

Minat Wisatawan Berkunjung ke Kota Jakarta, Indonesia

Reno Catelya Dira Oktavia*, Anita Swantari, Muhammad Husen Hutagalung,
Rina Suprina, Anis Darsiah

Institut Pariwisata Trisakti

*reno.catelya@iptrisakti.ac.id

Informasi Artikel

Received: 26 Februari 2025

Accepted: 2 Maret 2025

Published: 14 Maret 2025

Keywords:

shopping destinations, cultural and historical attractions, culinary tourism, nightlife, interest in visiting

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence tourists' interest in visiting Jakarta, with a focus on shopping destinations, cultural and historical attractions, culinary tourism, and nightlife. The method used is a quantitative approach with a population of all visitors to Jakarta, both domestic and foreign. The research sample was 200 respondents selected by purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple regression. The results of the study showed that all variables tested (shopping destinations, cultural and historical attractions, culinary tourism, and nightlife) have a significant influence on tourists' interest in visiting Jakarta. The shopping destination factor has the greatest influence, followed by cultural and historical attractions, culinary tourism, and nightlife. Based on these results, it can be concluded that Jakarta has great potential to attract more tourists through the development of these sectors. The advice given to tourism destination managers and local governments is to continue to improve facilities and promotions related to shopping, cultural, culinary, and nightlife tourism in order to strengthen Jakarta's appeal as a major tourist destination, and so that tourists can explore more aspects of the city during their visit.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Jakarta, dengan fokus pada destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner, serta hiburan malam. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan populasi seluruh pengunjung Jakarta, baik domestik maupun mancanegara. Sampel penelitian terdiri dari 200 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang diuji (destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner, dan hiburan malam) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Jakarta. Faktor destinasi belanja memberikan pengaruh terbesar, diikuti oleh atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner, serta hiburan malam. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa Jakarta memiliki potensi besar untuk menarik lebih banyak wisatawan melalui pengembangan sektor-sektor tersebut. Saran yang diberikan untuk pengelola destinasi wisata dan pemerintah daerah adalah untuk terus meningkatkan fasilitas dan promosi yang berkaitan dengan belanja, budaya, kuliner, dan hiburan malam guna memperkuat daya tarik Jakarta sebagai tujuan wisata utama, serta bagi wisatawan untuk mengeksplorasi lebih banyak aspek kota ini selama kunjungan mereka.

Kata Kunci:

destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner, hiburan malam, minat berkunjung

PENDAHULUAN

Kota Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia, telah dikenal luas sebagai pusat ekonomi, budaya, dan pariwisata. Sebagai destinasi utama, Jakarta menawarkan berbagai pilihan bagi para wisatawan, mulai dari destinasi belanja yang trendi, atraksi budaya dan sejarah yang kaya, kuliner yang menggugah selera, hingga hiburan malam yang dinamis. Faktor-faktor ini berperan penting dalam menarik pengunjung untuk berwisata ke Jakarta. Destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, kuliner, serta hiburan malam memiliki kontribusi signifikan terhadap tingkat kunjungan wisatawan domestik dan internasional.

Penelitian tentang pariwisata Jakarta dan faktor-faktor yang mempengaruhinya telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hubungan yang signifikan antara faktor belanja, kuliner, budaya, dan hiburan malam dengan preferensi wisatawan. Hermanto et al. (2020) dan Purnama & Yasa (2013) menyatakan bahwa destinasi belanja di suatu daerah, seperti pasar modern dan pasar tradisional, sangat mempengaruhi keputusan wisatawan. Ratnaningtyas et al (2023) dan Nurbaeti et al. (2022) menyebutkan bahwa atraksi budaya dan sejarah seperti Museum Nasional dan Pecinan Glodok mampu meningkatkan minat wisatawan domestik dan mancanegara. Susilowati (2021) mengungkapkan bahwa wisata kuliner di Jakarta, khususnya makanan tradisional, memiliki daya tarik yang kuat di kalangan wisatawan internasional. Cristina & Marta (2019) menemukan bahwa hiburan malam di Jakarta, yang menawarkan berbagai bentuk kegiatan seperti klub malam dan konser, memainkan peran penting dalam menarik wisatawan muda, pentingnya hiburan malam dalam menarik wisatawan asing

ke Jakarta, khususnya yang berasal dari negara-negara Asia Tenggara

Selanjutnya penelitian terdahulu lainnya adalah penelitian Handayani et al. (2018) dan Nurany et al. (2023) yang menunjukkan fasilitas belanja dan atraksi budaya terhadap lama tinggal wisatawan di Jakarta. Chandra (2018) meneliti hubungan antara promosi destinasi belanja dengan kepuasan wisatawan yang mengunjungi Jakarta. Veronica & Wibawa (2025) mengidentifikasi bahwa pengalaman kuliner memperkuat citra kota sebagai destinasi wisata yang menarik. Dwithama & Sutrisno (2022) menemukan bahwa sejarah Jakarta, yang terkait dengan masa kolonial dan peranannya dalam perjuangan kemerdekaan, menjadi nilai tambah bagi wisatawan yang tertarik pada sejarah.

