



ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI PETAK SEMBILAN JAKARTA BARAT

Felicia Celina^{1*}, Rendy Sarudin¹

¹Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, Tangerang, Indonesia

History Article

Article history:

Received Oct 17, 2023
Approved Nov 21, 2023

Keywords:

*Tourism Attraction,
Tourist Interest, Petak
Sembilan*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tourist attraction on the interest of visiting tourists in Petak Sembilan, West Jakarta. This research was conducted using a quantitative approach and using a non-probability sampling technique with purposive sampling. Distribution was carried out to 100 respondents using a questionnaire. The population in this study focuses on respondents who know Petak Sembilan and have visited Petak Sembilan at least once. In this study, two variables were observed, namely Tourist Attraction as the independent variable and Interest in Visiting Tourists as the dependent variable. The research instruments were tested by validity and reliability tests, data analysis using simple linear regression, hypothesis testing using the coefficient of determination, and data processing using SPSS version 25. In this study, it was recognized that there are other factors that can also affect tourists' visiting intentions. Around 60.2% of the interest in visiting tourists can be explained by the variable tourist attraction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Petak Sembilan Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif serta menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Penyebaran dilakukan kepada 100 responden menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini berfokus pada responden yang mengetahui Petak Sembilan dan sudah pernah berkunjung ke Petak Sembilan minimal satu kali. Pada penelitian ini mengamati 2 variabel yaitu Daya Tarik Wisata sebagai variabel independen dan Minat Berkunjung Wisatawan sebagai variabel dependen. Instrumen penelitian diuji dengan uji validitas dan reliabilitas, analisis data menggunakan regresi linear sederhana, pengujian

hipotesis menggunakan koefisien determinasi serta pengolahan data menggunakan SPSS versi 25. Pada penelitian ini diakui bahwa ada faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Sekitar 60,2% dari minat berkunjung wisatawan yang dapat dijelaskan oleh variabel daya tarik wisata.

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: feliciacelina24@gmail.com

PENDAHULUAN

Saat ini sektor pariwisata turut serta dalam menggerakkan perekonomian global, bahkan sektor pariwisata diperkirakan akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia, dan menjadi salah satu industri utama di dunia. Di Indonesia sendiri industri pariwisata ini mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam pembangunan ekonomi dan sosial serta memiliki perkembangan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Kota Jakarta menawarkan beragam jenis destinasi wisata, dari wisata pendidikan, wisata alam, wisata sejarah, wisata *heritage*, wisata bahari, wisata budaya, wisata religi, wisata belanja, wisata MICE serta wisata kuliner. Wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan yaitu wisata sejarah dan budaya, hal ini dikarenakan kota Jakarta merupakan kota yang mempunyai sejarah yang panjang dan multikultural serta memiliki banyak peninggalan bersejarah.

Salah satu destinasi yang memiliki keunikan tersendiri serta memiliki sejarah yang sangat menarik mengenai masuknya budaya Tionghoa di Jakarta yaitu Petak Sembilan. Namun sayangnya destinasi petak Sembilan tidak menjadi salah satu obyek wisata unggulan di DKI Jakarta padahal banyak yang bisa di promosikan dari destinasi Petak Sembilan ini seperti Wisata Sejarah, Wisata Religi hingga Wisata Kuliner. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2023) terdapat 8 obyek wisata unggulan di DKI Jakarta pada tahun 2022, diantaranya yaitu Taman Impian Jaya Ancol, Ragunan, Monumen Nasional, TMII, Museum Nasional, Museum Satria Mandala, Museum Sejarah Jakarta, Pelabuhan Sunda Kelapa, dari 8 obyek tersebut didominasi oleh wisata sejarah dan budaya, karena banyaknya museum yang ada di kota Jakarta sendiri.

