



## Analisis Persepsi Wisatawan terhadap Minat Berkunjung di Museum Tekstil Jakarta Barat

Kaleb Petra<sup>1</sup>, RENDY SARUDIN<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Universitas Bunda Mulia, Indonesia  
E-mail: [s19210029@student.ubm.ac.id](mailto:s19210029@student.ubm.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2025-05-13 Revised: 2025-06-23 Published: 2025-07-27	<p>This study aims to analyze the influence of tourist perception on the intention to revisit the Museum Tekstil in West Jakarta. The research employed a quantitative approach, with data collected through an online questionnaire distributed via Google Forms. The results showed that tourist perception has a positive and significant effect on revisit intention, as indicated by a significance value of 0.027. The coefficient of determination (<math>R^2</math>) was 0.795, meaning that 79.5% of the variation in revisit intention can be explained by tourist perception. The most dominant dimension in forming perception was "Attention", while the highest scoring dimension in revisit intention was "Action", reflecting a strong desire to return. All questionnaire items were found to be valid and reliable. In conclusion, positive perceptions of the Museum Tekstil in West Jakarta play a significant role in encouraging tourists to revisit. Interactive experiences, educational features such as batik workshops, and technological attractions like digital batik fitting contribute to strengthening visitor impressions. Therefore, it is crucial for museum management to continuously enhance service quality, expand collections, and develop educational and promotional programs—especially through social media—to reinforce the museum's positive image among visitors, particularly the younger generation.</p>
<b>Keywords:</b> <i>Tourist Perception;</i> <i>Revisit Intention;</i> <i>Travel Experience;</i> <i>Museum Tekstil Jakarta Barat</i>	

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2025-05-13 Direvisi: 2025-06-23 Dipublikasi: 2025-07-27	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke Museum Tekstil Jakarta Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner online menggunakan platform Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,027. Koefisien determinasi (<math>R^2</math>) sebesar 0,795 menandakan bahwa 79,5% variasi minat berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh persepsi wisatawan terhadap museum. Dimensi yang paling dominan dalam membentuk persepsi adalah "Attention", sedangkan dimensi minat yang paling tinggi adalah "Action", yang menunjukkan keinginan kuat untuk kembali melakukan kunjungan. Validitas dan reliabilitas seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan reliabel. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa persepsi yang positif terhadap Museum Tekstil Jakarta Barat berperan besar dalam mendorong minat kunjungan ulang wisatawan. Pengalaman interaktif, fasilitas edukatif seperti workshop membatik dan fitur teknologi seperti fitting batik digital, turut memperkuat persepsi pengunjung. Oleh karena itu, penting bagi pihak pengelola museum untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas koleksi, serta mengembangkan program edukasi dan promosi melalui media sosial guna memperkuat citra positif museum di mata wisatawan, khususnya generasi muda yang menjadi target utama.</p>
<b>Kata kunci:</b> <i>Persepsi Wisatawan;</i> <i>Minat Kunjung Kembali;</i> <i>Pengalaman Berwisata;</i> <i>Museum Tekstil Jakarta Barat.</i>	

### I. PENDAHULUAN

Dalam upaya melestarikan budaya yang begitu beragam, museum memegang peranan penting. Museum berfungsi sebagai tempat untuk menyimpan, memamerkan, dan mendidik masyarakat mengenai warisan budaya, di Indonesia museum juga dianggap sebagai salah satu destinasi wisata yang dimiliki dan dibanggakan oleh Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, terdapat 304 museum yang

terdaftar secara resmi pada tahun 2024. Menurut Denty & Aline (2020) dalam Prasetyo et al. (2021), dalam jurnal Pemanfaatan Museum Sebagai Objek Wisata Edukasi, di Indonesia terdapat 439 museum yang tersebar di seluruh provinsi. Dari sekian banyaknya museum di Indonesia, Museum Tekstil merupakan salah satunya.

Wastra Nusantara merujuk pada berbagai jenis kain tradisional yang berasal dari seluruh Indonesia, dengan istilah "wastra" yang berasal

dari bahasa Sansekerta yang berarti kain atau tekstil. Kain-kain ini mencerminkan kekayaan budaya, sejarah, dan keragaman etnis di Indonesia, serta memiliki beragam teknik dan motif yang unik. Wastra Nusantara juga memiliki nilai budaya dan simbolis yang mendalam, sering digunakan dalam upacara adat, perayaan, dan sebagai identitas suatu daerah atau suku. Oleh karena itu, wastra Nusantara merupakan warisan budaya yang penting untuk dilestarikan dan diperkenalkan kepada generasi mendatang. Setiap jenis wastra memiliki ciri khas yang membedakannya, berdasarkan material, motif, simbol, warna, pola, ukuran, serta filosofi dan cerita mendalam yang melatarbelakangi proses pembuatannya.