Meskipun banyak penelitian yang telah membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Jakarta, namun sebagian besar studi masih terfokus pada satu aspek saja, seperti belanja atau kuliner, tanpa mengintegrasikan faktor-faktor lainnya secara holistik. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengeksplorasi pengaruh komprehensif dari kombinasi destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, kuliner, serta hiburan malam terhadap minat kunjungan wisatawan ke Jakarta. Berdasarkan tinjauan pustaka, terdapat gap penelitian yang signifikan, yaitu belum ada studi yang secara mendalam dan holistik menganalisis hubungan antara keempat faktor utama (belanja, budaya dan sejarah, kuliner, hiburan malam) dalam menarik wisatawan ke Jakarta. Kebanyakan penelitian hanya menyoroti satu atau dua faktor saja tanpa memadukan keseluruhan aspek yang berkontribusi terhadap pengalaman wisatawan di Jakarta.

Penelitian ini menawarkan destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, kuliner, dan hiburan malam, dalam satu

kerangka analisis yang terpadu untuk menciptakan pengalaman wisata yang menarik dan mendalam bagi wisatawan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kombinasi destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, kuliner, serta hiburan malam dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Jakarta. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Jakarta dan menganalisis hubungan antara destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, kuliner, serta hiburan malam dengan minat berkunjung.

TINJAUAN PUSTAKA

Destinasi belanja

Destinasi belanja adalah tempat atau lokasi yang dirancang atau dikenal untuk menawarkan berbagai pilihan produk atau barang untuk dibeli oleh wisatawan, di mana dapat menemukan berbagai toko, pusat perbelanjaan, pasar, atau area komersial yang menawarkan barang-barang unik, lokal, atau merek internasional (Wachyuni et al., 2018). Destinasi belanja bisa mencakup mal, pasar tradisional, pusat perbelanjaan besar, atau kawasan khusus yang dikenal dengan produk-produk tertentu yang bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan sekaligus memberikan kemudahan bagi pengunjung yang mencari barang yang mereka inginkan (Nurun, 2013).

Destinasi belanja merupakan lokasi atau area yang memiliki berbagai toko atau pusat perbelanjaan yang menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang ingin berbelanja yang dikenal dengan pilihan produk yang beragam, mulai dari barang-barang lokal khas hingga merek internasional (Fadjrina et al., 2018). Destinasi belanja menjadi bagian penting dari industri pariwisata, karena selain berfungsi sebagai tempat untuk

berbelanja, juga menawarkan pengalaman unik bagi wisatawan, seperti budaya, suasana, atau produk-produk lokal yang tidak ditemukan di tempat lain (Handayani et al., 2018).

Atraksi budaya dan sejarah

Atraksi budaya dan sejarah adalah tempat atau kegiatan yang menyebabkan pengunjung untuk belajar dan merasakan langsung sejarah, tradisi, seni, serta warisan budaya suatu daerah atau negara yang menggabungkan unsur pendidikan dan hiburan, memberikan pengalaman yang memperkaya pemahaman tentang masa lalu dan kebudayaan suatu tempat (Nurbaeti et al., 2022). Atraksi budaya dan sejarah bisa meliputi situs arkeologi dan monumen sejarah, bangunan bersejarah, festival budaya, pertunjukan seni dan teater tradisional, dan museum dan galeri seni (Putra et al., 2022)

Situs arkeologi dan monumen sejarah adalah tempat yang memiliki nilai sejarah menjadi simbol dari peradaban dan sejarah panjang yang pernah ada (Rismawan et al., 2022). Selanjutnya bangunan bersejarah seperti kastil, gereja tua, atau istana yang menyimpan cerita tentang kerajaan atau kejayaan masa lalu (Utami et al., 2023). Kemudian festival budaya adalah acara yang merayakan kebudayaan dan tradisi suatu daerah yang memberikan wawasan tentang perayaan tradisional dan adat setempat (Saputra & Zaman, 2023). Sementara atraksi budaya dan sejarah yang lainnya adalah pertunjukan seni dan teater tradisional yang menampilkan seni atau cerita tradisional yang berasal dari suatu budaya yang menggambarkan cerita rakyat atau mitologi (Suhadak, 2024). Sedangkan museum dan galeri seni yang menyimpan koleksi benda bersejarah, seni yang memiliki nilai budaya yang sangat penting lebih menonjolkan karya seni dan ekspresi kreatif (Yendra, 2018).

Wisata Kuliner

Wisata kuliner adalah kegiatan berwisata yang fokus pada penjelajahan dan pengalaman menikmati makanan khas atau tradisional dari suatu daerah atau negara yang dapat mencicipi berbagai jenis makanan dan minuman yang memiliki keunikan rasa, bahan, dan cara penyajian yang mencerminkan budaya setempat (Wibawati & Prabhawati, 2021). Wisata kuliner tidak hanya tentang makan, tetapi juga tentang merasakan tradisi, sejarah, dan keanekaragaman budaya suatu tempat melalui hidangannya yang dilakukan dengan mengunjungi restoran, pasar, atau warung lokal yang menyajikan makanan khas yang sulit ditemukan di tempat lain (Putri et al., 2023).

