

PENGARUH DAYA TARIK WISATA KULINER TERHADAP MINAT BELI CEMPEDAK GORENG (STUDI KASUS CEMPEDAK CIK LINA)

Lionny¹, Prayogo Susanto²
Universitas Bunda Mulia^{1,2}
lionnypricilia@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi daya tarik wisata kuliner Cempedak Goreng Cik Lina terhadap minat beli pengunjung di Kawasan Pancoran Glodok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan secara non-probability sampling dengan jenis *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata kuliner memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli di Cempedak Goreng Cik Lina. Secara simultan, daya tarik wisata kuliner terhadap minat beli hanya sebesar 16,3%. Penemuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan inovasi, keramahan, dan aksesibilitas sangat diperlukan untuk meningkatkan minat beli pengunjung di Cempedak Goreng Cik Lina dan mendukung daya tarik wisata kuliner di Kawasan Pancoran Glodok secara keseluruhan. Kesimpulan menunjukkan bahwa dari dimensi yang diuji, hanya amenitas yang memiliki pengaruh signifikan secara individu terhadap minat beli Cempedak Goreng Cik Lina, sementara dimensi lain seperti attraction, aksesibilitas, dan ancillary service tidak berpengaruh signifikan. Secara keseluruhan, daya tarik wisata kuliner memberikan kontribusi sebesar 16,3% terhadap minat pembelian, menunjukkan bahwa faktor amenitas penting, tetapi pengaruh daya tarik kuliner terhadap minat beli relatif kecil.

Kata Kunci: Cempedak Goreng Cik Lina, Daya Tarik Wisata Kuliner, Minat Beli, Kawasan Pancoran Glodok.

ABSTRACT

Cempedak Goreng Cik Lina is one of the stalls located in the Pancoran Glodok area of West Jakarta, renowned as a Chinatown with unique attractions. This study uses a descriptive quantitative method. Sampling was carried out using non-probability sampling with a purposive sampling type. The results showed that the culinary attraction negatively affects the purchasing interest at Cempedak Goreng Cik Lina. Simultaneously, the culinary attraction's impact on purchasing interest is only 16.3%. These findings indicate that enhancing innovation, hospitality, and accessibility is crucial to increasing visitor purchasing interest at Cempedak Goreng Cik Lina and supporting the overall culinary appeal of the Pancoran Glodok area. The conclusion shows that from the dimensions tested, only amenities have a significant influence individually on the purchase intention of Cik Lina Fried Cempedak, while other dimensions such as attraction, accessibility, and ancillary service do not have a significant effect. Overall, the attraction of culinary tourism contributes 16.3% to the purchase intention, indicating that the amenity factor is important, but the influence of culinary attractions on purchase intention is relatively small.

Keywords: Cempedak Goreng Cik Lina, Culinary Attraction, Pancoran Glodok Area, Purchasing Interest.

PENDAHULUAN

Pariwisata secara garis besar yang diketahui oleh orang-orang adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan jalan-jalan, rekreasi, dan liburan. Namun perlu diketahui bahwa sebenarnya pariwisata selain seperti yang diketahui secara garis besar adapun hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan pemerintahan, dunia usaha, serta mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. Di dalam pariwisata sendiri banyak sekali bagian-bagiannya mulai dari travel dan tour, akomodasi tempat tinggal, serta makanan yang menjadi salah satu bagian penting. Secara spesifik pariwisata sering dikaitkan dengan hotel dan hotel juga berkaitan dengan pariwisata karena biasanya hotel-hotel sering berada di pusat (Daerah atau tempat) yang dimana ada pariwisata yang berjalan. Maka dari itu kenapa hotel selalu dikaitkan dengan pariwisata, di dalam hotel sendiri wisatawan atau pengunjung dapat menikmati keindahan alam jika hotel tersebut memang berada di kawasan wisata yang memang lebih condong kepada alamnya beserta fasilitas-fasilitas yang telah disediakan oleh pihak hotel. Contohnya sendiri makanan khas suatu daerah baik dalam negeri maupun luar negeri sehingga tamu tidak perlu bersusah payah untuk mencari kuliner-kuliner tersebut. Secara tidak langsung tamu tersebut menginap serta merasakan kuliner melalui satu tempat saja.

