



# Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Kuliner terhadap Minat Kunjung Kembali di Pasar Fresh Market Kota Wisata Cibubur

Elvina Aprilia<sup>1</sup>, Sofiani<sup>2</sup>

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

E-mail: [elvinaprilias19@gmail.com](mailto:elvinaprilias19@gmail.com), [sofiani@bundamulia.ac.id](mailto:sofiani@bundamulia.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-07-22 Revised: 2024-08-19 Published: 2024-09-01  <b>Keywords:</b> <i>Culinary;</i> <i>Tourism;</i> <i>Attraction;</i> <i>Revisit;</i> <i>Intention.</i>	The purpose of this research is to find out whether there is an influence of the attractiveness of culinary tourism on interest in returning to the Fresh Market in Cibubur Tourism City. This research was conducted using a quantitative approach by distributing questionnaires to 400 respondents with certain criteria. The population in this study were respondents who had visited the Kota Wisata Fresh Market. The results of this research show that there is a significant influence of $0.000 < 0.05$ , which indicates that the attraction of culinary tourism has a significant positive influence on interest in returning. Apart from that, there is also a coefficient of determination value of 86.3% which states that the attractiveness of culinary tourism influences the interest in returning. It is hoped that the results of this research will help the management of Kota Wisata to continue maintain the attraction of the Fresh Market, which is culinary tourism, so that it can continue to attract new tourists and also old tourists to make return visits.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-07-22 Direvisi: 2024-08-19 Dipublikasi: 2024-09-01  <b>Kata kunci:</b> <i>Kuliner;</i> <i>Pariwisata;</i> <i>Objek wisata;</i> <i>Kunjungan kembali;</i> <i>Niat.</i>	Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah adanya pengaruh daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali di pasar Fresh Market Kota Wisata Cibubur. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 400 responden dengan memiliki kriteria tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang sudah pernah melakukan kunjungan ke Pasar Fresh Market Kota Wisata. Hasil penelitian ini adalah diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata kuliner memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat kunjung kembali. Selain itu terdapat juga nilai koefisien determinasi sebesar 86,3% menyatakan bahwa daya tarik wisata kuliner berpengaruh terhadap minat kunjung kembali. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan kepada pihak manajemen Kota Wisata agar dapat terus mempertahankan daya tarik yang ada di Pasar Fresh Market yaitu wisata kuliner agar tetap dapat menarik wisatawan baru dan juga wisatawan lama untuk melakukan kunjungan kembali.

## I. PENDAHULUAN

Sektor industri merupakan kegiatan yang cukup peka terhadap perubahan dan perkembangan, salah satunya merupakan sektor pariwisata. Pariwisata sendiri merupakan tindakan memindahkan penduduk untuk sementara waktu ke lokasi selain rumah dan tempat kerja mereka dengan menyediakan fasilitas yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan (Marhendi, 2021). Pariwisata memiliki sejumlah aspek yang tercakup di dalamnya, salah satunya ada pada industri kuliner. Industri kuliner merupakan jenis bisnis yang berfokus pada makanan dan minuman, mulai dari proses pembuatannya, penyajian, sampai penjualan produk khusus pada konsumen. Salah satu destinasi industri kuliner yang menyediakan makanan dan minuman ada

pada destinasi wisata di Pasar Fresh Market Kota Wisata.

Pasar Fresh Market merupakan pasar tradisional dimana para penghuni dapat membeli berbagai macam kebutuhan memasak yang lengkap. Pasar Fresh Market ini berada di dalam perumahan Kota Wisata Cibubur dan buka dari jam 6 pagi sampai jam 3 sore. Selain menyediakan bahan kebutuhan memasak, Pasar Fresh Market juga terdapat kios yang menyediakan bahan membuat kue, toko perhiasan, dan toko peralatan rumah tangga. Pasar Fresh Market juga menyediakan berbagai macam kuliner yang dapat dipilih, seperti adanya hidangan sayur matang, kue subuh, dan makanan ringan/cemilan yang dapat kita makan disaat sedang berbelanja di pasar. Saat sore hari, pada pukul 4 sore hingga jam 11 malam, kita dapat menikmati wisata kuliner yang berada di sekitar luar Pasar

Fresh Market yang berkonsep *Street Food* dan wisata kuliner ini menjadi salah satu tempat tujuan yang ramai didatangi oleh wisatawan.