Kegiatan dalam wisata kuliner antara lain (Auliya & Mona, 2020): (1) Menikmati makanan khas daerah yang setiap hidangan memiliki sejarah dan cara penyajian yang unik; (2) Berpartisipasi dalam festival kuliner, banyak daerah mengadakan festival kuliner di mana pengunjung dapat mencoba berbagai macam makanan dari pedagang lokal atau koki terkenal; (3) Tour kuliner yang dipandu di mana wisatawan diajak mengunjungi berbagai tempat makan terkenal di suatu kota atau daerah; (4) Pasar tradisional dan street food yang menawarkan hidangan lokal yang autentik dan terjangkau.

Hiburan Malam

Hiburan malam merupakan kegiatan atau acara yang dilakukan pada malam hari untuk memberikan hiburan atau kesenangan bagi orang-orang yang ingin bersenang-senang setelah matahari terbenam yang menawarkan beragam pilihan yang menyenangkan setelah jam kerja atau aktivitas sehari-hari (Nurzhifah et al., 2019). Hiburan malam yang populer antara lain: (1) Clubbing dan diskotek, tempat di mana orang bisa menikmati musik, menari, dan

bersosialisasi yang menawarkan berbagai jenis musik, mulai dari EDM (*electronic dance music*) hingga musik live, dengan pencahayaan dan atmosfer yang energik (Senduk, 2016); (2) Karaoke bar menjadi pilihan hiburan malam yang menyenangkan, baik untuk individu maupun kelompok yang ingin bersenang-senang sambil menyanyikan lagu-lagu favorit mereka (Fitri, 2018); (3) Pertunjukan musik, teater, tari, atau komedi banyak di kota besar atau tempat wisata memiliki teater yang menyajikan pertunjukan menarik pada malam hari (Azmi & Hermawan, 2017); (4) Bar dan Lounge adalah tempat untuk bersantai sambil menikmati minuman, seperti koktail atau bir, serta berbincang dengan teman-teman, juga menawarkan musik live atau DJ untuk suasana yang lebih meriah (Nurzhifah et al., 2019); (5) Night market menawarkan berbagai barang, makanan, dan hiburan lokal, berbelanja, pengunjung bisa menikmati street food atau menonton pertunjukan budaya setempat (Siswoko & Sunarta, 2022); (6) Café dan restoran malam adalah tempat makan yang buka larut malam dengan atmosfer santai atau romantis yang menawarkan hiburan musik hidup atau acara spesial untuk menarik pengunjung pada malam hari (Wijaya, 2014); (7) Cinemas and movie theaters adalah menonton film malam hari di bioskop juga merupakan hiburan populer, terutama bagi mereka yang ingin menikmati film terbaru atau pilihan favorit (Alwi & Wijayaputri, 2021).

Destinasi belanja dengan berbagai produk internasional dan pengalaman menarik dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi kota tersebut (Hermanto et al., 2020). Pusat perbelanjaan besar dengan fasilitas lengkap menjadi faktor penting yang menarik wisatawan memilih kota itu sebagai tujuan utama mereka (Purnama & Yasa, 2013).

H1: Destinasi belanja berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

Atraksi budaya dan sejarah, seperti tarian, acara, bangunan bersejarah dan festival, berpengaruh besar terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi (Nurbaeti et al., 2022). Daya tarik wisata sejarah dan budaya dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung karena menawarkan nilai edukasi dan kedalaman budaya (Ratnaningtyas et al., 2023).

H2: Atraksi budaya dan sejarah berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

Wisata kuliner memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat karena kuliner lokal menjadi daya tarik utama (Susilowati, 2021). Keragaman kuliner di suatu daerah dapat mendorong wisatawan berkunjung, karena makanan lokal sering kali menjadi bagian penting dari pengalaman wisata yang tak terlupakan (Veronica & Wibawa, 2025).

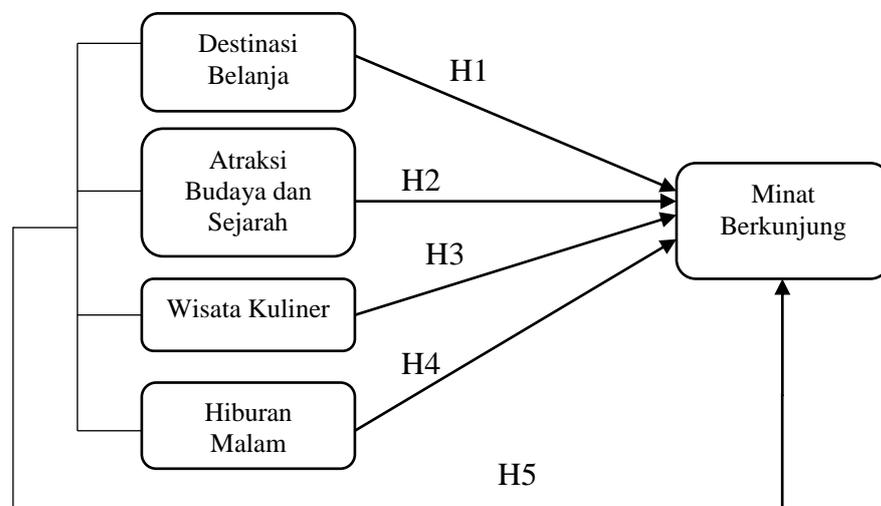
H3: Wisata kuliner berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

