



# Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Jakarta Islamic Centre (JIC) Jakarta Utara

Albert Tanjaya<sup>1</sup>, Rendy Sarudin<sup>2</sup>

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

E-mail: [alberttanjaya88@gmail.com](mailto:alberttanjaya88@gmail.com)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2025-08-05 Revised: 2025-09-12 Published: 2025-10-01	Jakarta Islamic Centre is one of the religious tourism destinations located in North Jakarta as the Center for Islamic Studies and Development in Jakarta. The purpose of this study was to determine the effect of tourist attractions on tourists' interest in visiting the Jakarta Islamic Center. This study uses descriptive statistical analysis techniques using quantitative methodology, using data collection techniques in the form of questionnaires processed with SPSS 25 software and direct observation. There were a total of 94 respondents who were samples in this study. The results of the descriptive analysis test of variable X (Attraction) obtained the highest mean value in the Attraction dimension, which is 4.27, which is included in the very high category and the lowest mean value in the Amenities dimension, which is 4.02, which is included in the high category. The results of the descriptive analysis test of variable Y (Visiting Interest) with the highest mean value in the Interest and Desire dimensions with the same value of 4.41 included in the very high category and the lowest mean value in the Attention dimension, which is 4.29 included in the very high category. The results of this study show that variable X (Attraction) has a positive and significant effect on variable Y (Interest in Visiting) and the coefficient of determination is 0.623 or has an effect of 62.3% on tourists' decision to visit.
<b>Keywords:</b> <i>Attractiveness; Jakarta Islamic Centre; Interest in Visiting.</i>	

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2025-08-05 Direvisi: 2025-09-12 Dipublikasi: 2025-10-01	Jakarta Islamic Centre merupakan salah satu destinasi wisata religi yang berlokasi di Jakarta Utara sebagai Pusat Pengkajian dan Pengembangan Islam di Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan ke Jakarta Islamic Centre. Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dengan menggunakan metodologi kuantitatif, menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang diolah dengan software SPSS 25 dan observasi langsung. Terdapat total 94 responden yang menjadi sampel pada penelitian ini. Hasil uji analisis deskriptif variabel X (Daya Tarik) didapat nilai mean tertinggi pada dimensi Attraction yaitu sebesar 4,27 yang termasuk dalam kategori very high dan nilai mean terendah pada dimensi Amenities yaitu sebesar 4,02 yang termasuk dalam kategori high. Hasil uji analisis deskriptif variabel Y (Minat Berkunjung) dengan nilai mean tertinggi pada dimensi Interest dan Desire dengan nilai yang sama yaitu sebesar 4,41 termasuk dalam kategori very high dan nilai mean terendah pada dimensi Attention yaitu sebesar 4,29 termasuk dalam kategori very high. Hasil penelitian ini variabel X (Daya Tarik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (Minat Berkunjung) dan besar koefisien determinasi sebesar 0,623 atau memiliki pengaruh sebesar 62,3% terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
<b>Kata kunci:</b> <i>Daya Tarik; Jakarta Islamic Centre; Minat Berkunjung.</i>	

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini telah berkembang pesat, berdasarkan sumber dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) indikator kinerja sektor pariwisata menunjukkan pertumbuhan yang positif sepanjang tahun 2024, diantaranya kontribusi PDB pariwisata pada paruh pertama 2024 sebesar 4,01 persen. Sementara untuk kunjungan wisatawan mancanegara (wisman), Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat hingga Oktober 2024 telah mencapai 11,6 juta kunjungan dan diyakini bertambah hingga Desember 2024.

Sementara untuk wisatawan nusantara (wisnus), jumlah pergerakan pada Januari hingga Oktober 2024 mencapai 839,4 juta perjalanan dan diyakini akan bertumbuh hingga akhir tahun. Pariwisata menurut undang-undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 merupakan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang serta negara serta interaksi antar masyarakat setempat, para wisatawan, pemerintah, pemda, serta pengusaha. Secara umum, definisi pariwisata merupakan perjalanan dari satu

tempat ke tempat lain dalam waktu yang bersifat sementara dilakukan oleh perorangan maupun kelompok untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dalam lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, maupun alam (Riani, 2021).

Pada masa saat ini, banyak daerah di Indonesia berlomba-lomba melakukan pengembangan objek wisata. Berbagai jenis objek wisata yang dikembangkan seperti wisata alam, budaya, sejarah, wisata olahraga, hingga wisata religi. Salah satu objek wisata yang banyak dikembangkan adalah wisata religi atau wisata keagamaan. Wisata religi menurut Suryono diartikan sebagai kegiatan wisata ke tempat-tempat yang mempunyai arti khusus, tempat-tempat yang biasa dikunjungi dalam perjalanan keagamaan, termasuk masjid, seperti tempat-tempat pusat keagamaan dimana ada masjid digunakan untuk sholat, i'tikaf, adzan, dan iqoma. Islam merupakan agama yang memiliki peranan penting dalam kehidupan sosial, budaya, dan pendidikan di Indonesia. Menurut data dari Kementerian Agama Republik Indonesia penduduk muslim Indonesia saat ini mayoritas mencapai 229,62 juta jiwa atau sekitar 87,2% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 269,6 juta jiwa. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki berbagai pusat keislaman yang berfungsi sebagai sarana ibadah, pendidikan, serta pengembangan sosial dan ekonomi umat. Keberadaan pusat-pusat keislaman ini menjadi sangat penting dalam menjaga nilai-nilai keagamaan serta memperkuat modernisasi beragama di tengah masyarakat yang heterogen.

