

## PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MANCANEGARA DI MUSEUM KATEDRAL

Hubertus Fernando Daryadi<sup>1</sup>, Prayogo Susanto<sup>2</sup>  
Universitas Bunda Mulia<sup>1,2</sup>  
[fernandodaryadi@gmail.com](mailto:fernandodaryadi@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh keputusan pengunjung untuk kembali berkunjung ke museum Katedral. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian menggunakan data kunjungan Museum Katedral Jakarta tahun 2023 sejumlah 3,769 wisatawan mancanegara yang baru pertama kali berkunjung ataupun yang sudah pernah berkunjung ke Museum Katedral Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attraction*, *Amenities*, *Ancillary Services*, dan *Activity* memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Selanjutnya, hasil penelitian terhadap *Accommodation* dan *Accessibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Lalu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata secara simultan, memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Terakhir, saran untuk Museum Katedral Jakarta bisa meningkatkan kualitas amenities, menambah Bahasa pada penjelasan koleksi yang dimiliki, dan digitalisasi pintu masuk.

**Kata Kunci:** Daya Tarik Wisata, Keputusan Berkunjung, Wisatawan Mancanegara.

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the influence of visitors' decisions to return to the Cathedral Museum. This study uses a descriptive quantitative method. The study population used data from visits to the Jakarta Cathedral Museum in 2023 totaling 3,769 foreign tourists who were visiting for the first time or who had visited the Jakarta Cathedral Museum. The results of the study showed that Attraction, Amenities, Ancillary Services, and Activity had a significant partial influence on the decision to visit foreign tourists at the Jakarta Cathedral Museum. Furthermore, the results of the study on Accommodation and Accessibility did not have a significant influence on the decision to visit foreign tourists at the Jakarta Cathedral Museum. Then, the results of the study also showed that Tourist Attractions simultaneously had an influence on the decision to visit foreign tourists at the Jakarta Cathedral Museum. Finally, suggestions for the Jakarta Cathedral Museum could improve the quality of amenities, add language to the explanation of the collections it has, and digitize the entrance.*

**Keywords:** Tourism Attraction, Visit Decision, Foreign Tourist.

## PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Industri pariwisata berkembang cukup pesat di seluruh dunia yang menjadikannya sebuah kegiatan bisnis dan rekreasi global yang meningkat. Pariwisata melibatkan berbagai bentuk, seperti perjalanan wisata, petualangan alam, rekreasi, budaya, dan agrowisata. Industri pariwisata ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta berdampak positif pada budaya, lingkungan, dan interaksi antarbudaya.

Sayangnya, Pandemi Covid-19 pada tahun 2020 yang terjadi di seluruh dunia yang membuat roda perekonomian dunia menjadi terhambat, tanpa terkecuali Indonesia. Hal tersebut juga sangat berdampak pada kondisi pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia yang sangat drastis. Mengutip dari *website*/laman Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), pada sepanjang tahun 2020, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung masuk ke Indonesia hanya 4,052 juta orang yang mana hanya sekitar 25% dari wisatawan mancanegara yang datang pada tahun 2019.

Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang terbesar di dunia dan juga memiliki keindahan alam yang unik, beragam budaya, suku, ras dan Bahasa. Dalam usaha pengembangan sektor pariwisata di Indonesia, pemerintah sedang berusaha untuk pengembangan infrastruktur pariwisata, seperti pembangunan jalan tol, bandara baru, dan lainnya. Lalu pemerintah juga mengembangkan segala aspek pariwisata yang penting, seperti fasilitas di tempat wisata, daya tarik, dan lainnya. Dengan begitu, pariwisata di Indonesia

bisa semakin berkembang dengan cepat dan maju.

DKI Jakarta adalah sebuah provinsi di Pulau Jawa yang menjadi Ibukota Indonesia adalah salah satu kota terbesar dan paling padat di dunia. Sebagai pusat politik, ekonomi, dan budaya negara, Jakarta memiliki potensi besar dalam industri pariwisata. Kota ini menyajikan berbagai daya tarik, seperti pantai, kebun binatang, monumen bersejarah, museum, galeri seni, taman, dan pusat perbelanjaan modern. Jakarta memiliki wisata pantai dan pulau, seperti Pantai Ancol dan Pantai Pasir Putih PIK 2 yang berada di Jakarta Utara. Jakarta juga memiliki Monumen Nasional yang berada di Jakarta Pusat sebagai salah satu *Landmark* Jakarta yang cukup terkenal hingga mancanegara. Selain itu, ada juga taman dan galeri seni yang berada di Jakarta Timur yang bernama Taman Ismail Marzuki. Pusat perbelanjaan modern yang berada di Jakarta Pusat dan Jakarta Selatan, seperti Senayan City, Plaza Indonesia, FX Sudirman, Lotte Shopping Avenue dan Pacific Place. Terakhir, Jakarta juga memiliki banyak museum yang tersebar di beberapa wilayah, seperti Kota Tua yang memiliki beberapa Museum (Museum Bahari, Museum Wayang, dan lainnya), Museum Nasional, Museum Perumusan Naskah Proklamasi, dan lainnya.

