E-ISSN NO: 2829-2006

PENGARUH DAYA TARIK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN KE MUSEUM SENI RUPA DAN KERAMIK JAKARTA

Elisa Manuela[1], Ina Djamhur[2*]
[1,2]Universitas Sahid, Jakarta
Email Korespondensi:ina_djamhur@usahid.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketidakstabilan jumlah pengunjung Museum Seni Rupa dan Keramik tahun 2018 sampai 2022, dikarenakan atraksi yang kurang terawat, aksesibilitas dan minimnya alur manajemen pengunjung, terkait *ancillary* minimnya pelayanan informasi dan terkait amenitas minimnya sirkulasi udara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Museum Seni Rupa dan Keramik. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner melalui *Google Form* mengenai aspek daya tarik wisata (atraksi, aksesibilitas, amenitas, *ancillary*). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa variabel daya tarik wisata secara simultan berpengaruh positif yaitu indikator atraksi dengan nilai rata-rata 4,56 yang berarti sangat menarik, sementara aksesibilitas dinilai sangat mudah dengan nilai rata-rata 4,65. Adapun indikator amenitas dinilai sangat baik dengan nilai rata-rata 4,64 dan *ancillary* dengan nilai rata-rata 4,53 yang bermakna sangat baik. Minat berkunjung kembali menunjukkan nilai tertinggi yaitu minat referensi sebesar 4.59, diikuti dengan minat preferensi (4.56) dan yang terakhir adalah minat/rencana mengunjungi kembali (4.53). Sedangkan seberapa besar semua variabel bebas (daya tarik) dalam menjelaskan variabel terikat (minat berkunjung kembali), dengan menggunakan Uji R_2 sebesar 50,7% sementara sisanya 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ancillary berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Museum Seni Rupa dan Keramik. Disarankan agar MSRK meningkatkan aspek kebersihan dan perawatan untuk semua fasilitas dan koleksi museum, serta mengajak pengunjung untuk berkunjung kembali dengan menambah berbagai atraksi museum.

Kata Kunci: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, *Ancillary* dan Minat berkunjung Kembali.

ABSTRACT

This research was motivated by the instability in the number of visitors to the Museum of Fine Arts and Ceramics from 2018 to 2022, due to poorly maintained attractions, accessibility and lack of visitor management flow, related to the lack of information services and related to amenities lack of air circulation. The purpose of this study is to determine the influence of Tourism Attraction on the interest of returning tourists to the Museum of Fine Arts and Ceramics. Respondents in this study amounted to 100 respondents with data collection techniques using questionnaires through Google Form regarding aspects of tourist attraction (attractions, accessibility, amenities, ancillary). The data analysis method used is multiple regression analysis. Based on the results of the study, it was obtained that the variable of tourist attraction simultaneously had a positive effect, namely the attraction indicator with an average value of 4.56 which means very attractive, while accessibility was assessed very easily with an average value of 4.65. The amenity indicator is considered very good with an average value of 4.64 and ancillary with an average value of 4.53 which means very good. Revisit interest showed the highest value of reference interest at 4.59, followed by preference interest (4.56) and finally revisit interest/plan (4.53). While how much all independent variables (attractiveness) in explaining the dependent variable (interest in revisiting), using Test R_2 by 50.7% while the remaining 49.3% was influenced by other variables outside the study. The result of this study is that Attractions, Accessibility, Amenity, Ancillary have a significant effect on the Interest in Revisiting the Museum of Fine Arts and Ceramics. It is recommended that MSRK improve hygiene and care aspects for all museum facilities and collections, and invite visitors to revisit by adding various museum attractions.