DKI Jakarta merupakan Ibu Kota di Indonesia yang tentunya menjadi titik pusat dimana banyak sekali orang-orang dari berbagai daerah berbondong-bondong untuk datang ke Jakarta. Tujuannya sendiri tentu beragam mulai dari mencoba peluang pekerjaan, urusan pendidikan, hingga liburan. Tentunya Jakarta sendiri memiliki banyak sekali objek wisata yang dapat dikunjungi dan jenisnya pun beragam mulai dari wisata edukasi, wisata religi, wisata bisnis,

hingga wisata kuliner. Banyak sekali wisata di Jakarta yang terkenal seperti Monas (Monumen Nasional), Dufan Ancol, TMII (Taman Mini Indonesia Indah), Museum Sejarah Jakarta, Kawasan Kota Tua. Selain itu adapun wisata-wisata kuliner di beberapa titik di Jakarta seperti di Blok-M yang dimana kuliner yang terkenal adalah Gultik yaitu singkatan dari Gulai Tikungan yang diketahui bahwa rata-rata penjual Gultik ini berada di jalan-jalan tikungan di Blok-M, Mangga besar juga menjadi pusat kuliner dimana di area ini banyak sekali pedagang kaki lima yang menjual makanan-makanan mulai dari berat hingga makanan pencuci mulut, contohnya soto ayam, lalapan, pukis, martabak dan lain-lain. Di sepanjang area Mangga Besar ini banyak kuliner hotel-hotel pun menjadi pusat wisata di daerah ini. Jajanan di Plaza Indonesia, banyak sekali jajanan-jajanan yang terkenal antri di kawasan Plaza Indonesia mulai dari Ayam penyet cabe ijo dan pisang garing yang dilumuri dengan susu kental manis (SKM). Plaza Indonesia juga dikenal dengan Mall mewah di Jakarta Pusat namun di lorong sempit sebelah Mall ini banyak juga pedagang kaki lima yang berjualan dan tentunya menjadi pusat kuliner di setiap harinya karena pada pukul 16.00 WIB saja pengunjung mulai mencari makan di area sekitar. Masih banyak sekali tempat-tempat wisata kuliner di Jakarta yang tentunya memiliki keunikan dan ciri khasnya sendiri.

Wisata kuliner adalah suatu hal atau sebuah kegiatan yang kerap sekali dilakukan oleh orang-orang karena pastinya akan memberikan efek atau dampak kesenangan tersendiri. Wisata kuliner sendiri memiliki istilah yaitu Food Tourism yaitu sebuah kunjungan ke suatu tempat atau pun sebuah tempat destinasi yang merupakan tempat pusat penjualan dari makanan baik itu kuliner di pinggir jalan (Street Food), Restoran,

kegiatan tahunan, maupun titik-titik dimana diadakan tempat untuk testing makanan ataupun minuman baik itu dari makanan khas lokal ataupun makanan dari luar daerah.

Jakarta sendiri banyak sekali daerah-daerah yang menjadi pusat perhatian dari masyarakat bahkan wisatawan asing untuk berkunjung dan tertarik mencoba makanan atau kuliner dari masing-masing daerah. Jenisnya sendiri tentu berbeda-beda dan beragam mulai dari makanan ringan hingga makanan berat, di Jakarta sendiri banyak sekali kuliner-kuliner yang dapat dicoba mulai dari kerak telur, asinan betawi, roti buaya, hingga makanan berat seperti soto betawi dan nasi uduk betawi. Dari jenis-jenis makanan yang beragam tentunya pasti sangat menggugah selera. Sementara itu banyak sekali ragam kuliner yang dapat dicoba di salah satu tempat kuliner yang digemari wisatawan saat berkunjung ke Kota Tua yaitu Kawasan Pancoran Glodok. Karena banyak digemari oleh orang-orang maka banyak juga pedagang-pedagang yang mulai berjualan makanan dengan jenis ini sehingga persebarannya pun cukup luas dan mudah dijangkau sehingga bagi penikmat kuliner yang ingin kembali makan jajanan ini dapat dijangkau tanpa perlu harus jauh ke daerah asal dari makanan tersebut.