Selain itu, Jakarta juga berfungsi sebagai gerbang bagi pelancong yang ingin mengeksplorasi pulau atau daerah indah Indonesia, seperti yang terdekat dengan Jakarta, yaitu Kepulauan Seribu. Pemerintah setempat telah meluncurkan kegiatan yang membantu untuk mengembangkan destinasi wisata, contohnya dengan meningkatkan infrastruktur menuju atau di sekitar destinasi wisata, meningkatkan layanan, dan mempromosikan destinasi wisata unik di kota ini, seperti Pulau Bidadari, Pulau Pramuka, dan Pulau Pari yang

sudah ada partisipasi dari pemerintah untuk mengembangkan destinasi wisata di Kepulauan Seribu.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015 tentang Museum, Museum merupakan suatu lembaga yang memiliki tugas untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan menyampaikannya kepada masyarakat. Hal ini bertujuan agar koleksi unik yang ada di museum bisa terawat dan dilindungi agar tidak rusak. Fungsi lain dari museum adalah agar koleksi tersebut bisa dipamerkan dan bisa menjadi media informasi ataupun media penelitian bagi beberapa pihak.

Museum Katedral adalah sebuah museum yang berada di area Gereja Katedral Jakarta yang memiliki nama lengkap sebagai Gereja Katedral Santa Maria Diangkat Ke Surga. Museum Katedral Jakarta diresmikan pada 28 April 1991 oleh Mgr Julius Darmaatmadja. Kardinal Julius Riyadi Darmaatmadja, lahir pada 20 Desember 1934 di Muntilan, Jawa Tengah, Indonesia. Julius Darmaatmadja adalah tokoh Gereja Katolik yang memiliki perjalanan rohani yang kaya dan penuh pengabdian. Ia telah memberikan kontribusi yang luar biasa dalam melayani Gereja dan masyarakat Indonesia. Setelah menyelesaikan pendidikan dasar dan menengah, ia melanjutkan studi di seminari minor St. Peter Canisius di Mertoyudan, Magelang. Pada 1957, ia bergabung dengan Society of Jesus (Jesuit) di St Stanislaus Novitiate.

Menurut Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO), wisatawan mancanegara adalah seseorang yang mengunjungi negara lain di luar tempat tinggalnya untuk beberapa tujuan, tanpa bertujuan untuk memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi, dengan tidak melebihi batas waktu 12 bulan. Wisatawan mancanegara

mencakup dua kategori utama, yaitu wisatawan (tourist) yang merupakan setiap pengunjung yang tiba di suatu tempat dan tinggal di sana tidak lebih dari dua belas bulan. Maksud kunjungan mencakup berlibur, rekreasi, olahraga, bisnis, kunjungan ke teman dan keluarga, misi, kehadiran pertemuan, konferensi, alasan kesehatan, belajar, dan keagamaan. Selain itu, ada juga pelancong (excursionist) yang merupakan wisatawan yang tinggal di tempat negara lain kurang dari dua puluh empat jam. Contohnya seperti beberapa peserta yang mengikuti *cruise* ataupun kereta api, dan tidak menginap di akomodasi yang tersedia di negara tersebut (BPS: Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara, 2016).

Pada tahun 2019 wisatawan mancanegara yang datang memiliki rata-rata sekitar 105 orang setiap bulannya. Sayangnya pada tahun 2020, Museum Katedral Jakarta hanya dibuka untuk umum pada awal bulan Januari hingga awal Maret 2022. Rata-rata pengunjung bulan 2020 hanya sekitar 81 pengunjung per bulannya. Pada tahun 2021, Museum Katedral Jakarta masih belum beroperasi. Pada pertengahan 2022, tepatnya pada bulan Mei, Museum Katedral Jakarta sudah beroperasi normal dengan waktu operasional dari pukul 10.00 hingga 16.00. Namun sayangnya pada bulan Mei 2022, belum ada wisatawan mancanegara yang berkunjung. Wisatawan mancanegara mulai berkunjung pada bulan Juni 2022 hingga sekarang. Rata-rata pengunjung yang datang dari Mei hingga Desember 2022 adalah sekitar 139 orang yang mana angka ini sudah meningkat signifikan dibandingkan dengan tahun 2019 sebelum masa pandemi. Selanjutnya, rata-rata wisatawan mancanegara yang datang pada tahun 2023 adalah sekitar 314 per bulannya. Angka ini sudah meningkat dua kali lipat dibandingkan

tahun 2022 yang menandakan kenaikan jumlah wisatawan mancanegara sangat signifikan.

Untuk mengamati hal tersebut, peneliti menggunakan daya tarik wisata sebagai bahan penelitian karena Museum Katedral Jakarta ini berada di Museum Katedral Jakarta yang merupakan sebuah tempat wisata yang unik.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Kuesioner dalam penelitian ini dirancang dan dikembangkan melalui dimensi dan indikator dari variabel penelitian. Media kuesioner menggunakan *Google Form* yang hasilnya langsung terhubung dengan *Google Spreadsheet* yang memudahkan peneliti dalam mengelola data.

Melansir dari Detik.com, Bahasa Inggris adalah sebuah Bahasa yang jumlah penggunaanya paling banyak di dunia, sebesar 1,5 Miliar pengguna, dan Bahasa Mandarin sebagai Bahasa pengguna nomor dua, yaitu 1,1 Miliar. Bahasa Inggris dipilih menjadi bahasa pengantar kuesioner yang tujuannya adalah sebagai Bahasa pengantar agar penyampaian dalam kuesioner dapat diterima oleh responden dengan baik.

Dalam penelitian ini, akan

diberikan foto-foto mengenai hal-hal yang terjadi dan dialami oleh peneliti. peneliti akan mempelajari dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Museum Katedral Jakarta sebanyak 3.769 orang pada tahun 2023.

