

PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT WISATAWAN UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI KE TAMAN MINI INDONESIA INDAH

Jessica¹, Prayogo Susanto²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
jessicall7919@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari daya tarik wisata terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia (TMII) Indah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada dimensi *attraction* dan *amenity* memberikan pengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, sedangkan pada dimensi *accessibility* dan *ancillary* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah. Pada hasil uji F atau simultan menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata memberikan pengaruh yang simultan terhadap minat berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah. Kesimpulannya yaitu pada dimensi *attraction* dan *amenity* dalam variabel daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, namun dimensi *accessibility* dan *ancillary* tidak berpengaruh signifikan. Variabel daya tarik berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, sehingga dapat disarankan kepada pengelola untuk lebih meningkatkan *accessibility* dan *ancillary* pada Taman Mini Indonesia Indah.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Minat Berkunjung Kembali, Taman Mini Indonesia Indah

ABSTRACT

This study was conducted to determine how much influence tourism attraction has on tourists' interest in revisiting Taman Mini Indonesia Indah. This study uses a type of quantitative research with a descriptive approach. The results of this study indicate that the dimensions of attraction and amenity have a significant effect on tourist interest in visiting Taman Mini Indonesia Indah again, while the dimensions of accessibility and ancillary do not have a significant effect on interest in visiting Taman Mini Indonesia Indah again. The results of the F or simultaneous test show that the tourist attraction variables have a simultaneous influence on the interest in visiting Taman Mini Indonesia Indah again. The conclusion is that the dimensions of attraction and amenity in the tourist attraction variable have a significant effect on interest in visiting Taman Mini Indonesia Indah again, but the dimensions of accessibility and ancillary have no significant effect. The attraction variable simultaneously affects the interest in visiting Taman Mini Indonesia Indah again, so it can be suggested to the manager to further improve accessibility and ancillary at Taman Mini Indonesia Indah.

Keywords: Interest in Revisiting, Taman Mini Indonesia Indah, Tourism Attraction.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran krusial dalam berkontribusi kepada perekonomian suatu negara, oleh sebab itu, pariwisata menjadi sebuah bagian penting bagi kebutuhan dasar dari masyarakat. Indonesia memiliki kondisi geografis yang beragam di berbagai daerah yang mana pada setiap daerah memiliki karakteristik yang unik dan dapat menjadi suatu daya tarik sehingga menjadikan potensi pariwisata Indonesia sangat besar. Adanya keberagaman budaya dan kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia membantu dalam meningkatkan potensi Indonesia sebagai pusat pariwisata yang menarik dimata wisatawan. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan banyak bantuan kepada perekonomian di Indonesia, sektor pariwisata membantu dalam menambah devisa negara yang diperoleh dari kunjungan wisatawan mancanegara. Jika target pemerintah terkait dengan kunjungan wisatawan mancanegara sesuai target maka Indonesia akan berpotensi memperoleh devisa sekitar US\$ 12,3 miliar. Peningkatan pendapatan negara diperoleh dari sektor pariwisata yang mana hal ini sangat membantu dalam mendorong perkembangan ekonomi, infrastruktur dan usaha, serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal.

Pada akhir tahun 2019 kegiatan perjalanan dan pariwisata sempat terhambat hingga pada awal tahun 2020 dikarenakan adanya virus Covid-19. Pariwisata Indonesia mendapatkan dampak besar dari kejadian ini yaitu salah satunya penurunan jumlah wisatawan di Indonesia, dikarenakan salah satu bentuk pembatasan yang dilakukan yaitu penutupan objek wisata di seluruh Indonesia.

Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan devisa negara dari kegiatan pariwisata di Indonesia, dapat di simpulkan bahwa terjadi penurunan pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan devisa negara. Pada tahun 2020 Pendapatan Domestik Bruto sebanyak 4% dan devisa negara sebanyak US\$ 3,31 miliar. Pada tahun 2021 terjadi kenaikan pada Pendapatan Domestik Bruto yaitu menjadi 4,2% dan terjadi penurunan pada devisa negara menjadi US\$ 520 juta. pada tahun 2022 terjadi penurunan pada Pendapatan Domestik Bruto menjadi 3,6% dan kenaikan pada devisa negara menjadi US\$ 4,26 miliar.

