

## **Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Marunda Jakarta Utara**

**Vincent Claudius<sup>1\*</sup>, Imam Ardiansyah<sup>2</sup>**  
Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia<sup>1\*2</sup>  
S19190247@student.ubm.ac.id<sup>1\*</sup>

Received: 18/07/2023

Revised: 22/07/2023

Accepted: 03/08/2023

### **Abstrak**

Kampung Marunda adalah tujuan populer bagi wisatawan internasional dan domestik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah daya tarik visual memiliki peran dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Kampung Marunda, sebuah lingkungan di Jakarta Utara. Ada total 99 peserta dalam sampel yang digunakan untuk analisis ini. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan strategi penelitian deskriptif. Meskipun uji T tidak menemukan hubungan yang signifikan secara statistik antara dimensi Ketertarikan dan Minat Mengunjungi Kampung Marunda Jakarta Utara, namun terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara dimensi Aksesibilitas dengan Amenitas dan Minat Mengunjungi Kampung Marunda Jakarta Utara. Uji F menunjukkan bahwa minat berkunjung ke Kampung Marunda Jakarta dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas secara bersamaan.

**Kata Kunci:** Daya Tarik, Wisata Pesisir, Minat Berkunjung.

### **Abstract**

*Kampung Marunda is a popular destination for both international and domestic travelers. The goal of this research was to establish whether or not visual appeal has a role in influencing tourists' decisions to visit Kampung Marunda, a neighborhood in North Jakarta. There were a total of 99 participants in the samples utilized for this analysis. This study used a quantitative methodology with a descriptive strategy for research. Although the T test found no statistically significant relationship between the dimensions of Attraction and Interest in Visiting Kampung Marunda, North Jakarta, there was a statistically significant relationship between the dimensions of Accessibility and Amenity and Interest in Visiting Kampung Marunda, North Jakarta. The F test shows that the interest in visiting Kampung Marunda Jakarta is influenced by the three factors of Attraction, Accessibility, and Amenities concurrently.*

**Keywords:** Attractiveness, Coastal Tourism, Interest in Visiting.

## 1. PENDAHULUAN

Ibukota dan kota terbesar Indonesia adalah Jakarta, sering dikenal sebagai Daerah Khusus Ibukota Jakarta atau DKI Jakarta. Jakarta memiliki status daerah yang unik sebagai provinsi di bawah struktur administrasi Indonesia. Pada saat yang sama, seringkali diterima bahwa Jakarta adalah kota besar. Jakarta terletak di sepanjang pantai di barat laut Pulau Jawa. Kota ini pernah dikenal sebagai Sunda Kelapa, Jayakarta, dan Batavia. Karena kemiripannya dengan Kota New York (Big Apple) di Indonesia, Jakarta juga dikenal sebagai "Durian Besar" (Agmasari, 2017).

Sebuah artikel dari 2018 di Rumah.com (Infrastruktur Jakarta Utara Mendorong Gerakan Perekonomian Negara, 2018) menyatakan bahwa pelabuhan di Jakarta Utara adalah pusat utama untuk ekspor dan impor semua komoditas strategis bagi negara, dan bahwa kawasan tersebut juga mengandung kawasan pergudangan, fasilitas industri atau manufaktur, dan kawasan wisata pantai tersibuk di kota ini. Meski banyak wilayah Jakarta Utara yang rawan banjir karena letaknya di pinggir pantai dan dialiri oleh 13 sungai, wilayah ini sangat bagus dan memiliki potensi yang sangat besar. Saat ini ada 1.706.281 orang yang tinggal di wilayah ini, dan mereka tersebar di enam kecamatan: Cilincing, Koja, Kelapa Gading, Tanjung Priok, Pademangan, dan Penjaringan.

