



## Analisis Pengaruh *Event* Kongsi terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Museum Nasional Jakarta

Yunike Anatasya<sup>1</sup>, Sofiani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: [21043010339@student.upnjatim.ac.id](mailto:21043010339@student.upnjatim.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2025-07-07 Revised: 2025-08-18 Published: 2025-09-01	<p>This study aims to analyze the influence of the Kongsi Event on tourist interest in visiting the National Museum in Jakarta. The background of this study is based on the efforts of museum managers to increase the number of visitors through the implementation of cultural and educational Events, such as the Kongsi Event. This study uses a quantitative method with a simple linear regression method. Data were collected through a questionnaire with 100 respondents who had visited the Kongsi Event at the National Museum. The research instrument was tested for validity and reliability before being used. The results of the study indicate that the Kongsi Event has a positive and significant influence on tourist interest in visiting. This is evidenced by the regression coefficient value of 0.191 and a significance value of 0.000 (<math>p &lt; 0.05</math>). The linearity test also shows a linear relationship between the two variables, as well as an R Square value of 0.686, which means that 68.6% of the variation in interest in visiting can be explained by the implementation of the Kongsi Event. Descriptive analysis shows that respondents gave the best assessment of the implementation of the Event and their interest in visiting. Thus, it can be concluded that the Kongsi Event contributes significantly to increasing public interest in visiting the National Museum. This research is expected to be a reference for museum managers and related agencies in designing attractive programs to increase the number of visits in the future.</p>
<b>Keywords:</b> <i>Event Kongsi;</i> <i>Visiting Interest;</i> <i>National Museum.</i>	

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2025-07-07 Direvisi: 2025-08-18 Dipublikasi: 2025-09-01	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Event Kongsi terhadap minat kunjung wisatawan di Museum Nasional Jakarta. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada upaya pengelola museum dalam meningkatkan jumlah pengunjung melalui pelaksanaan Event budaya dan edukatif, seperti Event Kongsi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden yang telah mengunjungi Event Kongsi di Museum Nasional. Instrument penelitian diuji validitas dan reabilitasnya sebelum digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Event Kongsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,191 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<math>p &lt; 0,05</math>). Uji linearitas juga menunjukkan hubungan yang linear antara kedua variabel, serta nilai R Square sebesar 0,686 yang berarti 68,6% variasi minat kunjung dapat dijelaskan oleh pelaksanaan Event Kongsi. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian terbaik terhadap pelaksanaan Event maupun terhadap minat kunjung mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Event Kongsi berkontribusi nyata dalam meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Museum Nasional. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola museum dan instansi terkait dalam merancang program yang menarik guna meningkatkan jumlah kunjungan dimasa mendatang.</p>
<b>Kata kunci:</b> <i>Event Kongsi;</i> <i>Minat Kunjung;</i> <i>Museum Nasional.</i>	

### I. PENDAHULUAN

Pariwisata budaya memiliki peran penting dalam menjaga dan melestarikan warisan sejarah pada suatu daerah. Melalui kegiatan wisata yang berfokus pada kebudayaan, masyarakat diajak untuk mengenal dan menghargai nilai-nilai historis yang terkandung dalam situs, bangunan, tradisi, dan kebiasaan setempat. Dengan demikian, warisan budaya tidak hanya menjadi

simbol masa lalu, tetapi juga tetap hidup dan relevan dalam kehidupan masyarakat masa kini.

Salah satu daerah yang berpotensi besar untuk pengembangan wisata budaya adalah DKI Jakarta (Tirtadidjaja, 2024). Selain berperan sebagai pusat pemerintahan dan kegiatan ekonomi nasional, Jakarta juga menyimpan warisan budaya dan sejarah yang sangat kaya dan bernilai tinggi (Cristie & Puspawati, 2023). Potensi ini menjadikan Jakarta sebagai wadah

yang ideal untuk pengembangan wisata budaya yang mampu mengedukasi sekaligus menghibur masyarakat.

Keberagaman budaya Jakarta tercermin dalam berbagai bentuk, mulai dari bangunan bersejarah, museum, pusat seni dan budaya, hingga festival-festival lokal yang rutin diselenggarakan oleh masyarakat diberbagai wilayah. Setiap elemen tersebut menjadi daya tarik unik yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut dan merasakan pengalaman budaya yang otentik dan bermakna. Museum sebagai salah satu destinasi wisata budaya memegang fungsi strategis dalam edukasi publik, pelestarian sejarah, serta promosi identitas nasional.

Museum Nasional Indonesia merupakan salah satu institusi budaya tertua di Asia Tenggara. Dikenal juga sebagai "Museum Gajah" dikarenakan patung gajah perunggu di halamannya yang diberikan oleh Raja Chulangkorn (Edrea & Dewantara, 2023), museum ini menyimpan lebih dari 140.000 koleksi yang mencakup bidang arkeologi, etnografi, sejarah, dan geografi dari seluruh nusantara.

Sebagai institusi yang berada di bawah kewenangan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Museum Nasional tidak hanya berperan sebagai tempat penyimpanan artefak, tetapi juga menjadi pusat pembelajaran dan promosi budaya nasional. Berbagai program edukatif, seperti tur berpemandu, seminar, pameran temporer, dan kegiatan seni budaya, rutin diadakan untuk menarik pengunjung dari berbagai kalangan. Museum Nasional kini mulai mengadopsi strategi inovatif dalam rangka meningkatkan daya tarik dan kunjungan publik. Salah satunya adalah penyelenggaraan *event* tematik yang mampu menghadirkan pengalaman baru bagi pengunjung.

*Event* merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif bagi pemerintah untuk mempromosikan dan memperkenalkan destinasi wisata serta menarik minat para wisatawan (Suandi & Ritonga, 2023). Salah satu *event* yang diadakan Museum Nasional adalah *event* Kongsi. *Event* Kongsi: Alkutturasi Tionghoa di Nusantara merupakan *Event* yang menampilkan jejak sejarah dan hubungan antara masyarakat Tionghoa dengan masyarakat Indonesia serta hasil alkutturasi budaya yang menciptakan identitas baru. Kongsi berasal dari bahasa Hokkian yang artinya kerja sama atau menjalin hubungan. *Event* ini dibuka untuk umum pada tanggal 11 Februari 2025.

**Tabel 1.** Jumlah Kunjungan *Event* Kongsi 2025

Bulan	Jumlah Kunjungan
Februari	6.113
Maret	4.570
April	6.727
Mei	4.907
Total	22.317

Sumber: Museum Nasional, 2025

Berdasarkan data kunjungan bulanan *Event* Kongsi diatas, terlihat bahwa jumlah kunjungan mengalami kenaikan dan penurunan dari bulan ke bulan selama periode Februari hingga Mei 2025. Pada bulan Februari tercatat jumlah pengunjung sebanyak 6.113 orang, yang menjadi salah satu angka tertinggi dalam periode ini. Hal ini dapat disebabkan oleh antusiasme awal masyarakat terhadap pelaksanaan *Event* Kongsi, serta awal promosi yang masih baru. Selanjutnya, terjadi penurunan jumlah kunjungan di bulan Maret menjadi sekitar 4.570 orang, atau turun sekitar 25,3% dibanding bulan sebelumnya.

Pada bulan April jumlah kunjungan kembali meningkat signifikan menjadi 6.727 orang, yang menjadi angka tertinggi selama empat bulan pelaksanaan. Lonjakan ini dapat dikaitkan dengan konten acara yang lebih menarik, libur nasional, atau strategi promosi yang lebih intensif. Lalu, pada bulan Mei jumlah kunjungan kembali menurun menjadi 4.907 orang. Hal ini menunjukkan pola ketidakstabilan yang dinamis. Meski terjadi penurunan, angka tersebut tetap menunjukkan ketertarikan yang konsisten dari masyarakat terhadap *Event* Kongsi ini.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan kajian ilmiah dengan judul "Analisis Pengaruh *Event* Kongsi Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Di Museum Nasional Jakarta"

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menguji seberapa besar pengaruh *Event* Kongsi terhadap minat kunjung wisatawan di Museum Nasional. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu melakukan observasi secara langsung di Museum Nasional, dokumentasi untuk menunjang penelitian, dan penyebaran kuisioner yang dilakukan secara online dengan bantuan Google Form. Dalam penelitian ini, kuisioner akan diberikan kepada wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke *Event* Kongsi di Museum Nasional. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

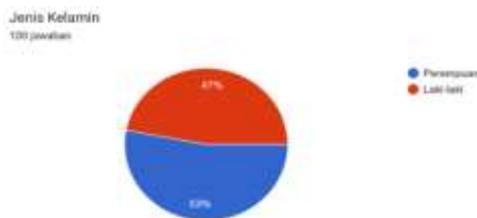
#### A. Hasil Penelitian

Penelitian ini memakai metode pengumpulan data berupa angket atau kuisioner, yang dilaksanakan dengan membagikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden. Setelah seluruh data berhasil dikumpulkan, analisis data akan dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 22. Selanjutnya, hasil analisis tersebut akan diuji menggunakan berbagai metode pengujian guna memperoleh kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Metode uji yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji heterokedastisitas, uji linearitas, uji regresi linear sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi.

##### 1. Karakteristik Responden

Berikut ini adalah uraian karakteristik responden yang diperoleh berdasarkan kriteria responden:

###### a) Jenis Kelamin



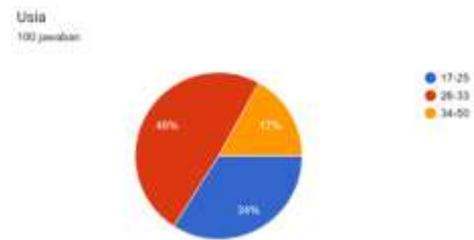
**Gambar 1.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan diagram diatas, diketahui bahwa dari total 100 responden, sebanyak 53 orang atau 53% merupakan perempuan. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 47 orang atau 47% dari keseluruhan responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil terbanyak dari kategori jenis kelamin adalah perempuan dengan jumlah sebanyak 53 orang dengan presentase sebesar 53%. Menurut Sastra et al. (2023) perempuan cenderung menikmati waktu luang mereka dengan mengunjungi lokasi-lokasi yang dianggap menarik untuk bersosialisasi dan berkumpul bersama kelompoknya (Hellen & Susanto, 2024). Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa wisatawan berjenis kelamin perempuan cenderung lebih menyukai menghabiskan waktu luang

mereka untuk berkunjung ke *Event* Kongs di Museum Nasional dan berfoto di area-area yang estetik bersama teman atau keluarga.

###### b) Usia



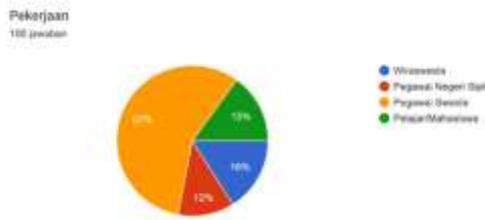
**Gambar 2.** Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Merujuk pada diagram diatas, dari total 100 responden sebanyak 34 orang atau 34% berusia 17-25 tahun, 49 orang atau 49% berusia 26-33 tahun dan untuk usia 34-50 sebanyak 17 orang dengan presentase 17%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil terbanyak dari kategori usia adalah usia 26-33 tahun dengan presentase sebesar 49%. Hal ini dikarenakan pada rentang usia 26-33 tahun, sebagian besar pengunjung sudah menikah dan memiliki pekerjaan tetap. Kunjungan ke museum dilakukan sebagai bentuk relaksasi dari rutinitas pekerjaan, sekaligus menjadi sarana untuk menghabiskan waktu bersama keluarga serta memperkenalkan nilai budaya dan warisan sejarah kepada anak-anak mereka.

Temuan ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Kurbanov (2023) dalam penelitiannya yang berjudul *A study of the consumer behavior as the key to expanding the museum audience* yang menyatakan pengunjung utama museum merupakan orang-orang yang berusia 26-45 tahun, sebagian besar pengunjung sudah menikah, memiliki pekerjaan, serta memiliki kebiasaan dalam keluarga yang menjadikan kunjungan ke museum sebagai bagian dari tradisi. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk membangun hubungan dengan museum dan menanamkan kebiasaan tersebut kepada generasi berikutnya agar mereka juga terbiasa mengunjungi museum sejak dini.

c) Pekerjaan



**Gambar 3.** Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Merujuk pada diagram diatas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kalangan pegawai swasta, yakni sebanyak 57 responden atau 57%. Selanjutnya, pelajar atau mahasiswa berjumlah 15 responden atau 15%, diikuti oleh wiraswasta sebanyak 16 responden atau 16%, dan pegawai negeri sipil sebanyak 12 responden atau 12%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil terbanyak dari kategori pekerjaan adalah pegawai swasta dengan jumlah 57 responden dengan presentase 57%. Pegawai swasta cenderung memilih lokasi yang mereka anggap menarik untuk melepas diri dari rutinitas kerja. Kajian ini memiliki kesesuaian dengan studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Hellen & Susanto, 2024) yang mengungkapkan bahwa pekerja swasta memilih kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sebagai tempat wisata dikarenakan tempat tersebut cocok dijadikan tempat berelaksasi setelah menjalani aktivitas kerja.

d) Gaji



**Gambar 4.** Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Merujuk pada diagram diatas, diketahui bahwa dari total 100 responden, sebanyak 52 responden atau 52% memiliki gaji sebesar Rp 5.396.761 - Rp 6.000.000, 28 responden atau 28%

memiliki gaji sebesar Rp 7.000.000 - Rp 8.000.000, 10 responden atau 10% memiliki gaji sebesar Rp 9.000.000 - Rp 10.000.000, dan 10 responden atau 10% lainnya memiliki gaji diatas Rp 10.000.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil terbanyak dari kategori gaji adalah responden yang memiliki gaji sebesar Rp 5.396.761 - Rp 6.000.000 yakni sebanyak 52 responden atau 52%. Hal ini menandakan bahwa *Event* Kongsi di Museum Nasional diminati oleh masyarakat dengan penghasilan menengah kebawah, terutama karyawan swasta dan mahasiswa sebagai pilihan rekreasi dengan lokasi yang mudah dijangkau, harga yang relatif murah, dan estetik di pusat kota Jakarta. Temuan ini sesuai dengan studi yang dilaksanakan oleh Caber et al. (2020) yang mengutarakan bahwa wisatawan muda lebih memilih destinasi hemat dan mudah dijangkau.

2. Analisis Data dan Interpretasi

a) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan nilai rata-rata (mean) sebagai dasar interpretasi data. Kategori penilaian yang digunakan terdiri dari Sangat Baik, Baik, Cukup, Tidak Baik, dan Sangat Tidak Baik. Berikut merupakan perolehan nilai mean pada variabel independen yaitu *event*.

**Tabel 2.** Analisis Deskriptif Variabel *Event*

Dimensi	Item	Mean	Interpretasi
Promosi	X1.1	3,63	Baik
	X1.2	3,49	Baik
	X1.3	3,91	Baik
	X1.4	3,51	Baik
	X1.5	3,92	Baik
Arrival	X2.1	3,75	Baik
	X2.2	3,57	Baik
	X2.3	4,12	Baik
	X2.4	3,69	Baik
Atmosphere	X3.1	3,74	Baik
	X3.2	3,98	Baik
	X3.3	4,03	Baik
	X3.4	4,13	Baik
Activity	X4.1	3,77	Baik
	X4.2	3,70	Baik
Amenities	X5.1	3,40	Baik
	X5.2	4,14	Baik
	X5.3	3,54	Baik
	X5.4	3,82	Baik

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Merujuk pada data diatas, pada dimensi amenities diketahui bahwa item X5.2 "Lokasi toilet mudah ditemukan oleh pengunjung" memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,14 yang tergolong dalam peringkat baik. Pada kenyataannya lokasi toilet yang tersedia di Museum Nasional berada cukup terbelakang gedung museum. Namun cukup mudah untuk ditemukan.

Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada X5.1 "Fasilitas umum seperti toilet dan mushola tersedia dengan cukup dan dalam kondisi baik" dengan skor rata-rata sebesar 3,40 yang juga tergolong dalam peringkat baik. Pada kenyataannya dalam penelitian ini masih kurang tersedianya toilet yang memadai dan sedikit kotor.

Berikut merupakan perolehan nilai mean pada variabel dependen yaitu minat kunjung.

**Tabel 3.** Analisis Deskriptif Variabel Minat Kunjung

Dimensi	Item	Mean	Interpretasi
Keinginan untuk berkunjung kembali	Y1.1	4,23	Sangat Baik
	Y1.2	3,88	Baik
Keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain	Y2.1	3,87	Baik
	Y2.2	3,64	Baik

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Merujuk pada data diatas, diketahui bahwa item Y1.1 "Saya akan mengunjungi kembali Event Kongsi di waktu yang akan datang" memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,23 yang tergolong dalam peringkat sangat baik. Tingginya skor mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa pengalaman saat Event Kongsi menyenangkan, memuaskan, sehingga memicu niat yang kuat untuk berkunjung kembali hadir dimasa yang akan datang.

Sementara itu, nilai rata-rata terendah merujuk pada item Y2.2 "Saya akan mengajak orang terdekat saya untuk mengunjungi Event Kongsi di Museum Nasional" dengan skor rata-rata sebesar 3,64 yang juga tergolong dalam kategori baik. Meskipun hasil mean dari item Y2.2 tergolong baik, item ini menunjukkan skor terendah

dibandingkan dengan item lainnya. Kondisi ini dapat disebabkan oleh pengalaman wisatawan yang dirasa kurang layak untuk dibagikan, baik karena bersifat terlalu personal maupun tidak sesuai dengan preferensi atau minat orang terdekat mereka. Oleh karena itu, jika pengunjung merasa pengalamannya tidak relevan atau tidak layak dibagikan, maka hal tersebut dapat menjelaskan mengapa skor Y2.2 lebih rendah.

b) Uji Validitas

Uji validitas di uji menggunakan program SPSS versi 22 dengan pendekatan analisis person correlations. Suatu pernyataan dianggap valid apabila nilai  $p < 0,1$  atau nilai Rhitung melebihi Rtabel. Penelitian melibatkan 100 responden sebagai sampel, sehingga dapat dihitung besarnya df (degree of freedom) dengan rumus  $(N-2)$ , yakni  $100-2 = 98$ . Dengan Tingkat signifikansi (alpha) sebesar 0,05, maka nilai r tabel yang diperoleh adalah 0,1966.

Seluruh butir pernyataan pada variabel Event (X) dan Minat Kunjung (Y) dinyatakan valid, sebab nilai rhitung dari masing-masing item melebihi nilai rtabel, yaitu sebesar 0,1966.

c) Uji Reabilitas

**Tabel 4.** Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha
X (Event)	0,969	0,60
Y (Minat Kunjung)	0,921	0,60

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan uji reabilitas diatas, seluruh item pernyataan memperlihatkan nilai koefisien Cronbach's Alpha yang melebihi angka 0,60. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa setiap item pada variabel Event (X) dan minat kunjung (Y) bersifat reliabel dan layak dipakai sebagai instrumen penelitian.

d) Uji Normalitas

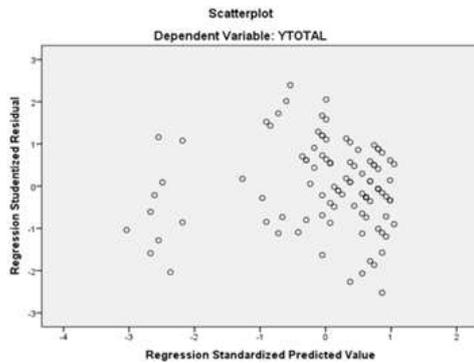
**Tabel 5.** Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	,0000000
Parameter	Std. Deviation	2,11876072
Most Extreme	Absolute Difference	,053
	Positive	,027
	Negative	-,053
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>a</sup>

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov memperlihatkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 > 0,05. Maka dari itu, diperoleh kesimpulan bahwa data yang dipergunakan dalam kajian ini berdistribusi normal.

e) Uji Heterokedastisitas



**Gambar 5.** Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas, tampak bahwa tidak ditemukan pola yang jelas atau terbentuk, serta titik-titik terpencah secara acak diatas ataupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan metode grafik tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa model regresi tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas, sehingga layak dipergunakan untuk memprediksi variabel Y berdasarkan masukan variabel X.

f) Uji Linearitas

**Tabel 6.** Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
YTOTAL	Between Groups	1169,939	39	29,998	7,269	,000
YTOTAL	Within Groups	973,134	1	973,134	236,796	,000
	Deviation from Linearity	196,804	38	5,179	1,255	,212
	Total	247,821	60	4,127		
	Total	1417,560	99			

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Merujuk pada hasil data yang disajikan, didapat nilai sig. deviation from linearity adalah 0,212. Kriteria untuk mengambil keputusan dengan sig. 0,212 menyatakan bahwa sig. > 0,05. Maka peneliti menyimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang bersifat linear. Dengan demikian, variabel dependen yaitu minat kunjung (Y) dapat diperkirakan melalui variabel independen yaitu *event* (X).

g) Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 7.** Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient $\beta$	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1,890	,961		1,967	,052
	XTOTAL	,191	,013	,829	14,649	,000

a. Dependent Variable: YTOTAL

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Merujuk pada hasil data diatas, diketahui bahwa nilai sig. sebesar 0,00 sedangkan untuk nilai t hitung diketahui sebesar 14,649. Nilai sig. harus lebih kecil dari 0,05 (0,00 < 0,05). Konstanta (a) yang dihasilkan sebesar 1,890 dan koefisien dari variabel X (b) sebesar 0,191. Maka, bentuk persamaan regresi linear sederhana adalah berikut ini:

$$Y = 1,890 + 0,191 X$$

Nilai konstanta sebesar 1,890 menunjukkan bahwa jika tidak ada nilai X (*event*) maka nilai Y (minat kunjung) sebesar 1,890. Koefisien regresi sebesar 0,191 berarti setiap peningkatan 1 satuan pada variabel X akan menaikkan variabel Y sebesar 0,191. Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Event* (X) terhadap minat kunjung (Y).

h) Uji T

**Tabel 8.** Hasil Uji T

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,890	,961		1,967	,052
	XTOTAL	,191	,013	,829	14,649	,000

a. Dependent Variable: YTOTAL

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Merujuk pada hasil data diatas, diketahui bahwa nilai sig. sebesar ,000 < 0,05. Maka, dapat diperoleh kesimpulan variabel *event* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Minat Kunjung (Y) dan nilai t hitung sebesar 14,649 > 1,984, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel independen (*event*) secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (minat kunjung). Demikian kesimpulan yang dapat diambil adalah variabel *event* memiliki kemampuan yang kuat dalam menentukan minat kunjung wisatawan.

i) Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 9.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,829 <sup>b</sup>	,686	,683	2,130

a. Predictors: (Constant), XTOTAL  
b. Dependent Variable: YTOTAL

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Merujuk pada data diatas, dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,686 atau 68,6%. Sehingga menyimpulkan bahwa 68,6% variabel Y dalam kajian ini yaitu minat kunjung dapat dijelaskan oleh *event* sebagai variabel X dalam penelitian ini. Demikian kesimpulan yang dapat diambil adalah variabel *event* memiliki kemampuan yang kuat dalam menentukan minat kunjung wisatawan.

**B. Pembahasan**

Merujuk pada hasil analisis uji t, diketahui bahwa variabel *event* memiliki koefisien regresi sebesar 0,191 dan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai p yang lebih kecil dari 0,05, maka Kesimpulan yang didapat adalah

*event* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Dengan demikian, hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan *Event* Kongsi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan.

Hasil kajian ini sesuai dengan studi yang dilaksanakan oleh Slamet dan Juvoni (2024) diperoleh kesimpulan bahwa *event* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali. Yang artinya semakin diminatnya penyelenggaraan *event* pada destinasi wisata maka minat untuk berkunjung kembali wisatawan akan semakin tinggi.

Merujuk pada hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,686 atau 68,6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *event* Kongsi memiliki kontribusi dalam mempengaruhi minat kunjung wisatawan. Sementara sisanya 31,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai R Square yang tinggi menyatakan bahwa *event* Kongsi menjadi salah satu faktor utama yang memberikan pengaruh signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Dengan kontribusi sebesar 68,8% *event* ini tidak dianggap sebagai pelengkap program, tetapi memiliki kekuatan untuk mengoptimalkan daya tarik dan daya saing destinasi.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan bahwa *Event* Kongsi merupakan *event* budaya Tionghoa pertama yang secara resmi diselenggarakan oleh Museum Nasional. Hal ini menjadikan *Event* Kongsi bukan hanya sekedar kegiatan edukatif, tetapi juga sebuah strategi efektif dalam memperluas jangkauan pengunjung museum. Sebagai *event* perdana yang mengangkat kebudayaan etnis Tionghoa di Museum Nasional, *Event* Kongsi memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang memiliki ketertarikan terhadap budaya minoritas, khususnya budaya Tionghoa yang kaya akan sejarah, seni, dan tradisi.

Kajian ini sesuai dengan studi yang dilaksanakan oleh Slamet dan Juvoni (2024) yang mencatat bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh silmultan sebesar 70,2% terhadap minat kunjung. Mereka berpendapat bahwa keberhasilan *event* dalam menarik wisatawan bergantung pada promosi di sosial media, kualitas pengalaman yang ditawarkan, dan keterlibatan langsung pengunjung dalam kegiatan yang disediakan.

Oleh karena itu, temuan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi berdasarkan *event* dalam pengelolaan museum merupakan pendekatan efektif untuk meningkatkan daya tarik dan loyalitas pengunjung. Untuk itu, pihak pengelola Museum Nasional disarankan agar menjadikan *event* sebagai program yang berkelanjutan, dengan terus melakukan pengembangan dari segi isi acara, promosi, dan kualitas pelaksanaannya.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh dari *event* terhadap minat kunjung wisatawan adalah sebesar 68,6%. Hasil ini berdasarkan nilai koefisien determinasi. Sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 31,4%.

*Event* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Berdasarkan hasil uji t yang memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

##### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran:

1. Berdasarkan mean terendah dari dimensi promosi, Pihak Museum Nasional disarankan untuk memperkuat promosi terutama memperbanyak informasi seputar *Event* kongsi di berbagai platform media sosial agar wisatawan mudah untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.
2. Pihak Museum Nasional disarankan agar menyelenggarakan *Event* Kongsi atau *event* serupa lainnya secara berkala, hal ini terbukti berdampak positif terhadap minat kunjung wisatawan.
3. Untuk peneliti selanjutnya, dianjurkan menambahkan variabel lain diluar penelitian ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Azman, H. A., & Elsandra, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. *Andalas Management Review*, 4(1), 1-17.
- Birsyada, M. I., Gularso, D., Fairuzabadi, M., Baihaqi, M. K., Abdu, M., & Setiaji, A. W. (2022). Model Pembelajaran Sejarah Berbasis Museum. CV. Bintang Semesta Media.

Celina, F., & Sarudin, R. (2023). ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI PETAK SEMBILAN JAKARTA BARAT. *JIGE*, 4(4), 2345-2355.

Cristie, J., & Puspawati, R. N. M. S. (2023). ANALISIS PENGARUH ATTRACTION, ACTIVITY, DAN AMENITY TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MUSEUM TEKSTIL JAKARTA. *HUMANITIS: Jurnal Humaniora, Sosial Dan Bisnis*, 1.

Edrea, M., & Dewantara, Y. F. (2023). Analisis 4A terhadap Minat Berkunjung di Museum Nasional Jakarta. *Jiip (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6. <http://jiip.stkipyapisdmpu.ac.id>

Hellen, & Susanto, P. (2024). PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DI KAWASAN PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 7(2). <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i2.10561>

Mulyana, A. S. K., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Visit Experience (Survei Pada Pengunjung Wisata Pantai Pangandaran). *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4), 136-153. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.355>

Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL, EVENT PARIWISATA, DAN FASILITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI SANDBOARDING GUMUK PASIR PARANGKUSUMO. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74-94. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>

Slamet, T., & Juvoni, M. A. (2024). Pengaruh Media Sosial dan *Event* Pariwisata terhadap Minat Kunjung Wisatawan Objek Wisata Danau Situ Tunggilis Desa Sitisari Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3891>

- Suandi, V., & Ritonga, R. M. (2023). ANALISIS PENGARUH *EVENT* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KOTA TANGERANG (STUDI KASUS FESTIVAL PEH CUN). *Cross-Border*, 6(1), 534–547. [www.tangerangnews.com](http://www.tangerangnews.com)
- Sugiyono. (2023). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. PENERBIT ALFABETA BANDUNG. [www.cvalfabet.com](http://www.cvalfabet.com)
- Takome, S., Suwu, E. A. A., & Zakarias, J. D. (2021). DAMPAK PEMBANGUNAN PARIWISATA TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT LOKAL DI DESA BOBANEHENA KECAMATAN JAILOLO KABUPATEN HALMAHERA BARAT. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, volume 1 No. 1.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatia, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5.
- Tirtadidjaja, A. (2024). PERSEPSI DAN MOTIVASI WISATAWAN PADA TINGKAT KUNJUNGAN MUSEUM KATEDRAL JAKARTA. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3.