Menurut Marpaung, 2019 (dalam Novitaningtyas et al., 2022), daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang unik dan mengandung unsur keindahan dari sumber daya alam, budaya, dan hasil buatan manusia, hal ini juga diatur dalam Undang-undang Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, didalamnya tertulis bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, serta hasil buatan manusia berupa produk yang diincar atau dikunjungi oleh turis. Menurut Sunaryo, 2018 (dalam Novitaningtyas et al., 2022), daya tarik wisata dapat diukur berdasarkan 3 indikator yaitu *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. *Something to see* adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilihat, *something to do* adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilakukan wisatawan, sedangkan *something to buy* adalah segala sesuatu yang menarik untuk dibeli oleh wisatawan, hal-hal tersebut dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Menurut Asdi (dalam Kurniasari et al., 2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung

ke suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller, 2014 (dalam Indra & Kamila, 2022) menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Konsep minat berkunjung wisatawan juga erat kaitannya dengan konsep minat beli konsumen. Menurut Ramadoni & Rumorong, 2019 (dalam Novitaningtyas et al., 2022) minat berkunjung wisatawan dapat diukur berdasarkan indikator diantaranya yaitu keaktifan wisatawan dalam mencari informasi terkait produk, kemantapan untuk berkunjung, serta keputusan untuk berkunjung.

Berdasarkan pendapat yang telah dikemukakan diatas dapat diketahui bahwa dalam menarik minat berkunjung diperlukan adanya daya tarik yang unik serta menarik seperti atraksi yang berbeda dari tempat wisata yang lainnya. Dibalik tingginya minat kunjungan wisatawan terdapat adanya daya tarik wisata yang ada di destinasi tersebut. Pentingnya penelitian ini dilakukan untuk memberikan informasi mengenai daya tarik wisata yang terdapat di Petak Sembilan Jakarta Barat dari sudut pandang wisatawan. Penelitian ini juga dapat membantu pihak pengelola Petak Sembilan agar dapat mengetahui kondisi dan perkembangan dari Petak Sembilan, sehingga dari hasil penelitian ini pengelola dapat memperbaiki apabila terdapat adanya kekurangan. Berdasarkan fenomena yang telah ditemukan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Petak Sembilan Jakarta Barat.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menguji seberapa besar pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Petak Sembilan Jakarta Barat. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu melakukan observasi secara langsung di Petak Sembilan Jakarta Barat, melakukan dokumentasi untuk mendukung penelitian, dan juga kuesioner secara *online* menggunakan bantuan Google Form. Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk melihat dan mengukur persepsi masyarakat atau wisatawan terhadap daya tarik dan minat berkunjung di Petak Sembilan Jakarta Barat. Kuesioner digunakan karena dapat menghemat waktu dan biaya dalam pengumpulan data, serta dapat menghasilkan data yang relatif mudah diolah dan dianalisis. Dalam penelitian ini, angket akan diberikan kepada wisatawan di Petak Sembilan Jakarta Barat. Angket akan terdiri dari beberapa pertanyaan yang terkait dengan daya tarik dan minat berkunjung, yang akan dijawab oleh para wisatawan sesuai dengan persepsi mereka. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Telah ditentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini diuji dengan menggunakan SPSS v25 dengan menyajikan data berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 100 responden melalui *Google Form* dan Angket. Penelitian ini, menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas & reabilitas, uji asumsi klasik

yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedasitas, uji hipotesis dengan uji t dan uji koefisien determinasi dengan melihat nilai *adjusted R square*.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, domisili dan penghasilan perbulan.

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	29	29.0	29.0	29.0
	Perempuan	71	71.0	71.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
 Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan data pada Gambar 1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak mengisi kuesioner dibandingkan responden berjenis kelamin laki-laki. Hasil dari data tersebut selaras dengan fakta yang dikemukakan pada artikel JawaPos.com (2017, Februari 20) dengan judul “Ternyata, Wanita Lebih Pilih Makanan dari pada Asmara” menyatakan bahwa terdapat 25% perempuan suka memikirkan atau membayangkan dan menjelajahi dunia maya untuk melihat makanan favorit mereka atau mencari rekomendasi tentang makanan, rata-rata dari mereka memikirkan camilan selama 30 menit sehari, dan sebanyak 40% perempuan sanga bergantung pada camilan.

