

ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM HAKKA INDONESIA TMII

Aldo Tumewu¹, Prayogo Susanto²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
aldotumewu01@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Hakka Indonesia TMII. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan *Google Form* dan data tersebut diolah menggunakan program SPSS. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil Uji F, diketahui bahwa variabel daya tarik wisata secara simultan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil Uji R², diperoleh nilai sebesar 25% terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y), sedangkan 75% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan bahwa daya tarik wisata di Museum Hakka Indonesia TMII, yang meliputi enam dimensi utama, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dimensi *Attraction* (36,7%), *Accommodation* (24,8%), *Amenities* (19,1%), *Accessibility* (23,6%), *Activities* (35,6%), dan *Ancillary Services* (41,3%) masing-masing berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung. Secara simultan, variabel daya tarik wisata (*Attraction*, *Accommodation*, *Amenities*, *Accessibility*, *Activities*, dan *Ancillary Services*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di Museum Hakka Indonesia TMII.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Kepuasan Pengunjung, Museum Hakka Indonesia TMII, Pariwisata Budaya.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tourist attractions on visitor satisfaction at the Hakka Indonesia Museum TMII. Data collection was carried out using Google Form and the data was processed using the SPSS program. Based on the results of the F Test, it is known that the tourist attraction variable simultaneously has a significant effect on visitor satisfaction. Based on the results of the R² Test, a value of 25% was obtained for the Visitor Satisfaction variable (Y), while the other 75% was influenced by other variables not examined in this study. The conclusion is that the tourist attractions at the Hakka Indonesia Museum TMII, which includes six main dimensions, have a significant effect on visitor satisfaction. The dimensions of Attraction (36.7%), Accommodation (24.8%), Amenities (19.1%), Accessibility (23.6%), Activities (35.6%), and Ancillary Services (41.3%) each contribute to visitor satisfaction. Simultaneously, the tourism attraction variables (Attraction, Accommodation, Amenities, Accessibility, Activities, and Ancillary Services) have a positive effect on visitor satisfaction at the Indonesian Hakka Museum TMII.

Keywords: Cultural Tourism, Hakka Indonesia Museum TMII, Tourist Attraction, Visitor Satisfaction.

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia mencerminkan potensi besar sektor ini sebagai salah satu pilar pertumbuhan ekonomi. Pariwisata telah menjadi kontributor signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) negara dan menciptakan dampak positif pada lapangan pekerjaan serta pertumbuhan bisnis di sektor terkait. Pariwisata menjadi salah satu sektor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Melalui peningkatan kunjungan wisatawan baik domestik maupun internasional, sektor pariwisata memberikan kontribusi positif terhadap PDB negara.

Pertumbuhan sektor pariwisata menciptakan lapangan kerja di berbagai bidang seperti akomodasi, restoran, transportasi, dan sektor jasa lainnya. Ini memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat lokal, membantu mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Pariwisata juga menyumbang secara signifikan terhadap penerimaan devisa negara, melalui pengeluaran wisatawan asing. Indonesia terus mengalami pertumbuhan sektor pariwisata yang signifikan, memberikan kontribusi positif terhadap devisa negara.

Devisa negara dari pariwisata mencakup penerimaan dari wisatawan asing yang menghabiskan uang di Indonesia. Seiring dengan program-program pemerintah yang mendukung pengembangan pariwisata, sektor ini menjadi salah satu pilar penting perekonomian Indonesia, sektor pariwisata Indonesia terus menarik perhatian wisatawan dengan keindahan alamnya, keanekaragaman budayanya, dan keunikan destinasi wisatanya. Destinasi seperti Bali, Yogyakarta, dan Labuan Bajo menjadi daya tarik utama, sementara upaya untuk mengembangkan destinasi baru juga terus dilakukan.

Indonesia memiliki keberagaman budaya dan sejarah yang melimpah, menjadi destinasi unggulan bagi para wisatawan yang ingin merasakan kekayaan warisan lokal. Museum-museum yang tersebar di berbagai kota di Indonesia menjadi pusat perhatian utama dalam pariwisata, menawarkan pengalaman mendalam tentang keberagaman budaya dan sejarah negara ini. Salah satu contoh utama dari warisan budaya Indonesia terdapat di Museum Nasional di Jakarta, yang juga dikenal sebagai Taman Mini Indonesia Indah. Museum ini menampilkan koleksi seni, arkeologi, dan etnografi yang meliputi berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Destinasi wisata ini memberikan gambaran holistik tentang sejarah dan budaya Indonesia, memungkinkan pengunjung untuk menjelajahi galeri-galeri yang penuh dengan artefak kuno, patung tradisional, dan karya seni kontemporer yang mencerminkan kekayaan seni rupa Indonesia. Salah satu destinasi bersejarah lainnya adalah Museum Sejarah Jakarta, yang juga dikenal sebagai Museum Fatahillah, yang terletak di Kota Tua. Museum ini menghadirkan wawasan mendalam tentang evolusi kota ini dari masa ke masa, memanfaatkan bangunan kolonial Belanda yang khas, dengan koleksi artefak dan destinasi wisata interaktif yang merangkum sejarah Jakarta pada masa kolonial, sebagai pusat perdagangan dan budaya.

