

## ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK WISATA KULINER DAN FASILITAS PUBLIK TERHADAP MINAT BELI ULANG WISATA KULINER

Marcella Agrifin<sup>1</sup>, Ika Suryono Djunaid<sup>2</sup>  
Universitas Bunda Mulia<sup>1,2</sup>  
[marcellaagrifin2003@gmail.com](mailto:marcellaagrifin2003@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara daya tarik wisata dan ketersediaan fasilitas publik terhadap minat beli ulang di kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah populasi tidak diketahui (populasi infinit) dan sampel berjumlah 130 responden dengan teknik sampling yaitu *non-probability sampling* dan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil uji T diketahui bahwa terdapat pengaruh antara daya tarik wisata terhadap minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang, namun variabel fasilitas publik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang di kawasan tersebut. Kesimpulan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata dan fasilitas publik terhadap minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang. Dengan begitu, pengelola Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang diharapkan dapat terus meningkatkan daya tarik wisata serta ketersediaan fasilitas publik untuk mempengaruhi minat beli ulang masyarakat pada kawasan tersebut.

**Kata Kunci:** Daya Tarik Wisata, Fasilitas Publik, Minat Beli Ulang, Pasar Lama Tangerang, Wisata Kuliner.

### ABSTRACT

*This study aims to determine whether there is a relationship between tourist attractions and the availability of public facilities on repurchase interest in the Pasar Lama Culinary Tourism area of Tangerang. This study uses a quantitative method. The population is unknown (infinite population) and the sample is 130 respondents with sampling techniques, namely non-probability sampling and purposive sampling methods. Based on the results of the T test, it is known that there is an influence between tourist attractions on repurchase interest in the Pasar Lama Culinary Tourism Area of Tangerang, but the public facility variable does not have a significant influence on repurchase interest in the area. The conclusion is that together there is a significant influence between tourist attractions and public facilities on repurchase interest in the Pasar Lama Culinary Tourism Area of Tangerang. That way, the management of the Pasar Lama Culinary Tourism Area of Tangerang is expected to continue to improve tourist attractions and the availability of public facilities to influence the repurchase interest of the community in the area.*

**Keywords:** Culinary Tourism, Pasar Lama Tangerang, Public Facilities, Repurchase Intention, Tourist Attraction.

## PENDAHULUAN

Indonesia terkenal akan kekayaan alam dan budayanya, sehingga tidak sedikit orang yang ingin berkunjung untuk menikmati dan mengenal secara langsung bagaimana alam dan budaya yang dimiliki negara ini (Bellboy, 2022). Dilansir dari Indonesia.go.id (Eri Sutrisno, 2022) pada 2022 peringkat pariwisata Indonesia berada di urutan 32 yang sebelumnya ada pada urutan ke-44. Ini menjadi kali pertama bagi Indonesia dalam meraih peringkat *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)* di atas Malaysia, Thailand, dan Vietnam dari 117 negara lainnya.

Pariwisata merupakan kegiatan bepergian atau perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam jangka waktu kurang dari satu tahun dengan berbagai tujuan, seperti bersenang-senang, bisnis, berobat, atau tujuan lainnya. Mengutip dari (Pengembangan Kepariwisata, 2023), *Spillane* (1987) mengatakan bahwa terdapat lima unsur penting dalam industri pariwisata, yaitu *attractions, facilities, infrastructure, transportations,* dan *hospitality*. *Attractions* (daya tarik) merupakan hal yang diperlukan setiap tempat wisata untuk menarik minat pengunjung, diikuti dengan ketersediaan fasilitas, infrastruktur, dan transportasi, serta layanan *food and beverage* yang termasuk dalam bagian *hospitality*.

Kelima unsur pariwisata perlu disesuaikan dengan jenis-jenis

pariwisata yang ada, salah satunya adalah wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan kegiatan bepergian atau berlibur dalam suatu tempat atau kawasan dengan tujuan mencoba berbagai hidangan khas dari daerah tersebut. Di Indonesia, khususnya Kota Tangerang, terdapat beberapa tempat wisata kuliner yang sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, salah satunya adalah Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang.