Menurut (Adnan Saleh 2021, dalam Syahputra 2023) Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera. Ini berarti bahwa persepsi berkaitan dengan faktor-faktor eksternal yang merespons melalui panca indera, ingatan, dan aspek psikologis. Persepsi berfungsi sebagai sumber pengetahuan baru yang diperoleh individu tentang dunia dan lingkungan sekitarnya. Menurut (Kurniasari, 2019 dalam Letyaningsih 2023), minat berkunjung dapat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk mendatangi suatu objek wisata. Secara umum, minat ini muncul karena adanya ketertarikan terhadap suatu tempat yang dianggap menarik. Oleh karena itu, minat kunjung tidak hanya bergantung pada daya tarik destinasi, tetapi juga pada faktor psikologis serta pengalaman wisatawan yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi suatu lokasi.

Persepsi masyarakat terhadap Museum Tekstil telah mengalami perubahan sepanjang waktu, dipengaruhi oleh kondisi fisik, kemudahan akses, dan inovasi program. Pada dekade sebelumnya, museum ini cenderung dipandang kurang menarik dan minim pengunjung, seperti terlihat pada pasca covid 19 ketika jumlah pengunjung tidak signifikan. Kondisi tersebut sebagian disebabkan oleh lokasi museum yang agak tersembunyi dan akses yang kurang terlihat, serta minim promosi terhadap koleksi dan program edukatifnya.

Seiring berjalannya waktu, sejumlah upaya mulai membalik perspektif tersebut hal ini dikarenakan demand sosial media yang sangat tinggi terutama TikTok, melalui @museumtekstil\_jkt yang menyajikan visual gambar yang secara tidak langsung memberikan

pengetahuan terkait aktivitas yang bisa dilakukan di Museum Tekstil, salah satunya adalah seperti workshop membatik, kegiatan pewarnaan alami, dan simulasi AI fitting batik di kid's zone memberikan pengalaman interaktif yang memperkaya persepsi pengunjung, membuat museum tidak lagi sekadar tempat pameran statis, melainkan pusat pembelajaran dan kreasi budaya. Kehadiran fasilitas pendukung seperti mushola, kantin, perpustakaan, hingga taman bertema pewarna alami juga meningkatkan kenyamanan dan nilai edukatif lingkungan museum.

Disisi lain terdapat tantangan persepsi masih muncul, terutama terkait kesan Museum Tekstil yang masih belum terlalu "Instagramable" dibandingkan museum lain yang mengedepankan visual modern dan pemasaran media sosial. Beberapa pengunjung mengharapkan lebih banyak inovasi visual, ruang interaktif berbasis AR/VR yang kurang maksimal, dan promosi yang lebih agresif agar museum semakin dikenal oleh golongan muda dan masyarakat digital.

Perubahan persepsi masyarakat terhadap Museum Tekstil menunjukkan dinamika penting yang perlu diteliti, khususnya dalam konteks pengembangan daya tarik wisata budaya di era modern. Di masa lalu, museum ini menghadapi tantangan citra yang kurang menarik dan jumlah pengunjung yang rendah. Namun, berkat penerapan berbagai inovasi seperti program interaktif, peningkatan fasilitas, serta pemanfaatan teknologi digital, jumlah kunjungan museum mengalami peningkatan secara signifikan. Hal ini memperlihatkan bahwa pembentukan persepsi positif dari pengunjung berperan penting dalam meningkatkan minat kunjung dan mempertahankan eksistensi museum sebagai tempat wisata edukatif. Meski demikian, masih terdapat tantangan seiring dengan meningkatnya ekspektasi generasi muda terhadap pengalaman wisata yang lebih visual, interaktif, dan selaras dengan perkembangan media sosial.

