

ANALISIS PENGARUH *ATTRACTION*, *ACTIVITY*, DAN *AMENITY* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MUSEUM TEKSTIL JAKARTA

Jane Cristie ^{*1}

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Program Studi Hospitality dan Pariwisata Universitas Bunda Mulia,
Indonesia

Email : janechristie19@gmail.com

Roels Ni Made Sri Puspadewi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Program Studi Hospitality dan Pariwisata Universitas Bunda Mulia,
Indonesia

Email : roelspuspa16@gmail.com

ABSTRACT

Every year the number of tourists visiting the Textile Museum has decreased. The decision to visit tourists can be influenced by tourist attractiveness. Attraction has several components in it attraction, accessibility, activity, amenities and ancillary. The purpose of this study was to determine the effect of tourist attractions, activities, and amenities on the decision to visit the Textile Museum tourism object. This research method uses quantitative methods and uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS 25 software. The population in this study are tourists visiting the Textile Museum with a sample of 100 respondents. Based on research that attraction has a positive and significant effect on visiting decisions with a t count of $2.917 > t$ table of 1.984 . Partially activity influences the decision to visit with a t count of $3.963 > t$ table of 1.984 . The amenity variable influences the decision to visit with a t count of $4.698 > t$ table of 1.984 . Simultaneously attraction, activity and amenity have a positive effect on the decision to visit tourists to the Jakarta Textile Museum with a calculated f value of $95.332 > f$ table 2.70 with this value it is known that H_0 is rejected and H_a is accepted. Attraction, activity and amenity variables, the correlation value of determination is obtained 0.749 or 74.9% meaning that the variables of attraction, activity and amenity influence the decision to visit tourists to the Textile Museum by 74.9% , while the remaining 25.1% is influenced by other variables which is not researched. Based on the results of this study it can be concluded that there is a relationship between attraction, activity and amenities on the decision to visit tourists. If attraction, activity and amenities are well improved then it can increase the decision to visit the Textile Museum.

Keywords: *Attraction, Activity, Amenity, Visit Decision, Tourists.*

ABSTRAK

Setiap tahun wisatawan yang berkunjung Museum Tekstil mengalami penurunan. Keputusan berkunjung wisatawan dapat dipengaruhi oleh Daya tarik wisata. Daya tarik terdapat beberapa komponen didalamnya *attraction*, *accessibility*, *activity*, *amenities* dan *ancillary*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata, aktivitas, dan amenitas terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Museum Tekstil. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS 25. Populasi dalam penelitian ini ada wisatawan yang mengunjungi Museum Tekstil dengan sampel berjumlah 100 responden. Berdasarkan penelitian bahwa *attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t hitung $2,917 > t$ tabel $1,984$. Secara parsial *activity* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t hitung $3,963 > t$ tabel $1,984$. Untuk variabel *amenity* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t hitung $4,698 > t$ tabel $1,984$. Secara

¹ Correspondensi author.

simultan *attraction*, *activity* dan *amenity* berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Tekstil Jakarta dengan nilai f hitung sebesar 95,332 > dari f tabel 2,70 dengan nilai tersebut maka diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel *attraction*, *activity* dan *amenity* didapatkan nilai korelasi determinasi sebesar 0,749 atau 74,9 % artinya bahwa variabel *attraction*, *activity* dan *amenity* memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Tekstil sebesar 74,9%, sedangkan sisanya 25,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *attraction*, *activity* dan *amenity* terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Jika *attraction*, *activity* dan *amenity* ditingkatkan dengan baik maka dapat meningkatkan keputusan berkunjung ke Museum Tekstil.

Kata Kunci : *Attraction*, *Activity*, *Amenity*, Keputusan Berkunjung, Wisatawan.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berpengaruh terhadap pengembangan suatu daerah serta sebagai penggerak kegiatan ekonomi. Tentunya pengembangan pariwisata sendiri merupakan salah satu usaha untuk memajukan kegiatan pariwisata itu sendiri, selain mengembangkan objek wisata, terdapat juga beberapa komponen lain yang harus diperbaiki karena tentunya wisatawan berkunjung ke suatu tempat tersebut membutuhkan fasilitas yang memadai, atraksi wisata yang menarik, akomodasi yang mudah ditemukan, aktifitas yang bisa dilakukan dan akses menuju destinasi tersebut.

Provinsi DKI Jakarta merupakan Ibu Kota Republik Indonesia yang mana merupakan pusat kegiatan ekonomi Nasional, Politik dan Kebudayaan. Tentunya Kota Jakarta sendiri terkenal dengan banyaknya bangunan yang memiliki pariwisata yang indah, selain itu Jakarta memiliki potensi wisata dan budaya yang sangat besar serta beraneka ragam. Yang mana Jakarta sendiri sering dikunjungi oleh pengunjung yang berasal dari luar Jakarta dan luar negeri. Berikut merupakan perbandingan jumlah wisatawan tahun 2018-2020.

