tak Berombak di Kecamatan Turikale, Kabupaten Maros. *Journal of Urban Planning Studies*, 3(2), 157-164. <https://doi.org/10.35965/jups.v3i2.380>
- Statistik, B. P. (2023). Statistik Penyedia Makan Minum 2021. Badan Pusat Statistik. Retrieved December 8, 2024, from <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/07/18/b7439b2db9b878d623830f0b/statistik-penyedia-makan-minum-2021.html>
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta. Bandung
- UNESCO. (2009). *Ekowisata, Panduan Dasar Pelaksanaan*. UNESCO Office Jakarta. Jakarta
- Yoo, S. R., Lee, S. W., Jeon, H. M. (2020). The Role of Customer Experience, Food Healthiness, and Value for Revisit Intention in GROCCERANT. *Sustainability*, 12(6), 2359. <https://doi.org/10.3390/su12062359>
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika*, Mandala Press. Jawa Timur
- Zamhari, R. (2022). Pengaruh Budaya Kuliner Cina dan Belanda Terhadap Kuliner Indonesia. *Jurnal Kusa Lawa*. 2(1). <https://doi.org/10.21776/ub.kusawa.2022.002.01.08>