Hiburan malam seperti klub dan pertunjukan musik sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung, karena pengalaman hiburan tersebut menjadi daya tarik utama (Cristina &

Marta, 2019). Variasi hiburan malam yang ditawarkan suatu destinasi dapat memotivasi wisatawan untuk berkunjung, karena hiburan malam menjadi bagian penting dari pengalaman perjalanan yang menyenangkan (Wijayanti, 2022).

H4: Hiburan malam berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung
Keberagaman pilihan produk dan pengalaman berbelanja, ditambah dengan kekayaan budaya (Nurbaeti et al., 2022; Ratnaningtyas et al., 2023). Kemudian sejarah yang ditawarkan oleh suatu tempat, dapat menarik perhatian wisatawan (Nurbaeti et al., 2022; Ratnaningtyas et al., 2023). Selain itu, pengalaman kuliner lokal yang unik (Susilowati, 2021; Veronica & Wibawa, 2025). Selanjutnya variasi hiburan malam yang menarik juga berperan besar dalam meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut (Cristina & Marta, 2019; Wijayanti, 2022). Kombinasi faktor-faktor ini menciptakan daya tarik yang kuat bagi para wisatawan untuk memilih suatu tempat sebagai tujuan wisata utama mereka.

H5: Destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner, hiburan malam secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.



Gambar 1. Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi penelitian yang mencakup seluruh pengunjung yang datang untuk menikmati wisata di Kota Jakarta, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Sampel penelitian terdiri dari 200 wisatawan yang telah mengunjungi Jakarta. Penentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan teori Hair et al. (2017), yang menjelaskan bahwa jumlah sampel dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM) sebaiknya minimal 5 hingga 10 kali jumlah item pada kuesioner. Jumlah item kuisisioner dalam penelitian ini berjumlah 25 item kuisisioner, kemudian dikalikan 8 (delapan) sehingga berjumlah 200. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden yang telah berkunjung ke Jakarta lebih dari sekali serta berusia 18 tahun ke atas.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai berbagai faktor yang menarik

perhatian mereka untuk berkunjung ke Jakarta, seperti destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, kuliner, serta hiburan malam, guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi wisatawan terhadap aspek-aspek tersebut. Untuk menganalisis data yang diperoleh, penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Proses analisis mencakup beberapa uji statistik, yaitu uji validitas untuk memastikan ketepatan instrumen penelitian, uji reliabilitas untuk menguji konsistensi jawaban responden, serta uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, uji parsial dan uji simultan dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing faktor secara terpisah maupun bersama-sama terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Jakarta. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor utama yang mempengaruhi daya tarik wisata Jakarta bagi pengunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	120	60%
	Perempuan	80	40%
Usia	18-24 tahun	50	25%
	25-34 tahun	70	35%
	35-44 tahun	40	20%
	45 tahun ke atas	40	20%
Kewarganegaraan	Domestik (WNI)	150	75%
	Mancanegara (WNA)	50	25%
Frekuensi Kunjungan ke Jakarta	2 kali	80	40%
	3 kali atau lebih	120	60%
Pengeluaran Selama Kunjungan	< Rp 1.000.000	40	20%
	Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	100	50%
	> Rp 5.000.000	60	30%

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden yang mencakup berbagai faktor demografis dan perilaku, seperti jenis kelamin, usia, kewarganegaraan, frekuensi kunjungan ke Jakarta, dan pengeluaran selama kunjungan. Dari segi jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki (60%), sementara perempuan menyumbang 40%. Mayoritas responden lebih banyak pria yang berkunjung ke Jakarta karena mereka lebih banyak terlibat dalam kegiatan perjalanan dinas atau bisnis yang lebih sering ke Jakarta dibandingkan perempuan. Pada kategori usia, sebagian besar responden berada di rentang usia 25-34 tahun (35%), diikuti oleh usia 18-24 tahun (25%). Usia 25-34 tahun yang paling banyak ditemukan mengindikasikan bahwa kelompok usia ini lebih aktif dalam perjalanan atau memiliki daya beli yang lebih tinggi untuk mengunjungi Jakarta.

