

## PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATA DI KAWASAN GLODOK

Delvin Chandra<sup>1</sup>, Imam Ardiansyah<sup>2</sup>  
Universitas Bunda Mulia<sup>1,2</sup>  
[delvinchandra2002@gmail.com](mailto:delvinchandra2002@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dampak pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan wisata di kawasan Glodok Pancoran. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan data primer dikumpulkan melalui survei menggunakan survei *Google Form* yang disebarakan kepada 96 pengunjung kawasan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi kawasan Glodok Pancoran secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan wisata, dengan 14,5% responden menunjukkan minat yang tinggi. Dimensi citra unik memiliki nilai  $t$  sebesar 2,371, dan dimensi citra afektif memiliki nilai  $t$  sebesar 3,318, keduanya lebih besar dari  $t$  tabel 1,986, menunjukkan dampak yang signifikan. Di sisi lain, dimensi citra kognitif dengan nilai  $t$  sebesar -1,707 tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Uji  $F$  menunjukkan bahwa nilai  $F^{\text{hitung}}$  sebesar 6,359 lebih besar dari  $F^{\text{tabel}}$  2,704, mengonfirmasi pengaruh simultan citra destinasi terhadap minat kunjungan wisata. Koefisien determinasi ( $R$  Square) sebesar 14,5% menunjukkan bahwa citra destinasi menyumbang 14,5% terhadap variabel minat kunjungan wisata. Aspek kebersihan, keamanan, dan fasilitas umum perlu ditingkatkan meskipun citra unik dan citra afektif sudah kuat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa citra destinasi di kawasan Glodok Pancoran memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan, meskipun terdapat beberapa kekurangan. Dimensi kognitif tidak berpengaruh signifikan, sementara dimensi unik dan afektif memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan. Secara keseluruhan, citra destinasi berkontribusi sebesar 14,5% terhadap minat kunjungan wisata, dengan karakteristik khas dan emosi positif sebagai faktor penting dalam menarik wisatawan.

**Kata Kunci:** Citra, Destinasi, Glodok, Kawasan, Kunjungan, Minat, Pancoran, Wisata.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the impact of destination image on tourist visit interest in the Glodok Pancoran area. This study uses a quantitative method, with primary data collected through a survey using a Google Form survey distributed to 96 visitors to the area. The results showed that the destination image of the Glodok Pancoran area significantly influenced tourist visit interest, with 14.5% of respondents showing high interest. The unique image dimension has a  $t$  value of 2.371, and the affective image dimension has a  $t$  value of 3.318, both of which are greater than the  $t$  table of 1.986, indicating a significant impact. On the other hand, the cognitive image dimension with a  $t$  value of -1.707 does not have a significant effect. The  $F$  test shows that the  $F$  count value of 6.359 is greater than  $F$  table 2.704, confirming the simultaneous influence of destination image on tourist visit interest. The coefficient of determination ( $R$  Square) of 14.5% indicates that destination image contributes 14.5% to the variable of tourist visit interest. The aspects of cleanliness, security, and public facilities need to be improved*

*even though the unique image and effective image are already strong. This study concludes that the destination image in the Glodok Pancoran area influences tourist visit interest, although there are some shortcomings. The cognitive dimension does not have a significant effect, while the unique and affective dimensions have a significant effect on visit interest. Overall, the destination image contributes 14.5% to tourist visit interest, with distinctive characteristics and positive emotions as important factors in attracting tourists.*

**Keywords:** Area, Destination, Glodok, Image, Interest, Pancoran, Tourist, Visitation.

## PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang sangat vital di banyak negara di seluruh dunia. Di Indonesia, sektor pariwisata memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial (Yakup, 2019). Dalam penelitian ini, peningkatan jumlah wisatawan domestik dan internasional menjadi fokus utama bagi pemerintah dan pihak terkait lainnya. Sebagai Ibu kota negara, Jakarta memiliki citra destinasi yang signifikan dengan berbagai atraksi budaya, sejarah, dan alamnya.

Kawasan Glodok Pancoran adalah destinasi menarik di Jakarta yang memiliki sejarah perdagangan dan budaya yang kaya (Andiani, 2021). Sejak zaman kolonial Belanda pada abad ke-17, Glodok telah menjadi pusat perdagangan yang penting di Jakarta, terutama dalam perdagangan barang-barang impor dari Cina.

Glodok Pancoran menawarkan beragam kegiatan budaya, sejarah, dan kuliner yang kaya. Dikenal dengan warisan budaya Cina, seperti Vihara Dharma Bhakti atau Petak Sembilan Temple yang menonjol dengan arsitektur khasnya. Jalan-jalan di kawasan ini dipenuhi dengan toko dan restoran Cina yang menawarkan berbagai hidangan autentik seperti bakmi, bubur, dan bakpau. Namun, meskipun menawarkan pengalaman yang menarik, Glodok

Pancoran juga menghadapi sejumlah masalah yang mempengaruhi citra destinasinya.