Wisata kuliner merupakan satu dari sekian daya tarik wisata yang menonjolkan kekhasan, keindahan, serta keanekaragaman kekayaan alam, budaya, serta hasil karya manusia yang menjadi sasaran atau tujuan wisatawan (Marpaung, 2019). Hasil survei World Food Travel Association memaparkan bahwa wisatawan menggunakan sekitar 25% dari anggaran perjalanan mereka untuk dibelanjakan pada makanan dan minuman sehingga wisata kuliner ini dapat menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk kembali datang ke suatu destinasi. Wisata kuliner dapat menarik pengunjung untuk datang dengan menyediakan tempat makan yang menarik dan menjual makanan atau minuman yang unik. Minat kunjung kembali merupakan keinginan individu untuk kembali mengunjungi tempat yang sama (Han et al., 2019). Selain itu, minat kunjung kembali merupakan sebuah respon langsung terhadap suatu tindakan, dimana pelanggan akan memilih atau bertindak untuk membeli kembali dimasa depan sebagai tanggapan (Kawatu et al, 2020). Dapat disimpulkan bahwa minat kunjung Kembali merupakan keinginan individu untuk kembali berkunjung ke tempat yang sama di masa yang akan datang.

Terdapat juga penelitian terdahulu yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana dampak daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fais Abdurrohman dan Dr. Sigit Wibawanto yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Pada Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Obyek Wisata Pantai Logending)", dalam penelitian ini diperlihatkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan pada minat berkunjung ulang. Minat kunjung kembali juga merupakan keberlangsungan suatu destinasi wisata sebab lebih mudah dan lebih murah daripada menarik pelanggan atau wisatawan baru (Seetanah et al, 2020).

Berikut merupakan sejumlah pesaing Pasar Fresh Market yang tersebar di sekitaran Jabodetabek.

**Tabel 1.** Data Pesaing

No	Domisili	Nama Pasar
1	Jakarta	Food Plaza PIK, Pasar Santa
2	Bogor	-
3	Depok	Pasar Anyer

4	Tangerang	Pasar 8, Pasar Paramount
5	Bekasi	Pasar Modern Sinpansa

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Dengan adanya daftar pasar ini, dapat membuka pandangan baru pada pasar. Pasar yang dulunya hanya untuk membeli bahan pangan, sekarang pasar bisa menjadi salah satu tempat destinasi wisata. Hal ini diperkuat dengan adanya perwakilan di tiap-tiap kota yang memiliki pasar seperti Pasar Fresh Market Kota Wisata Cibubur. Fenomena pasar ini sudah bukan lagi hanya sekedar untuk berbelanja untuk membeli bahan mentah, tetapi pasar saat ini juga dijadikan sebagai rekreasi atau tempat destinasi. Salah satu destinasinya merupakan wisata kuliner. Dengan adanya wisata kuliner di dalam pasar, bisa menarik sejumlah konsumen atau wisatawan untuk kembali mengunjungi pasar. Pasar yang awalnya dikenal dengan bau dan basah, sekarang dengan adanya wisata kuliner dapat mengubah pandangan wisatawan atau konsumen mengenai pasar.

Berdasarkan pemaparan berikut, terbentuklah ketertarikan untuk menjalankan penelitian ini untuk mengetahui apakah adanya pengaruh dari daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali di Pasar Fresh Market. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pandangan wisatawan yang akan datang pada daya tarik wisata kuliner, dimana daya Tarik wisata kuliner ini dapat menentukan minat kunjung kembali para pelanggan ke Pasar Fresh Market.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metodologi penelitian positivis yang disebut metode penelitian kuantitatif yang diterapkan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu dan juga data kuantitatif dilakukan untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan (Sugiyono, 2020) dengan menggunakan metode skala likert yang memiliki 5 skala dengan porsi yang berbeda. Populasi yang akan digunakan merupakan pengunjung Pasar Fresh Market dan juga terdapat sejumlah kriteria agar sumber informasi pada penelitian dapat tertuju dengan tepat dan sesuai yang dimiliki responden, yaitu:

1. Sudah pernah mengunjungi Pasar Fresh Market lebih dari dua kali.
2. Berusia 17 tahun atau lebih, dikarenakan pada usia 17 tahun masyarakat sudah dinyatakan memiliki identitas diri dan dianggap sudah bertanggung jawab pada dirinya sendiri.
3. Berdomisili di daerah Jabodetabek, dikarenakan agar ruang lingkup penelitian

tidak terjadi penyimpangan atau pelebaran sehingga penelitian akan lebih terarah.