Kemudian kewarganegaraan mayoritas adalah WNI (75%), sementara WNA hanya 25%, karena kewarganegaraan domestik yang lebih

tinggi dari WNA bisa mencerminkan ketertarikan yang lebih besar bagi warga negara Indonesia untuk melakukan perjalanan domestik. Dalam hal frekuensi kunjungan ke Jakarta, 60% responden mengunjungi Jakarta tiga kali atau lebih, sedangkan 40% mengunjungi Jakarta hanya dua kali. Frekuensi kunjungan yang lebih tinggi pada 3 kali atau lebih dapat menunjukkan bahwa Jakarta adalah tujuan yang sering dikunjungi bagi pelancong, baik untuk bisnis, wisata, atau keperluan lainnya. Mengenai pengeluaran selama kunjungan, sebagian besar responden (50%) menghabiskan antara Rp 1.000.000 hingga Rp 5.000.000, sementara 20% menghabiskan kurang dari Rp 1.000.000 dan 30% menghabiskan lebih dari Rp 5.000.000. Pengeluaran selama kunjungan yang didominasi oleh rentang Rp 1.000.000 hingga Rp 5.000.000 menunjukkan bahwa responden mengalokasikan anggaran menengah untuk kunjungan mereka ke Jakarta, baik untuk akomodasi, transportasi, maupun konsumsi.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel
Destinasi Belanja	Saya tertarik untuk mengunjungi mal besar di Jakarta	0.452	0.138
	Saya menikmati pengalaman berbelanja di pasar tradisional Jakarta	0.523	0.138
	Pilihan merek internasional sangat memengaruhi keputusan belanja saya di Jakarta	0.601	0.138
	Belanja di Jakarta memberikan pengalaman budaya yang menarik	0.554	0.138
	Saya puas dengan fasilitas dan layanan di pusat perbelanjaan di Jakarta.	0.498	0.138
Atraksi Budaya dan Sejarah	Saya tertarik untuk mengunjungi Monas atau Museum Nasional Jakarta	0.625	0.138
	Jakarta memiliki banyak situs bersejarah yang menarik untuk dikunjungi	0.580	0.138
	Saya menikmati festival budaya di Jakarta	0.479	0.138
	Saya tertarik untuk mengunjungi bangunan bersejarah di Jakarta	0.640	0.138
Wisata Kuliner	Informasi mengenai atraksi sejarah dan budaya di Jakarta mudah dipahami dan menarik	0.588	0.138
	Saya tertarik mencoba makanan khas Jakarta selama berkunjung.	0.654	0.138
	Saya sering mencari tempat makan tradisional di Jakarta selama berwisata	0.535	0.138

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel
	Pengalaman kuliner lokal sangat penting dalam keputusan saya untuk berkunjung ke Jakarta	0.608	0.138
	Saya menikmati berkunjung ke pasar kuliner atau street food di Jakarta.	0.564	0.138
	Saya puas dengan keragaman kuliner yang ada di Jakarta	0.502	0.138
Hiburan Malam	Saya tertarik dengan kehidupan malam di Jakarta, seperti klub malam atau bar	0.630	0.138
	Saya menikmati pertunjukan musik atau konser malam di Jakarta	0.549	0.138
	Saya tertarik mengunjungi karaoke bar atau tempat hiburan lainnya di malam hari di Jakarta	0.576	0.138
	Hiburan malam di Jakarta sangat bervariasi dan menarik.	0.603	0.138
	Saya merasa aman dan nyaman saat berkunjung ke tempat hiburan malam di Jakarta.	0.621	0.138
	Saya berencana untuk mengunjungi Jakarta lagi di masa depan.	0.668	0.138
	Jakarta adalah tujuan wisata utama saya di Indonesia.	0.643	0.138
Minat Berkunjung	Saya akan merekomendasikan Jakarta sebagai destinasi wisata kepada teman atau keluarga.	0.609	0.138
	Saya tertarik untuk mengeksplorasi lebih banyak tempat wisata di Jakarta setelah kunjungan pertama.	0.582	0.138
	Faktor belanja, budaya, kuliner, dan hiburan malam memengaruhi keputusan saya untuk berkunjung ke Jakarta.	0.674	0.138

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 2 menunjukkan hasil uji validitas untuk berbagai variabel yang memengaruhi minat berkunjung ke Jakarta, seperti destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner, hiburan malam, serta minat berkunjung. Semua nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0.138), yang menunjukkan bahwa

setiap item pertanyaan valid untuk mengukur aspek-aspek terkait, seperti ketertarikan terhadap belanja, budaya, kuliner, hiburan malam, dan minat untuk berkunjung kembali ke Jakarta, sehingga faktor-faktor ini dapat dianggap signifikan dalam memengaruhi keputusan wisatawan.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach
Destinasi Belanja	0.768
Atraksi Budaya dan Sejarah	0.819
Wisata Kuliner	0.829
Hiburan Malam	0.841
Minat Berkunjung	0.862

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 3 menunjukkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach untuk berbagai variabel yang diuji. Semua variabel, yaitu destinasi

belanja (0,768), atraksi budaya dan sejarah (0,819), wisata kuliner (0,829), hiburan malam (0,841), dan minat berkunjung (0,862), memiliki nilai Alpha

Cronbach yang lebih besar dari 0,7, yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sangat

reliabel dan konsisten dalam mengukur aspek-aspek yang diteliti.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
0.911	0.829	0.819	0.23508924