Meskipun demikian, DKI Jakarta juga tidak jauh dari pengaruh budaya Tionghoa di dalamnya memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan sektor pariwisata. Komunitas Tionghoa yang terdapat di DKI Jakarta memberikan ciri khas dan keberagaman dalam industri pariwisata negara ini. Berbagai aspek budaya Tionghoa, seperti kuliner, festival, dan arsitektur, menjadi daya tarik unik bagi para wisatawan yang menginginkan pengalaman beragam.

Dampak yang paling mencolok terlihat dalam bidang kuliner. Masakan Tionghoa telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kuliner Indonesia. Restoran, warung makan, dan pedagang kaki lima yang menyajikan hidangan seperti mie, bakpao, dimsum, dan lumpia sangat diminati di seluruh negeri. Para wisatawan sering mencari pengalaman kuliner Tionghoa autentik sebagai bagian integral dari perjalanan mereka di Indonesia. Festival-festival Tionghoa juga memberikan kontribusi besar dalam menarik minat wisatawan, baik lokal maupun internasional. Perayaan Imlek atau Cap Go Meh, sebagai contoh, sering menjadi pesta rakyat yang meriah dengan tarian naga, kembang api, dan parade warna-warni. Pengunjung dapat merasakan kegembiraan dan keunikannya dalam merayakan tradisi Tionghoa di tengah keragaman budaya Indonesia. Tidak hanya itu, warisan arsitektur dan tempat ibadah Tionghoa, seperti klenteng atau wihara, juga menjadi destinasi menarik. Klenteng terkenal, seperti Klenteng Petak Sembilan di Glodok, Jakarta, atau Klenteng Sam Poo Kong di Semarang, menyajikan pengalaman wisata yang istimewa. Keelokan arsitektur dan ornamen klenteng memberikan kesan spiritual dan estetis kepada para pengunjung. Pengaruh budaya Tionghoa juga tercermin dalam perayaan seni budaya seperti Wayang Potehi, sebuah pertunjukan boneka tradisional Tionghoa yang menggabungkan cerita moral dengan karakter-karakter warna-warni. Pertunjukan ini menjadi daya tarik budaya yang memikat bagi para wisatawan yang mencari pengalaman yang unik dan khas, pengaruh budaya Tionghoa di Indonesia tidak hanya menciptakan keberagaman dalam pariwisata, tetapi juga memperkaya pengalaman para wisatawan dengan ragam budaya yang mencerminkan

harmoni dan toleransi di tengah masyarakat Indonesia yang beragama.

Selain itu juga Jakarta Timur juga memiliki potensi wisata yang menarik bagi berbagai jenis pengunjung yakni Taman Mini Indonesia Indah (TMII) di Jakarta Timur adalah salah satu destinasi wisata yang ikonik dan menawarkan pengalaman yang kaya tentang keberagaman budaya Indonesia. Berlokasi di Cipayung, TMII membawa miniatur dan representasi setiap provinsi di Indonesia, mencakup berbagai aspek kehidupan, budaya, dan alam. Berikut adalah penjelasan mengenai potensi wisata TMII di Jakarta Timur. TMII memiliki Taman Budaya yang menampilkan pertunjukan seni tradisional dari seluruh Indonesia. Pertunjukan tari, musik, dan seni pertunjukan lainnya menjadi bagian dari upaya untuk mempertahankan dan mempromosikan kebudayaan Indonesia kepada pengunjung. Taman Mini Indonesia Indah (TMII) memberikan gambaran miniatur tentang keberagaman budaya Indonesia melalui anjungan rumah adat dari provinsi yang ada di Indonesia, museum transportasi, Museum Hakka, Museum Keprajuritan, Museum Fauna Indonesia Komodo dan Taman Reptil, dan sebagainya. TMII di Jakarta Timur bukan hanya tempat rekreasi, tetapi juga menjadi pusat pendidikan budaya yang mempromosikan keberagaman Indonesia, dengan berbagai fasilitas dan atraksi yang ditawarkan, TMII menjelma menjadi destinasi ideal bagi wisatawan yang ingin menjelajahi kekayaan budaya dan alam Indonesia tanpa harus bepergian ke seluruh nusantara.

Museum Hakka Indonesia, yang terletak di kawasan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) di Jakarta, menjadi pusat budaya yang menampilkan sejarah dan warisan komunitas Hakka di Indonesia. Sebagai tempat penting untuk

memahami perjalanan dan kontribusi komunitas Hakka dalam keberagaman budaya Indonesia, museum ini menawarkan pengunjungnya pencerahan tentang identitas, tradisi, dan nilai-nilai yang dianut oleh kelompok etnis Tionghoa ini, dengan lokasinya yang strategis di TMII, Museum Hakka Indonesia menjadi destinasi menarik bagi pengunjung yang ingin menjelajahi secara mendalam kisah sejarah dan perjalanan panjang komunitas orang Hakka di berbagai wilayah Indonesia. Atraksi utama di museum ini mencakup berbagai aspek kehidupan orang Hakka, mulai dari peristiwa sejarah yang membentuk mereka hingga kontribusi positif yang mereka berikan dalam pembangunan bangsa.