Tabel 1.1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara

Provinsi	2018	2019	2020
Jawa Barat	53.203.387	107.451.428	90.182.229
Jawa Timur	55.244.287	99.579.825	118.122.553
Jawa Tengah	43.110.598	59.838.282	125.343.705
DKI Jakarta	24.967.080	57.494.172	43.920.059

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan di DKI Jakarta belum terjadi peningkatan dan jumlah kunjungannya pun masih rendah dibandingkan dengan daerah wisata lainnya. Tentunya hal ini membuat Pemerintah Provinsi DKI Jakarta terus membangun infrastruktur baru yang dapat mendorong kepariwisataan dengan tujuan untuk menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata yang ada di DKI Jakarta.

Menurut Cooper dalam (Ensiformis & Nickel, 2018) terdapat empat komponen penting yang wajib dimiliki oleh objek wisata, yaitu *attraction*, *amenity*, *accessibility* dan *ancillary*. Tentunya tempat wisata berwawasan kebudayaan yang berorientasi pada edukasi dan sejarah yang sudah memiliki komponen

penting didalamnya seperti aktivitas, atraksi, fasilitas dan lainnya yang akan menjadi salah satu pilihan wisatawan untuk berkunjung dan salah satunya adalah museum tekstil.

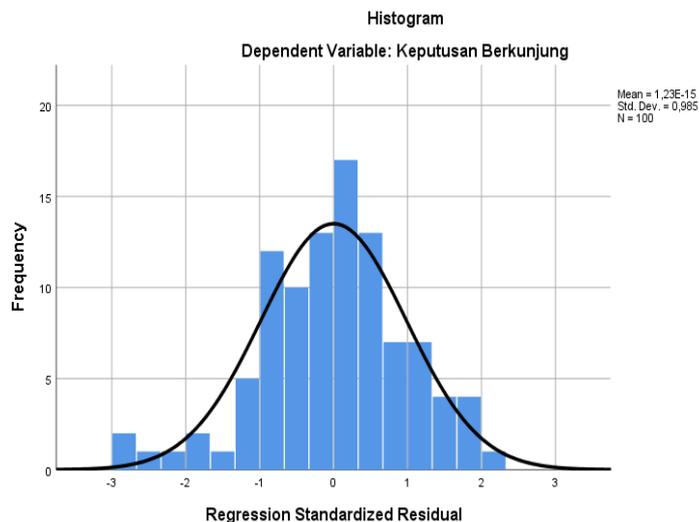
Museum tekstil sendiri sudah memiliki tiga komponen daya tarik wisata yaitu *attraction*, *activity* dan *amenities*. Dengan adanya latar belakang masalah yang sudah penulis paparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai: “ANALISIS PENGARUH *ATTRACTION*, *ACTIVITY* DAN *AMENITY* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MUSEUM TEKSTIL JAKARTA.”

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang berkunjung ke museum tekstil. Uji yang dilakukan diantaranya adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji F, uji T, uji koefisien determinasi, uji regresi linear berganda dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Normalitas



Berdasarkan gambar diatas, grafik histogram membentuk lonceng, yang mana tidak condong ke kiri maupun ke kanan sehingga grafik histogram dapat dinyatakan normal,

B. Uji T

Tabel 4. 1 Hasil Uji Analisis Statistik T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,017	2,036		1,973	0,051
	Attraction	0,256	0,088	0,255	2,917	0,004

	Activity	0,423	0,107	0,325	3,963	0,000
	Amenity	0,445	0,095	0,376	4,698	0,000
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						

Sumber: Diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil pengujian diatas didapatkan hasil bahwa nilai signifikan $< 0,05$, yang mana artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hal ini dapat menunjukkan bahwa *attraction*, *activity* dan *amenity* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.

C. Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 4. 2 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 ^a	0,749	0,741	2,32940
a. Predictors: (Constant), Amenity, Activity, Attraction				

Sumber: Diolah peneliti (2023)

R-Square menunjukkan angka 74,9% yang mana artinya adalah variabel X (*attraction*, *activity* dan *amenity*) berdampak pada variabel Y (keputusan berkunjung) sebesar 74,9% serta selebihnya dipengaruhi dari aspek lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *attraction*, *activity* dan *amenity* terhadap keputusan berkunjung, Serta untuk mengetahui diantara variabel *attraction*, *activity* dan *amenity* yang dominan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Museum Tekstil. Penelitian ini dilakukan pada Museum Tekstil pada periode tahun 2023, dengan jumlah sampel 100 responden dengan karakteristik responen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan responden.