Kawasan Pancoran Glodok Banyak sekali kuliner dari berbagai daerah sehingga orang-orang tidak perlu jauh-jauh untuk mencoba makanan di tempat ini. Mulai dari Ci Cong Fan asli Medan, Es Potong, Pempek asli Palembang, Donat kentang legend, Kwetiau gosong hingga Soto. Di Jakarta sendiri tepatnya di Pecinan Glodok atau yang kerap diketahui oleh wisatawan Pancoran Glodok memiliki area yang cukup luas karena di gerbang Pancoran hingga ujung dipenuhi dengan gedung-gedung yang memiliki arsitektur lawas

dan unik, area Glodok ini dipenuhi dengan pedagang kaki lima yang berjualan di sepanjang area trotoar bahkan gang-gang sempit yang diantaranya saling berhubungan antara gang satu dan gang lainnya. Pedagang kaki lima ini biasanya menjual snack-snack, buah-buah musiman, dan masih banyak lagi jenisnya. Di Kawasan Pancoran Glodok ini sendiri ada suatu tempat yang memang memiliki banyak sekali jenis makanannya mulai dari makanan halal hingga makanan non-halal yaitu Petak Enam.

Petak Enam adalah suatu tempat yang telah direnovasi dan dibuat selayaknya *food court* yang diisi oleh tenant-tenant kuliner khas Nusantara yang bervariasi. Salah satunya adalah Cempedak Cik Lina yang menjual Cempedak Goreng legendaris sejak tahun 1997. Cempedak goreng Cik Lina adalah Cempedak goreng yang sederhana dimana Cempedak goreng ini memiliki rasa yang legit dan renyah, Cempedak Goreng Cik Lina sendiri sudah dikenal sejak masa Orde Baru. Secara final dan tampilan tentunya Cempedak Goreng Cik Lina ini memiliki tampilan yang menarik karena menggunakan buah Cempedak yang berwarna oren. Tenant Cempedak Cik Lina sendiri berada di dalam area Petak Enam dimana berada di stand ujung sebelah tangga dengan spanduk yang ada di tenant berisikan nama Cempedak Goreng Cik Lina. Layaknya jajanan tersebut adapun Cempedak Goreng yang menjadi salah satu ikon kuliner yang digemari oleh pengunjung saat ke Kawasan Pancoran Glodok karena Cempedak Goreng ini jarang sekali ditemukan dan hanya dijual di beberapa daerah atau tempat saja. Rasa manis dan memiliki tekstur yang lembut membuat orang-orang berkeinginan untuk membeli dan mencoba jajanan ini.

Cempedak Goreng sendiri biasanya terbuat dari buah Cempedak yang memiliki bau yang khas dan harum tentunya, kulit luarnya sendiri seperti buah nangka, dan memiliki bagian-bagian buah seperti buah nangka namun yang membedakannya sendiri adalah buah cempedak ini biasanya berbentuk lebih bulat dan tidak terlalu besar sementara nangka sendiri biasanya lebih dominan berbentuk oval panjang dan tekstur agak sedikit keras dan garing daripada buah cempedak. Dalam pembuatannya sendiri buah cempedak ini dipisahkan dari bagian bijinya sehingga hanya menyisakan bagian dagingnya saja kemudian dicampur dengan adonan seperti tepung gandum, maizena, gula pasir, dan sedikit garam untuk memberikan rasa gurih. Adonan yang telah tercampur rata kemudian digoreng seperti bakwan pada minyak panas sehingga adonan akan menjadi lebih garing.

Cempedak Goreng Cik Lina ini memiliki resep turun temurun dimana gula yang digunakan berbeda dari kebanyakan Cempedak. Cempedak Goreng Cik Lina ini sangat ramai dikunjungi dari kebanyakan *tenant-tenant* yang ada sehingga terkadang di saat hari Sabtu Minggu yang antriannya cukup panjang, di hari biasa *weekday* saja Cempedak Goreng Cik Lina ini cukup ramai sehingga bisa terjual paling sedikit 150 pcs per hari. Harga dari Cempedak Goreng Cik Lina ini sendiri dibanderol dengan harga Rp.25.000,- per pcs dimana Cempedak Goreng dihidangkan dengan gula merah sebagaiocolan. Wisatawan yang ingin berkunjung di Kawasan Pancoran Glodok tentu akan sangat terbantu dengan fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pemerintah karena Glodok sendiri menjadi daerah yang cukup dikenal secara luas oleh orang-orang karena tidak jauh dari Kawasan Wisata Kota

Tua dan memiliki akses yang cukup mudah untuk dijangkau yakni memiliki Halte Trans Jakarta yaitu “Halte Glodok” dan untuk kereta pun tentunya cukup dekat yaitu Stasiun Jakarta Kota yang berada tidak terlalu jauh dengan Kawasan Pancoran Glodok.