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 28	74	74.0	74.0	74.0
	29 - 39	11	11.0	11.0	85.0
	40 - 50	9	9.0	9.0	94.0
	>51	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
 Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan data pada Gambar 2 diketahui bahwa responden berusia 18-28 tahun merupakan responden terbesar yakni 74% atau setara dengan 74 responden. Hasil dari data tersebut selaras dengan fakta yang dikemukakan pada artikel WisataSekolah.com (2019, Februari 07) dengan judul “Yuk Mengenal Gen Z Traveller!”, artikel tersebut menyatakan bahwa berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh UNIDAYS, Gen Z cenderung menghabiskan waktu luangnya untuk mencicipi wisata kuliner, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh WYSE, pada saat disebuah destinasi Gen Z cenderung untuk mengunjungi kafe, tempat makan/ restaurant, tempat bersejarah, dan tempat berbelanja. Salah satu pengalaman yang dicari oleh Gen Z adalah mencoba hidup seperti warga lokal/ masyarakat sekitar.

JENIS PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/ Pelajar	52	52.0	52.0	52.0
	Wiraswasta	20	20.0	20.0	72.0
	Pegawai	18	18.0	18.0	90.0
	Lainnya	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan
 Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan data pada Gambar 3 diketahui bahwa lebih banyak responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 52% atau setara dengan 52 responden. Hasil dari data tersebut selaras dengan umur Gen Z yang menyatakan bahwa Gen Z cenderung menghabiskan waktu luangnya untuk mencicipi wisata kuliner, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh WYSE, pada saat disebut destinasi Gen Z cenderung untuk mengunjungi kafe, tempat makan/ restaurant, tempat bersejarah, dan tempat berbelanja.

DOMISILI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jakarta	48	48.0	48.0	48.0
	Bogor	2	2.0	2.0	50.0
	Depok	2	2.0	2.0	52.0
	Tangerang	40	40.0	40.0	92.0
	Lainnya	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili
 Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan data pada gambar 4 diketahui bahwa responden yang lebih banyak berkunjung merupakan responden yang berdomisili di DKI Jakarta sebanyak 48% atau setara dengan 48 responden dan domisili Tangerang sebanyak 40% atau setara dengan 40 responden. Berdasarkan data yang telah dipaparkan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam pengisian kuesioner didominasi oleh responden yang berdomisili di Jakarta, kemudian Tangerang. Hal ini dikarenakan lokasi Petak Sembilan yang berada di Jakarta dan lokasinya mudah dijangkau, Petak Sembilan ini sendiri juga merupakan Kawasan Pecinaan tertua di Jakarta sehingga para wisatawan tertarik untuk datang ke obyek wisata tersebut.

PERHASILAN PERBULAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 4.900.000	52	52.0	52.0	52.0
	4.900.000 - 5.900.000	11	11.0	11.0	63.0
	5.900.000 - 6.900.000	6	6.0	6.0	69.0
	> 6.900.000	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan
 Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan data pada Gambar 5 diketahui bahwa lebih banyak responden yang berkunjung merupakan responden berpenghasilan perbulan sebesar <4.900.000 sebanyak 52% atau setara dengan 52 responden. Berdasarkan data tersebut, dapat peneliti simpulkan bahwa dalam pengisian kuesioner di dominasi oleh responden yang memiliki penghasilan perbulan kurang dari 4.900.000. Dengan penghasilan perbulan dibawah 4.900.000 dirasa akan memungkinkan apabila dalam satu bulan tersebut terdapat kenjungan ke Petak Sembilan Jakarta Barat, karena baik barang ataupun makanan yang dijual di Petak Sembilan memiliki harga yang relatif murah dan terjangkau.