Daya tarik wisata hasil buatan manusia juga dapat disebut sebagai daya tarik wisata khusus yang mana daya tarik ini dibuat atau dibangun dengan berbagai variasi berdasarkan dari inovasi dan sumber daya yang tersedia. Daya tarik wisata buatan manusia dapat dipengaruhi oleh aktivitas atau kreativitas manusia sehingga dapat tercipta lingkungan yang menarik bagi pengunjung dan dapat meningkatkan nilai pariwisata di suatu destinasi. Wisata buatan juga dapat dipengaruhi oleh ide – ide daya tarik yang telah ada dan dikembangkan kembali seperti alam atau budaya yang kemudian dijadikan sebagai tema untuk taman tema. Beberapa daya tarik wisata buatan manusia yaitu seperti, museum yang berisikan koleksi seni atau sejarah, tempat ibadah yang memiliki nilai spiritual seperti gereja, kuil atau masjid, hingga kawasan wisata yang dirancang khusus yaitu taman tema, kota taman serta resort wisata contohnya Ancol dan Taman Mini Indonesia Indah.

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) merupakan salah satu objek wisata yang cukup terkenal di kalangan masyarakat Indonesia yang berlokasi di Jakarta Timur. Namun karena pada tahun 2020 adanya pandemi Covid-19 menyebabkan Taman Mini Indonesia

sempat terbengkalai dan tidak terurus. Pasca kegiatan revitalisasi yang dilakukan di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) pada Januari 2022 lalu, yang diresmikan oleh Presiden Jokowi, diterapkannya konsep empat pilar yang diantaranya yaitu, *Green, Smart, Culture, and Inclusive*. Taman Mini Indonesia Indah memiliki wajah baru yang lebih tertata rapi dan tampak lebih hijau dari sebelumnya dan menjadi lebih sejuk karena diterapkan konsep ruang terbuka hijau sebesar 70% dan bangunan sebesar 30%. Luas dari Taman Mini Indonesia Indah adalah sebesar 150 hektar dimana terdiri dari kumpulan budaya 33 provinsi Indonesia dalam bentuk kepulauan yang meliputi anjungan, rumah ibadah, museum, taman burung, sarana seni dan edukasi serta wahana rekreasi. Selain itu, dilakukan juga revitalisasi terhadap sarana dan prasarana sehingga fasilitas yang disediakan kepada pengunjung dapat dimanfaatkan dengan baik dan pengunjung juga merasa nyaman untuk beraktivitas menggunakan fasilitas yang disediakan.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah 2020 – 2022

Tahun	Jumlah Pengunjung
2020	2.351.961
2021	3.248.408
2022	13.012.020

(Sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta)

Berdasarkan dari data jumlah pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah terjadi peningkatan pada setiap tahunnya mulai dari tahun 2020 pengunjung berjumlah 2.351.961 orang. Kemudian pada tahun 2021 meningkat menjadi 3.248.408 terjadi peningkatan sebanyak 8,9% (bertambah 896.448). Pada tahun 2022 pengunjung bertambah sebanyak 13.012.020, terjadi peningkatan sebanyak 9.763.612 dari

tahun 2021.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh adalah data kuantitatif untuk daya tarik (X) terhadap minat berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah (Y). Fokus utama dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel yang diteliti. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah pendekatan dalam penelitian yang berdasarkan pada filsafat positif. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dan instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data. Analisis data dalam metode ini dilakukan dengan kuantitatif atau statistik, dengan berfokus pada menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian deskriptif juga merupakan suatu proses dalam mengumpulkan data dengan tujuan untuk meneliti hipotesis atau menjawab pertanyaan terkait dengan kondisi terkini dari subjek penelitian.

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif agar dapat mengetahui hubungan antara pengaruh dari daya tarik wisata (X) terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah (Y).