METODE PENELITIAN

Peneliti ini menggunakan metode penelitian secara kuantitatif. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip-prinsip yang bersifat objektif, terukur, rasional, serta sistematis, yang secara kolektif membangun landasan yang kuat bagi keberlanjutan metode penelitian ini. Dalam metode ini, peneliti berusaha untuk menjaga ketidakberpihakan dan menghindari pengaruh subjektif. Maka dari itu, keputusan dan kesimpulan yang diambil didasarkan pada fakta dan bukti yang menjadikannya suatu proses yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. bahwa penelitian kuantitatif merupakan bentuk

penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang dapat diperoleh melalui penerapan prosedur-prosedur statistik atau metode kuantifikasi lainnya. Dalam pendekatan ini, data dikumpulkan dan dianalisis dengan menggunakan alat statistik atau teknik pengukuran untuk menghasilkan informasi yang bersifat kuantitatif.

Melalui penerapan prosedur statistik, peneliti dapat menganalisis data untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau perbedaan yang signifikan. Dengan kata lain, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyusun temuan-temuan yang bersifat kuantitatif, yang dapat diinterpretasikan dan dijadikan dasar untuk membuat generalisasi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa, penelitian dengan metode kuantitatif adalah sebuah cara yang dapat digunakan dalam memecahkan suatu masalah dengan mengandalkan sejumlah data yang terdiri dari angka dalam menginterpretasikannya, data tersebut juga didukung dengan populasi dan sampel, hingga pengujian hipotesis yang menjadi kesimpulan dalam melakukan sebuah penelitian.

HASIL PENELITIAN

Analisis Data dan Interpretasi

Uji Validitas

Berikut adalah hasil dari pengolahan data uji validitas terhadap 30 responden yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 1. Tabel Hasil Uji Validitas Daya Tarik Wisata (X)

No	Item	R ^{Hitung}	R ^{Tabel}	Keterangan
<i>Attraction</i>				
1	X1.1	0,829	0,361	Valid
2	X1.2	0,801	0,361	Valid
3	X1.3	0,844	0,361	Valid
<i>Accomodation</i>				
4	X2.1	0,794	0,361	Valid
5	X2.2	0,808	0,361	Valid
6	X3.3	0,813	0,361	Valid

No	Item	R ^{Hitung}	R ^{Tabel}	Keterangan
<i>Amenities</i>				
7	X3.1	0,720	0,361	Valid
8	X3.2	0,511	0,361	Valid
9	X3.3	0,714	0,361	Valid
10	X3.4	0,641	0,361	Valid
11	X3.5	0,669	0,361	Valid
12	X3.6	0,677	0,361	Valid
<i>Accesibility</i>				
13	X4.1	0,840	0,361	Valid
14	X4.2	0,815	0,361	Valid
15	X4.3	0,870	0,361	Valid
16	X4.4	0,704	0,361	Valid
<i>Activities</i>				
17	X5.1	0,789	0,361	Valid
18	X5.2	0,812	0,361	Valid
19	X5.2	0,832	0,361	Valid
<i>Ancillary Services</i>				
20	X6.1	0,789	0,361	Valid
21	X6.2	0,695	0,361	Valid
22	X6.3	0,829	0,361	Valid

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Tabel 2. Tabel Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengunjung (Y)

No	Item	R ^{Hitung}	R ^{Tabel}	Keterangan
1	Y1	0,883	0,361	Valid
2	Y2	0,902	0,361	Valid
3	Y3	0,898	0,361	Valid

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1 di atas pada variabel Daya Tarik Wisata (X) menunjukkan keseluruhan terdapat 22 *item* yang memiliki $R^{hitung} > R^{tabel}$ (0,361) sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan *item* yang digunakan dalam mengukur variabel Daya Tarik Wisata (X) dinyatakan telah valid. Sedangkan hasil pengujian pada tabel 2 menyatakan bahwa keseluruhan *item* terdapat 3 *item*

yang memiliki $R^{hitung} > R^{tabel}$ (0,361) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* yang digunakan dalam mengukur variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dinyatakan telah valid.

Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil dari pengolahan data uji reliabilitas yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of items	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X)	0,954	22	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,860	3	Reliabel

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa hasil menunjukkan variabel Daya Tarik Wisata (X) memiliki *Cronbach Alpha* dengan angka 0,954. Sedangkan untuk variabel Kepuasan

Pengunjung (Y) memiliki *Cronbach Alpha* dengan angka 0,860, yang dimana angka tersebut berada di atas angka 0,600 dan kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12756963
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.131
	Negatif	-.092
Test Statistic		.131
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi melalui uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar 0,000 di mana angka ini > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data model regresi berdistribusi normal.