***Keywords**: Attractions, Accessibility, Amenities, Ancillary and Interest in Revisiting.*

E-ISSN NO: 2829-2006

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan bentuk kepulauan, yang terbentang dari sabang hingga marauke. Setiap pulau di Indonesia memiliki ciri khas suku, budaya, agama, ras dan juga peninggalan negara lain yang menjadi bagian dari sejarah indonesia. Hal itu menjadikan Indonesia menjadi negara yang kaya akan keragamannya. Salah satu sektor yang menyumbangkan pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Seperti dilansir oleh dataindonesia.id (2023), bahwa hingga tahun 2019, kontribusi sektor pariwisata sebesar US$17,76 miliar, dan dikarenakan pandemic Covid19 terjadi penurunan di tahun 2020 hingga 2022. Tahun 2022 terjadi kenaikan hingga 769,39% dibandingkan tahun 2021 (dari US$0,49 miliar menjadi US$4,26 miliar). Tahun 2023, pemerintah mentargetkan pendapatan devisa negara dari pariwisata sebesar US$2,07 miliar sampai US$5,95 miliar dengan total kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) sebanyak 3,5 juta hingga 7,4 juta jiwa. Sementara untuk wisatawan nusantara (wisnus) tahun 2023 ini ditargetkan sebanyak 1.2-1.4 miliar orang.

Jakarta selain menjadi pusat perekonomian, ibukota negara, tetapi juga menawarkan potensi wisata yang beranekaragam (alam, budaya, buatan), ditambah lagi Jakarta termasuk kedalam tiga pintu gerbang utama kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) setelah Bali dan Batam. Oleh karena itu, Jakarta sebagai Smart City dan City of Collaboration, menetapkan visi dan misinya menjadi kota yang aman, sehat, cerdas, berbudaya, mensejahterakan, pembangunan infrastruktur, serta lestari dengan pembangunan dan tata kehidupan memperkuat daya dukung lingkungan. Visi dan misi Jakarta sejalan dengan sejalan dengan visi misi Presiden RI pada sektor pariwisata, serta Rencana Strategis Kemenparekraf yaitu menjadikan pariwisata dan ekonomi kreatif yang maju, berdaya saing dan berkelanjutan. Keanekaragaman potensi wisata budaya yang dimiliki oleh Jakarta yaitu terdapatnya sekitar 64 museum, salah satunya adalah Museum Seni Rupa dan Keramik (MSRK) yang berlokasi di Kawasan Kota Tua Jakarta, Jakarta Barat. Adapun data pengunjung museum di Jakarta terlihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Museum Menurut Jenis Museum di Provinsi DKI Jakarta 2019-2021

No.	Jenis Museum	Jumlah Pengunjung Museum Menurut Jenis Museum di Provinsi DKI Jakarta			
		2018	2019	2020	2021
1.	Monumen Nasional	1 944 033	9756736	177965	0
2.	Museum Sejarah Jakarta dan Prasasti	812 265	714 825	145 771	51 952
3.	Museum Bahari	27034	25 744	11 357	7 511
4.	Museum Wayang	372 648	311 384	48 456	20 632
5.	Museum Tekstil	41 710	34 864	8 379	3 674
6.	Museum Seni Rupa dan Keramik	190 469	184 412	30 602	9 849
7.	Museum Joang'45 dan M.H. Thamrin	18 691	18 972	4 202	2 904
8.	Museum Taman Arkeologi Pulau Onrust	62 133	45 319	28 165	23 135
	Total	3 468 983	11 092 256	2 056 897	119 657

Sumber : https://jakarta.bps.go.id/

Pada tabel 1 memperlihatkan jumlah pengunjung menurut jenis museum di Jakarta dan MSRK masuk ke dalam 10 besar. Sejak tahun 2018 hingga 2021, pengunjung ke MSRK mengalami fluktuasi, yaitu penurunan di tahun 2020 hingga 2020 dikarenakan pandemic covid19, kemudian tahun 2021 terjadi peningkatan. Tabel 2 di bawah ini menunjukkan data jumlah pengunjung MSRK dari tahun 2019 hinggal bulan Oktober 2022.