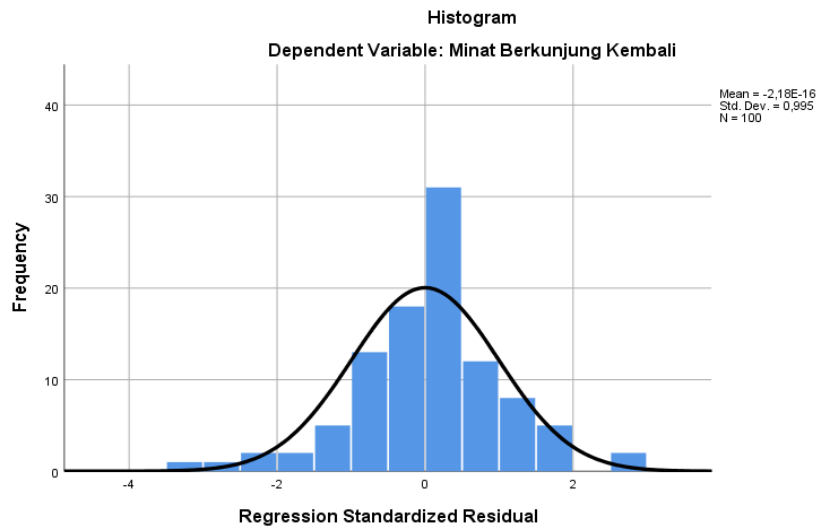
HASIL PENELITIAN

Analisis Data Dan Interpretasi

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

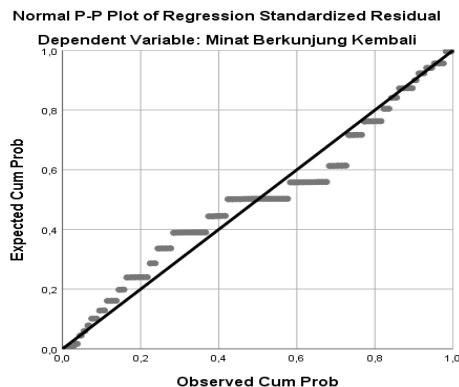
Pada uji normalitas selain menggunakan uji *statistic Monte Carlo*, akan di tampilkan juga grafik histogram dan grafik P – Plot untuk menunjukkan hasil dari uji normalitas yang telah dilakukan. Berikut merupakan grafik histogram dari uji normalitas.



Gambar 1. Grafik Histogram Uji Normalitas
(Sumber: Olahan Penulis 2024)

Grafik histogram dapat menunjukkan distribusi data sehingga dapat diketahui apakah data berdistribusi dengan normal. Distribusi yang normal dari grafik histogram akan menunjukkan

data berkumpul pada nilai tengah atau rata – rata dan sebagian data berdistribusi di sekitarnya hingga grafik akan memiliki bentuk seperti lonceng.



Gambar 2. Grafik P – Plot Uji Normalitas
(Sumber: Olahan Penulis 2024)

Pada grafik di atas merupakan grafik P–Plot uji normalitas. Grafik P–Plot dapat menunjukkan jika data berdistribusi dengan normal yaitu dengan melihat penyebaran titik yang mengikuti garis diagonal pada grafik.

Jika titik–titik tersebut menyebar mengikuti garis diagonal dan tidak berjarak jauh dengan garis tersebut maka dapat dianggap data telah berdistribusi dengan normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
	N	100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,25260618	
Most Extreme Differences	Absolute	,098	
	Positive	,093	
	Negative	-,098	
Test Statistic		,098	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,018 ^c	
Sig.		,272 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	Lower Bound	,261
		Upper Bound	,284

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

(Sumber: Olahan Penulis 2024)

Pada uji normalitas untuk penelitian ini akan menggunakan uji Monte Carlo. Uji Monte Carlo digunakan untuk melihat data residual berdistribusi secara normal atau tidak.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Correlations		
	Dimensi	Unstandardized Residual (Sig. 2-Tailed)
Spearman's Rho	Attraction	0,827
	Accessibility	0,741
	Amenity	0,837
	Ancillary	0,603

