

**ANALISIS MOTIVASI WISATAWAN  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE DESTINASI DARK TOURISM  
(STUDI KASUS MUSEUM PRASASTI)**

**Olga Sania Angelina<sup>1</sup>, Vishnuvardhana S. Soeprapto<sup>2</sup>**  
Universitas Bunda Mulia<sup>1,2</sup>  
[saniangln@gmail.com](mailto:saniangln@gmail.com)<sup>1</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Motivasi Wisatawan (X) terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Prasasti, Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersikap deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel Motivasi Wisatawan (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 62.9%, dan diperoleh hasil uji T yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $12.893 > 1.984$ ). Kesimpulan adanya hubungan positif dan signifikan antara motivasi wisatawan (variabel X) dengan keputusan untuk berkunjung ke Museum Prasasti. Hal ini didukung oleh hasil uji T yang menunjukkan tingkat signifikansi 0,00 (kurang dari 0,05) dan nilai  $t_{hitung}$  12,893 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,984217. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa motivasi wisatawan secara signifikan mempengaruhi pilihan mereka untuk mengunjungi museum tersebut.

**Kata Kunci:** *Dark Tourism, Keputusan Berkunjung, Museum Prasasti, Motivasi Wisatawan*

**ABSTRACT**

*The study aims to determine the effect of Tourist Motivation (X) on the Decision to Visit the Inscription Museum, Jakarta. This study uses a quantitative method that is descriptive. The results of this study are that the Tourist Motivation variable (X) has a positive and significant effect on the Decision to Visit (Y) of 62.9%, and the T-test results are  $t_{count} > t_{table}$  ( $12,893 > 1,984$ ). The conclusion is that there is a positive and significant relationship between tourist motivation (variable X) and the decision to visit the Inscription Museum. This is supported by the results of the T-test which shows a significance level of 0.00 (less than 0.05) and a  $t$ -count value of 12.893 which is greater than the  $t$ -table of 1.984217. The conclusion of this study confirms that tourist motivation significantly influences their choice to visit the museum.*

**Keywords:** *Dark Tourism, Prasasti Museum, Tourist Motivation, Visiting Decision.*

## PENDAHULUAN

Wisatawan sering melakukan perjalanan ke lokasi yang berbeda dengan tujuan tertentu. Yang dimaksud dengan “pariwisata” adalah “setiap kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari tempat wisata yang dikunjungi” dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Pariwisata (Munthe, 2021).

Dalam melakukan perjalanan wisata, wisatawan memiliki motivasi yang mendorong seperti bersantai dan melepaskan stres hingga motivasi untuk belajar dan mengembangkan pengetahuan, dan lain – lain. Motivasi ini dapat mempengaruhi dalam persepsi, dorongan, dan perilaku wisatawan dalam memilih dan melakukan perjalanan (Sugiarto, 2023).

Pemahaman mengenai motivasi dapat membantu pengelola destinasi pariwisata dalam merencanakan, mengembangkan produk pariwisata yang tepat, meningkatkan daya tarik dan daya saing wisata sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan memuaskan kebutuhan pengunjung yang pada akhirnya meningkatkan perekonomian (Sugiarto, 2023).

Hal-hal yang berhubungan dengan kematian dan bencana yang sebenarnya dikenal sebagai “*Dark Tourism*” (Asyraf et al., 2022). Salah satu jenis pariwisata yang dikenal sebagai “Pariwisata Gelap” melibatkan mengunjungi situs-situs populer yang memiliki masa lalu tragis terkait dengan pariwisata. Banyak tempat wisata populer di Indonesia yang diselimuti misteri, entah itu karena bencana alam, masa lalu kolonial yang bermasalah, atau tradisi lokal. Menurut Saskya Seflyra Aurani (2023), banyak lokasi di Indonesia saat ini yang menjadi kenangan akan peristiwa sejarah penting,

tragedi, dan masa lalu kelam.

Dari keinginan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi *dark tourism*, terdapat faktor psikologis yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Menurut Saskya Seflyra Aurani (2023), pengambilan keputusan dipengaruhi oleh unsur psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap.

Banyak tempat atau situs peninggalan sejarah di Indonesia yang diakui dan dilestarikan karena tragedi mengerikan seperti Lubang Buaya di Jakarta, Desa Trunyang di Bali, Lawang Sewu di Semarang, Museum Sejarah Jakarta di Jakarta, dan Museum Prasasti di Jakarta. Museum Prasasti berdiri pada tanggal 28 September 1975 dengan nama Kebon Jahe Kober yang merupakan pemakaman khusus orang asing di Batavia. Pada saat itu kondisi kota Batavia terserang wabah penyakit dan membuat proses kematian menjadi cepat dan halaman gereja kehabisan tempat untuk banyaknya makam, maka pemerintah kota mencari lahan pemakaman baru di luar kota arah selatan yaitu Kebon Jahe Kober.

Pada Museum Prasasti juga terdapat makam tokoh penting lainnya seperti aktivis muda Soe Hok Gie, dokter Belanda yang mendirikan Sekolah Tinggi Dokter Indonesia yaitu H.F. Roll, para pastur dan juga pejabat VOC. Selain makam tokoh penting terdapat koleksi lainnya seperti peti yang digunakan oleh Soekarno dan Mohammad Hatta, dan juga kereta jenazah yang digunakan pada jaman dahulu untuk mengantar jenazah dari kali ke tempat peristirahatannya.

Diketahui bahwa jumlah pengunjung Museum Prasasti pada tahun 2023 mencapai 7.431 pengunjung, dapat dilihat dari tabel di bawah bahwa bulan yang paling sedikit kedatangan pengunjung adalah bulan Maret dan paling besar yaitu bulan November.

Untuk memahami mengapa orang mencari destinasi “pariwisata gelap”, diperlukan studi tentang motivasi pengunjung. Karena status museum sebagai tujuan wisata gelap, para ahli tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung dan alasan di balik atraksi mereka.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini mendapatkan sumber informasi dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan secara langsung dari orang-orang yang pernah berkunjung ke Museum Prasasti dengan melakukan survei setelah kunjungannya. Sumber data sekunder didapatkan dari orang lain, makalah, buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya serta artikel berita internet dikonsultasikan dalam penelitian ini, dan situs / website resmi Museum Prasasti yang mendukung pembahasan penelitian. Peneliti juga mendapatkan data pengunjung dari Pengurus Museum Prasasti.

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Data dan Interpretasi

#### Uji Validitas

Jika Anda ingin mengetahui apakah survei Anda sah, Anda dapat menerapkan uji validitas. Apabila pernyataan-pernyataan dalam suatu kuesioner secara akurat mencerminkan konstruk yang diukur, maka dikatakan bahwa kuesioner tersebut valid. Menentukan seberapa dekat data yang dinyatakan peneliti dengan apa yang terjadi pada objek yang bersangkutan. Kriteria berikut digunakan untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS 26.0 *for Windows*: (1). Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid; (2). Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau  $r$  tabel sebesar 0,915 dan jumlah sampel sebanyak 100 responden, skala pengukuran menggunakan distribusi nilai  $r$  tabel. Adapun hasil uji validitasnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Uji Validitas Variabel X

Item Pernyataan Motivasi Wisatawan (X)	R-Hitung	R-Tabel	Status
Item 1	0.695	0.195	Valid
Item 2	0.517	0.195	Valid
Item 3	0.520	0.195	Valid
Item 4	0.494	0.195	Valid
Item 5	0.558	0.195	Valid
Item 6	0.301	0.195	Valid
Item 7	0.529	0.195	Valid
Item 8	0.578	0.195	Valid
Item 9	0.275	0.195	Valid
Item 10	0.394	0.195	Valid
Item 11	0.370	0.195	Valid
Item 12	0.709	0.195	Valid
Item 13	0.718	0.195	Valid
Item 14	0.489	0.195	Valid
Item 15	0.588	0.195	Valid
Item 16	0.244	0.195	Valid
Item 17	0.365	0.195	Valid