Sampel merupakan bagian atau representasi dari keseluruhan populasi yang diteliti (Arikunto, 2019). Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, rumus ini dapat digunakan untuk menentukan berapa banyak sampel yang diperlukan (Sugiyono, 2019). Setelah dihitung didapatkan total sampel sebanyak 400 responden dan penyebaran kuesioner akan menggunakan Google Form. Selain itu, teknik analisis data yang akan digunakan adalah uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Analisis Karakteristik Responden

Dalam melakukan penelitian ini, karakteristik dari 400 responden berdasarkan sudah pernah mengunjungi Pasar Fresh Market lebih dari dua kali, jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan dan domisili.

**Tabel 2.** Sudah pernah mengunjungi lebih dari dua kali

No	Pernah mengunjungi lebih dari dua kali	Presentase
1	Sudah	100%
2	Belum	0%

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel 2 diketahui bahwa seluruh jumlah responden penelitian ini sudah pernah mengunjungi Pasar Fresh Market lebih dari dua kali karena penelitian ini berhubungan dengan minat kunjung Kembali, maka responden yang dapat dijadikan sampel penelitian diharuskan sudah pernah melakukan kunjungan lebih dari dua kali ke Pasar Fresh Market agar dapat dikatakan sudah pernah melakukan kunjungan Kembali. Kriteria ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Cantika dan Ika Suryono Djunaid (2023) yang memiliki kriteria wisatawan yang sudah berkunjung ke Pantjoran PIK minimal dua kali dan berusia 17 tahun.

**Tabel 3.** Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Presentase
1	Perempuan	69%
2	Laki-laki	31%

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan

perempuan. Berdasarkan hasil pengamatan, rata-rata pengunjung yang datang merupakan perempuan dan juga untuk menu makanan seperti cemilan bola ubi lebih banyak yang mengantri merupakan perempuan. Hal ini sejalan dengan artikel yang ditulis oleh Redaksi Dokter (2020) yang mengatakan bahwa Wanita mengkonsumsi gula lebih banyak dibandingkan pria setiap harinya.

**Tabel 4.** Usia

No	Usia	Presentase
1	17-21	69%
2	22-26	31%
3	27-31	26,3%
4	32-36	20,8%
5	37-41	8%

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel 4 menunjukkan bahwa mayoritas responden berlandaskan usia 22-26 yang merupakan usia dari kalangan Gen Z dan menu makanan yang ada di wisata kuliner Pasar Fresh Market juga sangat beragam dan juga karena pasar ini sudah pernah diulas oleh beberapa *youtuber* sehingga terdapat sejumlah tempat yang ramai dan menjadi populer. Hal ini sejalan dengan artikel "GEN Z dan Kuliner Kekinian" yang dibuat oleh Fikriyah (2020) berdasarkan perkataan Piper Jaffray bahwa Gen Z lebih menyukai untuk mencoba sejumlah kuliner dari pada *fashion*, dan Sebagian besar yang mereka belanjakan untuk menikmati kuliner dan juga Gen Z lebih aktif dengan sosial media sehingga segala informasi dapat diakses dengan mudah termasuk viralnya makanan atau minuman kekinian.

**Tabel 5.** Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Presentase
1	Mahasiswa	12,5%
2	Karyawan Negeri	21,3%
3	Karyawan Swasta	43%
4	Wirasaha	20,8%
5	Lainnya	2,4%

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel 5 diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta, berdasarkan pengamatan yang dilakukan, di dekat perumahan Kota Wisata ada sejumlah pabrik yang dikelola oleh perusahaan swasta, seperti pabrik Voksel Kabel sehingga rata-rata responden lebih banyak yang bekerja sebagai karyawan swasta.