****.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Sumber: Olahan Penulis 2024)

Pada uji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan uji *Spearman's Rho*. Uji heteroskedastisitas ini untuk mengetahui ada atau tidaknya variasi yang tidak konsisten dari residual, jika variasi berbeda – beda maka terjadi heteroskedastisitas namun jika variasi sama maka disebut homokedastisitas. Untuk menentukan terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melakukan perbandingan antara Sig. 2 – tailed > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika Sig 2 – tailed < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linaer Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,276	3,182		,401	,689
1 Attraction	0,339	,077	,367	4,395	,000
Accessibility	0,251	,163	,101	1,539	,127
Amenity	0,482	,073	,491	6,565	,000
Ancillary	0,031	,140	,016	,220	,826

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali
(Sumber: Olahan Penulis 2024)

Pada tabel di atas dapat diketahui hasil uji regresi linear berganda dari dimensi attraction, accessibility, amenity dan ancillary dari variabel Daya Tarik Wisata (X) terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y). Untuk mengetahui kontribusi dari setiap dimensi pada variabel Daya Tarik Wisata (X) terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) dapat digunakan persamaan dari regresi linear berganda yaitu $Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$

$$Y = 1,276 + 0,339 + 0,251 + 0,482 + 0,031$$

Uji Hipotesis

Hasil Uji T (Parsial)

Dalam penelitian ini akan menggunakan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Untuk menentukan nilai t_{tabel} yang akan digunakan dalam perbandingan dapat menggunakan rumus berikut:

Taraf signifikasi 95% atau 0,05

$$t = \left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right)$$

$$t = \left(\frac{0,05}{2}; 100 - 1 - 1\right) = (0,025; 98)$$

a

Pada t tabel dengan nilai signifikasi 0,05 pada urutan ke 98 memiliki nilai yaitu 1,984.

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,276	3,182		,401	,689
Attraction	,339	,077	,367	4,395	,000
1 Accessibility	,251	,163	,101	1,539	,127
Amenity	,482	,073	,491	6,565	,000
Ancillary	,031	,140	,016	,220	,826

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali
(Sumber: Olahan Penulis 2024)

Pada uji T atau parsial untuk menentukan apakah variabel X memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y dapat dengan membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka

dianggap H_a diterima dan H_0 ditolak sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dianggap H_a ditolak dan H_0 diterima. Serta membandingkan nilai signifikasi dengan nilai 0,05.

Hasil Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini akan menggunakan perbandingan antara f_{hitung} dengan f_{tabel} . Untuk memperoleh nilai dari f_{tabel} dapat menggunakan rumus

berikut.

$$f_{tabel} = (k; n - k)$$

$$f_{tabel} = (1, 100 - 1) = (1; 99)$$

Pada urutan kolom pertama dan barik ke 99 nilai f tabel yaitu 3,937.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1292,401	4	323,100	61,102	0,000 ^b
	Residual	502,349	95	5,288		
	Total	1794,750	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali
 b. Predictors: (Constant), Ancillary, Accessibility, Amenity, Attraction

(Sumber: Olahan Penulis 2024)

Pada uji F atau Simultan untuk mengetahui apakah variabel X memberikan pengaruh yang simultan terhadap variabel Y. Penentuannya dapat melalui perbandingan antara $f_{hitung} > f$ tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak

dan jika $f_{hitung} < f$ tabel maka sebaliknya. Selain itu, dilakukan juga perbandingan antara nilai signifikansi $< 0,05$ H_a diterima dan H_0 ditolak begitu juga sebaliknya.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,849 ^a	0,720	0,708	2,29954

a. Predictors: (Constant), Ancillary, Accessibility, Amenity, Attraction
 b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

(Sumber: Olahan Penulis 2024)

Pada tabel hasil uji koefisien determinasi di atas dapat diketahui nilai R Square (R^2) 0,720.

PEMBAHASAN

Pada grafik histogram dapat dilihat sebaran data berkumpul di tengah dan membentuk lonceng, maka dapat dianggap data berdistribusi dengan normal. Sedangkan pada grafik P – Plot di atas, titik – titik menyebar mengikuti garis diagonal dan tidak tersebar jauh dari garis diagonal grafik maka dapat dianggap data berdistribusi dengan normal.