Pada tahun 2024, Indonesia meraih penghargaan "Top Muslim Friendly Destination Of The Year 2024" atau Destinasi Wisata Ramah Muslim Teratas Tahun 2024. Penilaian ini berdasarkan empat kriteria utama, yaitu Akses, Komunikasi, Lingkungan, dan Layanan (ACES). Selain itu penghargaan ini berkat lima destinasi wisata halal di Indonesia yang tercatat dalam *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI), salah satunya adalah Jakarta. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang memiliki banyak daya tarik wisata yang ditawarkan. Mulai dari wisata sejarah, budaya, perkotaan (urban tourism), ekowisata, maupun religi. Salah satu destinasi yang menjadi tujuan wisatawan yaitu Jakarta yang menjadi pusat aktivitas perekonomian Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta, Data berbasis *Mobile Positioning Data* (MPD), jumlah wisatawan

nusantara yang berkunjung ke Jakarta pada tahun 2024 terhitung dari Januari hingga Desember yaitu:

**Tabel 1.** Jumlah Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Jakarta Pada Tahun

Wilayah	Jumlah Wisatawan
Kepulauan Seribu	391.785
Jakarta Selatan	23.538.365
Jakarta Timur	16.494.819
Jakarta Pusat	19.048.236
Jakarta Barat	14.020.794
Jakarta Utara	13.739.239

Sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta, Data berbasis *Mobile Positioning Data* (MPD)

Tabel 1 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Jakarta pada tahun 2024 terhitung dari Januari hingga Desember, kepulauan seribu mendapatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara sebanyak 391.785 jiwa, jumlah ini merupakan yang terendah dari wilayah Jakarta lainnya. Terbanyak pada wilayah Jakarta Selatan diikuti Jakarta Pusat, Jakarta Timur, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara. Diantara wilayah kota administrasi Jakarta, Jakarta Utara menempati posisi terendah dalam hal jumlah kunjungan wisatawan nusantara. Berikut merupakan jumlah wisatawan nusantara (Winus) yang berkunjung ke Jakarta Utara;

**Tabel 2.** Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Jakarta Utara Tahun 2024

Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Jakarta Utara Tahun 2024	
Bulan	Jumlah Wisatawan
Januari	1.009.213
Februari	1.137.199
Maret	958.880
April	1.005.549
Mei	1.104.470
Juni	985.928
Juli	1.000.411
Agustus	1.151.393
September	1.398.183
Oktober	1.300.487
November	1.310.303
Desember	1.377.223
Total	13.739.239

Sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa Jakarta Utara mempunyai kemampuan menarik rata-rata 1.144.936 wisatawan per bulan, dengan pengunjung tertinggi pada bulan September dan Desember. Jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Jakarta Utara berfluktuasi setiap bulannya seperti pada bulan Januari wisatawan sebanyak 1.009.213 orang dan pada bulan Februari meningkat sebesar 12,68% menjadi 1.137.199. Pada bulan Maret terjadi penurunan sebesar 15,68% menjadi 958.880 orang. Pada bulan September terjadi peningkatan signifikan sebesar 21,44% dari bulan Agustus yang berjumlah 1.151.393 menjadi 1.398.183. Pada periode bulan September hingga Desember dimana terjadi peningkatan jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung dengan rata-rata jumlah kunjungan sebanyak 1.346.549 wisatawan.

Pengembangan pariwisata di Jakarta Utara menjadi prioritas utama dengan ditetapkannya 12 Jalur Destinasi Wisata Pesisir. Melalui Surat Keputusan Wali Kota Jakarta Utara Nomor 345 tahun 2011 (Sudin Komunikasi, 2022), menetapkan 12 Destinasi Wisata Pesisir yaitu Taman Suaka Margasatwa Muara Angke, Sentra Perikanan Muara Angke, Kawasan Sunda Kelapa, Kawasan Ancol, Bahtera Jaya Ancol, Kawasan Tanjung Priuk, Sentra Belanja Mangga Dua, Sentra Belanja Kelapa Gading, Jakarta Islamic Centre, Kampung Tugu, Kampung Luar Batang, dan Kampung Marunda.