Salah satu permasalahan utama di Glodok Pancoran adalah infrastruktur yang kurang memadai. Jalan-jalan yang sempit dan kekurangan fasilitas umum sering menjadi hambatan bagi pengunjung. Kebersihan juga menjadi masalah serius, dengan sanitasi yang kurang terjaga di beberapa bagian kawasan tersebut. Kurangnya promosi pariwisata yang efektif juga berdampak negatif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung.

Dalam konteks penelitian ini, penting untuk memahami dampak citra destinasi Glodok Pancoran terhadap minat kunjungan wisatawan. Citra destinasi mengacu pada persepsi atau impresi yang dimiliki individu atau pengunjung terhadap suatu tempat pariwisata (Van Daffa, 2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi citra ini mencakup pengalaman pribadi, informasi media, dan promosi pariwisata oleh pemerintah atau lembaga terkait. Karenanya, penelitian mengenai pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan wisata di Glodok Pancoran menjadi relevan dan penting.

Penelitian ini akan menelusuri dimensi-dimensi citra destinasi, yakni citra kognitif, citra unik, dan citra afektif (Gustia, 2021). Dimensi kognitif mencakup pemahaman rasional tentang destinasi, sedangkan dimensi unik

mencakup keunikan atau karakteristik yang membedakan destinasi tersebut. Citra afektif melibatkan perasaan dan emosi yang ada saat berada di destinasi. Dengan mempertimbangkan dimensi-dimensi ini, penelitian diharapkan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana citra destinasi Glodok Pancoran mempengaruhi minat wisatawan.

Dengan mempertimbangkan semua aspek ini, penelitian ini memiliki relevansi yang besar dalam mendukung pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata di Jakarta, terutama dalam meningkatkan citra destinasi dan minat kunjungan wisata di kawasan Glodok Pancoran. Dengan upaya memahami dan meningkatkan citra destinasi ini, diharapkan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan potensi pariwisata di kawasan tersebut dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Kesimpulannya, Glodok Pancoran memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata di Jakarta, dan upaya perbaikan citra destinasi menjadi kunci untuk meningkatkan minat kunjungan wisata lokal maupun mancanegara serta untuk mendukung pembangunan ekonomi dan sosial di Jakarta.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif dengan menerapkan survei dengan kuesioner. Pendekatan ini melibatkan serangkaian langkah seperti merumuskan masalah, membuat hipotesis, memilih sampel, mengumpulkan data melalui observasi atau eksperimen, dan menganalisis data menggunakan teknik statistik. Tujuan utama dari metode kuantitatif adalah mengidentifikasi pola, hubungan, dan tren dalam data secara objektif. Dengan menggunakan logika, pengukuran, dan data numerik, pendekatan ini bertujuan

untuk menjelaskan fenomena atau hubungan antar variabel.

Pendekatan kuantitatif memiliki berbagai kegunaan dalam berbagai bidang, memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis, membuat generalisasi, dan menyajikan temuan secara terukur. Kemampuannya dalam menghasilkan hasil yang dapat dianalisis secara statistik menjadikannya alat yang efektif dalam menyampaikan temuan yang dapat diterapkan secara luas dalam konteks penelitian.

Peneliti memilih populasi yang digunakan adalah responden yang sedang mengunjungi kawasan Glodok Pancoran. Jumlah populasi tidak diketahui karena, berdasarkan pengamatan langsung oleh peneliti di kawasan Glodok Pancoran, tidak ada tiket masuk atau keluar, sehingga akses ke daerah tersebut bebas.

Mengingat analisis dan kesimpulan yang mencerminkan seluruh populasi. Dalam menentukan sampel, terdapat dua metode pengambilan sampel yang umum digunakan: (1). Pengambilan Sampel Berdasarkan Probabilitas: Metode yang memberikan setiap individu dari populasi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Metode ini ada beberapa cara yaitu *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *area sampling*. (2). Pengambilan Sampel dengan Metode Non probabilitas: Metode ini tidak menjamin setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Beberapa cara dalam metode ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *accidental sampling*, *purposive sampling*, *saturated sampling*, dan *snowball sampling*.

Peneliti memilih metode pengambilan sampel berdasarkan nonprobabilitas dengan pengambilan sampel purposif karena ingin menemukan responden di kawasan

Glodok Pancoran. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan rumus Cochran, yang mengharuskan penyesuaian jumlah sampel berdasarkan ukuran populasi. Berdasarkan rumus Cochran:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2} = 96,04$$

Keterangan:

- n = Sampel
- z = Harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96
- p = Peluang benar 50% = 0,5
- q = Peluang salah 50% = 0,5
- e = Margin error 10%

Berdasarkan penghitungan rumus di atas ditemukan untuk sampel penelitian yang dibutuhkan sebanyak 96 responden.