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 4 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi yang mengukur seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai Adjusted R Square yang sebesar 0,819 yang berarti 81,9%

wisatawan minat berkunjung ke Jakarta karena destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, kuliner, dan hiburan malam. Sedangkan sisanya 18,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 5. Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.937	1.669	-	3.557	.016
Destinasi Belanja	20.628	3.843	.911	5.367	.000
Atraksi Budaya dan Sejarah	12.982	4.017	.689	3.232	.000
Wisata Kuliner	17.005	2.465	.663	6.898	.000
Hiburan Malam	12.879	2.370	.524	5.434	.000

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 5 menunjukkan hasil uji parsial untuk model yang menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Setiap variabel independen (destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner,

hiburan malam) memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 dan t-hitung besar dari t-tabel (1,972) artinya bahwa semua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat berkunjung).

Tabel 6. Uji Simultan

	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig
Regression	201.890	1	120.320	32.991	.000
Residual	2224.227	199	119.473		
Total	2233.121	200			

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Tabel 6 menunjukkan hasil uji simultan untuk model yang menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai F-hitung sebesar 32.991

lebih besar dari F-tabel (2,46) dan nilai signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan berpengaruh signifikan. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa variabel-variabel independen (destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner, hiburan malam) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat berkunjung).

Pada penelitian ini, destinasi belanja berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Jakarta, hal ini karena keberadaan mal besar dan pusat perbelanjaan yang menawarkan berbagai pilihan merek internasional serta pengalaman belanja yang menarik, menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Selain itu, Jakarta dikenal dengan beragam pusat perbelanjaan yang tidak hanya menawarkan barang-barang berkualitas tinggi, tetapi juga pengalaman belanja yang unik, seperti pasar tradisional yang kaya akan budaya lokal. Fasilitas yang lengkap, aksesibilitas yang mudah, dan layanan yang memadai di mal-mal besar juga turut meningkatkan kepuasan wisatawan. Pengalaman berbelanja di Jakarta tidak hanya memuaskan kebutuhan barang, tetapi juga memberikan kesempatan untuk menikmati suasana kota yang dinamis, menjadikannya sebagai tujuan utama bagi wisatawan yang ingin memadukan aktivitas belanja dengan pengalaman budaya.

Penelitian Hermanto et al. (2020) menunjukkan bahwa destinasi belanja yang menawarkan berbagai pilihan produk internasional dan pengalaman berbelanja yang menarik dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke suatu kota. Sementara penelitian oleh Purnama & Yasa (2013) juga mengungkapkan bahwa keberadaan pusat perbelanjaan besar dengan fasilitas yang lengkap menjadi faktor penting yang mendorong wisatawan untuk memilih kota tersebut sebagai tujuan wisata utama mereka.

Pada penelitian ini, atraksi budaya dan sejarah berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke

Jakarta, hal ini karena keberadaan situs bersejarah yang terkenal, seperti Monas, Museum Nasional, dan berbagai bangunan bersejarah lainnya, memberikan pengalaman yang kaya akan nilai sejarah dan budaya. Wisatawan yang tertarik dengan sejarah dan budaya Indonesia cenderung memilih Jakarta sebagai tujuan wisata untuk mengeksplorasi kekayaan budaya yang dimiliki kota ini. Selain itu, festival budaya yang rutin diselenggarakan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana lokal dan memperdalam pemahaman mereka tentang tradisi serta warisan budaya Jakarta.

Penelitian oleh Nurbaeti et al. (2022) menunjukkan bahwa atraksi budaya dan sejarah, seperti situs bersejarah dan festival budaya, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Selain itu, penelitian oleh Ratnaningtyas et al (2023) juga menemukan bahwa ketertarikan wisatawan terhadap objek wisata sejarah dan budaya dapat meningkatkan minat mereka untuk berkunjung, karena pengalaman tersebut menawarkan nilai edukasi dan kedalaman budaya yang menarik.

Pada penelitian ini, wisata kuliner berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Jakarta, hal ini karena Jakarta menawarkan berbagai pilihan kuliner khas yang kaya akan rasa dan keunikan, seperti makanan tradisional Betawi dan street food yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Keberagaman makanan yang tersedia, mulai dari hidangan lezat di pasar kuliner hingga restoran berbintang, memberikan pengalaman gastronomi yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Selain itu, banyaknya tempat makan yang terkenal dan mudah diakses menjadikan Jakarta sebagai destinasi utama bagi wisatawan

yang ingin menikmati kuliner lokal yang autentik dan memuaskan.

Penelitian oleh Susilowati (2021) menunjukkan bahwa wisata kuliner memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi, karena pengalaman kuliner lokal menjadi salah satu daya tarik utama yang meningkatkan minat berkunjung. Selain itu, penelitian oleh Veronica & Wibawa (2025) juga mengungkapkan bahwa keberagaman kuliner di suatu daerah dapat memotivasi wisatawan untuk berkunjung, karena makanan lokal sering kali menjadi bagian penting dari pengalaman wisata yang unik dan tak terlupakan.