Wisata kuliner Pasar Lama Tangerang berlokasi di Jalan Kisamaun RT.001/RW.006, Pasar Lama, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Tidak ada jam operasional pasti, namun biasanya para pedagang akan mulai mempersiapkan dan membuka dagangannya sekitar pukul 16.00 diikuti dengan berdatangnya para pengunjung pada pukul 17.00 WIB hingga pukul 23.00 WIB. Pada saat memasuki kawasan wisata kuliner Pasar Lama, para pengunjung akan disuguhkan dengan berbagai macam jenis makanan dan minuman dari berbagai daerah hingga negara dengan variasi harga mulai dari Rp 5.000,- hingga Rp 50.000,- .

Pengunjung Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang tidak hanya orang asli Tangerang, melainkan terdapat banyak pengunjung dari berbagai kota lainnya. Namun terdapat beberapa keluhan dari para pengunjung terkait fasilitas dan kebersihan dari daerah wisata tersebut yang diungkapkan pada *google reviews* (Ulasan Pasar Lama Tangerang, n.d.), seperti:

**Tabel 1.** Ulasan Pasar Lama Tangerang

Nama	Keluhan
Ariska Cahyani	Pasar Lama terkenal kulinernya, akan tetapi tidak dengan lingkungan kotornya, bau yang membuat pusing, terlalu padat, tidak ada tempat sampah, dan banyak preman berkedok ngamen.
Wahyu Hari Setiawan	Pengendara motor memasuki jalur pejalan kaki, sehingga akan berbahaya untuk para pejalan kaki.

Nama	Keluhan
<b>Industri Mega</b>	Pasar Lama sudah tidak aman, banyak copetnya, banyak modusnya, bahkan ada yang tasnya sampai di robek, serta menyarankan untuk mengamankan barang berharga dan membawa helm karena kurangnya keamanan dalam tempat parkir. Sampai saat ini tidak ada tindakan dari pihak berwajib atau pemerintah setempat terkait permasalahan ini.
<b>DAP</b>	Kotor, kumuh, berantakan, semrawut, dan jalanan terlalu sempit
<b>Raras Indrati</b>	Kurang nyaman, sampah bertebaran dimana-mana karena susah cari tempat sampah
<b>Warsito</b>	Terlalu banyak pengamen. Food: 2/5   Service: 2/5   Atmosphere: 1/5
<b>Aprilia Dwi</b>	Yang suka jajan cocok banget kesini, banyak sekali jenis makanan dan minuman, tapi tempatnya sangat sempit, sehingga benar-benar tidak ada sela, bahkan untuk jalan saja harus tabrakan badan sama orang lain. Parkiran pun agak sulit, terutama untuk kendaraan roda empat.
<b>Asep Ucha Setiawan</b>	Fasilitas toilet ada namun terbatas, alur pejalan kaki sebaiknya diatur supaya nyaman dan tidak berdesakan/ bertabrakan.
<b>Putri Wulansari Purnama</b>	Wisata kuliner malam yang perlu dikunjungi, banyak variasi jajanan sampai makanan berat. Harus siap bermacam-macetan kalau kesini weekend atau di hari libur nasional, parkir banyak sekali di pinggir jalan jadi lumayan bikin kemacetan. Favorit jajan disini bakso goreng, telur gulung, cumi-cumi bakar dan es semangka India.
<b>Liorde Sien</b>	Sangat crowded. Tapi jajanan viral banyak di sini. Tidak begitu murah juga. Sebagian malah tidak begitu enak, yang <i>worth it</i> biasanya yang viral, namun antriannya sangat panjang. Parkiran mobil jauh-jauh, namun dekat dengan stasiun KRL.

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Dengan sampel ulasan dari para pengunjung dapat disimpulkan bahwa kemacetan menjadi keluhan utama, diikuti dengan kurangnya ketersediaan fasilitas umum seperti parkir, toilet, dan tempat sampah, sehingga menimbulkan kesan yang berantakan dan kurangnya kebersihan pada kawasan setempat. Namun di samping banyaknya keluhan terkait kebersihan dan fasilitas yang disediakan, tingginya kunjungan dan minat beli ulang dari para masyarakat menjadi pertanyaan bagi Peneliti.

Daya tarik wisata dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan merupakan sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Sedangkan dalam literatur luar negeri, daya tarik wisata dikenal dengan istilah *tourist attraction* yang memiliki arti segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi seseorang untuk berwisata mengunjungi suatu daerah tertentu (Muliani, 2019).