### HASIL PENELITIAN Analisis Data dan Interpretasi Uji Validitas

Untuk menguji validitas, hasil kuesioner diuji menggunakan SPSS. Bandingkan nilai  $R^{hitung}$  dengan nilai  $R^{tabel}$ . Jika  $R^{hitung} > R^{tabel}$ , hasil kuesioner dianggap valid. Untuk mencari nilai  $R^{tabel}$  menggunakan rumus:

$$R^{tabel} = N - 2,$$

Taraf signifikansi = 0,05  
 $R^{tabel} = 30 - 2 = 28 (0,361).$

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	$R^{hitung}$	$R^{tabel}$	Keterangan
Citra destinasi	Citra kognitif 1	0,445	0,361	valid
	Citra kognitif 2	0,545	0,361	valid
	Citra kognitif 3	0,651	0,361	valid
	Citra kognitif 4	0,707	0,361	valid
	Citra unik 1	0,708	0,361	valid
	Citra unik 2	0,726	0,361	valid
	Citra unik 3	0,721	0,361	valid
	Citra afektif 1	0,674	0,361	valid
	Citra afektif 2	0,729	0,361	valid
	Citra afektif 3	0,729	0,361	valid
Minat kunjungan wisata	Minat kunjungan wisata 1	0,815	0,361	valid
	Minat kunjungan wisata 2	0,765	0,361	valid
	Minat kunjungan wisata 3	0,779	0,361	valid

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Dari tabel 1 mengenai hasil uji validitas, variabel x dan variabel y menunjukkan bahwa semua nilai  $R^{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $R^{tabel}$ . Ini menunjukkan bahwa semua data tersebut dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Untuk uji reliabilitas, hasil kuesioner dapat diuji menggunakan SPSS. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.703	13

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Menurut tabel 2, hasil uji reliabilitas variabel citra destinasi (X) dalam dimensi kognitif, unik, dan afektif, serta variabel minat kunjungan wisata (Y), menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,703 yang mengindikasikan bahwa data yang diperoleh dianggap reliabel, karena melebihi 0,6.

**Uji Asumsi Klasik**

Dalam pengujian asumsi klasik, terdapat empat metode yang digunakan yaitu:

**Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, di mana hasil data dapat dianggap normal jika nilai hasil data lebih besar (>) dari 0,05.

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		96	
Normal Parameters a,b	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.35248868	
Most Extreme Differences	Absolute	.096	
	Positive	.045	
	Negative	-.096	
Test Sstatistic		.096	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.030c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.329d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.317
		Upper Bound	.341

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil dari tabel 3, nilai dari hasil signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,329 lebih besar dari (>) 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi normal. Hal ini dapat mengartikan bahwa data yang telah di dapatkan ini dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian tentang citra destinasi terhadap minat kunjungan wisata di kawasan Glodok

Pancoran.

**Uji Linieritas**

Jika nilai signifikansi tabel ANOVA untuk deviasi linearitas melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa korelasi antara citra destinasi sebagai variabel independen dan minat kunjungan wisata sebagai variabel dependen cenderung bersifat linear.

**Tabel 4.** Hasil Uji Linieritas

		ANOVA Table					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
MINAT BERKUNJUNG WISATA * CITRA DESTINASI	(Combined)	33.760	11	3.069	1.765	.073	
	Between Groups	Linearity	1.843	1	1.843	1.060	.306
		Deviation from Linearity	31.917	10	3.192	1.835	.067
	Within Groups	146.073	84	1.739			
	Total	179.833	95				

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel 4, nilai signifikansi dari deviasi dari linearitas adalah 0,67. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak cukup bukti untuk menolak asumsi bahwa hubungan antara citra destinasi (variabel bebas) dan minat kunjungan wisata (variabel terikat) adalah linear. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi (X)

memiliki hubungan linear dengan minat kunjungan wisata (Y).

**Uji Multikolinearitas**

Dalam uji multikolinearitas, hasil yang dianggap baik adalah ketika nilai toleransi melebihi (>) 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari (<) 10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas.

**Tabel 5.** Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7.664	.759		10.102	.000		
1 CITRA KOGNITIF	-.074	.044	-.171	-1.707	.091	.899	1.112
CITRA UNIK	.116	.049	.229	2.371	.020	.961	1.041
CITRA AFEKTIF	.218	.066	.333	3.318	.001	.896	1.116

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG WISATA

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.5 di atas, semua aspek menunjukkan nilai toleransi yang lebih besar dari (>) 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang berada di bawah (<) 10. Oleh karena itu, tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat variasi dalam data. Hasil yang diharapkan adalah tidak adanya heteroskedastisitas. Ini dapat dinilai dengan memeriksa nilai signifikansi dalam tabel; Jika nilai signifikansi lebih besar (>) dari 0,05, itu menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam data.

**Tabel 6.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.399	1.060		1.320	.190
1 CITRA KOGNITIF	.048	.061	.087	.796	.428
CITRA UNIK	.013	.069	.020	.185	.854
CITRA AFEKTIF	-.104	.092	-.124	-1.131	.261

a. Dependent Variable: ABS\_RES

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Dari tabel 6, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi (sig.) untuk semua dimensi hasilnya adalah lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat

heteroskedastisitas dalam data tersebut.