Tabel 2 Data Pengunjung Ke Museum Seni Rupa dan Keramik Tahun 2018 – 2022
(dalam orang)

Bulan	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Januari	22.306	20.452	12.494	166	4.149
Februari	14.582	17.988	8.360	307	1.457
Maret	16.683	14.774	2.946	779	2.074
April	15.063	14.647	-	816	444
Mei	7.803	3.469	-	772	3.066
Juni	20.229	43.237	242	1.000	4.283
Juli	17.059	17.994	364	-	5.905
Agustus	10.904	13.995	364	-	8.732
September	11.011	10.575	251	-	12.935
Oktober	11.774	13.273	431	514	11.113
November	8.893	11.731	1.009	1.926	-
Desember	27.975	22.014	675	2.842	-
Jumlah	184.282	204.185	27.136	9.122	54.158
Persentase	10,78%		-86,71%	-66,38%	493.71%

Sumber: Ketua Pelaksana Museum Seni Rupa dan Keramik (2022)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa pengunjung Museum Seni Rupa dan Keramik mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya, tetapi pada Tahun 2020 Museum Seni Rupa dan Keramik mengalami penurunan kunjungan wisatawan sebesar 86.71% dibandingkan tahun sebelumnya, hal tersebut terjadi disebabkan karena pada Tahun 2019 mulai adanya pandemi Covid-19 hingga Tahun 2020 yang mengakibatkan Museum mengalami penurunan kunjungan. Pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan di Museum Seni Rupa dan Keramik mengalami kenaikan dengan jumlah kunjungan sebesar 54.158 pengunjung atau kenaikan sebanyak 493.71% dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan tahun 2021 dengan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 9.122 pengunjung dan mengalami penurunan sebesar 66.38% dibandingkan tahun 2020. MSRK menawarkan beberapa produk dan fasilitas museum seperti koleksi karya seni (patung, totem kayu, grafik, gambar, lukisan, dan sebagainya), perpustakaan, tempat pelatihan pembuatan gerabah atau studio gerabah (seluruh tehnik proses pembuatan gerabah dari mulai pijat, pemintalan, pembakaran), toko

cendera mata dan lain-lain. Meski mengalami kenaikan jumlah pengunjung, namun pada sejumlah media sosial seperti *google review* maupun TripAdvisor, masih ditemui adanya keluhan dari para pengunjung yang pernah berkunjung ke MSRK. Berikut di bawah merupakan rekapitulasi keluhan pengunjung di *Google review* dan Tripadvisor :

Tabel 3 Rekapitulasi Keluhan Pengunjung Museum Seni Rupa dan Keramik

No.	Sumber	Keluhan Daya Tarik MSRK			
		Attraction	***Amenity***	***Accessibitlity***	***Ancillary***
1.	Google Review	Koleksinya sangat sedikit	• Tata letak koleksi tidak menarik, • Kamar mandi kotor • Mushola kurang bersih.	• Area pejalan kaki rusak • Jalan tidak terurus	Pelayanan satpam yang kurang sopan
2.	Google Review	Koleksi display yang kotor dan kurang pemeliharaan	Ruangannya panas dan pencahayaan kurang	Tidak ada papan penunjuk arah, informasi yang jelas	Petugas resepsionis tidak informatif dan sibuk main *game* online
3.	Google Review	Koleksi kurang terawat	Pencahayaan dan pengaturan suhu yang tidak berfungsi dengan baik	Petunjuk jalan dan peta yang tidak terawat	Tidak ada pemandu wisata atau staf untuk memberi informasi kepada turis
4.	TripAdvisor	Display tidak dirancang dengan baik dan kotor	Ruangan yang pengap karna AC nya tidak menyala		
5.	TripAdvisor	Pameran yang sangat sedikit dan kurang tinggi nilai seni nya	Pendingin ruangan yang tidak berfungsi		