Uji Regresi
Uji Regresi Linear Berganda

Berikut merupakan hasil dari pengolahan data dari Analisis Regresi Linear Berganda yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 4. Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.578	1.106		3.234	.002
	Attraction (X1)	.153	.119	.150	1.277	.205
	Accommodation (X2)	.002	.097	.002	.019	.985
	Amenities (X3)	.044	.067	.090	.666	.507
	Accessability (X4)	.013	.091	.019	.137	.891
	Activities (X5)	.112	.122	.125	.920	.360
	Ancillary Services (X6)	.264	.108	.265	2.454	.016

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat diuraikan persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + e$$

$$Y = 3,578 + (0,153) + (0,002) + (0,044) + (0,13) + (0,112) + (0,264) + e$$

Pada persamaan regresi linear berganda yang telah diuji, dapat dijelaskan sebagai berikut: Nilai

konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 3,578. Hal ini ditunjukkan dari pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen, dimana variabel independent merupakan *Attraction (X1)*, *Accommodation (X2)*, *Amenities (X3)*, *Accessability (X4)*, *Activities (X5)*, dan *Ancillary Services (X6)* bernilai 3% atau tidak mengalami perubahan, sehingga nilai

agresivitas Kepuasan Pengunjung (Y) adalah 3,578.

Nilai Koefisien Regresi untuk variabel *Attraction*(X1), yaitu sebesar -0,153. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel *Attraction*(X1) dan Kepuasan Pengunjung. Hal ini dibuktikan jika variabel *Attraction*(X1) mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya variabel Kepuasan Pengunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,153, dengan asumsi bahwa variabel tersebut dianggap konstan.

Nilai Koefisien Regresi untuk variabel *Accommodation* (X2), yaitu sebesar -0,002. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel *Accommodation* (X2), dan Kepuasan Pengunjung. Hal ini dibuktikan jika variabel *Accommodation* (X2) mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya variabel Kepuasan Pengunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,002, dengan asumsi bahwa variabel tersebut dianggap konstan.

Nilai Koefisien Regresi untuk variabel *Amenities* (X3), yaitu sebesar -0,044. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel *Amenities* (X3), dan Kepuasan Pengunjung. Hal ini dibuktikan jika variabel *Amenities* (X3), mengalami kenaikan sebesar 1% *Amenities* (X3) mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya variabel Kepuasan Pengunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,044, dengan asumsi bahwa variabel tersebut dianggap konstan.

Nilai Koefisien Regresi untuk variabel *Accessibility* (X4), yaitu sebesar -0,013. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel *Accessibility* (X4), dan Kepuasan Pengunjung. Hal ini dibuktikan jika variabel *Amenities* (X4),

mengalami kenaikan sebesar 1% *Accessibility* (X4) mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya variabel Kepuasan Pengunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,013, dengan asumsi bahwa variabel tersebut dianggap konstan.

Pertama. Nilai Koefisien Regresi untuk variabel *Activities* (X5), yaitu sebesar -0,012. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel *Activities* (X5), dan Kepuasan Pengunjung. Hal ini dibuktikan jika variabel *Activities* (X5), mengalami kenaikan sebesar 1% *Activities* (X5) mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya variabel Kepuasan Pengunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,012, dengan asumsi bahwa variabel tersebut dianggap konstan.

Kedua. Nilai Koefisien Regresi untuk variabel *Ancillary Services*(X6) yaitu sebesar -0,264. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel *Ancillary Services*(X6), dan Kepuasan Pengunjung. Hal ini dibuktikan jika variabel *Ancillary Services* (X6), mengalami kenaikan sebesar 1% *Amenities* (X6) mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya variabel Kepuasan Pengunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,264, dengan asumsi bahwa variabel tersebut dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Diketahui bahwa nilai t^{tabel} yang terdapat pada penelitian ini adalah sebesar 1,988 Berikut merupakan hasil dari pengolahan data Uji T (Hipotesis) yang ditunjukkan dalam bentuk tabel berdasarkan masing-masing indikator dimensi variabel Daya Tarik Wisata (X) antara lain:

Attraction (X1)**Tabel 5.** Tabel Hasil Uji T (Parsial) – *Attraction*

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.049	.951		6.359	.000
	Attraction (X1)	.367	.096	.361	3.837	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa Uji T (Parsial) pada dimensi *attraction* memiliki nilai t^{hitung} sebesar 3,837 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai $t^{\text{hitung}} > 1,988$ dan $\text{sig} < 0,05$, maka H_2 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dimensi *attraction* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan

Pengunjung (Y) dengan memberikan pengaruh sebesar 36,7%. Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yakni Salasa, et al. (2018), menyatakan bahwa dimensi *attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Tiga Warna Malang.