**Uji regresi Linier Berganda**

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk menentukan apakah

terdapat korelasi positif atau negatif variabel dependen (Y).  
antara variabel independen (X) dan

**Tabel 7.** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.664	.759		10.102	.000
1 CITRA KOGNITIF	-.074	.044	-.171	-1.707	.091
CITRA UNIK	.116	.049	.229	2.371	.020
CITRA AFEKTIF	.218	.066	.333	3.318	.001

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

$$Y = 7.664 - 0,74X_1 + 0,116X_2 + 0,218X_3 + e$$

Berdasarkan hasil pada tabel 7 di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1). Nilai konstan dalam tabel menunjukkan angka positif sebesar 7,664. Nilai positif menunjukkan adanya hubungan satu arah antara variabel citra destinasi (X) dan variabel minat kunjungan wisata (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga elemen dari variabel tidak mengalami perubahan. (2). Regresi linier berganda pada variabel citra destinasi dengan dimensi citra kognitif memiliki nilai -0,74, yang menunjukkan arah negatif penurunan sebesar 1% jika variabel lain tetap konstan. Ini berarti minat kunjungan wisata akan menurun sebesar -0,74. (3). Regresi linier berganda pada variabel citra destinasi dengan dimensi citra unik memiliki nilai 0,116, menunjukkan arah positif peningkatan sebesar 1% jika variabel lain tetap konstan. Ini berarti minat kunjungan wisata akan meningkat

sebesar 0,116. (4). Regresi linier berganda pada variabel citra destinasi dengan dimensi citra afektif memiliki nilai 0,218, menunjukkan arah positif peningkatan sebesar 1% jika variabel lain tetap konstan. Ini berarti minat kunjungan wisata akan meningkat sebesar 0,218.

### Uji Hipotesis

#### Uji T atau Parsial

Uji t digunakan untuk menilai signifikansi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Jika nilai  $t^{hitung} > t^{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Jika  $t^{hitung} < t^{tabel}$ ,  $H_0$  diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan. Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$ ,  $H_0$  ditolak, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan; jika  $> 0,05$ ,  $H_0$  diterima, tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan.

Rumus mencari  $t^{tabel} = (Nilai \alpha/2); (N-k-1)$   
 $(0,05:2); (96-4-1)$ .  
 $(0,025); (91)$   
 $T^{tabel} = 1.986$

**Tabel 8.** Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.664	.759		10.102	.000
1 CITRA KOGNITIF	-.074	.044	-.171	-1.707	.091
CITRA UNIK	.116	.049	.229	2.371	.020
CITRA AFEKTIF	.218	.066	.333	3.318	.001

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG WISATA

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Dapat Disimpulkan Bahwa Uji t Berdasarkan  $t^{hitung}$  dan  $t^{tabel}$  pada Tabel 8 di atas adalah: Pertama. Nilai  $t^{hitung}$  untuk variabel citra destinasi dengan dimensi citra kognitif sebesar -1,707 lebih kecil (<) dari nilai  $t^{tabel}$  sebesar 1,986, maka dapat disimpulkan  $H_{a1}$  ditolak, yang dapat diartikan tidak ada pengaruh signifikan antara dimensi citra kognitif terhadap minat kunjungan wisata.

Kedua. Nilai  $t^{hitung}$  untuk variabel citra destinasi dengan dimensi citra unik sebesar 2,371 lebih besar (>) dari nilai  $t^{tabel}$  sebesar 1,986, maka dapat disimpulkan  $H_{a2}$  diterima, yang dapat diartikan ada pengaruh signifikan antara dimensi citra unik terhadap minat kunjungan wisata.

Ketiga. Nilai  $t^{hitung}$  untuk variabel citra destinasi dengan dimensi citra afektif sebesar 3,318 lebih besar (>) dari nilai  $t^{tabel}$  sebesar 1,986, maka dapat disimpulkan  $H_{a3}$  diterima, yang dapat diartikan ada pengaruh signifikan antara dimensi citra afektif terhadap minat kunjungan wisata.

Dapat disimpulkan dari uji t berdasarkan nilai tingkat signifikansinya: Pertama. Nilai t berdasarkan tingkat signifikansi variabel citra destinasi dengan dimensi citra kognitif sebesar 0,091 lebih besar dari 0,05, dari nilai itu dapat disimpulkan  $H_{o1}$  diterima, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara dimensi citra kognitif terhadap minat kunjungan wisata. Pengunjung merasa bahwa kawasan Glodok Pancoran masih memiliki kekurangan, yaitu kebersihan yang buruk, keamanan rendah, dan fasilitas umum yang tidak lengkap, seperti parkir motor yang berada di trotoar.

Kedua. Nilai t berdasarkan tingkat signifikansi variabel citra destinasi dengan dimensi citra unik sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05, dari nilai itu dapat

disimpulkan  $H_{o2}$  ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan antara dimensi citra unik terhadap minat kunjungan wisata. Pengunjung merasa bahwa kawasan Glodok Pancoran memiliki berbagai kuliner lokal yang lezat, bangunan dengan desain Tionghoa yang juga menciptakan keunikan tempat tersebut, dan budaya lokal Glodok Pancoran masih kuat, terlihat dari banyaknya pedagang yang merupakan orang Tionghoa dan barang-barang yang dijual masih berkaitan dengan budaya Tionghoa, seperti lampion pakaian Imlek.

Ketiga. Nilai t berdasarkan tingkat signifikansi variabel citra destinasi dengan dimensi citra afektif sebesar 0,020 lebih kecil (<) dari 0,05, maka dapat disimpulkan  $H_{o3}$  ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan antara dimensi citra afektif terhadap minat kunjungan wisata. Banyak pengunjung merasa nyaman saat berkunjung, merasa puas saat berkunjung, dan memiliki kesan baik terhadap kawasan Glodok Pancoran.

Berdasarkan hasil di atas dapat dikatakan bahwa citra unik, dan citra afektif lebih diutamakan, dan mempermudah mereka dalam kunjungan wisata. Sedangkan citra kognitif tidak terlalu diprioritaskan oleh mereka dikarenakan kawasan Glodok Pancoran tentunya lebih mengutamakan budaya, kuliner lokal, dan kenyamanan yang diberikan.

### Uji F atau Simultan

Uji F, atau uji simultan, mengevaluasi apakah variabel bebas secara bersamaan mempengaruhi variabel terikat. Ketika nilai  $F^{hitung} > F^{tabel}$ , variabel bebas memiliki pengaruh simultan. Jika  $F^{hitung} < F^{tabel}$ , tidak ada pengaruh simultan. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , variabel bebas tidak memiliki pengaruh simultan; jika  $< 0,05$ , variabel bebas memiliki pengaruh simultan.

$$\text{Rumus } F^{tabel} = (k/N-k)$$

(k=4); (96-4)  
4/92

$F^{tabel} = 2.704$

**Tabel 9.** Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.057	3	2.019	6.359	.001 <sup>b</sup>
	Residual	29.212	92	.318		
	Total	35.269	95			

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG WISATA

b. Predictors: (Constant), CITRA AFEKTIF, CITRA UNIK, CITRA KOGNITIF

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Dapat disimpulkan bahwa uji f berdasarkan nilai  $f^{hitung}$  dan  $f^{tabel}$  di atas adalah sebagai berikut: bahwa Nilai  $f^{hitung}$  untuk variabel citra destinasi adalah 6,359 yang lebih besar (>) dari nilai  $f^{tabel}$  sebesar 2,704. Maka,  $H_04$  ditolak, dan itu berarti ada pengaruh simultan antara citra destinasi terhadap minat kunjungan wisata.

Dapat disimpulkan bahwa uji f pada tingkat signifikansi adalah sebagai berikut: bahwa Nilai f berdasarkan

tingkat signifikansi variabel citra objektif adalah 0,001, yang lebih kecil (<) dari 0,05, Maka  $H_a4$  diterima, dan itu berarti ada pengaruh simultan antara citra destinasi terhadap minat kunjungan wisata. Berdasarkan data ini, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi kawasan Glodok Pancoran secara simultan mempengaruhi minat kunjungan wisata.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 10.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.414a	.172	.145	.563

a. Predictors: (Constant), CITRA AFEKTIF, CITRA UNIK, CITRA KOGNITIF

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Dari hasil tabel 10, dapat disimpulkan bahwa nilai *adjusted R Square* adalah 0,145 atau setara dengan 14,5%. Dengan kata lain, variabel citra destinasi (X) mempengaruhi variabel minat kunjungan wisata (Y) sebesar 14,5%, sementara 85,5% sisanya ditentukan oleh variabel lain di luar variabel bebas dalam penelitian ini. Alasan mengapa citra destinasi memiliki nilai sebesar 14,5% adalah karena dimensi citra kognitif tidak berpengaruh, sehingga hasilnya lebih kecil.

### PEMBAHASAN

Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan wisata di kawasan Glodok Pancoran. Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun kawasan Glodok Pancoran memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata, citra destinasi tersebut masih memiliki beberapa kekurangan yang dapat memengaruhi daya tarik wisatawan. Citra destinasi adalah persepsi yang dimiliki wisatawan terhadap suatu tempat, yang mencakup berbagai aspek seperti pengetahuan, keunikan, dan emosi yang dirasakan saat berkunjung. Dalam

penelitian ini, citra destinasi dianalisis melalui tiga dimensi utama: dimensi kognitif, dimensi unik, dan dimensi afektif, yang kemudian dikaji pengaruhnya terhadap minat kunjungan wisatawan.

**Dimensi Kognitif** adalah Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kognitif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan wisata di kawasan Glodok Pancoran. Dimensi ini mencakup aspek pengetahuan atau informasi mengenai destinasi, yang berkaitan dengan seberapa banyak informasi yang diketahui oleh wisatawan mengenai suatu tempat, termasuk atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan potensi wisata yang ditawarkan. Dengan nilai thitung sebesar -1.707 yang lebih kecil dari ttabel sebesar 1.986 dan tingkat signifikansi 0.091, hasil ini menunjukkan bahwa informasi yang diterima wisatawan mengenai kawasan Glodok Pancoran belum cukup memadai untuk meningkatkan minat kunjungan. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya promosi yang efektif atau kurangnya akses informasi yang mudah bagi wisatawan. Dalam konteks ini, wisatawan mungkin memiliki pengetahuan yang terbatas tentang apa yang bisa ditawarkan oleh kawasan Glodok Pancoran, sehingga mereka tidak terdorong untuk mengunjungi tempat tersebut. Pihak pengelola dan pemangku kepentingan di kawasan ini perlu meningkatkan strategi komunikasi dan promosi destinasi, termasuk menyediakan informasi yang lebih lengkap dan menarik bagi calon wisatawan melalui berbagai saluran media.