Dalam berwisata terkhususnya saat wisata kuliner tentu masing-masing orang memiliki keinginan atau minat beli yang berbeda-beda sehingga dapat dikatakan bahwa selera masing-masing orang pun berbeda-beda. Menurut ulasan yang didapatkan oleh peneliti dari Ulasan Google bahwa Cempedak Goreng Cik Lina ini memang rata-rata memiliki respon yang positif dimana kebanyakan pengunjung mengatakan bahwa antri yang lumayan panjang memang sepadan dengan apa yang didapatkan. Ulasan yang ada pada Ulasan Google ini tentu sangat membantu pengembangan usaha Cempedak Goreng Cik Lina sehingga dengan demikian mungkin akan ada pengunjung yang mencari tahu tentang Cempedak Goreng Cik Lina yang terkenal di Kawasan Pancoran Glodok dapat diakses dengan mudah karena aktif juga di sosial media karena kebanyakan orang pada saat ini lebih aktif dan merasa akses lebih mudah dengan mencari lewat media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus deskriptif untuk merinci fakta-fakta dan ciri khas suatu populasi secara sistematis. Pemilihan penelitian kuantitatif disebabkan oleh kebutuhan akan data statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Variabel independen pada penelitian ini sendiri adalah variabel X yang peneliti gunakan yaitu daya tarik wisata kuliner.

Variabel dependen pada penelitian ini dapat dikatakan dengan variabel (Y) dimana variabel Y pada penelitian ini

sendiri adalah minat beli. Populasi dalam penelitian telah peneliti tentukan berdasarkan kebutuhan penelitian yakni Wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Kawasan Pancoran Glodok Jakarta Barat serta tentunya membeli Cempedak Goreng Cik Lina di Kawasan Pancoran Glodok Jakarta Barat.

Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan 10% *margin error*, sebagai berikut:

Keterangan:

N= Jumlah Populasi

e= *margin error* (10%)

HASIL PENELITIAN

Analisis Data dan Interpretasi

Uji Validitas

Hasil dari Kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh para responden dapat dinyatakan valid jika hasil dari kuesioner tersebut sudah dihitung menggunakan aplikasi statistik yakni SPSS dimana memiliki nilai $R^{\text{hitung}} > R^{\text{tabel}}$. Untuk mencari R^{tabel} terdapat rumus:

$$R^{\text{tabel}} = N - 2, \text{ Taraf signifikansi} = 0,05$$

$$R^{\text{tabel}} = 30 - 2 = 28 (0,361).$$

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R^{hitung}	R^{tabel}	Keterangan
Daya tarik wisata	Atraksi 1	0,383	0,361	valid
	Atraksi 2	0,715	0,361	valid
	Atraksi 3	0,565	0,361	valid
	Amenitas 1	0,768	0,361	valid
	Amenitas 2	0,822	0,361	valid
	Amenitas 3	0,738	0,361	valid
	Amenitas 4	0,754	0,361	valid
	Amenitas 5	0,683	0,361	valid
	Aksesibilitas 1	0,834	0,361	valid
	Aksesibilitas 2	0,638	0,361	valid
	Aksesibilitas 3	0,719	0,361	valid
	Ancillary S 1	0,731	0,361	valid
	Ancillary S 2	0,528	0,361	valid
	Ancillary S 3	0,806	0,361	valid
Minat Beli	Y1	0,721	0,361	valid
	Y2	0,632	0,361	valid
	Y3	0,634	0,361	valid
	Y4	0,487	0,361	valid
	Y5	0,807	0,361	valid
	Y6	0,495	0,361	valid

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil tabel 1. mengenai Uji Validitas terdapat Variabel X dan Variabel Y yaitu Daya Tarik Wisata Kuliner dimana hasil dari R^{hitung} lebih besar daripada R^{tabel} yang dimana menurut panduan pengukuran artinya semua olahan data tersebut dinyatakan Valid.