**Tabel 6.** Penghasilan

No	Penghasilan	Presentase
1	<Rp 5.087.381/ bulan	24,8%
2	Rp 5.067.381 - Rp 10.000.000 /bulan	20,5%
3	Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000/ bulan	38,3%
4	Rp 15.000.000 – Rp 20.000.000/ bulan	14,5%
5	>Rp 20.000.000/ bulan	2%

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel 6 diketahui bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000/ bulan. Hal ini dibuktikan dengan pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis bahwa harga-harga barang dan makanan yang dijual ditawarkan dengan harga yang tidak terlalu mahal dan cocok untuk seluruh kalangan.

**Tabel 7.** Domisili

No	Domisili	Presentase
1	Jakarta	30,5%
2	Bogor	29,5%
3	Depok	12,5%
4	Tangerang	12,5%
5	Bekasi	15%

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel 7 diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari Jakarta. Hal ini diperkuat dengan adanya artikel yang berjudul “Bingung Cibubur Masuk Wilayah mana? Ini Penjelasannya” yang penjelasan bahwa lebih banyak orang yang berasal dari Jakarta disebabkan Kota Wisata sendiri berada dipersimpangan dari empat wilayah yaitu Jakarta Timur, Bogor, Bekasi, dan Depok maka dari itu lebih banyak responden yang berasal dari Jakarta.

## 2. Uji Statistik Deskriptif Mean Variabel

Uji statistik deksripsif merupakan metode statistik yang dipakai untuk memberikan gambaran atau deskripsi terhadap rata-rata pada variabel independent yaitu daya tarik wisata kuliner (X) terhadap variabel dependen yaitu minat kunjung kembali (Y)

**Tabel 8.** Hasil Uji Mean Daya Tarik Wisata Kuliner

Indikator	Mean Tertinggi	Indikator
Atraksi	4.80	Atraksi
Aksesibilitas	4.47	Aksesibilitas
Fasilitas	4.59	Fasilitas
Pelayanan	4.73	Pelayanan
Tambahan		Tambahan

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Pada indikator atraksi yang memiliki nilai *mean* sebesar 4.80 yang memiliki arti bahwa

sebagian besar responden setuju dengan adanya banyak variasi menu di pasar dan wisata kuliner Fresh Market dapat menjadi atraksi utama bagi para responden.

Pada indikator aksesibilitas yang memiliki nilai *mean* sebesar 4.47 yang memiliki arti bahwa sebagian besar responden setuju dengan adanya petunjuk arah akan mempermudah responden untuk menemukan lokasi pasar dan wisata kuliner Fresh Market. Pada indikator fasilitas yang memiliki nilai *mean* sebesar 4.59 yang memiliki arti bahwa sebagian besar responden setuju dengan fasilitas parkir yang memadai dapat membuat responden merasa lebih mudah mengakses pasar dan wisata kuliner Fresh Market. Pada indikator pelayanan tambahan yang memiliki nilai *mean* sebesar 4.73 yang memiliki arti bahwa sebagian besar responden setuju dengan adanya kios seperti ATM dan minimarket di sekitar Pasar Fresh Market dapat memberikan nilai tambah kepada para responden.

**Tabel 9.** Hasil Uji Mean Minat Kunjung Kembali

Indikator	Mean Tertinggi
Mengunjungi Lagi	4.86
Berencana Untuk Mengunjungi	4.86
Harapan Untuk Berkunjung	4.96

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Pada indikator mengunjungi lagi yang memiliki nilai *mean* sebesar 4.86 yang memiliki arti bahwa sebagian responden setuju bahwa responden ingin melakukan kunjungan kembali ke pasar dan wisata kuliner Fresh Market untuk melakukan eksplorasi. Pada indikator berencana untuk mengunjungi memiliki nilai *mean* sebesar 4.86 yang memiliki arti bahwa sebagian responden setuju bahwa responden memiliki rencana untuk melakukan kunjungan kembali dengan teman atau keluarga agar mendapatkan kesempatan baru dan pengalaman yang lebih berkesan. Pada indikator harapan untuk berkunjung yang memiliki nilai *mean* sebesar 4.96 yang memiliki arti bahwa sebagian responden setuju bahwa responden memiliki harapan untuk dapat berkunjung kembali dan mencicipi lebih banyak menu makanan yang ada.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan metode yang digunakan untuk memeriksa apakah adanya regresi yang homoskedastisitas atau

tidak menunjukkan heteroskedastisitas yang dapat dianggap sebagai regresi yang layak (Ghozali, 2021). Dalam pengujian heteroskedastisitas ini, jika seluruh nilai sig. variabel independent >0,05 memaparkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas.