Item Pernyataan Motivasi Wisatawan (X)	R-Hitung	R-Tabel	Status
Item 18	0.579	0.195	Valid
Item 19	0.740	0.195	Valid
Item 20	0.613	0.195	Valid
Item 21	0.566	0.195	Valid

(Sumber: Data diolah peneliti (2024))

**Tabel 2.** Uji Validitas Variabel Y

Item Pernyataan Keputusan Berkunjung (Y)	R-Hitung	R-Tabel	Status
Item 1	0.633	0.195	Valid
Item 2	0.464	0.195	Valid
Item 3	0.665	0.195	Valid
Item 4	0.519	0.195	Valid
Item 5	0.719	0.195	Valid
Item 6	0.679	0.195	Valid
Item 7	0.659	0.195	Valid
Item 8	0.470	0.195	Valid
Item 9	0.435	0.195	Valid
Item 10	0.459	0.195	Valid
Item 11	0.528	0.195	Valid
Item 12	0.662	0.195	Valid

(Sumber: Data diolah peneliti (2024))

Fakta bahwa r-hitung lebih tinggi dari r-tabel, yaitu sebesar 0,915, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan adalah asli, sebagaimana terlihat pada tabel di atas.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran seberapa andal suatu alat ukur. Koefisien ketergantungan adalah metode statistik untuk menentukan kepercayaan suatu

alat pengukuran (Adha et al., 2019). Pernyataan tersebut dapat dikatakan reliabel secara umum apabila koefisien reliabilitasnya lebih tinggi dari 0,6. Menggunakan SPSS 26.0 for Windows, pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's alpha*. Berikut hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan metode *Cronbach's alpha*:

**Tabel 3.** Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Motivasi Wisatawan (X)	0.865 > 0.6	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0.820 > 0.6	Reliabel

(Sumber: Data diolah peneliti (2024))

Dengan nilai reliabilitas lebih dari 0,6 maka uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 26.0 for Windows dianggap reliabel seperti terlihat pada tabel di atas.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah sebaran data normal atau sangat mendekatinya. Dengan menggunakan SPSS 26.0 for Windows dan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria nilai signifikansi

*Monte Carlo (2-tailed)*, penelitian ini akan melakukan uji normalitas.

Ada metode pengujian normalitas data, salah satunya adalah metode *Monte Carlo* yang menggunakan pendekatan pengembangan metodis dengan menggunakan nilai acak. Data yang diuji

dari sampel dengan nilai arbitrer atau ekstrim berlebihan dapat lebih dipahami dengan menerapkan metode *Monte Carlo* (Kinanti, 2022). Hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan kriteria nilai signifikan *Monte Carlo* adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.** Output SPSS Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			
N		100	
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.69709900	
<i>Most Extreme Differences</i>	Absolute	.101	
	Positive	.101	
	Negative	-.090	
<i>Test Statistic</i>		.101	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.013 <sup>c</sup>	
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	Sig.		.260 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.147
		Upper Bound	.373

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 100 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan data pada tabel, nilai *Monte Carlo Sig (2-tailed)* sebesar 0,243 lebih besar dari 0,5. Secara keseluruhan, data penelitian ini mengikuti distribusi normal.

**Uji Koefisien korelasi**

Mengetahui seberapa linier hubungan variabel independen terhadap variabel dependen, peneliti menggunakan uji koefisien korelasi. Nilai antara -1,00 dan +1,00 mewakili koefisien korelasi (R). Nilai R-squared yang mendekati 1,00 menunjukkan hubungan yang semakin kuat antara kedua variabel, sedangkan nilai R-squared yang mendekati -1,00 menunjukkan hubungan yang semakin erat (Setiawan, 2021). Besarnya koefisien korelasi menyatakan kuat tidaknya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, seperti yang dikemukakan oleh (Steven, 2020).