Pengembangan pariwisata di Jakarta Utara menjadi prioritas utama yang ditunjukkan dengan ditetapkannya Ikon Pariwisata berupa 12 Destinasi Wisata Pesisir, menurut situs resmi Pemkot Administrasi Jakarta Utara yang diakses pada Maret 2023 berjudul "Pemkot Jakut Kejar Legalitas 12 Destinasi Wisata Pesisir Gubernur." Destinasi Wisata Pesisir adalah kelompok Destinasi Wisata di Kota Administratif Utara yang ditetapkan demikian dengan Keputusan Walikota Nomor 345 Tahun 2011. Di antaranya adalah lokasi-lokasi yang menarik pengunjung yang tertarik dengan budaya, religi, belanja, kuliner, rekreasi luar ruangan, olahraga air, dan ekowisata.

Sebagai salah satu dari 12 Destinasi Wisata Pesisir, Kampung Marunda sangat layak untuk dikunjungi. Banyak tempat wisata di Kampung Marunda yang menarik untuk dilihat. Rumah Si Pitung, misalnya, menjadi tujuan wisata yang populer karena narasi seputar pahlawan Betawi Si Pitung yang terkenal, yang tinggal di rumah tersebut pada masa penjajahan Belanda. Ada sebuah masjid bernama Masjid Al-Alam yang dibangun pada tahun 1600-an, jaraknya hanya sekitar 500-meter dari rumah Si Pitung. Konon, si Pitung muda datang ke sini untuk bermain, belajar agama dan pencak silat, serta menghindari penguasa. Penelitian Rachmat & Mellia pada tahun 2016 dengan judul *Improvement Possibilities of Rural Tourism* di Kampung Nelayan Marunda Jakarta Utara menemukan bahwa Kampung Nelayan Marunda memiliki potensi untuk menjadi tujuan wisata yang baik di Jakarta Utara. Temuan ini sejalan dengan interaksi sosial yang diamati antara Belanda saat itu dengan masyarakat Marunda yang mayoritas adalah nelayan. Dengan meningkatkan beberapa infrastruktur dan memeliharanya secara teratur, Kampung Marunda bisa menjadi tempat wisata yang sangat menarik. Selain itu, masyarakat setempat bisa mengembangkan daya tarik ekowisata dengan penanaman *mangrove* di beberapa daerah di Kampung Nelayan Marunda untuk ditawarkan kepada wisatawan.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah rendahnya jumlah pengunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara dan data pengunjung yang tidak tercatat lengkap oleh pihak pengelola di tempat wisata dan juga di Suku Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Administrasi Jakarta Utara. Selain itu, kurangnya kesadaran wisatawan lokal maupun internasional akan keberadaan destinasi Kampung Marunda serta

promosi yang kurang gencar terkait destinasi Wisata Kampung Marunda Jakarta Utara oleh pihak yang membuat kurang terkenalnya destinasi Wisata Kampung Marunda, hal tersebut dibuktikan dengan Data Suku Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif Jakarta Utara Tahun 2022 sebagai berikut:

**Tabel 1.** Data Suku Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif Jakarta Utara Tahun 2022

<b>Objek Wisata Jakarta Utara</b>	<b>Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata di Jakarta Utara (2022)</b>
Taman Impian Jaya Ancol	13.012.020
Kampung Luar Batang	9.264
Kawasan Sunda Kelapa	12.256
Sentra Belanja Kelapa Gading	372.322
Stasiun Tanjung Priok	13.268
Jakarta Islamic Center	18.618
Kampung Marunda	17.088

Sumber: Suku Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif Jakarta Utara 2022

Dari data diatas, dapat dilihat dari 12 destinasi wisata pesisir hanya terdapat 7 destinasi wisata yang terdata dan dapat disimpulkan bahwa Destinasi Kampung Marunda memiliki tingkat kunjungan yang rendah pada tahun 2022. (Marpaung, 2019) Undang-undang No. 10 Tahun 2009, Indonesia mendefinisikan atraksi wisata sebagai tempat, benda, dan aktivitas yang dicari wisatawan karena keunikannya dan nilai estetika yang ditambahkan dalam perjalanannya. Unsur-unsur tersebut dapat berupa keragaman, kekayaan alam, budaya, maupun hasil karya manusia.