Pada penelitian ini, hiburan malam berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Jakarta, hal ini karena Jakarta menawarkan berbagai pilihan hiburan malam yang menarik, seperti klub malam, bar, pertunjukan musik, dan karaoke yang memadai. Keberagaman dan kualitas hiburan malam yang tersedia menjadikan Jakarta sebagai destinasi populer bagi wisatawan yang mencari pengalaman hiburan yang menyenangkan setelah seharian beraktivitas. Selain itu, suasana kota yang dinamis dan aman di tempat-tempat hiburan malam memberikan kenyamanan bagi wisatawan untuk menikmati waktu malam mereka, meningkatkan daya tarik Jakarta sebagai tujuan wisata.

Penelitian oleh Cristina & Marta (2019) menunjukkan bahwa hiburan malam, seperti klub malam dan pertunjukan musik, memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, karena pengalaman hiburan yang unik menjadi daya tarik utama bagi banyak wisatawan. Selain itu, penelitian oleh Wijayanti (2022) juga mengungkapkan bahwa keberagaman aktivitas hiburan malam yang ditawarkan oleh suatu destinasi dapat meningkatkan keputusan wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut, karena hiburan malam

dianggap sebagai bagian penting dari pengalaman perjalanan yang menyenangkan dan lengkap.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti destinasi belanja, atraksi budaya dan sejarah, wisata kuliner, serta hiburan malam memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Jakarta. Keberadaan mal besar dengan pilihan merek internasional, situs bersejarah, kuliner lokal yang beragam, dan hiburan malam yang dinamis menjadikan Jakarta sebagai destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Setiap faktor ini memberikan kontribusi penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang menarik, yang pada gilirannya memotivasi wisatawan untuk mengunjungi Jakarta lebih dari sekali dan merekomendasikan kota ini sebagai tujuan wisata utama.

Untuk pengelola destinasi wisata dan pemerintah daerah, penting untuk terus mengembangkan dan meningkatkan fasilitas serta infrastruktur yang mendukung sektor-sektor yang telah terbukti menarik minat wisatawan, seperti pusat perbelanjaan, situs budaya, dan tempat hiburan malam. Pemerintah daerah juga perlu memastikan keberagaman kuliner lokal tetap dijaga dan dipromosikan untuk menarik wisatawan yang ingin menikmati pengalaman gastronomi. Selain itu, untuk wisatawan, disarankan untuk lebih mengeksplorasi berbagai destinasi yang ada di Jakarta untuk mendapatkan pengalaman yang lebih lengkap, terutama yang berkaitan dengan budaya dan sejarah kota ini. Dengan adanya kolaborasi antara pengelola destinasi, pemerintah, dan wisatawan, Jakarta dapat semakin memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata unggulan baik di tingkat domestik maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, A. S., & Wijayaputri, C. S. (2021). The Cinematic Qualities in Metropole Cinema. *Jurnal RISA (Riset Arsitektur)*, 5(3), 223-240. DOI:10.26593/v5i03.4737.223-239
- Auliya, A., & Mona, N. (2020). Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(3), 189-200. DOI: <https://doi.org/10.30647/jip.v25i3.1345>
- Azmi, M. A., & Hermawan, H. (2017). Persepsi Wisatawan Terhadap Night Life Attraction. *Jurnal Pariwisata*, 4(1), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.31294/par.v4i1.1619>
- Chandra, A. M., (2012). Strategi Promosi Midnite Sale Dalam Upaya Meningkatkan Niat Konsumen Pada Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen: JUMMA*, 1(2), 1-6. DOI: <https://doi.org/10.33508/jumma.v1i2.200>
- Cristina., & Marta, R. F. (2019). Komunikasi Pariwisata Event Managing Klub Malam di Jakarta dan Bangkok. *OMNICOM: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Subang*, 5(2), 1-13. <https://ejournal.unsub.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/633>
- Dwithama, K., & Sutrisno, T. T. (2022). Kajian Sejarah Perkembangan Kota Jakarta. *IONIC: Jurnal Arsitektur Institut Teknologi Budi Utomo*, 1(1), 19-27. <https://ionic.itbu.ac.id/index.php/ion/article/view/6>
- Fadjrina, N., Octavanny, V., & Matara, W. (2018). Shopping Attributes Berdasarkan Motivasi dan Loyalitas Wisatawan Nusantara Kota Bandung. *Jurnal Pariwisata*, 5(2), 120-132. DOI:10.31311/par.v5i2.3863
- Fitri, S. (2018). Analisis SWOT Pelayanan Diva Family Karaoke Salemba Jakarta untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretaris dan Manajemen*, 2(2), 201-208. DOI: <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4235>
- Handayani, I., Indrasari, R., & Sofiatun, S. (2018). Pemodelan Shopping Trips dan Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Suatu Mall sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus pada Mall di Kawasan Sekitar Jakarta Utara). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 1(1), 1-8. DOI:10.32493/jtsiatsi.v1i1.1946
- Hermanto, B., Suryanto, S., & Dai, R. M. (2020). Analisis Keberadaan Pasar Modern di Daerah Destinasi Wisata (Studi di Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat). *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 43-50. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i1.26748>
- Purnama, I. A. M. S., & Yasa, I. N. M. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Domestik Berbelanja di Pasar Oleh-Oleh Modern (Studi Kasus di Kota Denpasar). *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2(5), 244-253.
- Putra, P. G. P., Kurniansah, R., Budiatiningsih, M., Istianingsih, N., Susila, I. M. G. D., Suteja, I. W., Yudawisastra, H. G., & Darsana, I. M. (2022). *Warisan Budaya Sebagai Kekayaan Pariwisata*. Badung Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Nurany, F., Firdaus, S., Anggraeni, R. M., Safira, R. D., Anugrah, A. P., & Bachtiar, D. (2023).