Accommodation (X2)**Tabel 6.** Hasil Uji T (Parsial) – *Accommodation*

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.479	.677		11.039	.000
	Accommodation (X2)	.248	.075	.315	3.288	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa Uji T (Parsial) pada dimensi *accommodation* memiliki nilai t^{hitung} sebesar 3,288 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Dikarenakan nilai $t^{\text{hitung}} > 1,988$ dan $\text{sig} < 0,05$, maka H_3 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dimensi *accommodation* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap

variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dengan memberikan pengaruh sebesar 24,8%. Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yakni Salasa, et al. (2018), menyatakan bahwa dimensi *accommodation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Tiga Warna Malang.

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial) – *Amenities*

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.879	.924		6.366	.000
	Amenities (X3)	.191	.046	.386	4.139	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa Uji T (Parsial) pada dimensi *amenities* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,139 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > 1,988$ dan $sig < 0,05$, maka H_4 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dimensi *amenities* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan

Pengunjung (Y) dengan memberikan pengaruh sebesar 19,1%. Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yakni Salasa, et al. (2018), menyatakan bahwa dimensi *amenities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Tiga Warna Malang.

Accesibility (X4)

Tabel 8. Tabel Hasil Uji T (Parsial) – *Accesibility*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.669	.800		8.338	.000
	Accesibility (X4)	.236	.062	.358	3.794	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa Uji T (Parsial) pada dimensi *accessibility* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,794 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > 1,988$ dan $sig < 0,05$, maka H_5 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dimensi *accessibility* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan

Pengunjung (Y) dengan memberikan pengaruh sebesar 23,6%. Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yakni Salasa, et al. (2018), menyatakan bahwa dimensi *accessibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Tiga Warna Malang.'

Activities (X5)

Tabel 9. Tabel Hasil Uji T (Parsial) – *Activities*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.279	.803		7.822	.000
	Activities (X5)	.356	.083	.396	4.271	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa Uji T (Parsial) pada dimensi *Activities* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,271 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > 1,988$ dan $sig < 0,05$, maka H_6 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dimensi *Activities*

secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dengan memberikan pengaruh sebesar 35,6%. Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yakni Salasa, et al. (2018), menyatakan bahwa dimensi *activities*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai

Tiga Warna Malang.

Ancillary Services (X6)

Tabel 10. Tabel Hasil Uji T (Parsial) – *Ancillary Services*

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.825	.860		6.770	.000
	Ancillary Services (X6)	.413	.091	.415	4.511	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

(Sumber: Olahan Data Primer (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa Uji T (Parsial) pada dimensi *ancillary services* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,511 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > 1,988$ dan $sig < 0,05$, maka H_7 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dimensi *ancillary services* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dengan memberikan pengaruh sebesar 41,3%. Hasil dari penelitian tersebut sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yakni Salasa, et al. (2018), menyatakan bahwa dimensi *ancillary services* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Pantai Tiga Warna Malang.

Uji F (Simultan)

Diketahui bahwa nilai f_{tabel} yang digunakan pada penelitian ini adalah 2,70 Berikut merupakan hasil dari pengolahan data Uji F (Simultan) yang ditunjukkan dalam bentuk tabel:

Tabel 11. Tabel Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.488	6	6.915	5.331	.000 ^b
	Residual	120.622	93	1.297		
	Total	162.110	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

b. Predictors: (Constant), Ancillary Services (X6), Attraction (X1), Accommodation (X2), Activities (X5), Amenities (X3), Accessibility (X4)

(Sumber: Olahan Penulis (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa Uji F (Simultan) memiliki f_{hitung} sebesar 5,331 $> 2,70$, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 $< 0,05$, maka variabel Daya Tarik Wisata (X) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y). Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, menyatakan bahwa variabel Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh terhadap Kepuasan

Wisatawan. Selain itu juga hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunteja et al. (2021), Gantina dan Rachman (2020), serta Fitriana dan Sarmadi (2019) yang menyatakan bahwa variabel daya tarik memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Darajat (2021) menyatakan bahwa semakin menarik suatu daya tarik wisata yang terdapat di sebuah destinasi wisata, maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 12.** Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 ^a	.256	.208	1.139

a. Predictors: (Constant), Ancillary Services (X6), Attraction (X1), Accommodation (X2), Activities (X5), Amenities (X3), Accessibility (X4)

(Sumber: Olahan Penulis (2024))

Berdasarkan hasil pengujian di atas, diketahui bahwa nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,256%, dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X) memberikan pengaruh sebesar 25% terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y), sedangkan 75% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, emosional, serta biaya seturut dengan Kotler et al. (2019). Hasil ini kurang lebih sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yakni Fitriana, et al (2019), dimana variabel Daya Tarik Wisata (X) berpengaruh sebesar 34,5%. Namun hal ini juga terdapat perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yakni Aprilia, et al (2017) yakni sebesar 7,4%. Sehingga peneliti berpendapat perbedaan angka dapat disebabkan oleh banyaknya faktor seperti objek penelitian yang berbeda yang dilakukan oleh peneliti.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang mendalam tentang pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Hakka Indonesia TMII, terdapat sejumlah dimensi kunci yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pengalaman yang dialami pengunjung selama kunjungan mereka. Setiap dimensi dalam daya tarik wisata, termasuk *Attraction*, *Accommodation*, *Amenities*, *Accessibility*, *Activities*, dan *Ancillary Services*, menunjukkan

dampak yang berbeda terhadap tingkat kepuasan pengunjung, yang mencerminkan kompleksitas interaksi antara faktor-faktor tersebut dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan.

Dimensi *Attraction* menjadi salah satu pilar utama yang memberikan pengaruh paling signifikan, dengan kontribusi sebesar 36,7% terhadap kepuasan pengunjung. Faktor-faktor yang mendukung dimensi ini meliputi arsitektur yang unik dari museum, nilai sejarah yang kaya, serta berbagai acara dan pameran yang sering diadakan. Keberadaan arsitektur yang menarik tidak hanya menjadi daya tarik visual, tetapi juga mampu memberikan makna lebih dalam bagi pengunjung, khususnya bagi mereka yang memiliki ketertarikan pada budaya dan sejarah. Event-event yang diadakan secara rutin memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk merasakan pengalaman yang lebih dinamis dan interaktif, sehingga menciptakan kesan mendalam yang mendorong mereka untuk kembali berkunjung. Dalam konteks ini, museum perlu terus mengembangkan program-program acara yang beragam dan menarik, guna mempertahankan daya tarik tersebut dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Selanjutnya, dimensi *Accommodation* berkontribusi sebesar 24,8% terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan, seperti *shuttle bus* yang memudahkan transportasi ke museum,

ruang aula untuk acara tertentu, fasilitas toilet yang memadai, serta pilihan penjual makanan di sekitar museum, sangat penting dalam menciptakan kenyamanan selama berkunjung. Ketersediaan layanan seperti shuttle bus tidak hanya memudahkan akses tetapi juga dapat menarik pengunjung dari lokasi yang lebih jauh, terutama mereka yang datang dari luar kota. Selain itu, fasilitas penunjang seperti ruang aula dan toilet yang bersih sangat penting untuk memastikan bahwa pengunjung merasa nyaman dan terlayani dengan baik selama berada di museum. Dengan meningkatkan kualitas dan keberagaman akomodasi, museum dapat memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan dan memuaskan bagi pengunjung, sehingga mendorong mereka untuk merekomendasikan museum kepada orang lain.

Dimensi *Amenities* memiliki pengaruh sebesar 19,1% terhadap kepuasan pengunjung. Berbagai fasilitas seperti pendingin udara, penjelasan yang mudah diakses melalui barcode, toilet umum, tempat ibadah, akses lift, serta koleksi peninggalan sejarah menjadi bagian penting yang turut menentukan kenyamanan pengunjung. Fasilitas-fasilitas ini tidak hanya berfungsi sebagai pendukung tetapi juga berkontribusi terhadap pengalaman yang lebih holistik. Misalnya, keberadaan tempat ibadah memungkinkan pengunjung yang beragama untuk melaksanakan ibadah dengan nyaman. Penjelasan yang disediakan melalui barcode mencerminkan kemajuan teknologi yang dapat meningkatkan pemahaman pengunjung terhadap koleksi yang ada. Peningkatan pada dimensi amenities ini, seperti penambahan fitur-fitur interaktif dan informatif, dapat lebih jauh meningkatkan keterlibatan pengunjung dan memberi nilai tambah pada pengalaman mereka.

Selanjutnya, dimensi *Accessibility* memberikan pengaruh sebesar 23,6% terhadap kepuasan pengunjung. Kemudahan akses ke museum, baik melalui pilihan transportasi umum yang tersedia, papan informasi penunjuk jalan, maupun penyajian informasi melalui barcode, memainkan peran yang signifikan dalam menarik pengunjung. Aksesibilitas yang baik menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keputusan pengunjung untuk berkunjung ke museum. Jika pengunjung merasa kesulitan dalam mencapai lokasi, mereka cenderung akan memilih alternatif lain. Oleh karena itu, museum perlu memastikan bahwa sarana transportasi yang memadai tersedia dan informasi mengenai lokasi museum mudah diakses. Penyajian informasi yang jelas dan mudah dipahami, baik secara fisik maupun digital, akan sangat membantu dalam meningkatkan pengalaman pengunjung dan mempermudah akses ke museum.

Di samping itu, dimensi *Activities* menunjukkan kontribusi sebesar 35,6% terhadap kepuasan pengunjung. Berbagai kegiatan interaktif, informasi tentang benda-benda bersejarah, dan media interaktif yang digunakan di museum sangat berpengaruh dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan mendidik bagi pengunjung. Ketika pengunjung terlibat dalam kegiatan yang menarik dan mendidik, mereka cenderung merasa lebih puas dan mendapatkan nilai lebih dari kunjungan mereka. Pengembangan lebih lanjut pada kegiatan interaktif, seperti *workshop* atau sesi edukasi yang melibatkan pengunjung secara langsung, dapat memperkaya pengalaman mereka dan mendorong mereka untuk mengunjungi museum lebih sering.