Berdasarkan diskusi oleh pengelola Kampung Marunda banyak wisatawan yang hanya mengetahui objek wisata di kampung marunda hanya Rumah Si Pitung selebihnya tidak, hal tersebut diasumsikan adanya faktor infrastruktur serta jarak dari objek satu ke objek satunya lagi lumayan jauh. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian “Kesiapan Infrastruktur Pendukung Destinasi Wisata dalam Mewujudkan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan” oleh Desy Yuliana Dalimunte 2020 yang memaparkan tentang pentingnya infrastruktur di destinasi wisata. Menurut kajian ini, infrastruktur merupakan motor penggerak perekonomian, dan pembangunannya harus menjadi prioritas utama di setiap destinasi. Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di objek wisata Kampung Marunda Jakarta Utara.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Daya Tarik**

Atraksi wisata mencakup semua tempat yang menarik bagi pengunjung karena kekhasan, daya tarik estetika, makna budaya, dan makna sejarah, sebagaimana didefinisikan oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 (Undang-Undang Republik Indonesia, 2009).

Menurut Ramadhani dkk, (2021). upaya yang dapat dilakukan untuk memajukan usaha pariwisata dengan menitikberatkan pada komponen 3A, yaitu:

1. Salah satu daya tarik utama sebuah tempat liburan adalah atraksi yang ada di sana. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2009 (UU No. 10 Tahun 2009), “daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia

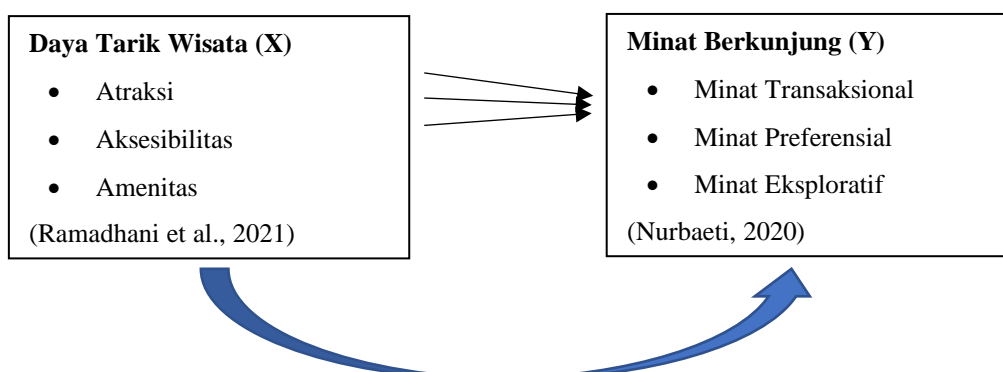
- yang merupakan sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”. Dapat diasumsikan bahwa apa pun yang menarik pelanggan juga akan menghasilkan pendapatan.
2. Obtainability Aksesibilitas melibatkan transportasi ke negara-negara, baik secara internasional maupun dalam suatu wilayah, dan kemudahan seseorang untuk menerima informasi tentang suatu tempat (Ramadhani et al., 2021). Ini adalah salah satu faktor penting dalam produk karena dapat mendorong calon pelanggan ke pasar yang sebenarnya.
  3. Ketiga, amenities mencakup setiap dan semua fasilitas, bahkan fasilitas tambahan, yang dapat digunakan untuk melayani pengunjung. Fasilitas dan layanan penting bagi pengunjung, seperti hotel, restoran, tempat peristirahatan, garasi parkir, tempat ibadah, dan toko oleh-oleh (Ramadhani et al., 2021).