**Tabel 10.** Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,060	,018		3,407	,001
1 Daya Tarik Wisata Kuliner	,000	,000	-,060	1,208	,228

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel 10 dapat diartikan bahwa nilai sig variabel daya tarik wisata kuliner bernilai 0,228 yang merupakan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadinya heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan penyebaran kuesioner, data yang didapatkan tidak terjadi ketidaksamaan varian satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

#### 4. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji analisis regresi linear sederhana merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui korelasi antara dua variabel atau lebih dan menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2021).

**Tabel 11.** Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients	
	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	49.878	1.613
Daya Tarik Wisata Kuliner	,078	,022

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel 11 dapat diketahui bahwa nilai konstanta (a) sebesar 49.878 sedangkan nilai daya tarik wisata kuliner (b) sebesar 0,078 sehingga persamaan regresi linear sederhana dapat dinyatakan, yakni:

$$Y = 49.878 + 0,078X$$

Sehingga persamaan regresi linear sederhana ini dapat diartikan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta sebesar 49.878, memiliki pengertian bahwa nilai konsisten variabel minat kunjung kembali adalah sebesar 49.878.
- b) Koefisien regresi X sebesar 0,078 memaparkan bahwa tiap-tiap penambahan

1% nilai daya tarik wisata kuliner, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,078. Koefisien regresi ini memiliki nilai yang positif sehingga dapat dimaknai bahwa arah pengaruh variabel daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali adalah positif. Semakin banyak daya tarik wisata kuliner yang diberikan maka akan semakin tinggi minat kunjung kembali. Hal ini dapat disebabkan karena pengunjung merasa bahwa daya tarik wisata kuliner yang diberikan Pasar Fresh Market berbeda dengan pasar-pasar lain yang ada di sekitar Kota Wisata Cibubur, selain itu dengan ada banyaknya variasi menu yang diberikan akan membuat pengunjung mau untuk melakukan kunjungan kembali untuk kembali mencicipi berbagai macam menu yang ada atau mencicipi kembali menu makanan yang sudah pernah dicicipi sebelumnya.

#### 5. Uji Hipotesis

Uji T atau parsial merupakan uji yang digunakan untuk dapat melakukan evaluasi pengaruh atau hubungan antara variabel independent dan variabel dependen dengan mempertahankan satu variabel independent dalam kondisi tetap atau terkontrol (Sugiyono, 2019). Terdapat sejumlah kriteria penerimaan atau penolakan dalam hipotesis, yakni jika nilai sig <0,05 atau nilai t-hitung > t-tabel, maka adanya pengaruh variabel X pada variabel Y dan sebaliknya, jika nilai sig >0,05 atau nilai t-hitung < t-tabel maka tidak adanya pengaruh antara variabel X pada variabel Y.

**Tabel 12.** Uji T

Model	t-hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	30.922	,000	
Daya Tarik Wisata Kuliner	3.541	,000	Diterima (Ho)

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat hasil dari uji T yang dilakukan pada variabel daya tarik wisata kuliner (X) memiliki nilai signifikansi sejumlah 0,000 < 0,05 dan nilai t-hitung 3.541 > t tabel (1.966) yang menandakan bahwa daya tarik wisata kuliner memiliki pengaruh yang signifikan pada minat kunjung kembali. Berdasarkan hasil uji T dapat diambil kesimpulan bahwa Ho diterima dan adanya pengaruh antara daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali. Berlandaskan hasil uji T bisa diperhatikan bahwa memang daya tarik wisata kuliner ini

cukup berpengaruh untuk pengunjung melakukan kunjungan kembali ke Pasar Fresh Market. Dengan adanya atraksi yang diberikan yaitu kuliner di dalam pasar, wisata kuliner di malam hari dan juga adanya *live music* bisa membuat tamu mempertimbangkan untuk melakukan kunjungan kembali. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Felicia Celina dan Rendy Sarudin dengan judul "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Pada Minat Berkunjung Wisatawan Di Petak Sembilan Jakarta Barat" yang memaparkan bahwa adanya pengaruh antara daya tarik wisata pada minat berkunjung wisatawan.