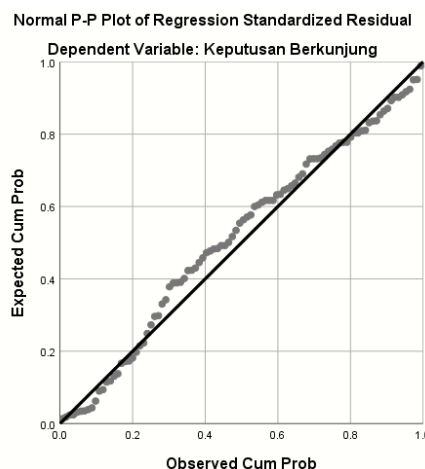
Sampel berfungsi untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dengan mewakili populasi jika jumlahnya besar. Selain itu, tujuan sampel juga membantu keterbatasan data, waktu, dan tenaga yang dimiliki peneliti. Namun, sampel harus betul-betul representatif atau mewakili.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan dua metode, yaitu *P-P Plot of Regression Standardized Residual* atau *normality probability plot* dan *Kolmogrov-Smirnov*. Pengujian akan dilakukan dengan bantuan *software SPSS Statistic 25*. Pengujian menggunakan *normality probability plot* dilakukan dengan menganalisis bentuk titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal sepanjang grafik *normality probability plot*.



**Gambar 1.** Hasil Uji Grafik Normalitas (Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2024)

Gambar 1. adalah hasil uji grafik normalitas yang menggunakan *normality probability plot* dan diolah menggunakan *software SPSS Statistic 25*, hasil yang didapatkan adalah letak titik-titik mengikuti dan berada dekat dengan garis diagonal yang ada di grafik uji tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengujian *normality probability plot* dengan model regresi tersebut penyebarannya dapat dikatakan normal.

Selanjutnya, uji normalitas dilakukan dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov*. Pada teknik pengujian ini, hasil dapat dilihat dari tingkat signifikansinya. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05, maka model regresi dinyatakan terdistribusi dengan normal. Namun, jika nilai signifikansi model regresi lebih kecil dari 0.05, maka penyebaran dinyatakan tidak normal.

**Tabel 1.** Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.10819455
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.056
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2024)

Hasil pengujian pada gambar 6. menggunakan *software SPSS Statistic 25* dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov*, dapat diamati bahwa nilai signifikansi berada pada 0.052. Hal ini dapat dinyatakan bahwa model regresi tersebut terdistribusi dengan normal karena nilai signifikansi 0.052 memiliki nilai yang lebih besar dari 0.05.

**Uji Heteroskedastisitas**

Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas akan dilakukan dengan dua teknik, yaitu statistic dengan metode *Glejser*, dan grafik dengan

metode *Scatterplot*. Pengujian akan diolah dengan bantuan *software SPSS Statistic 25*. Pada metode *Glejser*, data akan dibandingkan dengan nilai signifikansi sebesar 0.05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka model regresi dapat dinyatakan mengalami atau terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka model regresi dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

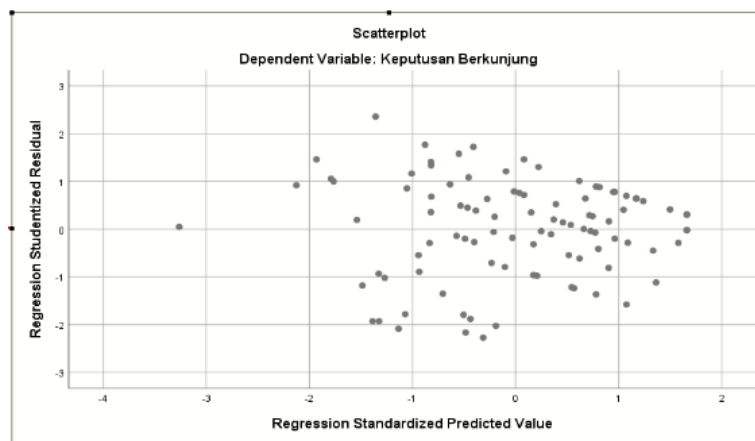
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.587	1.782		4.820	.000
	Attraction	-.070	.092	-.082	-.754	.453
	Accommodation	-.050	.098	-.055	-.513	.609
	Amenities	-.125	.079	-.165	-1.574	.119
	AncillaryServices	-.168	.098	-.179	-1.716	.090
	Activity	-.160	.087	-.188	-1.844	.068
	Accessibility	.011	.084	.014	.137	.891

a. Dependent Variable: RES2ABS\_RES

(Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2024)

Pada gambar 3. hasil pengujian heteroskedastisitas dengan metode Glejser, dapat diamati bahwa dimensi *attraction* mendapatkan nilai sebesar 0.453 yang mana nilai ini lebih besar dari 0.05. Maka dari itu, dimensi *attraction* dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya, dimensi *accommodation* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0.609, yang artinya dimensi *accommodation* tidak terjadi heteroskedastisitas. Lalu, dimensi *amenities* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0.119. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dimensi *amenities* tidak mengalami heteroskedastisitas.