Uji Statistik Deskriptif Mean

Uji Statistik Deskriptif digunakan untuk menganalisis tanggapan responden dari kuesioner yang sudah disebarakan kepada para wisatawan yang telah berkunjung ke Petak Sembilan Jakarta Barat.

- a. Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Wisata (X)

Tabel 1. Hasil Mean Score X

Dimensi	Mean Dimensi
Atraksi (<i>Attraction</i>)	4.66
Aksesibilitas (<i>Accessibility</i>)	4.60
Fasilitas Pendukung (<i>Amenities</i>)	4.54

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Pada tabel 1, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada dimensi Atraksi (*Attraction*) dengan nilai 4.66 (tinggi), hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi Atraksi (*Attraction*) sangat mempengaruhi minat wisatawan dalam berkunjung ke Petak Sembilan Jakarta Barat. Nilai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada dimensi Fasilitas Pendukung (*Amenities*) dengan nilai 4.54 (tinggi), meskipun masih termasuk dalam kategori tinggi dalam skala interval

mean, namun pengelola perlu lebih memperhatikan lagi hal terkait fasilitas pendukung (*Amenities*) agar para pengunjung/ wisatawan merasa lebih nyaman ketika berada di Petak Sembilan Jakarta Barat.

b. Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Y)

Tabel 2. Hasil Mean Score Y

Dimensi	Mean Dimensi
Perhatian (<i>Attention</i>)	4.50
Minat (<i>Interest</i>)	4.44
Kehendak (<i>Desire</i>)	4.40
Tindakan (<i>Action</i>)	4.46

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Pada tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada dimensi Perhatian (*Attention*) dengan nilai sebesar 4.50 (tinggi), hal ini menunjukkan dimensi Perhatian (*Attention*) sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Petak Sembilan Jakarta Barat. Nilai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada dimensi Kehendak (*Desire*) dengan nilai 4.40 (tinggi).

Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan oleh peneliti menggunakan SPSS versi 25, dimana hasil yang tertera pada variabel Daya Tarik Wisata (X) dan Minat Berkunjung Wisatawan (Y), kemudian dapat ditentukan menggunakan rumus $df = (N-2)$, sehingga menghasilkan angka 98 dan r-tabel yang digunakan terdapat diangka 0.1654 dengan taraf signifikansi 0.1.

Dari hasil uji validitas dinyatakan bahwa di setiap item pernyataan kuesioner pada kedua variabel > 0.1654 yang berarti hasil valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Cronbach Alpha
Daya Tarik Wisata	0.729	> 0.70
Minat Berkunjung Kembali	0.879	> 0.70

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 3, hasil dari uji reliabilitas pada setiap variabel > 0.70 sehingga dinyatakan bahwa di setiap item pernyataan kuesioner pada kedua variabel reliabel atau konsisten.

Uji Regresi Linear Sederhana

Dalam menentukan besaran nilai variabel minat berkunjung yang dipengaruhi oleh variabel daya tarik wisata dapat dijelaskan menggunakan variabel regresi dalam perhitungan SPSS dapat dilihat nilai constant (α) sebesar 45.551, sedangkan nilai koefisien regresi (β) Gaya Kepemimpinan sebesar 0.630.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	45.551	3.555		12.813	.000
	DAYA TARIK WISATA	.630	.051	.778	12.267	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN

Gambar 6. Uji Regresi Linear Sederhana
 Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 45.551 + 0.630X$$

Konstanta sebesar 45.551 memiliki arti bahwa nilai konsisten variabel Gaya Kepemimpinan adalah sebesar 45.551. Koefisien regresi X sebesar 0.630 diartikan bahwa setiap penambahan 1% nilai gaya kepemimpinan, maka nilai kinerja karyawan mengalami peningkatan sebesar 0,630 yang dimana koefisien regresi ini bernilai positif sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa arah pengaruh nilai variabel daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan adalah positif.