## B. Minat Berkunjung

Menurut (Susanto, B & Astutik, 2020), Ketertarikan wisatawan terhadap suatu lokasi mengukur antusiasme mereka untuk melakukan perjalanan ke sana. Minat berkunjung merupakan adaptasi dari minat beli yang membentuk persepsi. (Wiradiputra & Brahmanto, 2016), mengemukakan terkait minat berkunjung wisatawan dapat disamakan dengan minat konsumen dalam membeli produk atau jasa. Salah satu pengertian minat wisata adalah keinginan dari pihak pengunjung untuk mengunjungi suatu lokasi tertentu. Keinginan wisatawan untuk melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari dan bersenang-senang dengan berwisata mencerminkan kebutuhan ini.

Nurbaeti (2020) menyebutkan bahwa, minat berkunjung memiliki tahapan-tahapan psikologi. Hal ini dijadikan dimensi-dimensi di dalam proses minat berkunjung pada individu. Dimensi-dimensi yang dimaksud, yaitu:

1. Minat Transaksional ialah kecondongan individu dalam membeli produk barang maupun jasa.
2. Minat adalah keinginan individu untuk memiliki suatu barang, contohnya seperti: membeli makanan hidangan laut yang disediakan di Kampung Marunda.
3. Contoh Minat Preferensial adalah berbagi detail tentang produk atau layanan yang baru diperoleh dengan teman dan keluarga.
4. Minat Eksploratif yakni perilaku individu untuk menggali informasi mengenai produk barang maupun jasa yang diinginkan serta keunggulan produk tersebut.



**Gambar 1.** Paradigma Penelitian  
Sumber : Nurbaeti (2020)

Hipotesis pada penelitian ini adalah:

- a) H<sub>01</sub>: Atraksi tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara.  
Ha<sub>1</sub>: Atraksi berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara.
- b) H<sub>02</sub>: Aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara.  
Ha<sub>2</sub>: Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara.
- c) H<sub>03</sub>: Amenitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara.  
Ha<sub>3</sub>: Amenitas berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara.
- d) H<sub>04</sub>: Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara.  
Ha<sub>4</sub>: Daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung di Kampung Marunda Jakarta Utara.

### 3. METODE

Partisipan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung asing Kampung Marunda antara Januari 2022 hingga Desember 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010), pendekatan kuantitatif adalah salah satu yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui studi populasi atau sampel tertentu melalui penggunaan metodologi penelitian untuk mengumpulkan data dan penggunaan analisis data kuantitatif atau statistik. Seluruh wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke Kampung Marunda di Jakarta Utara merupakan populasi sampel. Strategi ini memanfaatkan pengambilan sampel yang bertujuan, di mana sampel dipilih sesuai dengan seperangkat kriteria yang ditentukan. (Sugiyono, 2013). Menurut Riyanto & Hatmawan (2020), sebanyak 17.088 orang mengunjungi Kampung Marunda, Jakarta Utara pada tahun 2022. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel, dan hasilnya dibulatkan menjadi 99 untuk menghitung 10% batas kesalahan. Metode untuk mengumpulkan informasi termasuk membuat catatan dan catatan terperinci, melakukan wawancara, dan membagikan kuesioner dengan ukuran skala Likert (ordinal). Regresi linier berganda menggunakan IBM's SPSS Statistics 26 digunakan untuk menganalisis data.

### 4. METODE

#### A. Uji Validitas

Uji validitas dirancang untuk menentukan keakuratan dan kelayakan pengisian kuesioner untuk setiap komitmen, sehingga variabel dapat diidentifikasi valid atau tidak valid. Hasil Untuk menguji validitas kuesioner, sampai dengan 30 responden dihitung skala R sebesar 0,361 dengan diketahui nilai  $r^{\text{tabel}} = 0,361$  dengan taraf signifikansi 5% (0,05). Jika nilai r hitung lebih dari atau sama dengan nilai r tabel (0,361), maka pernyataan tersebut dianggap sah; jika tidak, itu dianggap tidak valid. Uji validitas menghasilkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas (X1,X2,X3)

NO	Nama Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	ATRAKSI 1	0,785	0,361	VALID
2	ATRAKSI 2	0,715	0,361	VALID
3	ATRAKSI 3	0,681	0,361	VALID
4	ATRAKSI 4	0,662	0,361	VALID
5	ATRAKSI 5	0,551	0,361	VALID
6	AKSESIBILITAS 6	0,408	0,361	VALID
7	AKSESIBILITAS 7	0,619	0,361	VALID
8	AKSESIBILITAS 8	0,853	0,361	VALID
9	AKSESIBILITAS 9	0,728	0,361	VALID
10	AKSESIBILITAS 10	0,664	0,361	VALID
11	AMENITAS 11	0,466	0,361	VALID
12	AMENITAS 12	0,710	0,361	VALID
13	AMENITAS 13	0,724	0,361	VALID
14	AMENITAS 14	0,721	0,361	VALID
15	AMENITAS 15	0,662	0,361	VALID

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas (Y)

NO	Nama Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	MINAT BERKUNJUNG 1	0,720	0,361	VALID
2	MINAT BERKUNJUNG 2	0,729	0,361	VALID
3	MINAT BERKUNJUNG 3	0,762	0,361	VALID
4	MINAT BERKUNJUNG 4	0,586	0,361	VALID

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

## B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji perbandingan yang digunakan sebagai indikasi dalam kuesioner untuk menunjukkan keteguhan pengukuran ketika dievaluasi lebih dari dua kali. Peneliti akan mempekerjakan setidaknya 30 sampel atau responden untuk menentukan reliabilitas kuesioner. Alpha Cronbach minimal 0,60 akan digunakan sebagai kriteria pembanding. Data variabel keluaran uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Nama variabel	Cronchbach' alpha	Minimum cronchbach's alpha	keterangan
Atraksi (X1)	0,705	0,60	RELIABEL
Aksesibilitas (X2)	0,664	0,60	RELIABEL
Amenitas (X3)	0,674	0,60	RELIABEL
Keputusan berkunjung (Y)	0,655	0,60	RELIABEL

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

### C. Uji Normalitas

Probabilitas (signifikansi asimtotik) dihitung menggunakan teknik uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov, yang digunakan untuk memeriksa normalitas dalam penelitian ini. Hasil dari pengumpulan data berdistribusi teratur jika nilai signifikansi tidak kurang dari 0,05 dan berdistribusi tidak normal jika lebih dari 0,05 (Ghozali, 2018).

**Tabel 5.** Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,26607617
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,068
	Positive	,052
	Negative	-,068
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

Temuan dari pengolahan data tersebut di atas menunjukkan bahwa data sampel Kolmogorov-Smirnov secara statistik normal ( $p\text{-value} > 0,05$ ). Asumsi normalitas model regresi terpenuhi karena hasil sampel untuk uji Kolmogorov - Smirnov pada tabel di atas adalah  $0,200 > 0,05$ .

### D. Uji Multikolinearitas

Sejauh mana variabel independen dalam model regresi berhubungan satu sama lain merupakan tujuan utama dari uji multikolinearitas. Dalam model regresi yang valid, variabel independen harus sama sekali tidak berhubungan satu sama lain. Multikolinearitas diukur dengan menghitung Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance Interval Function (TIF). Jika Toleransi lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, multikolinearitas tidak ada.

**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,012	1,258		1,599	,113		
	X1	,257	,064	,305	4,017	,000	,861	1,162
	X2	-,022	,073	-,025	-,302	,763	,747	1,338
	X3	,484	,070	,577	6,951	,000	,719	1,391

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

### E. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah varians residual dalam model regresi bervariasi secara signifikan antar set data yang berbeda (Ghozali, 2018). Teknik uji Glejser yang merupakan regresi dari nilai residual absolut dari variabel independen akan digunakan untuk melakukan analisis. Uji regresi linier menunjukkan adanya heteroskedastisitas jika p-value tidak melebihi 0,05, dan tidak adanya heteroskedastisitas jika p-value lebih dari 0,05 (Ghozali, 2018).