Kemudian, dimensi *ancillary services* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.09 yang mana nilai ini lebih besar dari 0.05. Hal ini dapat dinyatakan bahwa dimensi *ancillary services* tidak mengalami heteroskedastisitas. Selanjutnya, dimensi *activity* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.068 yang artinya dimensi *activity* tidak mengalami heteroskedastisitas. Terakhir, dimensi *accessibility* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0.891 yang dapat disimpulkan bahwa dimensi *accessibility* tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot  
(Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2024)

Selanjutnya, pada gambar 4. hasil pengujian heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot*, dapat diamati bahwa

penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergaris ataupun bergelombang dan tidak berkumpul di satu tempat hingga

menumpuk. Maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

**Uji Regresi Linear berganda**

Pada penelitian ini, pengujian regresi linear berganda dilakukan dan diolah menggunakan *software SPSS Statistic 25*. Pengujian regresi linear berganda dilakukan dengan

menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_nX_n + \dots + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel Dependen
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1 - \beta_4$  = Koefisien Determinasi
- X = Variabel Independen
- e = Error

**Tabel 3.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.368	3.237		1.349	.181
	Attraction	.339	.168	.199	2.021	.046
	Accommodation	.085	.177	.047	.482	.631
	Amenities	.362	.144	.237	2.509	.014
	AncillaryServices	.376	.178	.198	2.114	.037
	Activity	.438	.158	.255	2.781	.007
	Accessibility	.169	.152	.099	1.114	.268

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

(Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2024)

Berdasarkan gambar 6 hasil pengujian Regresi Linear Berganda, jika menggunakan rumus tersebut maka persamaan regresi yang akan diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,368 + 0.339X_1 + 0.085X_2 + 0.362X_3 + 0.376X_4 + 0.438X_5 + 0.169X_6$$

Pertama. Nilai konstanta yang diperoleh adalah sebesar 4,368, maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 4,368.

Kedua. Nilai koefisien regresi *attraction* (X<sub>1</sub>) bernilai positif (+) 0.339. Maka, dapat disimpulkan bahwa jika *attraction* (X<sub>1</sub>) meningkat, variabel keputusan berkunjung juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Ketiga. Nilai koefisien regresi *accommodation* (X<sub>2</sub>) bernilai positif (+) 0.085. Maka, dapat disimpulkan bahwa

jika *accommodation* (X<sub>2</sub>) meningkat, variabel keputusan berkunjung juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Keempat. Nilai koefisien regresi *amenities* (X<sub>3</sub>) bernilai positif (+) 0.362. Maka, dapat disimpulkan bahwa jika *amenities* (X<sub>3</sub>) meningkat, variabel keputusan berkunjung juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Kelima. Nilai koefisien regresi *ancillary services* (X<sub>4</sub>) bernilai positif (+) 0.376. Maka, dapat disimpulkan bahwa jika *ancillary services* (X<sub>4</sub>) meningkat, variabel keputusan berkunjung juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Keenam. Nilai koefisien regresi *activity* (X<sub>5</sub>) bernilai positif (+) 0.438. Maka, dapat disimpulkan bahwa jika *activity* (X<sub>5</sub>) meningkat, variabel keputusan berkunjung juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.



Ketujuh. Nilai koefisien regresi *accessibility* ( $X_5$ ) bernilai positif (+) 0.169. Maka, dapat disimpulkan bahwa jika *accessibility* ( $X_5$ ) meningkat, variabel keputusan berkunjung juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

**Uji Hipotesis**

**Uji T Parsial**

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis uji T Parsial juga akan dilakukan dengan bantuan *software SPSS Statistic 25*. Pengujian dilakukan untuk menguji hipotesis yang sudah ada bisa diterima atau tidak. Analisis uji Hipotesis T Parsial dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dari masing-masing dimensi. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka variabel atau dimensi (X) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y). Sementara itu, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka variabel atau dimensi (X)

dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y). Selain itu, pengujian juga bisa dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Namun, sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Untuk menentukan  $t_{tabel}$  yang digunakan, akan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DF = N - K$$

DF = Degree of Freedom

N = Jumlah sampel (98)

K = Jumlah variabel (6+1)

Maka, jika menggunakan rumus tersebut, akan mendapatkan hasil sebagai berikut

$$DF = 98 - 7$$

$$DF = 91$$

Berdasarkan hasil tersebut,  $t_{tabel}$  yang akan digunakan dengan DF 91 adalah 1.986.

**Tabel 4.** Hasil Uji Hipotesis T Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.368	3.237		1.349	.181
	Attraction	.339	.168	.199	2.021	.046
	Accomodation	.085	.177	.047	.482	.631
	Amenities	.362	.144	.237	2.509	.014
	AncillaryServices	.376	.178	.198	2.114	.037
	Activity	.438	.158	.255	2.781	.007
	Accessibility	.169	.152	.099	1.114	.268

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

(Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2024)

Pada gambar 6. hasil Uji Hipotesis T Parsial, dapat diamati pada kolom Sig. yang merupakan signifikansi yang didapatkan setelah pengujian. Berikut adalah penjelasannya:

Hipotesis Pertama (*Attraction*  $X_1$ ). Pengujian hipotesis pertama akan diuji untuk mengetahui adanya pengaruh *Attraction* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan

Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Berikut hipotesis yang akan diteliti:

$H_0^1$ : Tidak terdapat pengaruh Dimensi *Attraction* ( $X_1$ ) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Y) di Museum Katedral Jakarta.



Ha<sup>1</sup>: Terdapat pengaruh Dimensi *Attraction* (X<sub>1</sub>) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Y) di Museum Katedral Jakarta.