- Pengembangan Potensi Wisata Berbasis Sejarah Budaya. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(3), 351-360. DOI:10.31258/jkp.v14i3.8309
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Amrullah, A., & Ratnaningtyas, H. (2022). The Effect of Heritage, Hospitality, and E-WOM on Decisions Through Satisfaction as Intervening Variables in Chinatown Glodok, West Jakarta. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 8(2), 382-389. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v8i2.392>
- Nurun, M. (2013). Revitalisasi Kawasan Pasar Baru Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pusat Belanja Tertua di Jakarta. *Jurnal Planesa*, 4(2), 69-78. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/planesa/article/view/1901>
- Nurzahifah., Erawan, E., & Ghufon. (2019). Pengaruh Mengunjungi Tempat Hiburan Malam Muse Samarinda Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7 (3), 221-231.
- Putri, J. A., Rahayu, E., Risyanti, Y. D., Maryani, T., & Yuliamir, H. (2023). Potensi Makanan Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Salatiga. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 207-213. DOI: <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.54032>
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti, N., & Rahmanita, M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Kepuasan Pengunjung Pada Monumen Nasional DKI Jakarta. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 163-173. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.255>
- Rismawan, D., Hieronymus, P., & Susanto. (2022). Melacak Sejarah Situs Monumen Nasional dan Pemanfaatan sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah di SMA. *Seminar Nasional Ke Indonesia VII, 1034-1045*.
- Saputra, A. W., & Zaman, A.Q. (2023). Peran Festival Budaya Dalam Pengembangan Nilai Religius dan Nilai Sosial di Desa Gosari Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik. *Perspektif: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Bahasa*, 1(3), 33-44. DOI:10.59059/perspektif.v1i3.408
- Senduk, R. (2016). Perilaku Mahasiswi Dalam Dunia Gemerlap (Dugem) di Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 10(8), 1-20. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/14269>
- Siswoko, A. J., & Sunarta, I. N. (2022). Persepsi Pengunjung Terhadap Night Culinary Di Fun Taste Street (Medan Night Market) Kota Medan, Sumatera Utara. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 3(3), 248-250. DOI: <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v3i3.191>
- Suhadak, T. (2024). Pengaruh Mitologi dan Cerita Rakyat dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya Sumbawa. *JSSH: Jurnal Senja: Sejarah dan Humaniora*, 2(2), 19-27. <https://doi.org/10.36761/jssh.v2i2.4298>
- Susilowati, T. Y. (2021). Peranan Kuliner Tradisional Sebagai Pendukung Pariwisata di Setu Babakan. *Jurnal Eduturisma*, 11(1), 18-32. <https://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1248>
- Utami, K. N., Wulandari, H., Mahendra, M. Y., & Safitri, D. (2023). Analisis Bangunan Bersejarah Kota

- Tua Berdasarkan Filosofi Flaneur. *CaLLs: Journal of Culture, Arts, Literature, and Linguistics*, 9(1), 53-64. DOI: <http://dx.doi.org/10.30872/calls.v9i1.7712> <https://doi.org/10.24821/jtks.v4i2.3088>
- Veronica, V., & Wibawa, C. (2025). Strategi Optimalisasi Kuliner Lokal Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Jakarta. *JIDS: Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 9(1), 29-43. DOI: <https://doi.org/10.38043/jids.v9i1.5988>
- Wachyuni, S. S., Kusumaningrum, D. A., & Kartika, R. C. (2018). Studi Kualitas Pusat Perbelanjaan Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Pusat Perbelanjaan (Studi Kasus : Central Park Mall). *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 3(2), 175-185.
- Wibawati, D., & Prabhawati, A. (2021). Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia. *Journal Tourism and Creativity*, 5(1), 36-44. DOI: <https://doi.org/10.19184/jtc.v5i1.21108>
- Wijaya, B. S. (2014). Makna Gaya Hidup Tengah Malam Anak Muda Urban di Branded Convenience Store dan Café 24 Jam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 163-179. DOI: <https://doi.org/10.31315/jik.v12i2.373>
- Wijayanti, A. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Malam Berbasis Perkotaan di Kota Yogyakarta. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(8), 597-606. DOI: <https://doi.org/10.53625/jirk.v1i8.991>
- Yendra, S. (2018). Museum dan Galeri. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 4(2), 103-108. DOI:
-