Museum Tekstil menawarkan pengalaman yang tidak hanya sekadar melihat koleksi kain tradisional, tetapi juga berinteraksi langsung dengan budaya Indonesia melalui berbagai program edukatif seperti lokakarya membatik dan pameran tematik. Daya tarik ini semakin kuat karena Museum Tekstil tidak hanya menyajikan koleksi pasif, tetapi juga menghadirkan elemen interaktif seperti fitting baju batik digital menggunakan teknologi AI,

serta taman pewarnaan alami yang memperlihatkan proses pewarnaan kain dari bahan alami. Hal ini memberikan pengunjung pengalaman belajar yang lebih imersif dan menyenangkan. Selain itu, ketika seseorang melihat banyaknya pilihan aktivitas menarik yang ditawarkan museum, rasa penasaran dan keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru semakin meningkat. Faktor ini juga berlaku dalam psikologi wisatawan ketika melihat teman atau keluarga berbagi pengalaman mereka di media sosial tentang lokakarya membuat atau mencoba pakaian batik digital di museum, ada dorongan untuk ikut merasakan pengalaman serupa.

## II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan secara kuantitatif. Subjek yang digunakan pada penelitian ini adalah pengunjung Museum Tekstil Jakarta Barat. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang diteliti adalah destinasi wisata Museum Tekstil Jakarta Barat dengan berfokus pada variabel persepsi wisatawan (X) dan variabel minat berkunjung (Y). Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner dan melalui observasi. Penelitian ini menggunakan sampel yang mencakup dan mewakili sebagian dari total populasi yang ada. Dengan menggunakan rumus slovin didapatkan jumlah responden sebanyak 100 responden. Berikut tabel penilaian yang digunakan untuk pengambilan data menggunakan skala likert:

**Tabel 1.** Skala Likert

Pernyataan	Singkatan	Penilaian
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Dewi & Sudaryanto (2020)

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Hasil Uji Validitas

Digunakan sebagai pengujian untuk melihat apakah instrumen yang dirancang oleh peneliti dapat digunakan dan terbukti validitasnya. Menurut (Sinambela, 2021) validitas menjadi syarat dalam penelitian kuantitatif agar dapat dibuktikan dengan kejujuran, pendalaman, cakupan data yang diperoleh, pendekatan partisipan,

memperpanjang triangulasi dan kenetralan atau objektivitas peneliti.

Menurut (Ghozali 2009) Dalam (La Moh Saleh et al., 2021) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui pengolahan data melalui SPSS versi 29 yang dilakukan oleh peneliti, Seluruh pernyataan dan data pada variabel persepsi wisatawan (X) dan Minat Berkunjung (Y) dinyatakan valid karena hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, yang dimana  $r$  tabel yang digunakan bernilai 0.1654.

#### 2. Hasil Uji Realibilitas

Menurut Suryabrata, 2004 dalam (Sanaky, 2021) menunjukkan bahwa reliabilitas menjadi hasil pengukuran yang dapat dipercaya dengan hasil pengukuran harus didapatkan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi serta kemantapan. Nilai alpha Cronbach dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam uji reliabilitas. Derajat signifikansi yang dipakai adalah 0,60 atau 60%.

**Gambar 1.** Uji Realibilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.975	20

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji diatas, variabel X atau Persepsi Wistawan (X) dinyatakan reliabel atau sangat reliabel dikarenakan angka *cronbach alpha* menunjukkan 0.975 yang berarti lebih dari atau  $>$ 0.60.

**Gambar 2.** Uji Realibilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.970	20

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji diatas, variabel Y atau Minat Berkunjung (Y) dinyatakan reliabel atau sangat reliabel dikarenakan angka *cronbach alpha* menunjukkan 0.970 yang berarti lebih dari atau  $>$ 0.60.

### 3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil” menurut (Ghozali, 2019) dalam (Benedicta Jennifer, Yosandri, and Eviana 2022). Menurut Ghozali (2019) “Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan membuat hipotesis pengujian.

**Gambar 3.** Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.81240784
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.043
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.190
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.181
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.171
	Upper Bound	.191

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji kolmogrov-Smirnov diatas, hasil data dapat dikatakan berdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansi atau Asymp.Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0.181 sehingga lebih besar dari 0.05.

### 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) Dalam (Firas Dafa Galih Pratama et al.,2022), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual tetap, maka disebut homoskedastisitas jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas. Salah satu metode

untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah uji Glejser.

**Gambar 4.** Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.940	2.084		.931	.354
	X	.060	.029	.205	2.079	.040

a. Dependent Variable: ABS\_RES1

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti 2025

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas diatas, berdasarkan uji glejser hasil menunjukkan nilai Sig berada diangka 0.040 yang berarti lebih besar dari 0.05 atau  $0.040 > 0.05$ . Menurut Ghozali, 2018 dalam (Galih et al., 2022) apabila nilai Sig variabel independen  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas, model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 5. Hasil Uji T (Parsial)

Berdasarkan pendapat Sugiyono, 2016 dalam (Hadi, 2021) Uji T atau T-test adalah statistik parametrik yang digunakan dalam melakukan pengujian hipotesis komparatif rata – rata dua sampel dengan bentuk data interval. Uji t dipakai sebagai alat untuk menguji pengaruh variabel x terhadap variabel y. Nilai signifikan variabel independen terhadap variabel dependen dianggap signifikan jika nilai kurang dari 0,05.

**Gambar 5.** Uji T & Uji Regresi Linear

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.846	3.494		2.245	.027
	X	.943	.048	.892	19.509	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji diatas, maka dapat diberikan kesimpulan bahwa nilai signifikansi  $0.027 < 0.05$ , nilai t hitung  $> t$  tabel, yang dimana nilai t tabel yang digunakan adalah 1.660, sehingga nilainya adalah  $19.509 > 1.660$ . Yang berarti berdasarkan kedua kesimpulan diatas,

maka dapat dikatakan variabel X Persepsi Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y Minat Berkunjung. Sehingga semakin banyak Persepsi yang baik maka akan semakin meningkat juga Minat Berkunjung ke Museum Tekstil.

## 6. Hasil Uji Analisis Deskriptif

**Tabel 2.** Mean Score Interpretation

Mean Score	Interpretation
1.00 - 1.80	Very low
1.81 - 2.60	Low
2.61 - 3.20	Medium
3.21 - 4.20	High
4.21 - 5.00	Very High

Sumber: Irianto dalam Santoso (2021)

Berdasarkan tabel penilaian diatas, didapatkan uji analisis deskriptif pada masing-masing dimensi variabel (X) dan (Y).

**Tabel 3.** Dimensi Variabel X

Dimensi	Nilai	Hasil Interval
Eksposure Selektif	3,68	High
Attention	3,696	High
Comperhension	3,76	High
Retention	3,69	High

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti 2025

Berdasarkan hasil Uji Deskriptif Mean terhadap dimensi variabel X (Persepi Wisatawan), terlihat dimensi yang memiliki rata-rata atau pengaruh paling tinggi adalah dimensi Comperhension dengan skor 3,76 dan dimensi X dengan skor terendah adalah dimensi Eksposure Selektif dengan skor 3,68.

**Tabel 4.** Dimensi Variabel Y

Dimensi	Nilai	Hasil Interval
Attention	3,646	High
Interest	3,708	High
Desire	3,738	High
Action	3,762	High

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti 2025

Berdasarkan hasil Uji Deskriptif Mean terhadap dimensi variabel Y (Minat Berkunjung), terlihat dimensi yang memiliki rata-rata atau pengaruh paling tinggi adalah dimensi Action dengan skor 3,762 dan dimensi Y dengan skor terendah adalah dimensi Attention dengan skor 3,646.

## 7. Hasil Uji Regresi Linear

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana adalah hubungan antara satu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) secara linear atau garis lurus. Analisis ini menguji hubungan antara variabel X dan Y, dan mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y (Kholifah, 2021). Persamaan regresi sederhana adalah model persamaan yang menjelaskan hubungan antara variabel bebas/ predictor (X) dengan variabel terikat/ response (Y) yang secara sederhana persamaannya.

Hasil Uji Regresi Linear dapat dilihat pada Gambar 5. Berdasarkan hasil data yang ditampilkan, Maka diperoleh nilai  $(a)$  constant sebesar 7.486 dan nilai koefisien arah regresi  $(bX)$  sebesar 0.943.

$$Y' = 7.486 (a) + 0.943 (X)$$

Model persamaan regresi tersebut bermakna nilai Constant  $(a) = 7.486$  yang berarti apabila nilai Persepsi Wisatawan (X) tetap maka nilai Minat Berkunjung (Y) adalah 7.486. Koefisien arah regresi/ $bX = 0.943$  yang berarti setiap kenaikan 1% nilai Persepsi Wisatawan (X) maka akan mempengaruhi atau meningkatkan nilai Minat Berkunjung (Y) sebesar 0.943.

## 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Gambar 6.** Uji Koefesien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 <sup>a</sup>	.795	.793	7.85217

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data Olahan SPSS Peneliti 2025

Berdasarkan hasil uji diatas, nilai R Square berada diangka 0.795, yang berarti variabel X/ Persepsi Wisatawan memiliki pengaruh sebesar 79.5% terhadap variabel Y/Minat Berkunjung, sedangkan sisanya 20.5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Menurut Ghazali dalam (Cahyadi 2022) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dipakai untuk menghitung kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

## B. Pembahasan

### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden atau data demografis pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan bulanan dalam memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata Museum Tekstil.

### 2. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik ini bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel penelitian baik secara parsial ataupun secara simultan. Sesuai dengan tujuan penelitian ini, untuk melakukan Uji Hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana, maka perlu dipenuhi terlebih dahulu Uji Normalitas dan Uji Heterokedastisitas. Hasil uji menggunakan program SPSS versi 29, hasil penelitian diketahui bahwa: (1) Persepsi Wisatawan memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung ke Museum Tekstil. (2) Hasil regresi linear sederhana menunjukkan nilai  $Y = 7.486 + 0.943$ . (3) Hasil R square pada Koefisien Determinasi memiliki nilai sebesar 0,795, yang menunjukkan bahwa Persepsi Wisatawan memiliki pengaruh sebesar 79,5% terhadap Minat Berkunjung, yang dimana 20,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah diteliti dan dibahas, maka dapat ditarik simpulan, berdasarkan hasil Uji Analisis Deskriptif atau Mean Score untuk mengetahui nilai rata-rata dari masing-masing dimensi pada variabel Persepsi Wisatawan (X), didapatkan hasil nilai rata-rata tertinggi pada dimensi Comperhension dengan nilai/skor 3,76 yang dikategorikan sebagai high/tinggi. Sedangkan hasil nilai rata-rata terendah pada dimensi Eksposure Selektif dengan nilai/skor 3,68 yang masih termasuk kategori high/tinggi. Sedangkan, pada variabel Minat Berkunjung (Y), didapatkan hasil nilai rata-rata tertinggi pada dimensi Action dengan nilai/skor 3,762 yang dikategorikan sebagai high/tinggi. Sedangkan hasil nilai rata-rata terendah pada dimensi Attention dengan nilai/skor 3,646 yang masih termasuk

kategori high/tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa perspsi wisatawan terhadap minat berkunjung di Museum Tekstil sudah baik dan dapat menarik Minat Berkunjung wisatawan atau pengunjung museum.

Berdasarkan data hasil Uji Validitas yang dilakukan oleh peneliti dalam SPSS, seluruh pernyataan pada kedua variabel menunjukkan signifikansi atau Sig. (2-tailed)  $< 0.05$  dan nilai  $r$  hitung atau Pearson Correlation yang lebih besar/tinggi dibandingkan  $r$  tabelnya yaitu 0.1654. Berdasarkan data hasil Uji Reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti dalam SPSS, hasil uji menunjukkan nilai cronbach alpha sebesar 0.975 pada variabel X dan 0.864 pada variabel Y, yang dimana keduanya berada diatas atau lebih besar dari 0,60 ( $> 0.60$ ). Yang berarti seluruh data yang digunakan pada penelitian telah dinyatakan valid dan reliabel.

Pada hasil Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi atau Sig. sebesar 0,113  $> 0,05$ , yang berarti model regresi tidak mengalami heterokedastisitas atau model regresi mengalami homokedastisitas. Pada hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov - Smirnov hasil data didapatkan nilai Asymp. Sig. (2tailed) sebesar 0,040  $> 0,05$ , yang berarti uji yang digunakan berdistribusi secara normal.

Pada hasil Uji T atau Parsial, berdasarkan hasil data yang diolah oleh peneliti didapatkan kesimpulan bahwa nilai signifikansi atau Sig. yang diperoleh adalah 0.027  $< 0.05$ , yang berarti lebih kecil dari 0.05 dan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel, yang dimana nilai  $t$  tabel yang digunakan adalah 1.660 sehingga nilai yang diperoleh adalah 19.509  $> 1.660$ . Yang berarti berdasarkan kedua kesimpulan diatas, maka dapat dikatakan variabel (X) Persepsi Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) Minat Berkunjung, Sehingga semakin banyak Persepsi yang baik maka akan semakin meningkat juga Minat Berkunjung ke Museum Tekstil.