Ada juga perbandingan yang dapat dilakukan untuk mengetahui data residual berdistribusi secara normal ataupun tidak yaitu dengan melihat nilai probabilitas signifikan $> 0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal. Jika sebaliknya nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka dianggap data tidak berdistribusi dengan normal.

Pada hasil uji Monte Carlo di tabel atas dapat diperhatikan nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh yaitu $0,272 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap data dari dimensi pada variabel Daya Tarik Wisata (X) berdistribusi dengan normal dan data residual

berdistribusi secara normal.

Untuk menentukan terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melakukan perbandingan antara Sig. 2 – tailed $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika Sig 2 – tailed $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Pertama. Pada hasil uji Spearman's Rho di atas dapat diketahui dimensi attraction dari variabel Daya Tarik Wisata (X) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,827 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Kedua. Pada hasil uji Spearman's Rho di atas dapat diketahui dimensi accessibility dari variabel Daya Tarik Wisata (X) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,741 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ketiga. Pada hasil uji Spearman's Rho di atas dapat diketahui dimensi amenity dari variabel Daya Tarik Wisata (X) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,837 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Keempat. Pada hasil uji Spearman's Rho di atas dapat diketahui dimensi ancillary dari variabel Daya Tarik Wisata (X) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,603 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada hasil persamaan regresi linear dapat dijelaskan sebagai berikut: Nilai b_0 atau konstan yaitu sebesar 1,276 merupakan kondisi pada variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) belum mendapatkan pengaruh dari setiap dimensi pada variabel Daya Tarik Wisata (X). Dapat diartikan bahwa pengunjung akan tetap berminat untuk berkunjung kembali walaupun Taman Mini Indonesia Indah tidak memiliki dimensi attraction, accessibility, amenity dan ancillary pada variabel Daya Tarik

Wisata (X).

Nilai b_1 sebesar 0,339 merupakan nilai koefisien regresi dari dimensi attraction pada variabel Daya Tarik Wisata (X). Nilai ini memiliki arti bahwa variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) mendapatkan pengaruh positif dari dimensi attraction, dimana terjadi kenaikan satu satuan pada dimensi attraction maka akan memberikan pengaruh sebesar 0,339 pada variabel Minat Berkunjung Kembali (Y), namun dengan asumsi tidak ada penelitian terhadap dimensi dan variabel lain pada penelitian ini.

Nilai b_2 sebesar 0,251 merupakan nilai koefisien regresi dari dimensi accessibility dari variabel Daya Tarik Wisata (X). Dengan arti bahwa variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) mendapatkan pengaruh yang positif dari dimensi accessibility dari variabel Daya Tarik Wisata (X) dan jika terjadi kenaikan satu satuan pada dimensi accessibility akan memberikan pengaruh sebesar 0,251 pada variabel Minat Berkunjung Kembali (Y), namun dengan asumsi tidak ada penelitian terhadap dimensi dan variabel lain pada penelitian ini.

Nilai b_3 sebesar 0,482 merupakan nilai koefisien regresi dari dimensi amenity dari variabel Daya Tarik Wisata (X). Dengan arti bahwa variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) mendapatkan pengaruh positif dari dimensi amenity dari variabel Daya Tarik Wisata (X), dimana terjadi kenaikan satu satuan pada dimensi amenity akan memberikan pengaruh sebesar 0,482 pada variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) namun dengan asumsi tidak ada penelitian terhadap dimensi dan variabel lain pada penelitian ini.

Nilai b_4 sebesar 0,031 merupakan nilai koefisien regresi dari dimensi ancillary pada variabel Daya Tarik Wisata (X). Dengan arti bahwa variabel

Minat Berkunjung Kembali (Y) mendapatkan pengaruh positif dari dimensi ancillary pada variabel Daya Tarik Wisata (X), dimana terjadi kenaikan satu satuan pada dimensi ancillary dari variabel Daya Tarik Wisata maka akan memberikan pengaruh sebesar 0,031 pada variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) namun dengan asumsi tidak ada penelitian terhadap dimensi atau variabel lain pada penelitian ini.