**Tabel 7.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,317	,750		1,756	,082
	X1	-,044	,038	-,125	-	,251
	X2	,072	,043	,193	1,663	,100
	X3	-,048	,042	-,137	-	,248
					1,161	

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

### F. Uji Regresi Linear Berganda

Tes analisis regresi linier berganda digunakan oleh para peneliti untuk menentukan sejauh mana perubahan variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), dan sejauh mana variabel dependen (Y) berubah sebagai respons terhadap perubahan dalam variabel independen (Y). Uji asumsi klasik pada objek penelitian memastikan bahwa model regresi yang diuji terdistribusi normal dan bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas; ini adalah salah satu dari beberapa prasyarat untuk menguji analisis regresi linier berganda.

**Tabel 8.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,504	1,032		,488	,626
	X1	-,123	,063	-,144	-1,933	,056
	X2	,719	,091	,683	7,924	,000
	X3	,273	,064	,307	4,269	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

Dari hasil analisis output SPSS pada uji linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,504 + (-)0,123X1 + 0,719X2 + 0,273X3$$

Interpretasi hasil:

- Nilai tetap pada a tetap a) 0,504. Ini adalah nilai variabel Y ketika baik variabel atraksi (X1) maupun kenyamanan (X2) maupun fasilitas (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Minat berkunjung (Y) sama dengan 0,504 jika dan hanya jika independen variabel adalah 0 atau stabil.
- Dengan asumsi tidak ada variabel lain yang diperhitungkan, maka nilai koefisien regresi untuk dimensi variabel kemenarikan adalah -0,123, yang menunjukkan bahwa variabel kemenarikan (X1) berpengaruh negatif terhadap minat berkunjung (Y), dengan peningkatan minat kunjungan sebesar -0,123. untuk setiap satuan kenaikan variabel daya tarik.



- c) Terdapat hubungan positif antara X2 (aksesibilitas) dan Y (minat berkunjung) dengan koefisien regresi sebesar 0,719, artinya setiap kenaikan satu satuan X2, terdapat pengaruh sebesar 0,719 terhadap Y (minat berkunjung). Ini dengan asumsi bahwa tidak ada variabel lain yang mempengaruhi Y (niat berkunjung).
- d) Jika tidak ada faktor lain yang diperhitungkan, koefisien regresi 0,273 untuk variabel amenitas X3 menunjukkan bahwa kenaikan satu satuan pada variabel atraktif akan berpengaruh terhadap minat berkunjung sebesar 0,273.

### G. Uji T

Hasil probabilitas signifikan dari uji-t akan dibandingkan dengan alpha threshold yang telah ditentukan. Sesuai dengan nilai yang sering diterima sebesar 5% (Sugiyono, 2013), tingkat signifikansi penelitian ini ( ) ditetapkan sebesar 5%. Berikut adalah hasil dari uji T:

**Tabel 9. Hasil Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,504	1,032		,488	,626
	X1	-,123	,063	-,144	-1,933	,056
	X2	,719	,091	,683	7,924	,000
	X3	,273	,064	,307	4,269	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

Interpretasi hasil:

- a) Karena Thitung = -1,933 dan tingkat signifikansi = 0,056, dan karena Thitung < Ttabel = -1,933 < -1,985 dengan tingkat signifikansi = 0,056 > 5%, yaitu 0,056 > 0,050, kita dapat mengesampingkan Ha1 dan mengesampingkan H01, menyimpulkan bahwa dimensi atraksi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Y (niat berkunjung) di Kampung Marun.
- b) Karena Thitung untuk X2 adalah 8,360 dan Ttabel untuk X2 adalah 1,985, dan karena perbedaan antara kedua nilai ini adalah 7,924 (p 0,000) dan 1,985 (p 0,050), kami menerima Ha2 dan menolak H02, dan dengan demikian menyimpulkan bahwa dimensi variabel aksesibilitas ( X2) berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung.
- c) Karena c) variabel kemudahan (X3) diperoleh Thitung sebesar 4,269 dengan nilai signifikansi 0,000, dan karena Thitung > Ttabel yaitu 4,269 > 1,985 dengan signifikansi 0,000 < 5% yaitu 0,000 < 0,050 maka dapat diambil keputusan dimensi variabel amenitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung (Y) di Kampung Marunda Jakarta Utara.