#### 6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan uji yang dilakukan untuk menilai sejauh mana model regresi bisa menjelaskan variasi dalam variabel dependen (Priyanto, 2022). Terdapat juga kriteria yang harus diperhatikan, yaitu nilai koefisien determinasi memiliki kisaran antara 0 hingga 1. Semakin nilai koefisien mendekati 1 nilai maka semakin kuat juga pengaruhnya.

**Tabel 13.** Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.929	.863	.863	.18796

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 13 dapat diperhatikan bahwa R Square pada uji koefisien determinasi memiliki nilai sejumlah 0,863. Berkaitan dengan hal ini, perhitungan uji koefisien determinasi sejumlah 86%, memaparkan bahwa daya tarik wisata kuliner memiliki pengaruh pada minat kunjung kembali sejumlah 86,3% dan sisanya sejumlah 13,7% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam studi ini.

Alasan mengapa bisa memiliki pengaruh yang cukup tinggi sebab Pasar Fresh Market memberikan daya tarik yang menarik pada wisatawan untuk datang, yaitu wisata kuliner. Dengan wisatawan memiliki kesan baik dari pengalaman kuliner yang diberikan dapat memberikan kesan yang positif untuk wisatawan melakukan kunjungan kembali. Di lain sisi, dengan beragam variasi menu di wisata kuliner malam bisa menarik para pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali untuk kembali bersama keluarga dan teman, lalu dengan adanya hiburan seperti *live music* dapat menghibur wisatawan dan

juga memberikan kesan yang baik pada wisatawan.

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa dari penelitian daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali di Pasar Fresh Market tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil penelitian dari uji regresi linear sederhana diketahui bahwa tiap-tiap penambahan 1% nilai daya tarik wisata kuliner, maka nilai partisipasi bertambah sejumlah 0,078 dan koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan memiliki pengaruh positif antara variabel daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali.

Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis dapat diketahui bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada variabel daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali. Berdasarkan hasil penelitian uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa pengaruh daya tarik wisata kuliner terhadap minat kunjung kembali sebesar 86,3%.

### B. Saran

Pengelola Pasar Fresh Market sudah mempertahankan daya tarik wisata kuliner yang positif dan berpengaruh kepada minat kunjung kembali wisatawan tetapi, perlu ditingkatkan kembali untuk fasilitas lahan parkir, karena disaat hari libur jumlah pengunjung akan lebih banyak daripada biasanya sehingga akan banyak mobil yang menunggu dan memutar untuk menunggu mendapatkan parkir. Pihak manajemen Pasar Fresh Market juga dapat menambah lebih banyak atraksi yang menarik para pengunjung sehingga pengunjung tidak bosan dan kembali ke wisata kuliner di Pasar Fresh Market.

## DAFTAR RUJUKAN

- Celina, F., & Sarudin, R. (2023). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Petak Sembilan Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4).
- Cantika, P., & Djunaid, I. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Terhadap Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11).

- Fikriyah, H. (2020). *GEN Z dan Kuliner Kekinian*. Young On Top. <https://www.youngontop.com/gen-z-dan-kuliner-kekinian/>
- Kota Wisata: Home. Retrieved 2024, from <https://www.kota-wisata.com>
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., Ch Lintong, D. A., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang. 8(3)
- Marhendi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Wisatawan Di Kabupaten Semarang. *In Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 1(1).
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2).
- Redaksi Dokter. (2020). *Dibandingkan Pria, Wanita Lebih Suka Makanan Manis*. Dokter Sehat. <https://doktersehat.com/informasi/kesehatan-umum/wanita-lebih-suka-makanan-manis/amp/>
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, B. (2020). Tourists' Destination Satisfaction and Revisit Intention of tourists: Does The Quality of Airport Services Matter? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.