Sedangkan pada hasil uji T didapatkan hasil sebagai berikut: Pada hasil uji T atau parsial pada tabel di atas dimensi *Attraction* dari variabel Daya Tarik Wisata (X) didapatkan nilai sebesar $4,395 > 1,984$; dan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak,

dimana H1 menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari dimensi *attraction* terhadap minat berkunjung kembali (Y) ke Taman Mini Indonesia Indah. Berdasarkan dari hasil di atas menunjukkan bahwa atraksi yang tersedia di Taman Mini Indonesia Indah terbilang menarik dan membuat pengunjung tertarik untuk mengunjungi Taman Mini Indonesia Indah mulai dari atraksi seperti anjungan daerah yang menggambarkan kekayaan budaya Indonesia, dunia air tawar dan museum fauna yang dapat memberikan pengetahuan tentang kekayaan hayati di Indonesia dan atraksi lainnya. Pengunjung juga dapat mencoba kuliner yang beragam khas Indonesia di taman kuliner nusantara.



Gambar 3. Anjungan Daerah Jambi
(Sumber: Dokumen Pribadi 2024)

Pada hasil uji T atau parsial di atas menunjukkan dimensi *accessibility* dari variabel Daya Tarik Wisata (X) memperoleh nilai sebesar $1,539 < 1,984$ dengan nilai signifikasinya yaitu $0,127 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bawah H2 ditolak dan H0 diterima, yang mana menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan dari dimensi *accessibility* terhadap minat berkunjung kembali (Y) ke Taman Mini Indonesia Indah. Berdasarkan dari hasil di atas menunjukkan bahwa aksesibilitas yang terdapat masih kurang menunjang

kegiatan wisata pengunjung, baik itu akses untuk menuju ke Taman Mini Indonesia Indah atau papan petunjuk yang kurang. Diketahui bahwa Taman Mini Indonesia Indah berlokasi di Jakarta Timur sehingga untuk pengunjung yang tinggal di luar Jakarta Timur akan memerlukan waktu yang lebih untuk menuju ke Taman Mini Indonesia Indah, selain itu di Taman Mini Indonesia Indah juga kurang papan petunjuk untuk memudahkan pengunjung dalam menemukan atraksi yang ingin dikunjungi.



Gambar 4. Petunjuk Arah
(Sumber: Dokumen Pribadi 2024)

Pada hasil uji T atau parsial di atas menunjukkan dimensi amenity dari variabel Daya Tarik Wisata (X) memperoleh nilai sebesar $6,565 > 1,984$ dengan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, dimana ini menunjukkan bahwa terjadinya pengaruh yang signifikan dari dimensi amenity terhadap minat berkunjung kembali (Y) ke Taman Mini Indonesia Indah. Berdasarkan dari hasil di atas menunjukkan bahwa fasilitas pendukung yang disediakan oleh pihak Taman Mini Indonesia Indah sudah cukup membantu pengunjung, mulai dari area parkir yang disediakan cukup luas dan aman, tersedianya tempat ibadah untuk pengunjung yang ingin melakukan ibadah, tersedianya tempat duduk bagi wisatawan yang ingin bersantai, tersedianya tempat sampah yang banyak di setiap area memudahkan pengunjung untuk menjaga lingkungan Taman Mini Indonesia Indah tetap bersih, hingga adanya toko souvenir yang menawarkan produk oleh-oleh yang menarik.



Gambar 5. Toko Souvenir
(Sumber: Dokumen Pribadi 2024)

Pada hasil uji T di atas menunjukkan dimensi ancillary memperoleh nilai sebesar $0,220 < 1,984$ dengan nilai signifikasinya $0,826 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak dan H_0 diterima, dimana ini menunjukkan bahwa tidak terjadinya pengaruh yang signifikan dari dimensi ancillary terhadap minat berkunjung kembali (Y) ke Taman Mini Indonesia Indah. Berdasarkan dari hasil di atas menunjukkan bahwa pengunjung merasa dari segi pelayanan yang mereka terima masih kurang, baik untuk pelayanan *customer service* yang responsif, pelayanan loket tiket yang kurang efisien, serta petugas keamanan yang kurang responsif akan kebutuhan pengunjung juga.



Gambar 6. Loket Tiket
(Sumber: Dokumen Pribadi 2024)

Pada hasil uji F atau simultan pada tabel di atas, diperoleh variabel Daya Tarik Wisata (X) dengan nilai f hitung sebesar $61,102 > 3,937$ maka H_5 diterima dan H_0 ditolak. Nilai signifikansi dari uji f juga bernilai $0,000 < 0,05$ maka H_5 diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X) memberikan pengaruh secara simultan terhadap Variabel Y Minat Berkunjung Kembali ke Taman Mini Indonesia Indah DKI Jakarta.

Nilai Square 72%, nilai ini memiliki arti yaitu sebesar 0,720 atau 72% terjadi pengaruh dari variabel Daya Tarik Wisata (X) terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y). Terjadi juga pengaruh dari variabel atau faktor luar lainnya terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) sebesar 0,280 atau 28%.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh daya tarik wisata terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pengunjung yang sedang berada atau mengunjungi Taman Mini Indonesia Indah sebanyak 100 responden, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

Dimensi *attraction* pada variabel daya tarik wisata memberikan pengaruh secara parsial terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, dapat dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $4,395 > 1,984$ dan dengan perbandingan signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$, maka dimensi *attraction* yang mencakup atraksi yang menarik seperti anjungan daerah, istana anak-anak, teater IMAX Keong Emas, taman legenda Keong Emas, *sky world*, dunia air tawar, taman burung, kereta gantung, museum fauna, dan taman kuliner nusantara memberikan

pengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah.

Dimensi *accessibility* pada variabel daya tarik wisata tidak memberikan pengaruh yang secara parsial terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, dimana diperoleh nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $1,539 < 1,984$ dan dengan nilai signifikansinya yaitu $0,127 > 0,05$, maka dimensi *accessibility* yang mencakup akses jalan yang mudah dan tersedianya papan petunjuk tidak memberikan pengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah.

Dimensi *amenity* pada variabel daya tarik wisata memberikan pengaruh secara parsial terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, dapat dilihat pada nilai yang diperoleh $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $6,565 > 1,984$ dan dengan nilai signifikansinya yaitu $0,000 < 0,05$, maka dimensi *amenity* yang mencakup area parkir luas, ketersediaan tempat ibadah, tempat duduk, tempat sampah, toko souvenir yang menarik, pos keamanan, dan café memberikan pengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah.

Dimensi *ancillary* pada variabel daya tarik wisata tidak memberikan pengaruh secara parsial terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, dapat dilihat pada nilai yang diperoleh $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $0,220 < 1,984$ dan dengan nilai signifikansinya yaitu $0,826 > 0,05$, maka dimensi *ancillary* yang mencakup pelayanan *customer service*, pelayanan loket tiket, dan pelayanan keamanan tidak memberikan pengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah.

Variabel daya tarik wisata memberikan pengaruh secara simultan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, dapat dilihat pada nilai yang diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $61,102 > 3,937$ dan dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Variabel daya tarik wisata juga memberikan pengaruh secara bersamaan sebesar 72% terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah, dimana variabel lain yang di luar dari penelitian ini memberikan 28% pengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Mini Indonesia Indah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariska, W. (2020). Analisis Faktor Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Kawasan Objek Wisata Candi Muara Takus. Universitas Islam Riau Pekanbaru. <https://repository.uir.ac.id/10491/1/165111044.pdf>
- Ariyani, R. M., Dhamera, V., & Suyitno, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kabupaten Cirebon. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 133–147. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p133-147>
- Astuti, S. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Mepet Sawah di Desa Pematang Sikek Kec. Rimba Melintang Kab. Rokan Hilir Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. <http://repository.uin-suska.ac.id/61836/2/SKRIPSI%20SINTIA%20ASTUTI.pdf>
- Damanik, A. G. (2023). Analisis Pengembangan Komponen 4A (Attraction, Amenities, Ancillary Dan Accessibility) Daya Tarik Wisata Green Bowl Beach Bali. Skripsi Universitas Pradita. [https://repository.pradita.ac.id/198/1/Anggita%20Grace%20Damanik%20\(PW\).pdf](https://repository.pradita.ac.id/198/1/Anggita%20Grace%20Damanik%20(PW).pdf)
- Dian, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT. Extrupack Bekasi Barat. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 3, 1–25. [http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/1653/4/BAB%203.pdf)
- Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Citra Destinasi dan Sarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. <Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen>
- Fitriani, M., Syaparuddin, S., & Kusuma Edy, J. (2021). Analisis faktor–Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan ke Kebun Binatang Taman Rimba Provinsi Jambi. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 10(1), 19–28. <https://doi.org/10.22437/pdpd.v10i1.12496>
- Gustina, L., Yasri, Y., & Engriani, Y. (2019). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang. *Jurnal Praktik Bisnis*, 8(1), 52–62. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/>