Pada gambar 6. hasil pengujian T Parsial, didapatkan  $t_{hitung}$  *Attraction* (X<sub>1</sub>) sebesar 2.021 >  $t_{tabel}$  1.986 disertai dengan nilai signifikansinya sebesar 0.046 < 0.05. Maka, Ha<sup>1</sup> diterima dan Ho<sup>1</sup> ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Attraction* (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta.

Berdasarkan hasil kuesioner, peneliti menganalisis bahwa Museum Katedral Jakarta memiliki *Attraction* (X<sub>1</sub>) yang cukup baik, seperti bangunan Gereja Katedral yang selalu direvitalisasi untuk menjaga cagar budaya, hubungan baik dengan Masjid Istiqlal, dan koleksi Museum Katedral Jakarta yang ditata dan disimpan dengan baik. Namun, ada juga beberapa responden yang tidak setuju, dan berpendapat sebaliknya. Hal ini dapat membuktikan Museum Katedral Jakarta memiliki Hipotesis Kedua (*Accommodation* X<sub>2</sub>).

Hipotesis Kedua (*Accommodation* X<sub>2</sub>). Pengujian hipotesis kedua akan diuji untuk mengetahui adanya pengaruh *Accommodation* (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Berikut hipotesis yang akan diteliti:

Ho<sup>2</sup>: Tidak terdapat pengaruh Dimensi *Accommodation* (X<sub>2</sub>) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Y) di Museum Katedral Jakarta.

Ha<sup>2</sup>: Terdapat pengaruh Dimensi *Accommodation* (X<sub>2</sub>) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Y) di Museum Katedral Jakarta.

Pada gambar 6. hasil pengujian T Parsial, didapatkan  $t_{hitung}$  *Accommodation* (X<sub>2</sub>) sebesar 0.482 <  $t_{tabel}$  1.986 disertai nilai signifikansinya sebesar 0.631 > 0.05. Maka, Ho<sup>2</sup> diterima dan Ha<sup>2</sup> ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Accommodation* (X<sub>2</sub>) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta.

Berdasarkan hasil kuesioner, peneliti menganalisis bahwa Museum Katedral Jakarta memiliki *Accommodation* (X<sub>2</sub>) yang kurang baik. Namun ada juga beberapa wisatawan mancanegara yang berpendapat sebaliknya, yaitu memiliki pengaruh. *Accommodation* penginapan seperti hotel yang responden gunakan sangat beragam, ada yang lokasinya dekat dan jauh. Beberapa responden juga masih merasa tempat makan atau *Food Stall* yang terdekat masih kurang baik karena mayoritas tempat makan tersebut adalah warung pedagang kaki lima. Ketersediaan ruang serbaguna seperti teater bagi wisatawan mancanegara masih terasa kurang karena kursi busa yang kurang nyaman. Hal ini bisa menghambat keputusan berkunjung wisatawan.

Hipotesis Ketiga (*Amenities* X<sub>3</sub>). Pengujian hipotesis ketiga akan diuji untuk mengetahui adanya pengaruh *Amenities* (X<sub>3</sub>) terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Berikut hipotesis yang akan diteliti:

Ho<sup>3</sup>: Tidak terdapat pengaruh Dimensi *Amenities* (X<sub>3</sub>) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Y) di Museum Katedral Jakarta

Ha<sup>3</sup>: Terdapat pengaruh Dimensi *Amenities* (X<sub>3</sub>) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Y) di Museum

Katedral Jakarta.

Pada gambar 6. hasil pengujian T Parsial, didapatkan  $t_{hitung}$  *Amenities* ( $X_3$ ) sebesar  $2.509 > t_{tabel}$  1.986 disertai nilai signifikansinya sebesar  $0.014 < 0.05$ . Maka,  $H_a^3$  diterima dan  $H_o^3$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Amenities* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta.

Berdasarkan hasil kuesioner, peneliti menganalisis bahwa Museum Katedral Jakarta memiliki *Amenities* ( $X_3$ ) yang sangat baik. Dengan adanya fasilitas yang tergolong lengkap dan baik, biaya masuk yang gratis, ketersediaan tur yang ada dari masing-masing agen dan juga ketersediaan parkir. Namun, masih ada beberapa responden yang merasa bahwa tidak setuju dengan pertanyaan yang diberikan.

Hipotesis Keempat (*Ancillary Services*  $X_4$ ). Pengujian hipotesis keempat akan diuji untuk mengetahui adanya pengaruh *Ancillary Services* ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Berikut hipotesis yang akan diteliti:

$H_o^3$ : Tidak terdapat pengaruh Dimensi *Ancillary Services* ( $X_4$ ) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara ( $Y$ ) di Museum Katedral Jakarta

$H_a^3$ : Terdapat pengaruh Dimensi *Ancillary Services* ( $X_4$ ) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara ( $Y$ ) di Museum Katedral Jakarta

Pada gambar 6. hasil pengujian T Parsial, didapatkan  $t_{hitung}$  *Ancillary Services* ( $X_4$ ) sebesar  $2.114 > t_{tabel}$  1.986 disertai nilai signifikansinya sebesar  $0.037 < 0.05$ . Maka,  $H_a^4$  diterima dan  $H_o^4$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Ancillary Services* ( $X_4$ ) memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta.

Berdasarkan hasil kuesioner, peneliti menganalisis bahwa Museum Katedral Jakarta memiliki *Ancillary Services* ( $X_4$ ) yang sangat baik. Dengan adanya koneksi internet yang baik, petunjuk rambu wisata yang mudah dimengerti dan jelas, dan ketersediaan pos satpam untuk keamanan. Namun tetap saja ada beberapa responden yang masih kurang setuju dengan pernyataan ini. Hal tersebut membuktikan bahwa Museum Katedral Jakarta bisa memperbaiki atau meningkatkan kualitas fasilitas yang ada.

Hipotesis Kelima (*Activity*  $X_5$ ). Pengujian hipotesis kelima akan diuji untuk mengetahui adanya pengaruh *Activity* ( $X_5$ ) terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Berikut hipotesis yang akan diteliti:

$H_o^5$ : Tidak terdapat pengaruh Dimensi *Activity* ( $X_5$ ) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara ( $Y$ ) di Museum Katedral Jakarta

$H_a^5$ : Terdapat pengaruh Dimensi *Activity* ( $X_5$ ) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara ( $Y$ ) di Museum Katedral Jakarta

Pada gambar 6. hasil pengujian T Parsial, didapatkan  $t_{hitung}$  *Activity* ( $X_5$ ) sebesar  $2.781 > t_{tabel}$  1.986 disertai nilai signifikansinya sebesar  $0.007 < 0.05$ . Maka,  $H_a^5$  diterima dan  $H_o^5$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Activity* ( $X_5$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta.

Berdasarkan hasil kuesioner, peneliti menganalisis bahwa Museum Katedral Jakarta memiliki *Activity* ( $X_5$ )

yang sangat baik. Dengan adanya beberapa aktivitas yang bisa dilakukan di Museum Katedral, mayoritas responden menyetujui pernyataan yang diberikan, seperti mengunjungi dan berdoa di Gua Maria Katedral, Gereja Katedral Jakarta dan berkunjung ke Museum Katedral Jakarta. Sementara itu ada beberapa responden yang juga tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Hipotesis Keenam (*Accessibility*  $X_6$ ). Pengujian hipotesis keenam akan diuji untuk mengetahui adanya pengaruh *Accessibility* ( $X_6$ ) terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta. Berikut hipotesis yang akan diteliti:

$H_0^6$ : Tidak terdapat pengaruh Dimensi *Accessibility* ( $X_6$ ) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Y) di Museum Katedral Jakarta

$H_a^6$ : Terdapat pengaruh Dimensi *Accessibility* ( $X_6$ ) terhadap Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara (Y) di Museum Katedral Jakarta

Pada gambar 6. hasil pengujian T Parsial, didapatkan  $t_{hitung}$  *Accessibility* ( $X_6$ ) sebesar  $1.114 < t_{tabel}$  1.986 disertai nilai signifikansinya sebesar  $0.268 > 0.05$ . Maka,  $H_0^6$  diterima dan  $H_a^6$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Accessibility* ( $X_6$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara di Museum Katedral Jakarta.

Berdasarkan hasil kuesioner, peneliti menganalisis bahwa Museum Katedral Jakarta memiliki pengaruh *Accessibility* ( $X_6$ ) yang kurang baik. Wisatawan mancanegara mayoritas datang menggunakan jasa penyewaan

transportasi atau dengan berjalan kaki karena disekitar Museum Katedral Jakarta memiliki banyak destinasi wisata lain, seperti Masjid Istiqlal, Lapangan Banteng dan Gedung Kesenian Jakarta. Banyak juga wisatawan mancanegara yang menggunakan aplikasi ojek online untuk bepergian dari satu destinasi ke destinasi wisata lainnya. Dapat disimpulkan bahwa *Accessibility* ( $X_6$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

### Uji F Simultan

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis uji F Simultan juga akan dilakukan dengan bantuan *software SPSS Statistic 25*. Pengujian dilakukan untuk menguji hipotesis yang sudah ada bisa diterima atau tidak. Analisis uji Hipotesis F Simultan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi hasil uji Hipotesis F Simultan dengan 0.05. Jika nilai signifikansi yang didapatkan lebih besar dari 0.05, maka hipotesis ditolak. Namun jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis dapat diterima.

Untuk menentukan  $f_{tabel}$ , harus menggunakan rumus DF untuk  $F_{tabel}$ , yaitu sebagai berikut:

$$DF = N - K - 1$$

DF = Degree of Freedom

N = Jumlah sampel (98)

K = jumlah variabel (6)

Maka, jika menggunakan rumus tersebut, akan mendapatkan hasil sebagai berikut

$$DF = 98 - 6 - 1$$

$$DF = 91$$

Berdasarkan hasil tersebut,  $f_{tabel}$  yang akan digunakan dengan DF 91 serta 6 variabel adalah sebesar 2.200.

**Tabel 5.** Uji F Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	415.991	6	69.332	6.956	.000 <sup>b</sup>
	Residual	907.040	91	9.967		
	Total	1323.031	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung  
 b. Predictors: (Constant), Accessibility, AncillaryServices, Accomodation, Activity, Amenities, Attraction

(Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2024)

Pada gambar 7 hasil uji Hipotesis F Simultan, kolom signifikansi adalah hasil uji signifikansi yang didapatkan. Hasil menunjukkan uji hipotesis F Simultan mendapatkan nilai  $f_{hitung}$  6.956 >  $t_{tabel}$  2.200 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa Variabel Daya Tarik wisata secara simultan memiliki pengaruh terhadap Variabel Keputusan Berkunjung. Dengan begitu, berdasarkan hasil uji Hipotesis F Simultan dapat

disimpulkan sebagai  $H_a^7$  diterima dan  $H_o^7$  ditolak.