Uji Hipotesis

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	45.551	3.555		12.813	.000
	DAYA TARIK WISATA	.630	.051	.778	12.267	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN

Gambar 7. Hasil Uji t
 Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 7, dapat dilihat nilai signifikansi untuk variabel Daya Tarik Wisata (X) terhadap Minat Berkunjung (Y) adalah $0.000 < 0.05$ dan nilai t-hitung $12.267 > t\text{-tabel } 1.66$,

sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, hal tersebut berarti terdapat pengaruh antara Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	.602	1.87066

a. Predictors: (Constant), DAYA TARIK WISATA
 b. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN

Gambar 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi
 Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan pada gambar 8, dapat diketahui nilai *adjusted R square* sebesar 0.602, hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan sebesar 60.2% dan sisanya sebesar 39.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ditarik kesimpulan bahwa pengaruh dari daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan adalah sebesar 60,2% melalui nilai koefisien determinasi dan dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas oleh peneliti sebesar 39,8%. Sementara itu hasil dari persamaan regresi yang berfungsi memprediksi nilai kinerja karyawan yaitu $Y = 45.551 + 0.630X$ yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan. Dengan hasil penelitian yang sudah dijelaskan terdapat beberapa saran dan masukan untuk penelitian selanjutnya yaitu, pengelola perlu memperhatikan dan melakukan pemeliharaan secara berkala agar fasilitas yang terdapat di Petak Sembilan dapat berfungsi dan digunakan dengan baik oleh para wisatawan, peneliti juga menyarankan agar adanya *adding value* dalam sisi *branding* serta fasilitas sehingga wisatawan semakin yakin dan tertarik dan yakin untuk datang ke Petak Sembilan Jakarta, dan pengelola perlu mempertahankan dan melakukan inovasi terhadap atraksi yang telah ada di Petak Sembilan Jakarta Barat, seperti memperbanyak acara-acara di weekend agar dapat lebih menarik perhatian wisatawan atau pengunjung untuk datang ke sana.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, I. G. B. (2016). Geografi pariwisata dan ekonomi kreatif. In *Geografi pariwisata dan ekonomi kreatif*. Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara 2020-2022*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1189/1/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara.html>

- Dholym, S. F. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Umbul. *Jurnal Pariwisata*.
- Indra, M., & Kamila, A. R. (2022). PENGARUH SELF-CONCEPT DAN LIFESTYLE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA DESTINASI WISATA DI KABUPATEN PURWAKARTA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-dasar kepariwisataan dan pengelolaan destinasi pariwisata*. Gerbang media aksara dan StiPrAm.
- Jogloabang. (2019, August 24). *UU 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Jogloabang.<https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-10-2009-kepariwisataan>
- Kurniasari, H., Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, Fianto, A. Y. A., & Candraningrat. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*.
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., & Pratiwi, M. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Nisvi, N. A. (2021). *ANALISIS KONSEP 3A (ATRAKSI, AMENITAS DAN AKSESIBILITAS) DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI MAKAM KI AGENG TARUB DESA TARUB KECAMATAN TAWANGHARJO KABUPATEN GROBOGAN*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp28>
- Prameswari, I. G. A. D. M., & Rachmawati, I. (2021). PENGARUH E-WOM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei Pada Objek Wisata Bali Zoo Park). *E-Proceeding of Management*.
- Putri Sari, S. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*.
- Revida, E., Purba, S., Permadi, L. A., & Putri, D. M. B. (2021). *Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata* (A. Karim, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sopyan, I. W. (2015). ANTESEDEN MINAT BERKUNJUNG ULANG (Studi pada Cagar Budaya Bedung Lawang Sewu Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Syadri, M. (2017, February 20). *Ternyata, Wanita Lebih Pilih Makanan daripada Asmara*. Jawapos.Com. <https://www.jawapos.com/lifestyle/01164729/ternyata-wanita-lebih-pilih-makanan-daripada-asmara>
- WisataSekolah. (2019, February 7). *Yuk Mengenal Gen Z Traveller!* WisataSekolah. <https://wisatasekolah.com/yuk-mengenal-gen-z-traveller/>