Minat beli ulang merupakan tindakan seseorang berupa respon

terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut, terutama jika konsumen mendapat respon positif atas suatu tindakan di masa lalu, maka hal tersebut yang menjadi pendorong individu dalam melakukan pembelian ulang (Monica, 2020). Oleh karena itu, berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Irena, 2023) dalam jurnal "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Kuliner dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali di Pasar Lama Tangerang" disimpulkan bahwa daya tarik wisata memiliki dampak yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Kawasan Pasar Lama Tangerang untuk melakukan pembelian dalam kuliner wisata tersebut.

Menurut Kotler dalam (Putri, 2022) fasilitas merujuk pada segala sesuatu yang berbentuk fisik dan disediakan oleh pengelola suatu tempat dengan maksud dan tujuan untuk mendukung dan meningkatkan

kenyamanan para pengunjung. Dengan begitu, fasilitas menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Maka berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Marheiningsih, 2020) dalam jurnal “Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima” dapat disimpulkan bahwa fasilitas memberikan pengaruh terhadap keinginan konsumen dalam melakukan pembelian kembali di Cafe Ilo Peta Kota Bima.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif untuk menguji pengaruh daya tarik wisata kuliner dan fasilitas publik terhadap minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengunjung Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang sebagai populasi penelitian. Namun dalam penelitian ini, dapat dikatakan bahwa populasi penelitian belum diketahui dengan pasti atau tidak diketahui jumlahnya.

Penelitian ini akan menentukan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Hair, dikarenakan ukuran populasi penelitian yang belum atau tidak diketahui jumlah pastinya.

Jumlah sampel yang baik berada pada angka 100 hingga 200 responden dan dapat disesuaikan kembali dengan

jumlah indikator yang akan digunakan dalam kuesioner penelitian dengan asumsi 5 sampai 10 kali lipat jumlah indikator yang digunakan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 13 indikator. Oleh karena itu, penelitian ini akan menentukan sampel dengan rumus hair, yaitu  $5 \times 13 = 65$  sampai  $10 \times 13 = 130$  sampel.

Berdasarkan jumlah perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimum adalah 65 dan maksimum adalah 130 sampel. Dengan begitu, peneliti akan menggunakan asumsi 10 kali lipat jumlah indikator, sehingga jumlah sampel yang digunakan ada pada angka maksimum, yaitu 130 responden.

Teknik *sampling* atau teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, kriteria yang ditetapkan untuk menjadi subjek penelitian adalah pengunjung Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang yang telah mengunjungi dan melakukan transaksi pembelian di kawasan tersebut lebih dari 1 kali.

### **HASIL PENELITIAN**

#### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian melalui kuesioner yang disebarkan kepada 130 responden meliputi jenis kelamin, usia, pendapatan, serta banyaknya jumlah kunjungan. Berikut deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini:

#### **Jenis kelamin**

**Tabel 1.** Identitas Berdasarkan Gender

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Persentase</b>	<b>Jumlah Responden</b>
<b>Laki-laki</b>	41,5%	54
<b>Perempuan</b>	58,5%	76
<b>Total</b>	100%	130

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Berdasarkan data tersebut, jumlah responden yang paling banyak mengisi kuesioner adalah perempuan dengan total persentase 58,5% atau sebanyak 76 responden dari total 130 responden. Hal ini dipengaruhi oleh daya tarik yang dimiliki Kawasan Wisata Kuliner Pasar

Lama Tangerang yaitu beragamnya jenis makanan dan minuman yang umumnya lebih disukai oleh perempuan, sehingga jumlah responden dalam penelitian ini lebih banyak perempuan.

## Usia

**Tabel 2.** Identitas Berdasarkan Usia

Usia	Persentase	Jumlah Responden
16-20 tahun	19,2%	25
21-25 tahun	33,8%	44
26-30 tahun	16,2%	21
>30 tahun	30,8%	40
Total	100%	130

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Berdasarkan data tersebut, yang paling banyak mengisi kuesioner ini adalah responden dengan rentan usia 21-25 tahun dengan jumlah 44 responden dan mereka yang berusia lebih dari 30 tahun dengan jumlah 40 responden dari total 130 responden. Hasil ini berkaitan

dengan hobi generasi milenial dan generasi Z seperti berkumpul, berbelanja, olahraga, traveling, hingga beberapa kegiatan lainnya yang disesuaikan dengan status ekonomi mereka.

## Pendapatan

**Tabel 3.** Identitas Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Persentase	Jumlah Responden
Rp 0 – Rp 1.000.000	20%	26
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	7,7%	10
Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	9,2%	12
Lebih dari Rp 3.000.000	63,1%	82
Total	100%	130

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Berdasarkan data di atas, yang paling banyak mengisi kuesioner ini adalah responden dengan pendapatan lebih dari Rp 3.000.000 dengan jumlah 82 responden dari total 130 responden. Hal ini berhubungan dengan kriteria responden berdasarkan usia, yaitu

persentase terbesar ada pada *range* usia 21-25 tahun dengan jumlah 33,8% atau sebanyak 44 responden dan *range* usia lebih dari 30 dengan jumlah 30,8% atau sebanyak 40 responden, dimana usia ini termasuk pada usia produktif bekerja.

## Jumlah banyaknya kunjungan

**Tabel 4.** Identitas berdasarkan Jumlah Kunjungan

Jumlah Kunjungan	Persentase	Jumlah Responden
Pertama kali	0%	0
2 kali	13,8%	18
3-5 kali	25,4%	33
Lebih dari 5 kali	60,8%	79
Total	100%	130

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa banyak responden yang telah mengunjungi kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang lebih dari 5 kali dengan jumlah responden sebanyak 79 dari total 130 responden, diikuti responden dengan total kunjungan 3-5 kali sebanyak 33 responden, responden dengan total kunjungan 2 kali sebanyak 18 responden, dan jumlah responden yang pertama kali mengunjungi kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang sebanyak 0 responden.

Banyaknya responden yang mengunjungi Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang lebih dari 5 kali

dikarenakan tempat tersebut menjadi destinasi utama yang tergolong murah untuk berkumpul dan berjalan-jalan bersama keluarga atau teman.

### Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam menentukan variabel berbentuk linear atau tidak adalah jika nilai signifikansi menunjukkan  $> 0,05$  maka model regresi berbentuk linear atau berhubungan.

**Tabel 5.** Hasil Uji Linearitas

	ANOVA Tabel	Keterangan
Minat Beli Ulang * Daya Tarik Wisata	Sig. 0,834	Berbentuk Linear / Berhubungan
Minat Beli Ulang * Fasilitas Publik	0,016	Tidak berbentuk Linear / Tidak berhubungan

(Sumber: Hasil Olah data SPSS 29, (2024))

Berdasarkan data pada tabel 5. menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Daya Tarik Wisata (X1) dengan Minat Beli Ulang (Y) karena memperoleh nilai signifikansi  $0,834 > 0,05$ . Sedangkan variabel Fasilitas Publik (X2) tidak memiliki hubungan linear dengan variabel Minat Beli Ulang (Y) karena memperoleh nilai signifikansi  $0,016 < 0,05$ .

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan antar variabel independen. Hal tersebut didasarkan pada pengambilan keputusan jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$  yang berarti tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients</i>			
		<b>Collinearity Statistics</b>	
	<b>Sig.</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
Daya Tarik	<,001	,547	1,828
Fasilitas	,083	,547	1,828

(Sumber: Hasil Olah data SPSS 29, (2024))

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diketahui bahwa nilai VIF pada variabel Daya Tarik Wisata (X1) dan variabel Fasilitas Publik (X2) adalah  $1,828 < 10$  dan nilai *tolerance value*  $0,547 > 0,10$  maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variansi dalam model regresi antara residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Penelitian ini menggunakan uji Spearman dengan dasar pengambilan keputusan yaitu nilai signifikansi  $> 0.05$  maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 7.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

<b>Correlations</b>	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>
<b>Daya Tarik Wisata</b>	,967
<b>Fasilitas Publik</b>	,346

(Sumber: Hasil Olah data SPSS 29, (2024))

Berdasarkan data pada tabel 7. diketahui bahwa nilai Sig pada variabel Daya Tarik (X1) adalah  $0,967 > 0,05$  dan nilai Sig pada variabel Fasilitas Publik (X2) adalah  $0,346 > 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas melainkan mengalami homokedastisitas (tetap).

**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel daya tarik wisata (X1) dan fasilitas publik (X2) terhadap variabel minat beli ulang (Y) di kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang.

**Tabel 8.** Hasil Uji Linear Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,772	1,747		6,739	<,001
	Daya Tarik	,653	,140	,456	4,683	<,001
	Fasilitas	,301	,172	,170	1,746	,083

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

(Sumber: Hasil Olah data SPSS 29, (2024))

Berdasarkan data pada gambar 1. dapat diterangkan dengan rumus  $Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$ . Maka persamaan regresi linear berganda dari data tersebut adalah  $Y = 11,772 + 0,653 + 0,301 + e$ . Dari persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa:

Pertama. Nilai konstanta (a) atau keadaan saat variabel minat beli ulang (Y) belum dipengaruhi oleh variabel daya tarik wisata (X1) dan fasilitas public (X2) adalah sebesar 11,772. Jika variabel independen tidak ada, maka variabel minat beli ulang tidak mengalami perubahan.

Kedua. Nilai  $\beta_1X_1$  sebesar 0,653 menunjukkan bahwa variabel daya tarik mempunyai nilai positif, yang berarti jika daya tarik wisata mengalami kenaikan 1% maka minat beli ulang akan naik sebesar 0,653 atau 65,3% dengan

asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Ketiga. Nilai  $\beta_2X_2$  sebesar 0,301 menunjukkan bahwa variabel fasilitas publik mempunyai nilai positif, yang berarti jika fasilitas publik mengalami kenaikan 1% maka minat beli ulang akan naik sebesar 0,301 atau 30,1%, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Uji T

Uji T dilakukan untuk menunjukkan seberapa banyak pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan dasar pengambilan keputusan yaitu nilai signifikansi  $< 0,05$ .

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,772	1,747		6,739	<,001
	Daya Tarik	,653	,140	,456	4,683	<,001
	Fasilitas	,301	,172	,170	1,746	,083

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

(Sumber: Hasil Olah data SPSS 29, (2024))

Berdasarkan data pada gambar 2. dapat dilihat bahwa:

### Variabel Daya Tarik Wisata (X1)

#### Hipotesis 1

Ha1. Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap daya tarik wisata kuliner pada minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama, Tangerang

Ho1. Tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap daya tarik wisata kuliner pada minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama, Tangerang

T hitung = 4,683 dan Signifikansi =  $< 0,001$

#### Menentukan t Tabel

Taraf signifikan  $0,05/2 = 0,0025$  (uji 2 arah) dengan derajat kebebasan (df) =  $n - k$ , (df) –  $130 - 3 = 127$   
 Hasil t tabel adalah 1,978

#### Kriteria Pengujian dan Keputusan

t hitung  $<$  t tabel = Ho diterima dan Ha1 ditolak

t hitung  $>$  t tabel = Ho ditolak dan Ha1 diterima

maka pada penelitian ini nilai t hitung pada variabel daya tarik wisata adalah  $4,683 > 1,978$  dan nilai sig sebesar  $(<0.001) < 0.05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima.

Kesimpulan: Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata terhadap minat beli ulang di kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang.

**Variabel Fasilitas Public (X2)**

**Hipotesis 2**

$H_{a2}$ . Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap ketersediaan fasilitas publik pada minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama, Tangerang

$H_{o2}$ . Tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap ketersediaan fasilitas publik pada minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama, Tangerang  
T hitung = 1,746 dan Signifikansi = 0.083

**Menentukan t Tabel**

Taraf signifikan  $0,05/2 = 0.0025$  (uji 2 arah) dengan derajat kebebasan

$(df) = n - k, (df) - 130 - 3 = 127$   
Hasil t tabel adalah 1,978

**Kriteria Pengujian dan Keputusan**

t hitung < t tabel =  $H_0$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak

t hitung > t tabel =  $H_0$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima

maka pada penelitian ini nilai t hitung pada variabel fasilitas publik adalah  $1.746 < 1,978$  dan nilai sig sebesar  $0.083 > 0.05$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak

Kesimpulan: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas publik terhadap minat beli ulang di kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang.

**Uji F**

Uji F dilakukan untuk melihat seberapa banyak pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan dasar pengambilan keputusan nilai signifikansi sebesar 5%.