Akhirnya, dimensi *Ancillary Services* memberikan kontribusi terbesar, yakni 41,3%, terhadap kepuasan pengunjung. Layanan tambahan seperti kehadiran petugas keamanan yang profesional, kebersihan yang terjaga, dan ketersediaan mesin ATM berfungsi sebagai elemen penting yang meningkatkan rasa aman dan kenyamanan pengunjung. Pengunjung cenderung merasa lebih puas ketika mereka melihat bahwa museum memberikan perhatian pada detail-detail kecil yang berkontribusi terhadap pengalaman keseluruhan. Dalam hal ini, peningkatan layanan, pelatihan untuk petugas, serta perawatan rutin untuk menjaga kebersihan dan keamanan museum harus menjadi prioritas untuk meningkatkan kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil Uji F, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata yang diuji secara simultan—terdiri dari *Attraction*, *Accommodation*, *Amenities*, *Accessibility*, *Activities*, dan *Ancillary Service* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Hakka Indonesia TMII. Interaksi yang baik antara berbagai elemen ini sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan dan positif bagi pengunjung. Oleh karena itu, pengelola museum perlu melakukan evaluasi berkala terhadap semua dimensi daya tarik wisata ini dan merespons masukan dari pengunjung untuk meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang ada. Dengan demikian, museum tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pengunjung tetapi juga akan mampu menarik lebih banyak pengunjung di masa depan, menciptakan reputasi yang baik, dan berkontribusi pada pelestarian budaya serta pendidikan masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan dan penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Hakka Indonesia TMII, maka dapat disimpulkan bahwa:

Pada Uji T, dimensi *Attraction* di Museum Hakka Indonesia, seperti dengan adanya arsitektur yang unik, nilai sejarah dan budaya, serta *event-event* yang sering diadakan memberikan pengaruh sebesar 36,7% terhadap Kepuasan Pengunjung.

Pada Uji T, dimensi *Accommodation* di Museum Hakka Indonesia, seperti dengan adanya ketersediaan *shuttle bus*, ruang aula, fasilitas toilet, pilihan penjual makanan, memberikan pengaruh sebesar 24,8 % terhadap Kepuasan Pengunjung.

Pada Uji T, dimensi *Amenities* di Museum Hakka Indonesia, seperti dengan adanya fasilitas AC, penjelasan berupa *Barcode*, toilet umum, tempat ibadah, akses lift, serta koleksi dan peninggalan sejarah memberikan pengaruh sebesar 19,1 % terhadap Kepuasan Pengunjung.

Pada Uji T, dimensi *Accessibility* di Museum Hakka Indonesia, seperti dengan kemudahan menjangkau, pilihan saran transportasi umum, papan informasi penunjuk jalan, serta penyajian informasi menggunakan *barcode* memberikan pengaruh sebesar 23,6 % terhadap Kepuasan Pengunjung.

Pada Uji T, dimensi *Activities* di Museum Hakka Indonesia, seperti dengan kemudahan menjangkau, pilihan saran transportasi umum, papan informasi mengenai benda bersejarah, kegiatan yang dilakukan, serta media interaktif memberikan pengaruh sebesar 35,6 % terhadap Kepuasan Pengunjung

Pada Uji T, dimensi *Ancillary Services* di Museum Hakka Indonesia, seperti petugas keamanan, petugas kebersihan yang baik, serta ketersediaan mesin ATM memberikan pengaruh sebesar 41,3% terhadap Kepuasan Pengunjung.

Pada Uji F, variabel Daya Tarik Wisata (X) yang telah diuji secara simultan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y) di Museum Hakka Indonesia TMII, seperti *Attraction, Accommodation, Amenities, Accessibility, Activities*, dan *Ancillary services* yang mempengaruhi kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdou, A. H., Hassan, T. H., & Dief, M. M. El. (2020). A Description of Green Hotel Practices and Their Role in Achieving Sustainable Development. *Sustainability (Switzerland)*, 12(22), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su12229624>
- Armansyah, A., Rahmanelli, R., & Hermon, D. (2019). Analisis Potensi Objek Wisata Taman Rekreasi Muko-Mukodi Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam. *Jurnal Buana*, 3(5):982 <http://dx.doi.org/10.24036/student.v3i5.610>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). Hasil Sensus Penduduk 2020. demakkab.bps.go.id. Retrieved April 29, 2024, from <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Benty, D. D. N., Gunawan, I., Kusumaningrum, D. E., Sumarsono, R. B., Sari, D. N., Pratiwi, F. D., Ningsih, S. O., & Hui, L. K. (2020). Validitas dan Reliabilitas Angket Gaya Kepemimpinan Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*. 3(3). <https://journal2.um.ac.id/index.php/jamp/article/view/15516>
- Damanik, D., Nasrullah, Purba, B., SN, A., Abdillah, D., Raditya, Salim, M. N., Hamidah, S., Rusata, T., Faried, A. I. (2022). *Ekonomi Pariwisata: Konsep, Pemasaran dan Pembangunan*. Yayasan Kita Menulis. Jakarta.
- Fitriana, R., & Sarmadi, K. A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Taman Potret Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 3(3). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/687>
- Hardi, F., & Harjanti, D. (2021). Pengaruh Harga, Store Atmosphere, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Mei-Mei Makassar. *AGORA*, 9(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/11744>
- Hidayat, M. S. (2020). Bisman (Bisnis & Manajemen): The Journal Of Business and Management Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Dreamblack Coffee Mojokerto. *Bisman: Bisnis dan Manajemen: The Journal of Business and Management*. 3(2). <https://doi.org/10.37112/bisman.v3i2.796>
- Hulukati, W., & Djibran, Moh. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2(1), 73–114. <http://dx.doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>