Uji Reliabilitas

Hasil kuesioner yang dapat dinyatakan reliabel jika hasil dari kuesioner yang sudah dihitung dan diolah melalui SPSS jika nilai dari Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,883	,892	20

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil dari tabel 2. mengenai uji reliabilitas antara variabel X dan Y memiliki total pertanyaan keseluruhan yaitu 20 butir pertanyaan dan pada kolom N of Itemnya terisi oleh

angka 20. Dan pada kolom, Cronbach Alpha sendiri memiliki angka 0,892 yang artinya lebih besar dari 0,6. Dapat disimpulkan pula jika data yang diolah yaitu reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Dimensi X

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,848	,856	14

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 3. mengenai uji reliabilitas pada dimensi X menyatakan bahwa nilai dari Cronbach Alpha sendiri memiliki angka 0,856 yang artinya lebih

besar dari 0,6. Dapat disimpulkan pula jika data yang diolah yaitu reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Dimensi Y

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,691	,724	6

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 4. mengenai uji reliabilitas pada dimensi Y menyatakan bahwa nilai dari Cronbach Alpha sendiri memiliki angka 0,724 yang artinya lebih besar dari 0,6. Dapat disimpulkan pula jika data yang diolah yaitu reliabel.

Normalitas, Uji Linearitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas sebagai berikut:

Hasil Uji Normalitas

Dalam pengujian Normalitas memiliki cara dimana menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dimana hasil data (*Asymp. Sig.*) harus lebih besar (>) 0,05, artinya data tersebut normal.

Uji Asumsi Klasik

Pada uji asumsi klasik ada beberapa cara yang digunakan yaitu Uji

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61405197
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,063
	Negative	-,041
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil dari tabel 5. menyatakan bahwa hasil dari nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikansinya yaitu 0,200 yang artinya lebih besar ($>$) 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada data yang telah

dikumpulkan dan diuji menunjukkan hasil normal dan dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian mengenai daya tarik wisata kuliner terhadap minat beli.

Uji Linieritas

Tabel 6. Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI * DAYA TARIK	Between Groups	(Combined)	68,458	14	4,890	1,778	,055
		Linearity	44,329	1	44,329	16,117	,000
		Deviation from Linearity	24,129	13	1,856	,675	,782
	Within Groups		233,782	85	2,750		
	Total		302,240	99			

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Untuk mengetahui hasil dari uji linearitas dapat dilihat dari tabel ANOVA pada bagian *Deviation from Linearity* yang pada bagian signifikansi yang didapat harus lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan linier. Melalui hasil uji linearitas pada tabel di atas dapat

dilihat pada kolom Sig. Deviation from Linearity adalah 0,782 yang artinya antara dimensi daya tarik dan dimensi minat beli memiliki hubungan yang linier.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,788	1,269
	X2	,733	1,365
	X3	,789	1,267
	X4	,866	1,155

a. Dependent Variable: Y
(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Hasil yang baik dikatakan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas dengan ketentuan nilai tolerance > 0,10 dan hasil VIF < 10. Berdasarkan hasil tabel di atas sendiri menunjukkan bahwa semua dimensi memiliki hasil nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka dapat

dinyatakan tidak terjadinya multikolinearitas. Serta pada kolom uji VIF sendiri sudah sesuai dengan syarat panduan dimana hasilnya harus lebih kecil dari 10 maka juga dinyatakan tidak terjadinya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,011	1,409		-,008	,994
	X1	,027	,111	,028	,242	,809
	X2	-,007	,097	-,009	-,071	,943
	X3	,052	,109	,055	,475	,636
	X4	,092	,133	,075	,688	,493

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dalam pengujian uji heteroskedastisitas memiliki tujuan dimana untuk mengetahui apakah terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas. Hasil yang dinyatakan baik sendiri dilihat dari apakah hasil uji tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Dapat juga dilihat

dari tabel coefficient bagian signifikansi harus lebih besar dari 0,05 maka hasil dinyatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Dilihat dari semua hasil sig pada kolom lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan semua dimensi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29,364	2,479		11,847	,000
	X1	-,344	,195	-,187	-1,765	,081
	X2	-,394	,171	-,254	-2,312	,023
	X3	-,039	,191	-,022	-,205	,838
	X4	-,138	,235	-,059	-,586	,559

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil pada tabel 9, dapat dilihat dan disimpulkan bahwa ketika nilai konstanta pada tabel mencapai 29.364, itu adalah angka yang menggembirakan. Ini menunjukkan bahwa semua dimensi variabel X, termasuk atraksi, amenities, aksesibilitas, dan pelayanan pendukung, stabil, tanpa perubahan, dan menghasilkan nilai minat beli yang konsisten sebesar 29.364.