Sumber : Google Review dan Tripadvisor

Observasi di lapangan juga dilakukan dan ditemukan bahwa aspek-aspek daya tarik (atraksi, aksesibilitas, amenitas, a*ncillary)* yang tersedia juga tidak terawat seperti pada umumnya, seperti sistem pendingin ruangan yang belum berfungsi secara maksimal, sirkulasi udara, pelayanan informasi. Hal ini dapat berdampak pada kekecewaan serta minat berkunjung kembali minim. Padahal pada *weekend* banyak pengunjung yang datang dengan rombongan dan mengharapkan semua unsur daya tarik berfungsi dengan baik dan maksimal agar tujuan berkunjung ke museum dapat tercapai. Diduga daya tarik mengakibatkan penurunan minat berkunjung kembali ke MSRK. Oleh karena itu, ditetapkan untuk melakukan pengujian terkait pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung kembali di MSRK.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linear sederhana dengan melakukan survei melalui penyebaran kuisioner kepada pengunjung MSRK. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah yang pernah datang ke MSRK dan sampel penelitian sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Tehnik pengumpulan data melalui kuesioner dalam bentuk Google Form yang disebarkan melalui media sosial yaitu whatsapp dan Instagram. Adapun isi dari kuesioner penelitian ini menggunakan kalimat pernyataan dengan jawaban menggunakan skala likert (nilai terendah 1, dan nilai tertinggi 5) Variabel operasional dalam penelitian ini yaitu daya tarik sebagai variabel independent yang terdiri dari empat dimensi yaitu atraksi (tujuh indikator), aksesibilitas (enam indikator), amenitas (17 indikator) dan ancillary (empat indikator), serta minat mendaki kembali sebagai variabel dependent yang terdiri dari tiga dimensi yaitu minat/rencana mengunjungi kembali (empat indikator), referensi kunjungan (dua indikator) dan preferensi kunjungan (tiga indikator) .

Data penelitian diolah dengan menggunakan SPSS dan Uji T untuk menganalisa pengaruh antara variabel independen (daya tarik wisata) dengan variabel dependen (variabel terikat/varabel bebas) yaitu minat berkunjung kembali. Sementara itu, metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung kembali. Pengujian dilakukan melalui uji hipotesis, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) serta koefisien determinasi (uji R Square).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penilaian tentang kondisi daya tarik MSRK yang terdiri dari dimensi atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancillary, tertera dalam hasil dan pembahasan di bawah ini:

Tabel 4 Rekapitulasi dan Rangking Re-Rata Variabel Daya Tarik (Per Dimensi)

Rangking	Dimensi	Skor Rata-Rata	Kategori	Interpretasi
1	Aksesibilitas	4.65	Sangat Setuju	Sangat Mudah
2	Amenitas	4.64	Sangat Setuju	Sangat Baik
3	Atraksi	4.56	Sangat Setuju	Sangat Menarik
4	Ancillary	4.53	Sangat Setuju	Sangat Baik
Re-rata		4.59	Sangat Setuju	Sangat Baik

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh data bahwa rata-rata skor pada keseluruhan dimensi daya tarik MSRK adalah 4.59 yaitu kategori sangat setuju atau diinterpretasikan sangat baik, dengan dimensi tertinggi adalah aksesibilitas (4.65), kemudian diikuti dengan dimensi amenitas/fasilitas dengan skor rata-rata 4.64, lalu dimensi atraksi yang memiliki skor rata-rata sebesar 4.56, dan terakhir adalah dimensi ancillary dengan skor rata-rata 4.53.

Sementara itu untuk penilaian terkait rekapitulasi variabel minat berkunjung kembali, akan dipaparkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Rekapitulasi dan Rangking Re-Rata Variabel Minat Berkunjung Kembali

Rangking	Dimensi	Skor Rata-Rata	Kategori	Interpretasi
1	Minat Referensi Kunjungan	4.59	Sangat Setuju	Sangat Berminat
2	Minat Preferensi Kunjungan	4.56	Sangat Setuju	Sangat Berminat
3	Minat/Rencana Mengunjungi Kemballi	4.53	Sangat Setuju	Sangat Berminat
Re-Rata		4.56	Sangat Setuju	Sangat Berminat

Sumber : Data Olahan (2023)

Dimensi paling tinggi yaitu minat referensi kunjungan (merekomendasikan) MSRK kepada kepada orang lain dengan nilai rata rata 4,59 dengan kategori sangat setuju/sangat berminat, selanjutnya dimensi minat preferensi kunjungan (kecenderungan untuk memilih MSRK) berada di posisi kedua dengan nilai rata-rata 4.56 kategori sangat setuju/sangat berminat untuk memilih MSRK dibandingkan obyek wisata lainnya. Posisi terakhir adalah dimensi minat/rencana untuk mengunjungi kembali dengan nilai skor rata-rata 4.53.

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk membuat model persamaan regresi berdasarkan nilai konstanta dan koefisien variabel Atraksi, Aksesbilitas, Amenitas, dan Ancillary terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda dengan model persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.874	4.497		.417	.678
	Total_X1	.197	.096	.164	2.047	.043
	Total_X2	.561	.143	.386	3.922	.000
	Total_X3	.163	.068	.225	2.411	.018
	Total_X4	.241	.120	.157	2.015	.047

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan nilai konstanta diperoleh sebesar 1,874. Artinya jika variabel Atraksi (X1), Aksesibilitas (X2), Amenitas (X3), dan Ancillary (X4) bernilai 0 maka Minat Berkunjung Kembali (Y) bernilai 1,874. Nilai koefisien regresi variabel Atraksi (X1) sebesar 0,197 yang berarti pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung kembali. Nilai koefisien regresi variabel Aksesibilitas (X2) sebesar 0,561 memiliki arti berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Nilai koefisien regresi dimensi amenitas (X3) sebesar 0,163 yang berarti berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Begitu pula dengan dimensi ancillary yangmana nilai koefisien regresi variabel *Ancillary* (X4) sebesar 0,24, berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.

Adapun perhitungan pengaruh *Atraksi, Aksesbilitas, Amenitas, Ancillary* secara simultan mempengaruhi minat berkunjung dengan menggunakan uji statistik F Menurut kriteria uji F dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- Jika nilai F-hitung > F-tabel maka Hipotesis ditolak
- Jika nilai F-hitung < F-tabel maka Hipotesis diterima

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246.683	4	61.671	24.380	.000[b]
	Residual	240.307	95	2.530		
	Total	486.990	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2

Sumber: Data diolah,2023

Diketahui nilai F-tabel berdasarkan rumus F-tabel = (k-1 : n-(k-1)) = (4-1 : 100-(4-1)) = 3 : 97 sebesar 2.698. Berdasarkan hasil Uji F diperoleh nilai dari uji statistik F-hitung

sebesar 24,380 dengan signifikansi (Sig.) 0.000. Artinya variabel Atraksi, Aksesbilitas, Amenitas, dan Ancillary secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Sig. < 0,05).

Dalam melihat kemampuan seberapa besar semua variabel bebas (daya tarik) dalam menjelaskan variabel terikat (minat berkunjung kembali), maka digunakan model koefisien determinan atau R-Square (R^2).

Tabel 8. Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712[a]	.507	.486	1.590

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X1, Total_X3, Total_X2

Sumber : Data dilolah,2023

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai R sebesar 0,712 maka diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,507 (50.7%), artinya variabel daya tarik mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali sebesar 50,7%. Sementara sisanya 49,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

KESIMPULAN

Penilaian tentang daya tarik wisata di MSRK memiliki nilai re-rata 4.59 yang berarti sangat setuju/baik dengan rangking tertinggi aksesibilitas, kemudian amenitas, lalu atraksi, dan terakhir ancillary. Sementara untuk nilai terkait minat berkunjung kembali memiliki nilai re-rata 4.56 yang berarti sangat setuju/sangat berminat dengan dimensi tertinggi adalah minat referensi (merekomendasikan), berikutnya adalah preferensi, dan yang terakhir adalah minat/rencana mengunjungi kembali. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda keempat dimensi daya tarik berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Adapun nilai besaran variabel daya tarik terhadap minat berkunjung kembali dengan menghitung R^2 adalah 50.7%, sementara 49.3% dipengaruhi oleh faktor lain. Saran yang diajukan adalah pihak MSRK dapat meningkatkan aspek ancillary seperti kebersihan dan perawatan di lingkungan museum, serta meningkatkan repeaters dengan berbagai atraksi menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, *1*(2), 66–77.

Bachtiar, M. L. (2016). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunungkidul (Studi Pada Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)* [Thesis]. Universitas Negeri Yogyakarta.

Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Pengunjung Museum Menurut Jenis Museum di Provinsi DKI Jakarta 2019-2021*. [Internet] [Diakses Pada 28 Desember 2022]. Tersedia Pada: https://jakarta.bps.go.id/indicator/16/651/1/jumlah-pengunjung-museum-menurut-jenis-museum-di-provinsi-dki-jakarta.html

Basiya, R., & Hasan, A. R. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Junar Pengembangan Ilmu-Ilmu Kepariwisataan & Perhotelan*, *11*(2), 1–12.

Batubara[l], R. P., & Putri[2], A. (n.d.). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak (Vol. 4, Issue 2).

Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 (2011) Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 (2015) Tentang Musem.

Krisanty, M. della. (2019). Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan pada Pengaruh Elemen Destinasi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Studi pada Rumah Betang Ensaid Panjang, Kabupaten Sintang) [Thesis]. Universitas Santa Dharma.

Mahendra, D. M., & Althalets, F. (2022). Pengaruh Pengembangan Destinasi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Desa Pela Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi-Teknik*, *1*(4), 306–316.

Mihardja, A. K. (1961). Seni Dalam Pembinaan Kepribadian Nasional. *Majalah Budaya X/l-2 Januari-Februari*.

Mingfang, Z., & Hanyu, Z. (2014). Research on the Causal Relationship between Antecedent Factors, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty. *Journal of Economics, Business and Management*, *3*(7), 683–686.

Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Ponggok di Kabupaten Klaten. *Jurnal Bumi Indonesia*, *7*(2).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 (2009) tentang Kepariwisataan.

Pratiwi, A. (2018). Destination Competitiveness Aspect for Cultural Tourism Area in Museum of Fine Arts and Ceramics in Jakarta, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 232-242.

Purba, A. W. B., & Ariwangsa, I. M. B. (2016). Analisis Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Baliwoso Camp Desa Pengotan Kabupaten Bangli. *JDP: Jurnal Destinasi Pariwisata*, *4*(2), 165–168.

Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *1*(3), 124–133.

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).

Saputro, J., & Septaningsih, V. (2020). Design of Information Systems Inventory Inventory In Sinar Sakti Racing Industry Based Web: Design of Information Systems Inventory Inventory In Sinar Sakti Racing Industry Based Web. *Jurnal Mantik*, *3*(4), 177-181.

Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, *72*(1), 157–167.

Sugiyono. (2017). Metode KuantitatiSugiyono. (2017). Metode Kuantitatif. In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (pp. 13–19).f. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Utma, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2018). *Membangun Pariwisata dari Desa: Desa Wisata Blimbingsari Jembrana Bali Usaha Tranformasi Ekonomi*. Yogyakarta: Deepublish.

Wanda, I. B. K., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei Pada Pengunjung Situs Trowulan). *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, *55*(3).

Yeni, Y., & Adi, F. (2016). . Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, *6*(1).