**Gambar 10.** Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	856,805	2	428,403	32,900	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	1653,725	127	13,021		
	Total	2510,531	129			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Daya Tarik

(Sumber: Hasil Olah data SPSS 29, (2024))

Berdasarkan data pada gambar 3. dapat dilihat bahwa hasil uji sebagai berikut:

**Hipotesis 3**

$H_{a3}$ . Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata kuliner dan fasilitas publik terhadap

minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama, Tangerang

$H_{o3}$ . Tidak ada pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata kuliner dan fasilitas publik terhadap minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama, Tangerang

F hitung = 32,900 dan Signifikansi =

<0.001

Menentukan f tabel

Taraf signifikan 0,05

$df1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$

$df2 = n - k = 130 - 3 = 127$

Hasil f tabel adalah 3,92

Kriteria pengujian dan keputusan

f hitung < f tabel = Ho diterima dan Ha3 ditolak

f hitung > f tabel = Ho ditolak dan Ha3 diterima

Maka pada penelitian ini nilai f hitung sebesar 32,900 lebih besar dari nilai f tabel yaitu 3,92 dan nilai sig sebesar (<0.001) < 0.05 yang berarti Ho

ditolak dan Ha3 diterima.

Kesimpulan: Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata dan fasilitas publik terhadap minat beli ulang di kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk menghitung seberapa jauh kemampuan variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,584 <sup>a</sup>	,341	,331	3,609

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Daya Tarik

(Sumber: Hasil Olah data SPSS 29, (2024))

Berdasarkan data pada tabel 7. dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,331 atau 33,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata (X1) dan fasilitas publik (X2) secara bersama sama memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli ulang (Y) sebesar 33,1%.

### PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang terkumpul, dapat diketahui bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan kisaran usia 21-25 tahun dan pendapatan lebih dari Rp 3.000.000,- serta pernah mengunjungi Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang lebih dari 5 kali.

Hasil uji validitas dan reliabilitas, dapat dikatakan bahwa pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan reliabel karena tidak terjadi penilaian atau pemahaman ganda dari para responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada.

Berdasarkan hasil uji linearitas, dapat dikatakan bahwa variabel daya tarik wisata kuliner memiliki hubungan dengan variabel minat beli ulang di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang, namun tidak dengan variabel fasilitas publik yang tidak memiliki hubungan dengan variabel minat beli ulang Masyarakat.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, dapat dikatakan bahwa data ini tidak terjadi gejala multikolinearitas karena hasil uji menunjukkan nilai VIF 1,828 < 10 dan nilai tolerance value 0,547 > 0,10.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, dapat dikatakan bahwa data ini tidak mengalami heteroskedastisitas (homokedastisitas) dengan nilai signifikansi masing-masing 0,967 > 0,05 untuk variabel daya tarik wisata, dan 0,346 > 0,05 untuk variabel fasilitas publik.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dihasilkan  $Y = 11,772 + 0,653 + 0,301 + e$  yang berarti masing-masing variabel memiliki pengaruh terhadap nilai konstanta sebesar 0,653 dan 0,301.

Berdasarkan hasil uji hipotesis T, dapat dikatakan bahwa variabel daya tarik wisata memiliki nilai t hitung 4,683 > 1,978 t tabel maka Ho1 ditolak dan Ho1 diterima, serta variabel fasilitas publik memiliki nilai t hitung 1,746 < 1,978 t tabel maka Ho2 diterima dan Ha2 ditolak. Berdasarkan hasil uji hipotesis F, dapat dikatakan bahwa f hitung memiliki nilai 32,900 > 3,92 maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima.

Berdasarkan hasil uji koefisiensi determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,331, maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 33,1% sehingga 66,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

## SIMPULAN

Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata yang dimiliki Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang dengan minat beli ulang masyarakat terhadap kawasan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T yang memiliki nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu 4,683 > 1,978 dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada taraf signifikansi yaitu ( $<0.001$ ) < 0.05, serta pada uji regresi linear berganda memperoleh hasil 0,653 dimana jika daya tarik wisata mengalami kenaikan 1% maka minat beli ulang akan naik sebesar 0,653 atau 65,3% dan bernilai positif.

Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara ketersediaan fasilitas publik di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang dengan minat beli ulang masyarakat terhadap kawasan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan hasil

Uji T yang memiliki nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel yaitu  $1.746 < 1,978$  dan nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi yaitu  $0.083 > 0.05$ . Namun pada uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel fasilitas publik mempunyai nilai positif, yang berarti jika fasilitas publik mengalami kenaikan 1% maka minat beli ulang akan naik sebesar 0,301 atau 30,1% dengan konstanta atau variabel minat beli ulang bernilai positif.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata dan ketersediaan fasilitas publik terhadap minat beli ulang Masyarakat di Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang. Hal ini dibuktikan dengan uji F yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari pada taraf signifikansi yaitu ( $<0.001$ ) < 0.05, serta pada uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,331 atau 33,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata dan ketersediaan fasilitas publik secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel minat beli ulang sebesar 33,1%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, I. (2019). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Journal System Lembaga Penelitian Bina Patria*, 14(3). <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i3.328>
- Setyawati, A. A. (2020, December 19). Wisata Kuliner di Pasar Lama Tangerang, Komplet Banget! DetikTravel. <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-5301739/wisata-kuliner-di-pasar-lama-tangerang-komplet-banget>

- Sutrisno, E. (2022, September 28). Peringkat Pariwisata Indonesia Naik Pesat. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/5975/peringkat-pariwisata-indonesia-naik-pesat?lang=1>
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123–133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>
- Humairoh, H., Febriani, N., & Annas, M. (2023). Determinasi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi TikTok. *Dynamic Management Journal*, 7(1). <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7440>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- irena, F., & Sarudin, R. (2023). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Kuliner Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2027–2037. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1261>
- Krisnadi, A. R., & Natalia, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Komponen Destinasi Wisata di Kawasan Kuliner, Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 2(1), 34–46. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Lestari, E., & Djunaid, I. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol. *Jurnal Pesona Hospitality*, 15(2). <https://jurnal.pertiwi.ac.id/index.php/pesonahospitality/article/view/13>
- Marheiningsih, M., & Amirulmukminin, A. (2020). Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3). <http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v4i3.1184>
- Bellboy, M. (2022, November 21). Mengenal 9 Warisan Budaya Indonesia yang Telah Mendunia. Traveloka. <https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/warisan-budaya-indonesia-yang-telah-mendunia-acc/183177>
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung). 6(1), 30-37. [https://openlibrary.telkomuniversit.ac.id/pustaka/files/157210/jurnal\\_eproc/pengaruh-customer-experience-terhadap-minat-beli-ulang-studi-kasus-pada-taman-kardus-bandung-tahun-2019.pdf](https://openlibrary.telkomuniversit.ac.id/pustaka/files/157210/jurnal_eproc/pengaruh-customer-experience-terhadap-minat-beli-ulang-studi-kasus-pada-taman-kardus-bandung-tahun-2019.pdf)
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata*, 1(1), 50–56. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Nabila Mondri. (2023). Tipologi Wisatawan dalam Memilih Resort Berdasarkan Value of Stay dan Resort Attributes Criteria. <http://repository.upi.edu/id/eprint/89412>
- Pebriana, P. D. K. I., & Oktarini, N. L. (2023). Analisis Minat Beli Ulang pada Sektor Usaha Kuliner. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(4), 687–687. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.ph>

[p/widyaamrita/article/download/2700/1516/](https://widyaamrita/article/download/2700/1516/)

- Pranatika, D., & Albari. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Motivasi Hedonis terhadap Minat Pembelian Ulang Online. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 92–105. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- PSPPR UGM. (2023, August 25). Pengembangan Kepariwisata. PSPPR UGM. <https://psppr.ugm.ac.id/2023/08/25/pengembangan-kepariwisataan/>
- Putri, D., & Syamsiyah, N. R. (2022). Identifikasi Ketersediaan Fasilitas Sarana Dan Prasarana Di Kawasan Wisata Kuliner Pati. 2022: Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/siar/article/view/994>
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Ulasan Pasar Lama Tangerang. (n.d.). Google Reviews. Retrieved February 27, 2024, from <https://g.co/kgs/qKTAHhz>
- Wibawati, D., & Prabhawati, A. (2021). Upaya Indonesia untuk Mempromosikan Wisata Kuliner sebagai Warisan Budaya Dunia. *Journal Of Tourism And Creativity*, 5(1), 36-44. doi:10.19184/jtc.v5i1.21108