Dengan Koefisien Regresi Variabel X1 yang negatif sebesar -0,344, kita dapat menyimpulkan bahwa ketika Variabel X1 naik, Variabel Y akan turun.

Nilai Koefisien Regresi Variabel X2 juga menunjukkan dampak yang sama, dengan nilai negatif sebesar -0,394, artinya kenaikan Variabel X2

akan menyebabkan penurunan Variabel Y.

Dalam hal nilai Koefisien Regresi Variabel X3 yang negatif sebesar -0,039, peningkatan Variabel X3 akan menghasilkan penurunan Variabel Y.

Demikian pula, dengan nilai Koefisien Regresi Variabel X4 yang negatif sebesar -0,138, kenaikan Variabel X4 akan mengakibatkan penurunan Variabel Y.

Uji Hipotesis

Uji T atau Parsial

Rumus mencari $t^{tabel} = (Nilai\ alpha : 2); (N-(k-1) (0,05:2) ; (100-2-1).$

$(0,025) ; (97)$

$t^{tabel} = 1,984$

Tabel 10. Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29,364	2,479		11,847	,000
	X1	-,344	,195	-,187	-1,765	,081
	X2	-,394	,171	-,254	-2,312	,023
	X3	-,039	,191	-,022	-,205	,838
	X4	-,138	,235	-,059	-,586	,559

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Dapat disimpulkan bahwa uji T berdasarkan t^{hitung} dan t^{tabel} di atas adalah: Nilai pada variabel daya tarik wisata kuliner dengan dimensi X1 (atraksi) sebesar -1,765 lebih kecil dari nilai t^{tabel} sebesar 1,984, sehingga

hipotesis alternatif Ha1 ditolak. Maka, menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi atraksi terhadap minat beli.

Nilai pada variabel daya tarik dengan dimensi X2 (amenitas) sebesar -2,312 lebih kecil dari nilai t^{tabel} 1,984, sehingga hipotesis alternatif Ha2 ditolak. Maka, tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi amenitas terhadap minat beli.

Nilai pada variabel daya tarik dengan dimensi X3 (aksesibilitas) sebesar -0,205 lebih kecil dari nilai t^{tabel} 1,984, sehingga hipotesis alternatif Ha3 ditolak. Maka menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi aksesibilitas terhadap minat beli.

Nilai pada variabel daya tarik dengan dimensi X4 (ancillary service) sebesar -0,586 lebih kecil dari nilai t^{tabel} 1,984, sehingga hipotesis alternatif Ha4 ditolak. Maka, tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi ancillary service terhadap minat beli.

Dapat disimpulkan dari uji T berdasarkan nilai tingkat signifikansinya adalah sebagai berikut:

Nilai berdasarkan tingkat signifikansinya pada variabel daya tarik wisata kuliner dimensi X1 atraksi 0,081 lebih besar dari 0,05 maka H_a^1 ditolak yang berarti tidak adanya pengaruh secara signifikan antara dimensi X1 atraksi daya tarik wisata kuliner terhadap minat beli Cempedak Goreng Cik Lina di Kawasan Glodok Jakarta Barat. Pengunjung merasa Cempedak Goreng Cik Lina merasa Cempedak Goreng yang dijual hanya menjual satu menu saja tanpa ada keberagaman jenis Cempedak Goreng yang misalnya bisa diinovasikan dengan tambahan *topping* agar menu lebih beragam.

Nilai t berdasarkan tingkat signifikansi pada variabel X2 dengan dimensi amenitas 0,023 lebih kecil dari 0,050 maka H_a^2 diterima yang berarti

adanya pengaruh secara signifikan antara dimensi amenitas terhadap minat beli Cempedak Goreng Cik Lina di Kawasan Pancoran Glodok Jakarta Barat dimana pengunjung merasa dengan tersedianya tempat duduk di area sekitar serta adanya toilet yang cukup memadai membuat pengunjung memiliki minat untuk membeli.