### Uji Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan bantuan *software SPSS Statistic 25*. Pengujian Koefisien Determinasi dilakukan bertujuan untuk menganalisis persentase pengaruh variabel Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung.

**Tabel 6.** Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.561 <sup>a</sup>	.314	.269	3.157

a. Predictors: (Constant), Accessibility, AncillaryServices, Accomodation, Activity, Amenities, Attraction

(Sumber: Pengolahan Data Penulis, 2024)

Pada gambar 8. hasil uji koefisien determinasi, dapat diamati bahwa  $R^2$  atau R Square yang didapatkan adalah 0.314. Untuk menentukan nilai persentase koefisien determinasi yang terjadi adalah dengan cara mengalikannya dengan 100% ( $\times 100\%$ ). Setelah itu, akan didapatkan hasil 31.4%. Maka, besarnya pengaruh Variabel Daya Tarik terhadap Keputusan berkunjung adalah sebesar 31.4%. Artinya, sisanya

sebesar 68.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### PEMBAHASAN

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh berbagai faktor terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke Museum Katedral Jakarta. Berikut adalah pembahasan hasil penelitian yang diperoleh:

*Attraction* (Daya Tarik): Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attraction* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara, dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2.021 dan nilai signifikansi 0.046. Ini menunjukkan bahwa daya tarik utama museum, seperti koleksi, desain arsitektur, dan nilai sejarah, berperan penting dalam menarik minat wisatawan mancanegara. Daya tarik yang kuat meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk mengunjungi museum, karena mereka mencari pengalaman yang unik dan berharga.

*Accommodation* (Akomodasi): Sebaliknya, *Accommodation* tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial, dengan nilai  $t$  hitung sebesar 0.482 dan nilai signifikansi 0.631. Ini menunjukkan bahwa fasilitas akomodasi di sekitar museum tidak berpengaruh langsung pada keputusan kunjungan wisatawan mancanegara. Meskipun akomodasi penting untuk kenyamanan wisatawan, faktor ini mungkin tidak menjadi prioritas utama dibandingkan dengan daya tarik dan pengalaman langsung di museum.

*Amenities* (Fasilitas): *Amenities* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2.509 dan nilai signifikansi 0.01. Fasilitas seperti toilet, area istirahat, dan fasilitas informasi yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Fasilitas yang baik membuat pengalaman berkunjung lebih menyenangkan dan praktis, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang ke museum.

*Ancillary Services* (Layanan Tambahan): *Ancillary Services* juga memiliki pengaruh signifikan dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2.114 dan nilai signifikansi 0.037. Layanan tambahan

seperti pemandu wisata, layanan informasi, dan program edukasi mungkin memberikan nilai tambah bagi pengunjung, mempengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung ke museum. Layanan tambahan yang baik dapat memperkaya pengalaman kunjungan dan memberikan informasi yang lebih mendalam tentang koleksi museum.

*Activity* (Aktivitas): *Activity* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2.781 dan nilai signifikansi 0.007. Aktivitas di museum, seperti pameran interaktif, workshop, atau acara khusus, dapat menarik minat pengunjung. Aktivitas yang menarik dan bervariasi dapat meningkatkan daya tarik museum dan mendorong wisatawan untuk mengunjungi.

*Accessibility* (Aksesibilitas): *Accessibility* tidak menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai  $t$  hitung sebesar 1.114 dan nilai signifikansi 0.268. Ini menunjukkan bahwa meskipun aksesibilitas penting, dalam konteks penelitian ini, faktor ini tidak secara langsung mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan mancanegara. Mungkin ada faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh pada keputusan kunjungan.

Pengaruh Simultan Daya Tarik Wisata: Secara keseluruhan, Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai  $F$  hitung sebesar 6.956 dan nilai signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa kombinasi dari berbagai faktor daya tarik berperan penting dalam keputusan wisatawan untuk mengunjungi Museum Katedral Jakarta.

Besaran Pengaruh: Besaran pengaruh variabel daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung adalah 31.4%. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor daya tarik memiliki kontribusi signifikan terhadap keputusan

berkunjung, meskipun ada faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan tersebut.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Museum Katedral Jakarta, Daya Tarik suatu tempat wisata cukup berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Museum Katedral Jakarta. Daya Tarik Wisata menjadi bisa menjadi peluang yang baik untuk ditingkatkan, agar Museum Katedral Jakarta bisa semakin ramai pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Attraction* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.021 dengan nilai signifikansi sebesar 0.046

*Accommodation* tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0.482 dengan nilai signifikansi sebesar 0.631

*Amenities* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.509 dengan nilai signifikansi sebesar 0.01.