**Tabel 5.** Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

(Sumber: Steven dan Pratiwi, 2020)

Temuan uji koefisien korelasi yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 26.0 *for Windows* adalah sebagai berikut:

**Tabel 6.** Output SPSS Uji Korelasi

<i>Correlations</i>			
<i>Motivasi Wisatawan</i>	<i>Pearson Correlation</i>	1	.793**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
	<i>N</i>	100	100
<i>Keputusan Berkunjung</i>	<i>Pearson Correlation</i>	.793**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
	<i>N</i>	100	100

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

Nilai yang dicapai dari uji Koefisien Korelasi adalah 0,793, terbukti. Tabel interval koefisien menunjukkan bahwa tingkat koefisien korelasi tergolong tinggi yaitu 0,60–0,799, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Motivasi Wisatawan (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) mempunyai hubungan yang cukup kuat.

**Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari Uji Heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah varians suatu kelompok sama di semua kelompok. Homokedastisitas didefinisikan sebagai adanya varian yang berdistribusi normal. Sementara itu, heteroskedastisitas terjadi ketika varians tidak sama. Pendekatan Glejser digunakan dalam penelitian ini. Uji heteroskedastisitas memberikan hasil sebagai berikut:

**Tabel 7.** Output SPSS Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-46.705	48.468		-.964	.338
X	2.444	1.573	1.286	1.553	.124

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka ditentukan tidak terdapat heteroskedastisitas pada teknik pengambilan keputusan Glejser. Sebaliknya jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Variabel X mempunyai tingkat signifikansi sebesar

0,124 lebih besar dari 0,005 seperti terlihat pada tabel di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Uji Regresi Linear Sederhana**

Peneliti menggunakan analisis regresi linier dasar dalam penelitian ini.

**Tabel 8.** Outpus SPSS Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1221.630	1	1221.630	166.240	.000 <sup>b</sup>
	Residual	720.160	98	7.349		
	Total	1941.790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Motivasi Wisatawan

Nilai f-hitung sebesar 166,240 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 sesuai dengan hasil yang dihasilkan SPSS. Oleh karena itu, variabel Motivasi Wisatawan (X) dan potensi pengaruhnya terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y) dapat diprediksi dengan menggunakan model regresi.

**Uji Hipotesis**

**Uji-t**

Mencari pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen merupakan tujuan dari uji-t. Saat mengambil keputusan, faktor-faktor berikut diperhitungkan: (1). Jika t hitung  $\leq$  t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak. (2). Jika t hitung  $>$  t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima.

**Tabel 9.** Output SPSS Uji t

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>					
<i>Unstandardized Coefficients</i>			<i>Standardized Coefficients</i>		
<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1	(Constant)	10.802		4.524	.000
	Motivasi	.438	.034	.793	.000
	Wisatawan			3	

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Pada uji t dua arah (0,025) dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai t untuk  $n = 100 - 1 = 99$  adalah 1,984217.

Hasil uji hitung sebesar 12,893 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984217, dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  disetujui.

Informasi ini diterima dari pemrosesan SPSS 26 untuk Windows. Bukti seperti ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara alasan masyarakat mengunjungi Museum Prasasti (X) dan tindakan yang mereka lakukan selama berada di sana (Y).

### Uji Koefisien Determinasi

Ukuran kemampuan variabel independen dalam memperhitungkan varians variabel dependen dalam persamaan regresi adalah uji koefisien determinasi yang sering disebut dengan R Square. Nilai koefisien determinasi ada bermacam-macam, dari nol sampai satu. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi suatu variabel pada suatu waktu ditunjukkan dengan nilai  $R^2$  yang kecil atau mendekati 0. Artinya variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 10.** Output SPSS Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 <sup>a</sup>	.629	.625	2.711

a. Predictors: (Constant), Motivasi Wisatawan

Tabel di atas menunjukkan nilai Modified R Square sebesar 0,629 yang menunjukkan bahwa motif wisata (X) menyumbang 62,9% terhadap faktor pilihan berkunjung (Y). Rumus koefisien determinasi menunjukkan hal ini:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,784 \times 100\% = 62,9\%$$

Kita dapat menyimpulkan bahwa keputusan untuk berkunjung (Y) didorong oleh motif wisata, yang ada atau dapat dijelaskan, dengan menggunakan rumus ini. Selain itu, variabel asing berdampak pada 37,1% sisanya.