1. Uji statistik deskriptif dari semua variabel yang memiliki nilai terkecil ada variabel adalah variabel *activity* dengan nilai 14,00 dan nilai terbesar adalah variabel keputusan berkunjung dengan nilai 45.00 dan nilai *mean* terkecil adalah *amenity* dengan nilai 28,94 dan nilai *mean* terbesar adalah variabel keputusan berkunjung sebesar 37,55.
2. Uji anova didapat f hitung $> f$ tabel atau $95,332 > 2,70$ maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima dan terdapat pengaruh simultan secara signifikan dari semua variabel.
3. Uji t apabila uji t hitung $> t$ tabel maka berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Untuk variabel *attraction* $2,917 > 1,984$, variabel *activity* $3,963 > 1,984$ dan variabel *amenity* $4,698 > 1,984$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *attraction*, *activity* dan *amenity* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung.
4. Variabel *attraction*, *activity* dan *amenity* membuktikan bahwa secara simultan pada tabel uji f diperoleh hasil signifikan sebesar 0,000 dengan tingkat probabilitas yang ditetapkan adalah sebesar 0,05 hal ini

menunjukkan bahwa $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *attraction*, *activity* dan *amenity* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan berkunjung pada Museum Tekstil dapat diterima dan diuji kebenarannya. Pada uji koefisien determinasi menunjukkan besaran nilai 0,749 atau 75% yang menunjukkan besarnya pengaruh atau kontribusi dari variabel yang diteliti. Dengan kata lain bahwa variabel *attraction*, *activity* dan *amenity* berpengaruh kuat sebesar 75% terhadap variabel keputusan berkunjung sedangkan sisanya yaitu sebesar 25% (100% - 75%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji analisis regresi linear berganda nilai konstan Keputusan berkunjung sebesar 4,017, untuk nilai koefisien *attraction* sebesar 0,256, nilai koefisien *activity* sebesar 0,423 dan nilai koefisien *amenity* sebesar 0,445. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel *amenity* merupakan variabel terbaik yang mempengaruhi variabel keputusan berkunjung karena variabel *amenity* memiliki nilai koefisien lebih tinggi dibandingkan nilai koefisien variabel *attraction* dan *activity*.
6. Diketahui bahwa pada uji asumsi klasik, hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi 0,200 dimana lebih dari nilai α atau 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian bahwa data tersebut adalah berdistribusi normal dan dinyatakan valid. Uji multikolinieritas diketahui hasil seluruh indikator pada variabel independen tidak terdapat multikolinieritas sedangkan untuk uji autokorelasi nilai Durbin Watson berada diantara dua dan 4 – dua maka hasil yang didapatkan tidak terdapat masalah autokorelasi

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dikemukakan diatas, penulis dapat memberi saran bagi Museum Tekstil dan peneliti selanjutnya, sebagai berikut :

1. Bagi Museum Tekstil

Museum Tekstil ada baiknya memperhatikan *attraction*, *activity* dan *amenity* karena para wisatawan akan melihat dari daya tarik yang ada di museum. Hal ini menjadi pertimbangan bagi wisatawan untuk berkunjung, karena apabila atraksi, aktivitas dan fasilitas tidak sesuai dengan komponen daya tarik akan mengurangi jumlah kunjungan wisatawan yang memungkinkan terjadinya penurunan kunjungan wisatawan ke Museum Tekstil. Dengan memperhatikan daya tarik pada museum tekstil akan meningkatkan jumlah kunjungan pada Museum Tekstil, penataan dan ketersediaan yang baik dan layak mampu meningkatkan nilai dari museum tekstil.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah subjek, objek, dan memperluas periode penelitian. Semoga penelitian ini menjadi sumber referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya agar penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., Ekonomi, F., & Prima, U. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Antun, Y. (2018). Peringkat Destinasi dan Strategi Pengembangan Daya Wisata Pantai di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 16, 661.
- Ariesta, D., Sukotjo, E., & Suleman, N. R. (2020). *The Effect Of Attraction, Accessibility And Facilities On Destination Images And It's Impact On Revisit Intention In The Marine Tourism Of The Wakatobi Regency. International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 6605–6613.

Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>

- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 213–214.
- Ramdani, D., & Adiatma, D. (2018). Pengaruh Atraksi Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Ciwidey dan Pangalengan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18, 060–065.
- Ratika Zahra. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop* Mayoutfit Di Kota Bandung R. 6(5), 613–616. <https://doi.org/10.7868/s0869565218050249>
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong *Waterpark* Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 109–116. <https://doi.org/10.36594/jtec.v1i2.27>
- Rumli, R., Astuti, W., & Hidayatullah, S. (2022). *The Influence of Attractions, Social Media E-Wom and Prices on Visiting Decisions in Sade Cultural Tourism Village, Central Lombok Regency. International Journal of Multicultural* ..., 10, 74–88. <https://ijmmu.com/index.php/ijmmu/article/view/4122%0Ahttps://ijmmu.com/index.php/ijmmu/article/download/4122/3587>
- Silaban, P. H., Silalahi, A. D. K., & Octoyuda, E. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Terhadap Loyalitas Wisata Dengan Amenitas Sebagai Variabel Intervening Pada Destinasi Wisata Tuk-Tuk Siadong Kabupaten Samosir. *December*. <https://doi.org/10.17605/eko.v20i2.1016>
- Silviani, N. G. A. K., & Sunarta, I. N. (2021). Peluang Pengembangan Atraksi Wisata di Daya Tarik Wisata Pantai Soka Tabanan, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 444. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i02.p24>
- Sirait, H. (n.d.). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan *Standart Operational Procedure* Produksi Pada Perusahaan *Coffeein*. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 90–95.
- Yeoti, Oka A. (1991). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa