
ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK KULINER MALAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI PASAR LAMA TANGERANG

Oleh

Grecia Angelina¹, Andari Tirtadidjaja²

^{1,2} Universitas Bunda Mulia

E-mail: ¹s19200142@student.ubm.ac.id, ²11856@lecturer.ubm.ac.id

Article History:

Received: 17-06-2024

Revised: 24-06-2024

Accepted: 20-07-2024

Keywords:

Attraction, Night Culinary,
Interest in Visiting

Abstract: *Pasar Lama Tangerang is an area in Tangerang City. This research was conducted to determine whether or not there was an influence of the attractiveness of night culinary delights on interest in visiting Pasar Lama Tangerang. This research uses quantitative methods using data analysis, mean descriptive statistical tests, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests using the t test and coefficient of determination tests. The test used data from 100 samples as respondents from Pasar Lama Tangerang. Based on the results of research that has been carried out, the average value of variable Based on the t test calculation, it produces a significance value of 0.000 below 0.05 which can be concluded that variable in the coefficient of determination test which produces a value of 0.582, it can be stated that variable X (Attraction of Night Culinary) has an influence of 58.2% on variable Y (Intention to Visit). The simple linear regression test produces a value of 0.431, so it can be stated that culinary attractiveness has a positive effect on interest in visiting Pasar Lama Tangerang.*

PENDAHULUAN

Selain perekonomian negara, pariwisata juga mempengaruhi peningkatan infrastruktur dan lapangan pekerjaan. Seperti pariwisata Indonesia yang memiliki potensi untuk terus berkembang dan banyak wisatawan lokal maupun mancanegara mengakui hal tersebut atas berkembangnya pariwisata Indonesia.¹ Dalam pariwisata mencakup usaha penyediaan makanan dan minuman atau bisa disebut *food and beverages*, dimana menjadi tujuan utama bagi konsumen dan akan terus dicari ketika mengunjungi suatu destinasi atau tujuan tertentu karena kuliner sendiri bertujuan agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atas makanan yang disajikan oleh restoran ataupun hotel.

Kota Tangerang adalah kota terbesar di Provinsi Banten yang terletak di sebelah barat DKI Jakarta. Memiliki destinasi wisata dan pertumbuhan infrastruktur yang cukup masif karena banyak upaya yang telah dilakukan agar dapat meningkatkan daya saing, kualitas hidup, masyarakat dan lingkungan. Menurut data yang ada pada situs resmi Kota

¹ Kemenparekraf. "Fakta Menarik Pariwisata Indonesia, Banyak Diakui Dunia".

(<https://tangerangkota.go.id/berita/detail/40513/13-juta-wisatawan-kunjungi-kota-tangerang-sepanjang-tahun-2023>, diakses 18 Februari 2024). 2023.

Tangerang, pada tahun 2023 jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Tangerang sekitar 13.602.628 wisatawan, yang mengalami peningkatan sebanyak 1 juta wisatawan.² Dari data diatas, dapat dilihat bahwa adanya peningkatan dalam kunjungan wisatawan yang mengunjungi Kota Tangerang.

Hingga saat ini, banyak tempat-tempat yang memiliki daya tarik tersendiri, khususnya pada malam hari seperti wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan hal utama yang paling diminati oleh masyarakat dalam industri pariwisata, yang seiring berjalannya waktu berkembang menjadi pariwisata berkelanjutan dengan melakukan inovasi baru terhadap makanan yang ditawarkan kepada konsumen.

Ottenbacher dan Harrington³ menyatakan bahwa untuk mendukung perkembangan makanan agar tersebar luas ke seluruh negara dapat berupaya untuk memperkenalkan keunikan dari setiap kuliner yang ada di suatu daerah wisata. Oleh karena itu, pada setiap destinasi yang ada di seluruh negara memiliki objek wisata yang menjadi daya tarik dari tempat tersebut seperti wisata kuliner malam.

Wisata kuliner malam merupakan wisata yang cukup menarik perhatian banyak orang, hal ini juga akan mempengaruhi minat berkunjung para calon wisatawan, dan kuliner yang ada mulai dari restoran hingga jajanan kaki lima yang bisa dikunjungi oleh wisatawan. Salah satu wisata kuliner malam yang ada di Kota Tangerang yaitu Pasar Lama Tangerang, merupakan pasar yang berisikan ragam kuliner yang dapat disesuaikan dengan keinginan mulai dari jajanan pasar dan makanan berat tradisional, kekinian hingga makanan ekstrim.

Minat berkunjung wisatawan untuk mendatangi suatu tempat dilihat dari hal yang menjadi daya tarik wisata. Kurniasari et al.⁴ memaparkan bahwa minat berkunjung merupakan sebuah dorongan yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Pengunjung yang datang ke Pasar Lama Tangerang pun tidak hanya dapat berkunjung ke Pasar Tradisional, Museum dan Klenteng untuk sembahyang yang biasa banyak dikunjungi oleh warga Tionghoa, melainkan dapat mencicipi kuliner malam dari beberapa daerah dan negara. Hal ini menjadi daya tarik wisata karena orang-orang yang berkunjung dapat berbelanja sekaligus mencicipi aneka makanan yang ada di area tersebut.

Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan dapat mengetahui pengaruh daya tarik kuliner malam terhadap minat berkunjung dan membuat orang terus-menerus mengunjungi kuliner malam di Pasar Lama Tangerang sehingga dapat semakin berkembang.

LANDASAN TEORI

Marpaung⁵ menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah suatu hal yang

² Tangerangkota. 13 Juta Wisatawan Kunjungi Kota Tangerang Sepanjang Tahun 2023.

(<https://www.kememparekraf.go.id/hasil-pencarian/fakta-menarik-pariwisata-indonesia-banyak-diakui-dunia>, diakses 18 Febuari 2024). 2024.

³ Heni Widyaningsih et al. (2023). *Pelatihan Abon Kates (Bontes) sebagai Daya Tarik Wisata kuliner di Padukuhan Klepu Lor Sendang Mulyo Minggir Sleman Yogyakarta*. Jurnal Abdimas Pariwisata, 4(2), 122.

⁴ Hernita Kurniasari, dkk. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran*. Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia. 1(1), 79-84.

⁵ Budiman Marpaung. (2019). *Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan*. Mpu Procuratio: Jurnal Penelitian Manajemen, 1 (2), 145.

mempunyai keunikan dan nilai akan kekayaan budaya dan alam yang dikunjungi oleh wisatawan. Wisata kuliner menjadi salah satu kegiatan wisatawan untuk mengeksplor makanan dan minuman yang unik dan menarik. Kuliner malam adalah suatu usaha yang bergerak dibidang makanan, mencakup penjualan makanan hingga pemasaran yang dilakukan untuk menarik wisatawan untuk mencoba makanan, minuman dan jajanan dari berbagai daerah. Kuliner malam dibuka setiap hari pukul 17.00 – 23.00 yang banyak dikunjungi oleh pengunjung dari seluruh daerah, dan akan semakin ramai jika semakin malam.

Minat berkunjung didorong oleh hal yang memotivasi seseorang untuk mengunjungi suatu kawasan destinasi wisata, bisa dilihat dari potensi wisata akan objek wisata, atraksi wisata dan lainnya yang menarik perhatian pengunjung akan keunikan dan kekhasan dari destinasi tersebut. Asdi menyatakan bahwa minat berkunjung ialah perasaan ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata.⁶

METODE PENELITIAN

Metode yang penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini ialah daya tarik kuliner malam dan minat berkunjung. Penelitian ini dilakukan terhadap pengunjung Pasar Lama Tangerang, dengan sampel yang menjadi bagian dari populasi sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan observasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 25 meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif mean, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier sederhana), uji hipotesis (uji T) dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil dan pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari data yang telah di kumpulkan dan diuji:

1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Variabel X dan Variabel Y

Variabel		Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Daya Tarik Kuliner Malam	Dimensi Atraksi	Pernyataan 1	0,780	0,195	Valid
		Pernyataan 2	0,206	0,195	Valid
		Pernyataan 3	0,696	0,195	Valid
		Pernyataan 4	0,689	0,195	Valid
		Pernyataan 5	0,539	0,195	Valid
	Dimensi Aksesibilitas	Pernyataan 6	0,529	0,195	Valid
		Pernyataan 7	0,203	0,195	Valid
		Pernyataan 8	0,624	0,195	Valid
		Pernyataan 9	0,214	0,195	Valid
		Pernyataan 10	0,663	0,195	Valid
	Dimensi Amenitas	Pernyataan 11	0,591	0,195	Valid
		Pernyataan 12	0,756	0,195	Valid
		Pernyataan 13	0,670	0,195	Valid

⁶ Hernita Kurniasari, dkk. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran. Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*. 1(1), 79-84.

		Pernyataan 14	0,610	0,195	Valid
		Pernyataan 15	0,749	0,195	Valid
	Dimensi Ancillary Service	Pernyataan 16	0,494	0,195	Valid
		Pernyataan 17	0,569	0,195	Valid
		Pernyataan 18	0,283	0,195	Valid
		Pernyataan 19	0,394	0,195	Valid
		Pernyataan 20	0,383	0,195	Valid
Minat Berkunjung	Dimensi Informasi	Pernyataan 1	0,647	0,195	Valid
		Pernyataan 2	0,678	0,195	Valid
		Pernyataan 3	0,615	0,195	Valid
		Pernyataan 4	0,399	0,195	Valid
		Pernyataan 5	0,263	0,195	Valid
	Dimensi Harga	Pernyataan 6	0,612	0,195	Valid
		Pernyataan 7	0,377	0,195	Valid
		Pernyataan 8	0,442	0,195	Valid
		Pernyataan 9	0,585	0,195	Valid
	Dimensi Fasilitas	Pernyataan 10	0,553	0,195	Valid
		Pernyataan 11	0,596	0,195	Valid
		Pernyataan 12	0,490	0,195	Valid
		Pernyataan 13	0,567	0,195	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Uji Validitas dilakukan menggunakan uji signifikansi koefisien korelasi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Akan menghasilkan data yang valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel, begitu juga sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel artinya data tidak valid. Dalam hasil data yang telah diuji, menyatakan bahwa nilai r hitung pada variabel X (daya tarik kuliner malam) dan variabel Y (minat berkunjung) lebih besar dari nilai r tabel (0,195). Maka, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam variabel daya tarik kuliner malam dan minat berkunjung menghasilkan data yang valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.876	20

Sumber: Output SPSS 25, 2024

Uji Reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha yang dinyatakan reliabel apabila nilai yang dihasilkan $>$ 0,60. Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel daya tarik kuliner malam (X) yaitu 0,876 dengan 20 pernyataan, yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,60 dan termasuk dalam kategori sangat reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	13

Sumber: Output SPSS 25, 2024

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel minat berkunjung (Y) yaitu 0,783 dengan 13 pernyataan, yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,60 dan termasuk dalam kategori reliabel.

3. Uji Statistik Deskriptif Mean

Tabel 4. Uji Statistik Deskriptif Mean Variabel X

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	2	5	3.99	.893
X2	100	3	5	4.53	.611
X3	100	3	5	4.01	.772
X4	100	2	5	4.32	.737
X5	100	3	5	3.94	.633
X6	100	3	5	4.48	.643
X7	100	3	5	4.50	.628
X8	100	3	5	4.10	.810
X9	100	3	5	4.57	.573
X10	100	2	5	3.85	.783
X11	100	3	5	4.16	.615
X12	100	2	5	3.94	.839
X13	100	2	5	4.40	.651
X14	100	3	5	4.32	.695
X15	100	2	5	3.93	.832
X16	100	2	5	4.48	.611
X17	100	2	5	3.97	.703
X18	100	3	5	4.32	.601
X19	100	3	5	4.27	.664
X20	100	3	5	4.32	.649
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Output SPSS 25, 2024

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata tertinggi diperoleh pada dimensi aksesibilitas yaitu sebesar 4,57 yang jika dilihat pada tabel nilai mean termasuk pada kategori "sangat tinggi", dimana dalam variabel X9 ini memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Tabel 5. Uji Statistik Deskriptif Mean Variabel Y

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	100	3	5	4.53	.627
Y2	100	2	5	4.44	.701
Y3	100	2	5	3.94	.814
Y4	100	3	5	4.47	.611
Y5	100	3	5	4.52	.594

Y6	100	3	5	4.61	.567
Y7	100	3	5	4.54	.576
Y8	100	3	5	4.32	.548
Y9	100	3	5	4.42	.589
Y10	100	2	5	4.23	.750
Y11	100	3	5	4.18	.593
Y12	100	3	5	4.40	.603
Y13	100	3	5	4.30	.611
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Olah data SPSS 25, 2024

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai mean tertinggi di peroleh sebesar 4,61 dalam dimensi harga, dimana variabel Y6 termasuk dalam kategori “sangat tinggi”, dimana memberikan pengaruh terhadap kunjungan responden.

4. Uji Normalitas

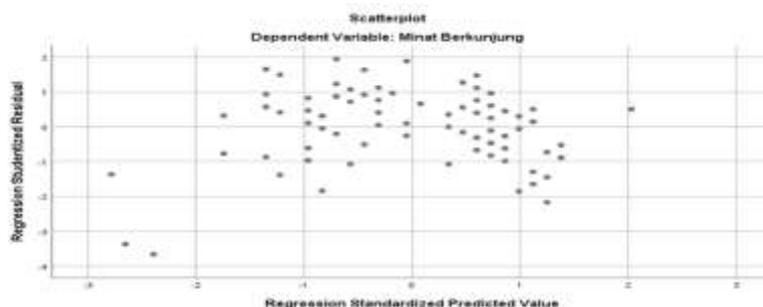
Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.80887894
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.048
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Olah data SPSS 25, 2024

Dalam uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai data > 0,05 berarti data tersebut normal. Sehingga dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai data 0,175, dimana lebih besar dari 0,05. Sehingga data yang dihasilkan dapat dikatakan normal.

5. Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas dengan grafik Scatterplot

Tabel 7. Hasil uji Heterokedastisitas menggunakan uji Spearman

Correlations				
			x	ABS_RES
Spearman's rho	x	Correlation Coefficient	1.000	-.195
		Sig. (2-tailed)	.	.052
		N	100	100
	ABS_RES	Correlation Coefficient	-.195	1.000
		Sig. (2-tailed)	.052	.
		N	100	100

Sumber: Output SPSS 25, 2024

Dalam uji ini menggunakan grafik *Scatterplot* dan metode *Rank Spearman* dengan nilai signifikansi $> 0,05$ yang berarti tidak terjadi heterokedastistas. Berdasarkan data yang telah diolah, menyatakan bahwa uji heterokedastistas dengan grafik *Scatterplot* dan metode *Rank Spearman* menghasilkan nilai angka yang menyebar, tidak membentuk suatu pola pada bagian atas dan bawah sumbu Y, serta nilai Sig. (2-tailed) $> 0,052$ yang artinya tidak terjadi heterokedastistas dalam pengujian ini.

6. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.531	3.129		6.562	.000
	Daya Tarik Kuliner Malam	.431	.037	.763	11.672	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Sumber: Output SPSS 25, 2024

Dalam uji regresi linear sederhana dapat diketahui bahwa nilai konstanta (a) yaitu 20,531 dengan nilai koefisien regresi (b) dalam variabel daya tarik kuliner malam (X) yaitu 0,431. Berikut adalah nilai regresi yang ditulis dengan $Y = 20,531 + 0,431X$.

Dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi X sebesar 0,431, dimana dinyatakan bernilai positif sehingga daya tarik kuliner malam menimbulkan pengaruh positif terhadap minat berkunjung (Y).

7. Uji T

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.531	3.129		6.562	.000
	Daya Tarik Kuliner Malam	.431	.037	.763	11.672	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Output SPSS 25, 2024

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai data t statistik dengan nilai t tabel distribusi, yang dikatakan berpengaruh apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil yang diperoleh dari uji t_{hitung} yaitu 11,672 > t_{tabel} 1,660 dengan tingkat signifikansi 10% (0,1), dapat diartikan daya tarik kuliner malam memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Maka H_a diterima dan H_o ditolak.

8. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.577	2.82317

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Output SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil data diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai *R Square* (koefisien determinasi) yaitu 0,582 (58,2%), yang berarti pengaruh antara variabel daya tarik kuliner malam (X) terhadap minat berkunjung (Y) sebesar 58,2% dan sisanya sebesar 41,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas oleh peneliti.

Dalam hasil pengujian ditemukan pengaruh daya tarik kuliner malam terhadap minat berkunjung dalam uji regresi linear sederhana, uji t dan uji koefisien determinasi yang didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri et al.⁷ dan Nurbaeti et al.⁸ yang menyatakan bahwa daya tarik kuliner malam memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Dimana Pasar Lama Tangerang memiliki daya tarik akan aneka kuliner (dari kuliner legendaris hingga kuliner ekstrim) yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung.

⁷ Librina Tria Putri, Nazmul Irfandi. (2019). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Kuliner Malam (WKM) Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Pekanbaru*. Jurnal Universitas Persada Indonesia, 2 (2), 139-140.

⁸ Myrza Rahmanita Nurbaeti, Heny Ratnaningtyas, Amrullah. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 10 (2), 275-276.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, berikut adalah kesimpulan mengenai penelitian ini yang telah melakukan pengujian data dengan menggunakan sampel sebanyak 100 sampel atau responden, mulai dari uji statistik deskriptif mean, uji validitas hingga uji koefisien determinasi, dimana hasil dari uji-uji tersebut menyatakan bahwa daya tarik kuliner malam berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pasar Lama Tangerang.

Dalam uji deskriptif mean yang memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,57 dan rata-rata terendah sebesar 3,85 pada variabel X. Lalu, nilai rata-rata tertinggi pada variabel Y sebesar 4,61 dan nilai rata-rata terendah 3,94. Dalam uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai residual sebesar 0,175 yang berarti melebihi nilai signifikansi 0,05 dan dinyatakan normal. Pada uji koefisien determinasi, menghasilkan nilai *R Square* 0,582 yang artinya pengaruh daya tarik kuliner malam (X) terhadap minat berkunjung (Y) sebesar 58,2%. Sehingga hipotesis alternatif (H_a) dalam penelitian ini diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, mengenai variabel daya tarik kuliner malam (X) dalam dimensi aksesibilitas memiliki nilai rata-rata terendah. Sehingga saran yang dapat diberikan yaitu dengan menyediakan informasi mengenai akses menuju lokasi dan memberikan petunjuk arah jalan menuju lokasi penelitian. Dalam variabel minat berkunjung (Y), dimensi informasi memiliki nilai rata-rata terendah, maka saran yang dapat disampaikan ialah dengan memberikan dan menambahkan informasi baik dalam bentuk papan atau media sosial mengenai aneka kuliner dan fasilitas umum seperti toilet umum yang tersedia di Pasar Lama Tangerang sehingga pengunjung yang datang bisa mengetahui ada apa saja kuliner yang ada di area kuliner malam Pasar Lama Tangerang.

Kemudian, terdapat saran yang dapat diberikan kepada pihak pengelola Pasar Lama Tangerang yaitu tingginya minat kunjungan wisatawan dapat memberikan pengaruh terhadap area kuliner Pasar Lama Tangerang, sehingga dapat melakukan peningkatan mengenai promosi, menambahkan dan mempertahankan daya tarik terkait area kuliner dan wilayah sekitarnya, juga dapat melakukan perbaikan mengenai penataan tenan-tenan kuliner agar pengunjung yang datang dapat mengakses dan mengeksplor area kuliner dengan lebih mudah.

Pengakuan/Acknowledgements

Saya berterima kasih kepada semua dosen Universitas Bunda Mulia, dosen pembimbing dan pihak pengelola Pasar Lama Tangerang yang telah berkontribusi untuk membantu dan membimbing penulis dalam penulisan penelitian ini. Saya juga ingin berterima kasih kepada keluarga dan teman-teman penulis yang memberikan dukungan serta memotivasi penulis dalam berbagai kondisi untuk menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kurniasari, Hernita, dkk. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*. 1(1), 79-84.
- [2] Kemenparekraf. (2023). Fakta Menarik Pariwisata Indonesia, Banyak Diakui Dunia. Retrieved February 18, 2024, from <https://www.kememparekraf.go.id/hasil-pencarian/fakta-menarik-pariwisata-indonesia-banyak-diakui-dunia>
- [3] Marpaung, Budiman. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap

- Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. Mpu Procuratio: Jurnal Penelitian Manajemen, 1 (2), 145.
- [4] Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas dan Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 10 (2), 275-276 Doi: <http://dx.doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- [5] Putri, Librina Tria dan Nazmul Irfandi. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Kuliner Malam (WKM) Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Pekanbaru. Jurnal Universitas Persada Indonesia, 2 (2), 139-140.
- [6] Tangerangkota. (2024). 13 Juta Wisatawan Kunjungi Kota Tangerang Sepanjang Tahun 2023. Retrieved February 18, 2024, from <https://tangerangkota.go.id/berita/detail/40513/13-juta-wisatawan-kunjungi-kota-tangerang-sepanjang-tahun-2023>
- [7] Widyaningsih, Heni, Lutfi Hendriyati, Hery Krestanto, Annisa Grace R, Ihsan Budi Santoso. (2023). Pelatihan Abon Kates (Bontes) sebagai Daya Tarik Wisata kuliner di Padukuhan Klepu Lor Sendang Mulyo Minggir Sleman Yogyakarta. Jurnal Abdimas Pariwisata, 4 (2), 122 DOI: 10.36276/jap.v4i2.456