*Ancillary Services* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.114 dengan nilai signifikansi sebesar 0.037

*Activity* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.781 dengan nilai signifikansi sebesar 0.007

*Accessibility* tidak memiliki

pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral Jakarta dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1.114 dengan nilai signifikansi sebesar 0.268

Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara dengan nilai  $f_{hitung}$  6.956 dan nilai signifikansi sebesar 0.000

Besaran pengaruh variabel daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara di Museum Katedral adalah sebesar 31.4%

## DAFTAR PUSTAKA

- Adminnistrator, A. (29 Januari 2019). *Apa itu Museum?* Kemendikbud.Go.Id. <https://museum.kemdikbud.go.id/pengertian-museum>
- Anwani, A. (2021). Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 57–64. <http://dx.doi.org/10.31294/khi.v12i1.10182>
- Asmoro, A. Y., Bachri, T. B. ., & Detmuliati, A. (2021). Analisis Potensi Wisata Desa dengan Kerangka 6A: Studi Kasus Desa Ngajum, Malang. *Media Wisata*, 18(2), 231–250. <https://doi.org/10.36276/mws.v18i2.103>
- Bulan, T. P. L., Junaida, E., & Maitama, M. H. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>

- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.  
<https://doi.org/10.14710/jppmr.v9i4.28998>
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2).  
<https://doi.org/10.37301/jmubh.v15i2.16895>
- Flynn, J. (2023). Average Global Income [2023]: What Is The Median Income Worldwide?  
<https://www.zippia.com/advice/average-income-worldwide/>
- Hayati, R., Achmadi, N. S., & Adelia, S. (2021). Implementasi Konsep 6A di Wisata Alam Rammang-Rammang Kabupaten Maros. *Home Journal*. 3(2), 153–170.  
<https://doi.org/10.61141/home.v3i2.186>
- Hidayah, W. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Fasilitas, Aksesibilitas dan Kelembagaan Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Intervening Pada Wisata Morosari Kabupaten Demak. Masters thesis, IAIN Kudus.  
<http://repository.iainkudus.ac.id/5781/>
- Ismail, F. F., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Event Pariwisata dan Physical Evidence terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1360–1368.  
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1360-1368>
- Junaida, E. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Wisata Berkunjung ke Taman Hutan Kota di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 146–155.  
<https://doi.org/10.33059/jseb.v10i2.1317>
- Kemendikbud RI. (2021). Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.  
<https://kemendikbud.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>
- Krisnayani, N. K. ., Liestiandre, H. K., & Pranjaya, I. G. P. A. . (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 20(2), 134–143.  
<https://doi.org/10.52352/jpar.v20i2.496>
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).  
<https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26329>
- Maesaroh, R. (2019). *Dampak citra destinasi, kualitas pelayanan dan harapan wisatawan wisata ziarah Banten Lama terhadap kepuasan wisatawan*. Guepedia. Makasar
- Meutuah, Z. N., Caisarina, I., & Dewi, C. (2023). Pemetaan Komponen Pariwisata (6A) Untuk Perencanaan Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus: Gampong Naga Uumbang,



- Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Arsitektur Dan Perencanaan*, 6(4), 118–124. <https://doi.org/10.24815/jimap.v6i4.21489>
- Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2). <https://doi.org/10.35794/emba.9.2.2021.33280>
- Ningtiyas, E. A., & Alvianna, S. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan melalui Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1), 83–96. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.69>
- Nugraha, Y., & Feny M. A. Fallo. (2021). Pengaruh Kualitas Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Taman Nostalgia Kota Kupang. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 17(2), 13–23. <https://doi.org/10.53691/jpi.v17i2.244>
- Oktavia, H. C. (2021). Analisis Pengaruh Komponen Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Bahari. *Jurnal Enggano*, 6(2), 201–211. <https://doi.org/10.31186/jenggano.6.2.201-211>
- Pradipta, M. P. Y. P. (2021). Analisis Daya Tarik Wisata Embung Manajar Di Kabupaten Boyolali Jawa Tengah. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 2(2), 134–145. <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v2i2.357>
- Putri, D. C., & Sunaryanto, L. T. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Di Kampoeng Banyumili Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 579–590. <http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v7i3.3781>
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734–741. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>
- Saputra, P. S., Pustiarini, N. P., Sudarmawan, I. K. A., Dwi Putra, I. M. J., Novitasari, I. A. D., Widanti, N. P. T., & Herlambang, P. G. (2024). Pengelolaan Berbasis Masyarakat untuk Pengembangan Wisata di Desa Sangeh: Pendekatan 6A dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata Penglukatan Pancoran Solas Tirta Taman Mumbul. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 7339–7349. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8680>
- Saway, W. V., Alvianna, S., Estikowati, E., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 6(1), 1–8. <http://ejournal.ihtn.ac.id/index.php/PB/article/view/1937>

- Simangunsong, W. S., Prasetya, A. W. (05/12/2022).. Ratusan Koleksi Museum Katedral Jakarta, Ada Potongan Tulang. Kompas.Com. [https://travel.kompas.com/read/2022/12/05/111350727/ratusan-koleksi-museum-katedral-jakarta-ada-potongan-tulang?page=all#google\\_vignette](https://travel.kompas.com/read/2022/12/05/111350727/ratusan-koleksi-museum-katedral-jakarta-ada-potongan-tulang?page=all#google_vignette)
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2). <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Stuono, S., & Meitasari, K. (2021). Sistem Informasi Objek Wisata Di Kabupaten Cianjur Berbasis Media Sosial. *Media Jurnal Informatika*, 13(1), 26–35. <https://doi.org/10.35194/mji.v13i1.1394>
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D (2nd ed.)*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono, S. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2)*. Alfabeta. Bandung
- 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>
- Zuhriyah, H. I. N. (2023). Identifikasi Karakteristik Masjid Namira Sebagai Daya Tarik Wisata Religi Di Kabupaten Lamongan. *JIEM : Journal Of International Entrepreneurship And Management*, 2(02), 167–179. <https://doi.org/10.62668/jiem.v2i02.915>