### PEMBAHASAN

Menguji temuan penelitian berarti memeriksa seberapa cocok temuan-temuan tersebut dengan teori, pendapat, atau penelitian yang diajukan sebelumnya, serta pola tindakan yang diperlukan untuk mengatasi hal ini. Berikut ini adalah dua bagian utama yang akan dibahas dalam analisis temuan penelitian:

#### Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung

Nilai t hitung yaitu sebesar 12,893 lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 12,893 berdasarkan hasil uji simultan (uji t). Hal ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung ke Museum

Prasasti dipengaruhi oleh Motivasi Wisatawan (X). Dengan nilai R Squared sebesar 0,629 atau 62,9%, penelitian ini menemukan bahwa variabel Motivasi Wisatawan (X) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y), sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teridentifikasi.

Hal ini sejalan dengan temuan sebelumnya dari (Dewi et al., 2022) yang menemukan bahwa motif wisatawan sekaligus mempengaruhi keputusan berbelanja mereka. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiati

& Utami, 2023) mendapatkan kesimpulan bahwa selain motivasi terdapat faktor lain yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata adalah kombinasi dari keamanan finansial, kebutuhan untuk relaksasi dan pelarian, keinginan untuk bersenang-senang, daya tarik, penguatan ikatan sosial, pemanfaatan waktu luang, pemenuhan diri, serta interaksi sosial. Salah satu daya tarik yang signifikan adalah wisata kuliner khas daerah yang menjadi daya tarik bagi wisatawan.

## Analisis Hasil Uji Statistik Deskriptif

**Tabel 11.** Output SPSS Uj Statistik Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motivasi Wisatawan	100	33	84	69.89	8.026
Keputusan Berkunjung	100	22	48	41.39	4.429
Valid N (listwise)	100				

Sebaran data yang diperoleh peneliti dapat dicirikan dengan menggunakan tabel hasil uji deskriptif yang ditampilkan di atas:

Variabel Motivasi Wisatawan (X). Data yang disajikan di atas memungkinkan kita untuk menyimpulkan bahwa kisaran nilai yang mungkin adalah dari 33 hingga 84. Motivasi Wisatawan memiliki nilai mean 69,89 dan standar deviasi 8,026.

Variabel Keputusan Berkunjung (Y). Berdasarkan data yang diberikan, kisaran nilai yang mungkin adalah 22 hingga 48. Keputusan Kunjungan memiliki nilai rata-rata sebesar 41,39 dan standar deviasi sebesar 4,429.

## SIMPULAN

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara variabel motivasi wisatawan (X) dengan pilihan berkunjung ke Museum Prasasti.

Hasil uji T yang mempunyai tingkat signifikansi 0,00 (kurang dari 0,05) membuktikan hal tersebut. Hasil uji-t yang menunjukkan 12,893 lebih dari 1,984217 memberikan dukungan lebih lanjut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, N. R., Qomariah, N., & Hafidzi, H. A. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dinas Sosial Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian Iptek*, 4(1), 47–62. <http://dx.doi.org/10.32528/ipteks.v4i1.2109>
- Asyraf, J. A., Malihah, E., & Andari, R. (2022). Tren Wisata Horor Dikalangan Generasi Z. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(1), 4313-4318. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i1.16>