### H. Uji F

Uji F dilakukan dengan membandingkan kemungkinan signifikansi dengan ambang penerimaan yang telah ditentukan sebelumnya (alfa). Ambang batas signifikansi 5% diadopsi karena merupakan perkiraan umum dalam literatur ilmiah (Sugiyono, 2013). Uji F menghasilkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 10.** Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	224,342	3	74,781	64,773	,000 <sup>b</sup>
	Residual	109,678	95	1,155		
	Total	334,020	98			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

Interpretasi hasil:

Berdasarkan hal tersebut di atas maka kami menerima Ha4 dan menolak H04 karena tingkat signifikansi pada variabel Daya Tarik (X) lebih dari 0,050, dan nilai Fhitung (64,773) lebih besar dari nilai Ftabel (2,700). Artinya dari hasil tersebut Ha diterima dan dinyatakan adanya pengaruh antara dimensi Daya Tarik (atraksi, aksesibilitas, dan amenities) terhadap minat berkunjung secara signifikan dan simultan.

### I. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi menurut (Sugiyono, 2013) merupakan sebuah ukuran tentang besarnya kontribusi yang diberikan oleh variabel terikat (*dependent*) terhadap variabel bebas (*independent*).

**Tabel 11.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,820 <sup>a</sup>	,672	,661	1,074

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2023

Interpretasi hasil:

Ada korelasi yang cukup besar antara dua variabel independen, "minat berkunjung" (Y) dan "daya tarik pengunjung" (X), seperti yang ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,820 (diberikan sebagai persentase), sedangkan nilai R squared sebesar 0,672 (dinyatakan sebagai persentase) menunjukkan hanya 67,2% dari variabilitas dalam hubungan antara dua variabel dapat dipertanggungjawabkan. Berdasarkan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), variabel kecantikan menyumbang 67,2% dari total pengaruh variabel minat berkunjung, sedangkan faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini adalah sisanya sebesar 33,8%.

## 5. KESIMPULAN

Kampung Marunda Jakarta Utara pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel Atraksi berdimensi X1 tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap Minat Berkunjung Y. Dengan kata lain, hal ini menyanggah hipotesis bahwa Atraksi Kampung Marunda Jakarta Utara berperan dalam menarik minat turis. Minat pengunjung (Y) di Kampung Marunda Jakarta Utara dipengaruhi secara signifikan oleh variabel Aksesibilitas (X2). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan menuju Kampung Marunda, Jakarta Utara menjadi faktor utama yang mempengaruhi banyaknya wisatawan yang memilih menghabiskan waktunya di sana. Hal ini menunjukkan bahwa di Kampung Marunda Jakarta Utara terdapat korelasi yang kuat antara dimensi ketiga

variabel Amenity (X3) dengan daya tarik wisata (Y). Bukti konklusif bahwa fasilitas yang ditawarkan di Kampung Marunda, Jakarta Utara, merupakan daya tarik utama bagi calon wisatawan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis peneliti, pengaruh Daya Tarik (X) terhadap Minat Berkunjung (Y) ditemukan signifikan secara statistik, dengan tingkat signifikansi (0,000) 0,050 dan nilai Fhitung sebesar (64,773) > Ftabel (2,700), artinya Ha4 diterima dan H04 ditolak. Hal ini berarti bahwa di Kampung Marunda, Jakarta Utara, Minat Berkunjung (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh komponen variabel Daya Tarik yang meliputi Atraksi (X1), Aksesibilitas (X2), dan Amenitas (X3). Hal ini menunjukkan daya tarik visual Kampung Marunda (Jakarta Utara) berperan penting dalam menarik wisatawan.