**Dimensi Unik** Sebaliknya, dimensi unik terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisata, dengan nilai thitung sebesar 2.371 yang lebih besar dari ttabel

sebesar 1.986 dan tingkat signifikansi 0.020. Ini menunjukkan bahwa karakteristik khas dan keunikan destinasi memainkan peran penting dalam menarik minat wisatawan. Kawasan Glodok Pancoran dikenal sebagai pusat budaya Tionghoa di Jakarta, dengan banyak warisan budaya, arsitektur, kuliner, dan tradisi yang masih dilestarikan. Keunikan ini menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman budaya yang berbeda. Wisatawan cenderung tertarik mengunjungi tempat yang menawarkan sesuatu yang tidak dapat ditemukan di tempat lain, dan Glodok Pancoran, dengan keunikan budayanya, mampu memberikan hal tersebut. Oleh karena itu, dimensi unik ini perlu terus dikembangkan dan dipromosikan lebih luas, misalnya dengan mengadakan festival budaya, pameran seni, atau program wisata yang menonjolkan keunikan kawasan ini. Pengelola destinasi juga dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dengan memberikan informasi yang lebih mendalam tentang sejarah dan budaya Glodok, sehingga wisatawan dapat memahami dan menghargai nilai-nilai unik yang ada di sana.

**Dimensi Afektif** Dimensi afektif, yang berkaitan dengan emosi dan perasaan positif wisatawan terhadap destinasi, juga berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan, dengan nilai thitung sebesar 3.318 yang lebih besar dari ttabel sebesar 1.986 dan tingkat signifikansi 0.001. Emosi dan pengalaman subjektif yang dirasakan oleh wisatawan saat mengunjungi suatu destinasi merupakan faktor penting dalam membentuk niat untuk kembali berkunjung. Jika wisatawan merasa nyaman, senang, dan memiliki pengalaman yang menyenangkan selama kunjungan mereka, maka mereka lebih mungkin untuk berkunjung kembali di

masa mendatang. Di kawasan Glodok Pancoran, faktor afektif ini dapat terkait dengan suasana yang hangat dan otentik yang ditawarkan oleh kawasan tersebut, mulai dari keramahan penduduk lokal, keindahan arsitektur kuno, hingga kelezatan kuliner khas. Pengalaman emosional positif ini meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat minat wisatawan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, penting bagi pengelola kawasan wisata untuk terus menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan, seperti meningkatkan kualitas layanan, menciptakan lingkungan yang aman dan bersih, serta menjaga interaksi positif antara wisatawan dan penduduk lokal.

Pengaruh Simultan Citra Destinasi Secara simultan, citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisata di kawasan Glodok Pancoran, dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 6.359 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2.704 dan tingkat signifikansi 0.001. Ini menunjukkan bahwa meskipun dimensi kognitif tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial, ketika digabungkan dengan dimensi unik dan afektif, citra destinasi secara keseluruhan tetap memberikan dampak yang signifikan terhadap minat kunjungan. Nilai adjusted  $R^2$  sebesar 14,5% menunjukkan bahwa citra destinasi berkontribusi sebesar 14,5% terhadap minat kunjungan wisatawan. Ini berarti bahwa citra destinasi memainkan peran penting dalam menarik wisatawan, meskipun ada faktor lain yang mungkin juga berpengaruh, seperti kondisi ekonomi, aksesibilitas, dan promosi wisata yang lebih luas. Dalam konteks ini, pengelola destinasi perlu fokus pada upaya untuk memperbaiki dan memperkuat citra destinasi melalui berbagai strategi pemasaran dan perbaikan infrastruktur. Mengingat bahwa citra destinasi tidak

hanya dipengaruhi oleh satu aspek saja, upaya terpadu untuk memperbaiki seluruh elemen citra destinasi, mulai dari informasi yang diberikan hingga pengalaman emosional yang dirasakan wisatawan, harus menjadi prioritas utama.

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi pengembangan destinasi wisata di kawasan Glodok Pancoran. Pertama, aspek informasi dan promosi destinasi perlu diperbaiki agar wisatawan lebih memahami potensi kawasan ini. Kedua, karakteristik unik yang dimiliki oleh kawasan Glodok harus terus dikembangkan dan dipromosikan sebagai daya tarik utama untuk meningkatkan minat kunjungan. Ketiga, pengalaman emosional yang positif harus terus diciptakan melalui peningkatan kualitas layanan dan suasana yang menyenangkan bagi wisatawan. Secara keseluruhan, meskipun citra destinasi berkontribusi terhadap minat kunjungan, pengelola kawasan wisata harus memahami bahwa meningkatkan minat kunjungan wisatawan memerlukan pendekatan yang holistik, dengan memperhatikan semua elemen yang membentuk citra destinasi.

## SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa citra destinasi di kawasan Glodok Pancoran masih memiliki kekurangan yang dapat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. Metode penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan survei. Sampel terdiri dari 96 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, yang merupakan jenis pengambilan sampel non-probabilitas.

Hasil analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah aplikasi IBM SPSS Statistics 25 menunjukkan bahwa: Pertama. Dimensi kognitif tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisata di Kawasan Glodok Pancoran, dengan nilai  $t^{\text{hitung}}$  sebesar -1.707, lebih kecil dari  $t^{\text{tabel}}$  sebesar 1.986, dan tingkat signifikansi 0.091. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek pengetahuan atau informasi mengenai destinasi belum mampu meningkatkan minat kunjungan wisata.

Kedua. Dimensi unik berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisata di Kawasan Glodok Pancoran, dengan nilai  $t^{\text{hitung}}$  sebesar 2.371, lebih besar dari  $t^{\text{tabel}}$  sebesar 1.986, dan tingkat signifikansi 0.020. Artinya, karakteristik khas dan keunikan destinasi memainkan peran penting dalam menarik minat wisatawan.

Ketiga. Dimensi afektif berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisata di Kawasan Glodok Pancoran, dengan nilai  $t^{\text{hitung}}$  sebesar 3.318, lebih besar dari  $t^{\text{tabel}}$  sebesar 1.986, dan tingkat signifikansi 0.001. Ini menunjukkan bahwa emosi dan perasaan positif yang dirasakan wisatawan terhadap destinasi mampu mendorong minat kunjungan.

Keempat. Secara simultan, citra destinasi mempengaruhi minat kunjungan wisata di kawasan Glodok Pancoran, dengan nilai  $F^{\text{hitung}}$  sebesar 6.359, lebih besar dari  $F^{\text{tabel}}$  sebesar 2.704, dan tingkat signifikansi 0.001. Secara keseluruhan atau dari nilai adjusted R<sup>2</sup>, citra destinasi berkontribusi sebesar 14,5% terhadap minat kunjungan wisata, menunjukkan bahwa persepsi umum tentang destinasi ini memiliki dampak yang signifikan dalam menarik wisatawan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Aghniya, N. I., & Subroto, W. T. (2021). Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), 1891–1903.

<https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i5.674>

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>

Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>

Andiani, N., & Ekomadyo, A. S. (2021). Menelusuri Ruang Ekonomi Kota Sebagai Genius Loci Di Kawasan Pecinan Jakarta Barat. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jaz.v4i3.38124>

Ardiyani, F., Afriani, N., & Handini, N. (2023). Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Statistika Parametrik. *Jurnal Bakti Sosial*, 2(1), 77–86. Retrieved from <https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/baktisosial/article/view/110>

Arrahman, Q. K., & Sugiyanto, H. (2023). Pengaruh Stres Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Banua Alam Semesta Banjarmasin. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 1(1), 43-64. Retrieved from <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sab/article/view/5715>

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2 Oktober 2023). *Jumlah kunjungan Wisatawan Mancanegara (wisman) ke Jakarta Agustus 2023 mencapai 218.681 kunjungan, naik 6,82 persen dibandingkan Juli 2023 dan naik*

- 80,07 persen dibandingkan Agustus 2022. Diakses pada 12 Oktober 2024, dari
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. CV. Widina Media Utama. Jawa Barat
- Daffa, K., & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 362-372. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5847407>
- Daffa, P. P., & Rohmatul, F. (2024). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Pegawai Biro OSDM Kementerian Perindustrian RI dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linier Berganda. *Emerging Statistics and Data Science Journal*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.20885/esds.vol2.iss.1.art2>
- Dewantara, Y. F., Pramanik, P. D., Anom, R. I. P., Arafah, W., & Ingkadijaya, R. (2023). Menginvestigasi Hubungan antara Citra Kuliner, Restoran, dan Kegiatan Kuliner terhadap Keinginan Berkunjung Ke Kawasan Petak Sembilan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(2), 125. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i2.1702>
- Dewi, K., Angligan, I. G. K. H., & Mahardika, I. M. N. O. (2023). Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial dalam Membranding Destinasi Wisata sebagai Media Pemasaran. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.53977/jw.v2i1.923>
- Dian, S., Kardinah, I. M., Bintang, N., & Farhan, S. (2023). Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah, Loyalitas Siswa dan Keputusan Memilih Sekolah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 404–408. <https://doi.org/10.55606/jempper.v2i1.881>
- Eraku, S. S., Pambudi, M. R., & Kobi, W. (2023). Inovasi Berkelanjutan: Memperkuat Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Wisata Hiu Paus yang Berkelanjutan di Desa Botubarani. *Geosfera: Jurnal Penelitian Geografi*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.34312/geojpg.v2i1.20003>
- Ernawati, Y., & Rahmawati, F. P. (2022). Analisis Profil Pelajar Pancasila Elemen Bernalar Kritis Dalam Modul Belajar Siswa Literasi Dan Numerasi Jenjang Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*. 6(4). 6132-6144. <https://jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/3181/pdf>
- Fatimah, S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*. 17(2). 28-41 <http://dx.doi.org/10.33489/mibj.v17i2.207>
- Fattah, V. (2023). *Ekonomi Pariwisata: Teori, Model, Konsep dan Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*. Publica Indonesia Utama. Jakarta
- Gustia, A., & Putra, T. (2021). Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(1), 7-12. <https://doi.org/10.24036/jkpbbp.v2i1.24872>

- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Hasyim, H. R. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Nilai Tukar di Indonesia Tahun 2006-2018. *Jurnal Al-Iqtishad*, 14(2), 63. <https://doi.org/10.24014/jiq.v14i2.6835>
- Iskandar, H. (2022). Peran Koko Cici Jakarta Dalam Promosi Destinasi Budaya Tionghoa Studi Kasus Petak 9 Jakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 144–151. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.50015>
- Ismayani, A. (2019). Metodologi Penelitian. *Syiah Kuala University Press*. Aceh
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Aktivitas Belajar Mahasiswa dengan Menggunakan Media Pembelajaran Learning Management System (LMS) Berbasis Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1). <http://dx.doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Luturlean, B. S. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Humaniora. Bandung
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342. <https://doi.org/10.30598/barekengv014iss3pp333-342>
- Maulidia, I., Siregar, M. R. A., & Jayawinangun, R. (2022). Bagaimana Komunikasi Antara Pengelola Dengan Pemerintah Dalam Membangun Citra Destinasi Kampung Wisata Tematik? *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 6(1), 54–62. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v6i1.5313>
- Maura, M. S., & Hidayatullah, M. S. (2023). Pengaruh Label Halal Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus: Remaja Generasi Z). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 478–487. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3415>
- Negoro, A. H. S., & Utama, P. S. (2019). Kualitas Pelayanan Becak Wisata pada Wisatawan Kapal Pesiar di Kota Probolinggo. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v3i2.21271>
- Ningsih, Y., & Arianto, T. (2024). *INDUSTRI PARIWISATA Oleh. Pengantar Ilmu Pariwisata*.

- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran UMKM. *Jurnal ema*, 5(2).  
<https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Pibriana, D. (2020). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 7(3), 580–592.  
<https://doi.org/10.35957/jatisi.v7i3.382>
- Pradana, T., & Stefanus Purba, A. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Gunung Dago, Bogor. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 275–288.  
<https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.242>
- Pratama, R. A. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Wisata Darajat Pass. *Doctoral Dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.  
<https://digilib.uinsgd.ac.id/77566/>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books. Jakarta
- Purba, H., & Irwansyah, I. (2022). User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37676/professional.v9i2.3065>
- Putri, P. P., & Edison, E. (2024). Pengaruh Travel Motivation dan Perceived Value Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Lebakmuncang Ciwidey. *Manajemen Dan Pariwisata*, 3(1), 107–128.  
<https://doi.org/10.32659/jmp.v3i1.345>
- Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 150–160.  
<https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.235>
- Singgale, Y. A. (2023). Destination Branding dan Optimalisasi Performa Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) melalui Sistem Informasi Desa Wisata Berbasis Bauran Pemasaran 9P. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 5(1), 79–88.  
<https://doi.org/10.47065/josh.v5i1.4353>
- Sugawa, O. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Candi Gedong Songo Di Desa Banyukuning, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang*.  
[https://repository.unissula.ac.id/32773/2/31201600878\\_fullpdf.pdf](https://repository.unissula.ac.id/32773/2/31201600878_fullpdf.pdf)
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung
- Sulistiyafani, A., & Sastrawan, I. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Di Pantai Pandawa, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), 96 - 104.  
doi:10.24843/JDEPAR.2021.v09.i01.p11

- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. UNJ Press. Jakarta
- Surianto, K. N., & Istriani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta. *Proceeding SENDI\_U*, 345-358. Retrieved from <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/7380>
- Tjilen, A. P., Waas, R. F. Y., Ririhena, S. W., Tambaip, B., Syahrudin, S., Ohoiwutun, Y., & Prihandayani, R. D. (2023). Optimalisasi Potensi Desa Wisata Melalui Manajemen Pengelolaan yang Berkelanjutan: Kontribusi bagi Kesejahteraan Masyarakat Lokal. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*. 2(6). <https://doi.org/10.5281/zenodo.8373947>
- Wada, F. H., Pertiwi, A., Hasiolan, M. I. S., Lestari, S., Sudipa, I. G. I., Patalatu, J. S., Boari, Y., Ferdinan, F., Puspitaningrum, J., Ifadah, E., & Rahman, A. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Wulandari, S. A. (2019). Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Tanpa Akuntabilitas Publik (Sak Etap) Dalam Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kredit Perbankan (Studi Kasus Pada UMKM Kota Cimahi). *Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia*. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2240/>
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Universitas Airlangga*. <https://repository.unair.ac.id/86231/>
- Yusuf, M. (2023). Rebranding Madrasah Dalam Membangun Citra Positif Dan Modern. *Journal of Education Management Research*, 1(2), 65-82. <https://journal.cahyaedu.com/index.php/jemr/article/view/22>
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & KH M. Zakariah. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R n D). *Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka*. Sulawesi Tenggara