Nilai t berdasarkan tingkat signifikansi pada variabel daya tarik wisata kuliner X3 dimensi aksesibilitas 0,838 lebih besar dibandingkan 0,05 maka H_a^3 ditolak yang berarti tidak adanya pengaruh secara signifikan antara dimensi aksesibilitas terhadap minat beli. Pengunjung merasa bahwa aksesibilitas yang kurang di area Cempedak Goreng Cik Lina karena untuk akses di area Kawasan Pancoran Glodok sendiri cukup padat dan tempat parkir yang menumpuk membuat pengunjung merasa susah untuk mencari tempat parkir, jalanan yang terlalu penuh dan sempit.

Nilai t berdasarkan tingkat signifikansi pada variabel daya tarik wisata X4 dengan dimensi *ancillary service* 0,559 lebih besar dari pada 0,05 maka H_a^4 ditolak yang berarti tidak adanya pengaruh secara signifikan antara dimensi *ancillary Service* terhadap minat beli Cempedak Goreng Cik Lina di Kawasan Pancoran Glodok Jakarta Barat. Pengunjung merasa karyawan yang bekerja di Cempedak Goreng Cik Lina kurang ramah tapi pengunjung membeli Cempedak Goreng Cik Lina karena sudah langganan.

Uji F atau Simultan

Rumus mencari $f^{tabel} = \frac{k}{N-k}$

$N-k$

$(k = 2) ; (100-2) \frac{2}{98}$

$F^{tabel} = 3,09$

Tabel 11. Hasil Uji F atau Simultan

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49,200	4	12,300	4,618	,002 ^b
	Residual	253,040	95	2,664		
	Total	302,240	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Dapat disimpulkan bahwa uji F berdasarkan f^{hitung} dan f^{tabel} pada tabel di atas adalah: Nilai dari f^{hitung} pada variabel daya tarik wisata kuliner sebesar 4.618 yang dimana lebih besar dari nilai f^{tabel} 3.09. Maka H_a^5 diterima yang berarti adanya pengaruh secara simultan antara daya tarik wisata kuliner terhadap minat beli.

Dapat dijelaskan pula uji F dari tingkat signifikansinya adalah: Nilai f berdasarkan tingkat signifikansi pada

variabel daya tarik wisata kuliner sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima yang dimana artinya adanya sebuah pengaruh secara simultan antara daya tarik wisata terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil yang tertera di atas dapat dikatakan bahwa daya tarik wisata kuliner Cempedak Goreng Cik Lina di Kawasan Pancoran Glodok Jakarta Barat memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,403 ^a	,163	,128	1,632

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Dari hasil tabel di atas dinyatakan bahwa nilai R square sebesar 0,163 atau sama dengan 16,3%. Dimana dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pada daya tarik wisata kuliner (X) mempengaruhi variabel minat beli (Y) sebesar 16,3% sedangkan sisanya adalah sebesar 83,7% dijelaskan oleh variabel lain selain dari variabel independen dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengeksplorasi dampak kelezatan kuliner lokal, khususnya Cempedak Goreng Cik Lina, terhadap minat pembelian di Kawasan Pancoran Glodok, Jakarta Barat, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif

deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan distribusi kuesioner kepada 100 pengunjung yang membeli Cempedak Goreng Cik Lina, yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistic 26 melalui uji asumsi klasik dan analisis statistik.

Dari hasil analisis, ditemukan bahwa dimensi Attraction (Daya Tarik), Aksesibilitas, dan Ancillary Service (Layanan Tambahan) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli Cempedak Goreng Cik Lina. Nilai t untuk ketiga dimensi ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut tidak berkontribusi secara langsung pada keputusan

pembelian. Ini mungkin menunjukkan bahwa meskipun daya tarik atau layanan tambahan dapat mempengaruhi pengalaman umum, mereka tidak cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dalam konteks ini.

Sebaliknya, Amenitas, yang mencakup fasilitas seperti kenyamanan tempat, pelayanan, dan fasilitas pendukung lainnya, menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa amenitas memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, menekankan pentingnya pengalaman dan fasilitas yang baik bagi pelanggan dalam meningkatkan minat beli.