## 6. REFERENSI

- Agmasari, S. (2017). *Mengapa Jakarta disebut "The Big Durian"?*  
<https://travel.kompas.com/read/2017/06/23/040300127/mengapa.jakarta.disebut.the.big.durian>.
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (n.d.). *Pemerintah Provinsi DKI Jakarta | BPK Perwakilan Provinsi DKI Jakarta*. Retrieved April 10, 2023, from <https://jakarta.bpk.go.id/pemerintah-provinsi-dki-jakarta/>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2023). *Kunjungan Wisman Mencapai Puncaknya pada Desember 2022 - Unit Pengelola Statistik*.  
<https://statistik.jakarta.go.id/kunjungan-wisman-mencapai-puncaknya-pada-desember-2022/>
- Faisal, A. (2023). *Potensi Jakarta Utara dalam wisata berkelanjutan - ANTARA News*.  
<https://www.antaraneews.com/berita/3399858/potensi-jakarta-utara-dalam-wisata-berkelanjutan>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.  
Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah,
- R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Imam, G. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*.  
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 68.
- Infrastruktur Jakarta Utara mendorong gerak laju perekonomian negara*. (2018).  
<https://www.rumah.com/areainsider/jakarta-utara/article/infrastruktur-jakarta-utara-2523>
- JU, K. (n.d.). *Pemkot Jakut kejar Legalitas 12 Destinasi Wisata Pesisir Gubernur*. Retrieved April 12, 2023, from <https://utara.jakarta.go.id/Pemkot-Jakut-kejar-Legalitas-12-Destinasi-Wisata-Pesisir-Gubernur>
- Lolang, En. (2014). ) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.
- Ni Ketut Riani. (2021). *Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1470.
- Nugraha, W. (2008). *Analisis Supply-Demand Atraksi Wisata Pantai Alam Indah (PAI) Tegal*. *Tesis*, 1–172.
- Nurbaeti, R. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Pada Media Sosial Instagram dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung*. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2012, 14–37.

- Oksafa Silvandi, G., & Mandalia, S. (2021). Pengembangan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan dengan Menerapkan Aspek Pariwisata 3S (Something to see, something to do, something to buy). *Tourism*
- Pertiwi, S. W., & Aliyah, I. (2017). Konservasi Permainan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kampung (Studi Kasus Kampung Dolanan Sidowayah, Kabupaten Klaten). *Cakra Wisata*, 18(2), 35–47. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34379>
- Pradana, G. Y. K. (2019). Sosiologi pariwisata. Yogyakarta. *STPBI Press*, 1(1).
- Putri, A. M. S. (2016). BIRU YANG OPTIMAL SEBAGAI KAWASAN TERINTEGRASI DENGAN PENDEKATAN ICZM (Integrated Coastal Zone Management ) APPROACH TO ICZM ( INTEGRATED COASTAL. *Tesis*, 124.
- Ramadhani, N. D. P., Rini, & Setiawan, H. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 162–171.
- Ridwan. (2020). Ekonomi dan Pariwisata. *Garis Khatulistiwa Makassar*, 1–2.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Siregar, S. (2015). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Versi 17. *Cet. II*.
- Sopyan. (2018). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu). *Universitas Diponegoro Semarang*, 1(1), 62.
- Sugiarto, T. H., & Sudibyo, D. (2015). *Metodologi Penelitian Hospitality & Pariwisata. Tangerang: PT. Matana Publishing Utama*.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*, 33.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Susanto, B & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, xx(x), 46–56.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA. (2009).
- Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung. *Pariwisata*, III, No.2(2), 129-137 ISSN: 2355-6587.