Pada Uji Analisis Regresi Linear Sederhana, berdasarkan hasil data output yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa nilai Constant atau nilai variabel Y adalah 7.486, yang berarti nilai dari Minat Berkunjung (Y) adalah 7.486. Nilai koefisien arah regresi untuk variabel X adalah 0.943, yang menunjukkan bahwa Persepsi Wisatawan memberikan peran atau dampak yang positif setiap kenaikan 1% pada Minat Berkunjung (Y).

Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi, nilai *R Square* berada diangka 0.795, yang berarti variabel X/Persepsi Wisatawan memiliki pengaruh sebesar 79.5% terhadap variabel Y/Minat Berkunjung, sedangkan sisanya 20.5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi yang baik akan mempengaruhi Minat Berkunjung wisatawan sebesar 79.5%.

## B. Saran

Pada penelitian lain atau penelitian selanjutnya disarankan untuk turut serta memuat variabel – variabel penting lainnya seperti harga, lokasi, warisan budaya, program publik dan daya tarik lainnya. Sehingga dapat lebih memuat keseluruhan gambaran mengenai hal – hal yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ke Museum Tekstil Jakarta. Pihak Museum Tekstil Jakarta disarankan untuk meningkatkan variasi konten yang disajikan secara digital atau secara online, agar pengunjung dapat mengetahui lebih banyak tentang batik indonesia yang memiliki sejarah dan makna yang berbeda-beda. Mengoptimalkan situs web agar semakin mudah mempromosikan dan menyampaikan informasi penting yang ingin disampaikan kepada calon pengunjung. Memperbanyak pameran publik atau bentuk kegiatan sosial seperti pameran, teater, workshop, seminar dan program lainnya yang atraktif dan mengedukasi. Bagi peneliti, disarankan untuk memperluas variabel yang diteliti agar dapat memuat keseluruhan variabel lainnya yang mempengaruhi minat berkunjung ke Museum Tekstil. Atau juga dapat meneliti secara lebih detail dengan ruang lingkup yang lebih kecil seperti hanya meneliti Galeri Batik dan Jenis-jenis batik yang dimiliki indonesia, atau penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan pada museum lain untuk melihat apakah Museum Tekstil memiliki batik terlengkap di indonesia, yang harus dilaksanakan di museum-museum lainnya. Penelitian selanjutnya juga sebaiknya dapat menggunakan metode penelitian antara metode kualitatif dalam satu studi atau penelitian, agar mendapatkan hasil dan memperoleh data yang lebih luas dan menyeluruh.

## DAFTAR RUJUKAN

Firmansyah, R. M., & Aryani, Y. A. (2023). Strategi promosi digital dalam meningkatkan

keputusan pembelian pada produk UMKM di Kota Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.

<https://doi.org/10.33366/jbm.v17i1.687>

Hidayati, A. N., & Candra, R. A. (2024). Pengaruh citra merek, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Roti Bika Ambon Citra Simpang Tiga. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis Digital*, 1(1).  
<https://journal.bengkuluinstitute.com/index.php/JEMAKBD/article/view/27>

Hadi, A. N. (2021). PENGARUH PENGAWASAN INTERNAL, QUALITY OF WORK DAN KOMITMEN KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Sasanti: Journal Of Economics and Business*, 2(2), 119–129.

Kholifah, N. (2021). Pengaruh Penerapan Sharia Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Parepare. IAIN Parepare.  
<https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2490>

Lestyarningsih, S. (2023). Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(1), 48–57.  
<https://doi.org/10.33366/komunikasi.v6i1.2950>

Prasetyo, D., Manik, T. S., & Riyanti, D. (2021). Pemanfaatan museum sebagai objek wisata edukasi. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 15(1), 1–11.  
<http://dx.doi.org/10.47256/kji.v15i1.20>

Sanaky, M. M. (2021). Analisis faktor-faktor keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.  
<https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Sari, N. M., & Pratama, Y. (2022). Pengaruh media sosial Instagram terhadap minat beli produk fashion lokal pada generasi Z di Jakarta. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(2), 115–127.  
<https://doi.org/10.33366/jkm.v10i2.26489>

Syahputra, A. R., Widiastiti, A. I. P., & Muliadisa, I. K. (2023). Persepsi wisatawan terhadap pengelolaan destinasi wisata Broken Beach

sebagai daya tarik wisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(12), 2518-2532.

Sinambela, E. A. (2021). Motivasi kerja dan dukungan organisasi serta pengaruhnya terhadap komitmen organisasi. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 34-42.  
<https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.55>