Secara simultan, Daya Tarik Wisata Kuliner memiliki pengaruh terhadap minat beli Cempedak Goreng Cik Lina dengan kontribusi sebesar 16,3%. Meskipun ini menunjukkan bahwa daya tarik kuliner memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, kontribusinya relatif kecil. Ini menunjukkan bahwa faktor lain, baik yang terkait dengan produk itu sendiri atau faktor eksternal lainnya, mungkin juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, temuan ini menyiratkan bahwa meskipun dimensi tertentu seperti amenitas berpengaruh signifikan, faktor-faktor seperti daya tarik, aksesibilitas, dan layanan tambahan tidak secara langsung mempengaruhi minat beli. Ini menunjukkan perlunya perhatian lebih pada aspek-aspek yang berhubungan dengan fasilitas dan pelayanan untuk meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, pengaruh daya tarik kuliner yang relatif kecil mengindikasikan bahwa aspek-aspek lain mungkin perlu ditingkatkan atau dipertimbangkan dalam strategi pemasaran untuk menarik

minat pembeli lebih efektif.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah disajikan dan pembahasan dalam bab IV mengenai Dampak Kelezatan Kuliner Lokal Terhadap Minat Pembelian Cempedak goreng Cik Lina di Kawasan Pancoran Glodok Jakarta Barat, penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan fokus deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan distribusi kuesioner kepada pengunjung Kawasan Pancoran Glodok yang memilih membeli Cempedak goreng Cik Lina. Sampel berjumlah 100 responden yang dipilih melalui metode purposive sampling. Analisis menggunakan uji asumsi klasik dan rangkaian statistik. Dari hasil pengamatan dan penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa:

Berdasarkan hasil isi kuesioner oleh 100 orang responden data yang diperoleh dihitung menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 26. Hasil menyatakan bahwa dimensi attraction, amenitas, aksesibilitas, dan ancillary service tidak berpengaruh secara signifikan saat diuji dan dilihat dari hasil T. Sedangkan saat uji dengan melihat nilai sig menyatakan bahwa dimensi amenitas diterima dan berpengaruh secara signifikan.

Pada variabel daya tarik wisata kuliner sendiri menyatakan pengaruh secara simultan terhadap minat beli Cempedak Goreng Cik Lina di Kawasan Pancoran Glodok menunjukkan hasil 16,3%.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfandy, M., & Rizki Krisnadi, A. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Pecinan Glodok Jakarta Barat Sebagai Wisata Sejarah Dan Budaya. *Jurnal Syntax Fusion*, 3(09), 948–961.

- <https://doi.org/10.54543/fusion.v3i09.358>
- Anarki, A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjunga Wisatawan di Museum Monjali. <https://ideas.repec.org/p/osf/osfxx/234wf.html>
- Andini, D. A., & Nugraha, R. N. (2023). Kawasan Pecinan Glodok sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 565–578. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.61464>
- Arini, I. A. D., & Lestari, M. N. D. (2021). Wisata Gastronomi: Dalam Tradisi Megibung Di Kabupaten Karangasem. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 2(2), 204–215.
- Arlinda, S., & Hendro, J. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 184–192. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3347>
- 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.
- Lestari, D. A., & Dharasta, Y. S. M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Pengguna Jasa Bus Damri di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta. *Aerospace Engineering*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.47134/aero.v1i1.2331>
- Pradiatiningtyas, D. (2022). Perencanaan Strategis Kampung Kuliner Klaten Sebagai Salah Wisata Kuliner Kabupaten Klaten Dengan Kearifan Lokal. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 155–162. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.14062>
- Putera, L. A., Aprilia, A. R., & Zulkifli, M. G. (2022). Identifikasi Objek Daya Tarik Wisata di Pantai Tanjung Burung Kabupaten Mempawah. *JeLaST: Jurnal PWK, Laut, Sipil Tambang*, 9(3).
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Peran Produk Wisata dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 734. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p734-741>
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Sugiono, S. (2019). *Metoda Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Yulinar, M. (2020). Hubungan antara Celebrity Endorser di Instagram dengan Minat Beli Fashion Online di Politeknik Negeri Pariwisata Palembang (Studi pada Followers Vira Nada Wulandari). UIN Raden Fatah Palembang,