- [37](#)  
Aurani, S. S., Oktaviany, V. (2023, December). Ketertarikan Wisatawan Pada Dark Tourism. *Open Journal System, Media Bina Ilmiah*, 18(5), <https://doi.org/10.33758/mbi.v18i5.521>
- Bulan, T. P. L., Junaida, E., MAitama, M. H. (2021, Juni). Daya Tarik Wisata, Motivasi Dan Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia*, 2(1), 115-123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Damayanti, A. R., & Ardiansyah, M. (2024). Implementasi Program Sekolah Ramah Anak (SRA) oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dalam Mencegah Kekerasan Pada Anak di Kota Bandar Lampung. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(6), 91–100. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v3i6.2896>
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2). <https://doi.org/10.24034/j2548502.4.y2022.v6.i2.5205>
- Fadila, R. A., & Wulandari, A. P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46. <https://jurnalmitita.univpasifik.ac.id/index.php/mjp/article/view/47/42>
- Giri, R. D. (2019, April 1). Visitor's Characteristic And Motivation At Museum Prasasti As Dark Tourism Site In Jakarta. *Gadjah Mada Journal of Tourism Studies*. 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.22146/gamajts.v2i1.56843>
- Kinanti, P. F., Rosdiana, Y. (2022). Pengaruh Operating Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020. Bandung Conference Series: Accountancy. 245-253. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v2i1.1354>
- Lawby, C., Feroda, P., Thin, S. (2022). Motivasi Dan Minat Berkunjung Kembali Ke Destinasi Dark Tourism: Studi Kasus Lawang Sewu, Semarang. *JMP: Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 1-13. [https://repository.petra.ac.id/19745/1/Publikasi1\\_98021\\_8564.pdf](https://repository.petra.ac.id/19745/1/Publikasi1_98021_8564.pdf)
- Mujtahidin, M., & Oktariantio, L. M. (2022). Metode Penelitian Pendidikan Dasar: Kajian Perspektif Filsafat Ilmu. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 9(1), 108–118. <https://doi.org/10.3390/Su12104306>
- Munthe, E., & Sitorus, H. (2022). Strategi Komunikasi Pariwisata Makam Tua Raja Sidabutar Sebagai Citra Ambarita. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(2), 104-114. Retrieved from <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/1262>
- Sari, L. P. R. P., Zuraida, L. (2019, Maret 1). Motivasi Wisatawan Mancanegara Berwisata Ke Ubud, Kabupaten Gianyar. *Jurnal Kepariwisata*, 18(1), 45-55. <https://ejournal.ppb.ac.id/index.php>

[/jpar/article/view/366/305](#)

Setiawan, S. (2021). Pengaruh Inflasi, Fdr, Dan Bopo Terhadap Npf (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2016- 2019). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. [https://etheses.iainponorogo.ac.id/13647/1/210817230\\_SUGENGSETIAWAN\\_PS.pdf](https://etheses.iainponorogo.ac.id/13647/1/210817230_SUGENGSETIAWAN_PS.pdf)

Steven, S., & Pratiwi, R. (2020). Pengaruh Green Marketing, Green Brand Image, Packaging, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas (Survey Pada Pelanggan Starbucks Di Kota Pontianak). *Jurnal Produktivitas*, 7, 189–195. [www.Openjurnal.Unmuhpnk.Ac.I d/Index.Php/Jp](http://www.openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp)

Sugiarto, E., Makiya, K. R., Prastyo, H., Priyanto, S. E., Deskarina, R., Rohman, N., Nugroho, D. Y. (2023). *Perilaku Wisatawan. Cetakan Pertama*. Mata Kata Inspirasi. Bantul

Unit Pengelola Museum Kesejarahan Jakarta. (2023). Museum Prasasti. Retrieved February 20, 2024, From Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia: <https://museum.kemdikbud.go.id/museum/profile/museum++prasasti>

Widiati, E., & Utami, A. R. (2023). Faktor Motivasi Kunjungan Wisatawan Labuan Bajo Pada Masa Pandemi Covid-19. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i1.6819>