- [d3fe](#)
- Hadiningtyas, H. (2020). Daya Tarik Wisata Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Melalui Persepsi Wisata Kampung Heritage Kayutangan Malang. Undergraduate Thesis, STIE Malangkececwara, 10, 8–12. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1104>
- Hapsari, N. (2022). Pengaruh Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Masa Pandemi Covid-19 di Hutan Mangrove Kabupaten Rembang. IAIN Kudus. <http://repository.iainkudus.ac.id/7027/>
- Hartati, Z. (2021). Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Air Terjun Way Lalaan Di Desa Kampung Baru Kecamatan Kota Agung Timur Kabupaten Tanggamus Tahun 2020 Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/62238/>
- Hasanah, M., & Satrianto, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Ke Objek Wisata Komersial Di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(3), 931. <https://doi.org/10.24036/jkep.v1i3.7720>
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia Terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 123–128. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.50060>
- Ismayanti, I. (2020). *Dasar-Dasar Pariwisata (Sebuah Pengantar)*. [http://repository.usahid.ac.id/322/1/Draf Buku Dasar-dasar Pariwisata](http://repository.usahid.ac.id/322/1/Draf%20Buku%20Dasar-dasar%20Pariwisata%20-%20Ismayanti%20281%29.pdf)
- Kawatu, V. s., Mandey, silvya l., & Lintong, debry ch. 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://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/30221>
- Kusuma, K. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada UD. Suro Menggolo di Pisangan Lama 1. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. <http://repository.stei.ac.id/8921/>
- La Dimuru, A. H. (2023). Pengembangan Destinasi Pariwisata Pantai Di Pulau Hatta Kecamatan Banda Naira. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(7), 3005–3020. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i7.5286>
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Mardiana, M., Safitri, D., & Safitri, R. (2022). Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Dilihat Dari Perspektif Implementasi Kebijakan. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 1(4), 510–517. <https://doi.org/10.59188/jcs.v1i4.79>
- Normalasari, N., Johannes, J., & Yacob, S. (2023). Minat Kunjungan

- Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata Yang Dimediasi Oleh Electronic Word Of Mouth. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(01), 156-169. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i01.17918>
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Amrullah, A., Ratnaningtyas, H., & Nurmalinda, E. (2022). Pengaruh Komponen 4A terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. *Jurnal Kawistara*, 12(3), 354. <https://doi.org/10.22146/kawistara.69846>
- Prasnanda, septriana F. (2019). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Pengunjung Di Warung Kopi Condro Coffe 88 Sidoarjo. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 15(2), 9–25. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/3293/6/JURNAL%20-%20SEP%20-%20FREDIKA%20PRAS%20-%2018210188.pdf>
- Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini. (2021). Analysis of the Influence of Tourist Attractions, and Ancillary Service on Revisiting Interest in Bukit Siguntang Tourism. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 124–133. <https://www.usahid.ac.id/conferen ce/index.php/snpk/article/download/114/92/94>
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2678>
- Riani, N. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inobasi Penelitian*, 2(5), 1469–1474. <https://www.neliti.com/publication s/469819/pariwisata-adalah-pisau-bermata-2>
- Suhartapa, S., & Sulisty, A. (2021). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 115–122. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.10579>
- Susianto, B., Johannes Johannes, & Syahmardi Yacob. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6.1094>
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(1), 14–27. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.8>