- Intan, P. (2022, Desember 10). travel.detik.com. Wisata Jakarta Terus Dibenahi, Kini Dikembangkan Wisata Urban. <https://travel.detik.com/travel-news/d-6454354/wisata-jakarta-terus-dibenahi-kini-dikembangkan-wisata-urban>
- Ismail, T., & Rohman, F. (2019). The Role of Attraction, Accessibility, Amenities, and Ancillary on Visitor Satisfaction and Visitor Attitudinal Loyalty of Gili Ketapang Beach. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 12(2). <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i2.14423>
- Juliansyah, N. (2016). Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah (7th ed.). Prenada Media. Jakarta
- Karimah, S., & Hastuti, H. (2019). The Development Strategy Of Lake Kelimutu Tourist Attraction In Ende Regency. *Geosfera Indonesia*, 4(2), 188-200. doi:10.19184/geosi.v4i2.9222
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*, 8(3), 400–410. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i3.30221>
- Kosho, P. P., Hehanussa, D. J. A., & Salamor, Y. B. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Transgender Sebagai Warga Binaan Pemasyarakatan. *TATOHI Jurnal Ilmu Hukum*, 1(6), 609–617. <https://doi.org/10.47268/tatohi.v1i6.644>
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management 4th European edition*. www.pearson.com/uk
- Natalia, C. Y., Karini, N., & Mahadewi, N. (2020). Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan ke Broken Beach dan Angel's Billabong. *Jurnal IPTA*, 8(1). <http://dx.doi.org/10.24843/IPTA.2020.v08.i01.p02>
- Nurtanio, T. L., & Ginting, Y. T. (2022). Hubungan Daya Tarik Wisata Dengan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Museum Multatuli, Banten. *Jurnal Pesona Hospitality*, 15(1). <https://jurnal.pertiwi.ac.id/index.php/pesonahospitality/article/download/23/13>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata (1st ed.)*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran (Moh. Nasrudin, Ed.; 1st ed.)*. PT. Nasya Expanding Management. Pekalongan.
- Rosita, R., Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1). <https://doi.org/10.17509/jurel.v13i1.2134>
- Salasa, M. Y. F. (2018). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Tiga Warna Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5321>

- Salim, M. N. M., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Hutan Mangrove Kaliwingi Brebes. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 113–126. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i4.156>
- Setyawan, A. D. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Coban Rais. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/174762/>
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods) (10th ed.)*. Alfabeta. Bandung
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia (1st ed.)*. Gava Media. Yogyakarta
- Tiara, D. P., & Vivaldy, I. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 10–23. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i1.262>
- Wicaksana, Y. D. B., & Prijati. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Rolag Prapanca Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3076>
- Widi, S. (2022, Desember 28). Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia Melejit pada 2022. <https://dataindonesia.id/pariwisata/detail/pendapatan-devisa-pariwisata-indonesia-melejit-pada-2022>
- Wilda, N. (2021). The Influence of Price and Store Atmosphere on Cafe Customer Satisfaction in Bengkalis (Case Study at Bikin Betah Cafe). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*. 1(2), 33–38. <https://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/ibimk/article/view/2238>
- World Tourism Organization. (2023). Glossary of tourism terms. UNWTO. Retrieved April 5, 2024, from <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(6). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4649>
- Zheng, W., Ji, H., Lin, C., Wang, W., & Yu, B. (2020). Using a Heuristic Approach to Design Personalized Urban Tourism Itineraries with Hotel Selection. *Tourism Management*, 76, 103956. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103956>
- Zulmi, B. N., & Listyani, R. H. (2017). Bias Gender Dalam Buku Tematik Siswa Kurikulum 2013 (Studi Semiotika Ketidaksetaraan Gender dalam Pendidikan). *Paradigma*, 5(3). <https://www.neliti.com/id/publications/253229/bias-gender-dalam-buku-tematik-siswa-kurikulum-2013-studi-semiotika-ketidaksetar>