Pesatnya perkembangan urbanisasi dan modernisasi, masyarakat Muslim di Jakarta membutuhkan sebuah pusat keislaman yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pendidikan dan pemberdayaan ekonomi umat. Oleh karena itu, salah satu destinasi wisata religi yang berada di Jakarta Utara yaitu *Jakarta Islamic Centre* (JIC) menjadi sangat strategis dalam menjawab berbagai kebutuhan masyarakat Muslim di Jakarta dan sekitarnya. *Jakarta Islamic Centre* atau biasa disebut JIC merupakan sebuah lembaga yang berdiri di Lokasi Resosialisasi (Lokres) Kramat Tunggak, Tanjung Priuk, Jakarta Utara. *Jakarta Islamic Centre* (JIC) didirikan sebagai pusat keislaman yang berfungsi untuk memberikan layanan keagamaan, pendidikan, serta pengembangan ekonomi bagi umat Islam. Berdiri di atas lahan bekas lokalisasi Kramat Tunggak, JIC menjadi simbol transformasi sosial yang mencerminkan komitmen pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pendekatan keagamaan. JIC memiliki berbagai

fasilitas, seperti masjid, pusat pendidikan, perpustakaan, serta ruang konferensi yang digunakan untuk kegiatan dakwah dan kajian Islam.

Sebagai salah satu destinasi wisata religi, *Jakarta Islamic Centre* telah memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat, baik dalam bidang keagamaan, sosial, maupun ekonomi. Seiring berjalannya waktu JIC juga menghadapi berbagai tantangan, seperti adaptasi terhadap kemajuan teknologi, peningkatan kualitas layanan, serta partisipasi masyarakat lokal terhadap aktivitas wisata religi disana. Selain itu juga *Jakarta Islamic Centre* sebagai salah satu dari 12 Destinasi Wisata Pesisir saat ini masih belum banyak diminati oleh masyarakat umum sebagai tujuan utama wisata religi, dimana *Jakarta Islamic Centre* (JIC) masih belum dikatakan sebagai destinasi wisata yang seutuhnya dan masih berfokus sebagai lembaga kajian dan pengembangan islam di Jakarta.

Menurut World Tourism Organization (UNWTO), daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menarik bagi orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat yang terdiri dari kegiatan, objek, atau aktivitas. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan bahwa daya tarik wisata segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Menurut Tarlow dalam jurnal (Caroline Christy, 2023), daya tarik wisata merupakan suatu tempat, aktivitas, atau objek yang memberikan kepuasan atau kenikmatan bagi pengunjung. Sehingga bisa disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai jual yang menawarkan keunikan pada suatu destinasi sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Jakarta Islamic Centre (JIC) menawarkan berbagai daya tarik wisata tersendiri dimana JIC sebagai pusat perkembangan islam di Jakarta memberikan nilai Sejarah dan kisah yang unik dibaliknyanya. Jakarta Islamic Centre dibangun dari bekas lahan lokalisasi kramat tunggak terbesar di Asia Tenggara pada tahun 1970 hingga 1999 dan saat ini telah menjadi tempat yang menjadi pusat perkembangan islam di Jakarta sekaligus sebagai salah satu destinasi wisata religi. Sejumlah daya tarik yang ditawarkan Jakarta Islamic Centre yaitu kubah masjid tanpa tiang

yang menjadi ciri khas tersendiri dimana masjid memiliki bentangan kubah tanpa tiang terpanjang se-Asia Tenggara yakni 66 meter. Koleksi mushaf Al-Qur'an raksasa yang tersimpan di perpustakaan JIC yang berukuran 100 x 50 cm dengan berat 100 kg. selain itu berbagai fasilitas yang tersedia seperti masjid, Gedung Pendidikan dan Latihan (Diklat) atau gedung sosial budaya, perpustakaan, serta gedung bisnis yang meliputi convention hall dan perkantoran.

Menurut Kotler (2016:198) dalam (Lusnia, 2021) menyatakan bahwa minat berkunjung wisatawan dalam Marketing for Hospitality and Tourism diasumsikan sama dengan minat pembelian. Sedangkan minat kunjung menurut Kinnear dan Taylor dalam (Lusnia, 2021) merupakan bagian dari perilaku wisatawan dalam sikap kecenderungan responden dalam bertindak sebelum keputusan berkunjung benar-benar dilakukan. Menurut Widagdyo dalam (Rohmah, 2022) minat berkunjung merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain atau pada objek lain. Minat merupakan suatu ketertarikan seseorang pada sesuatu sehingga termotivasi untuk melakukan kegiatan yang diminati. Minat berkunjung juga diartikan merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk memilih dan memutuskan berkunjung pada suatu tempat (Rohmah, 2022). Sehingga bisa disimpulkan bahwa minat berkunjung merupakan suatu dorongan dalam diri seseorang untuk memilih atau memutuskan berkunjung ke suatu destinasi pilihannya.

*Jakarta Islamic Centre* (JIC) merupakan salah satu destinasi wisata religi yang memiliki potensi besar untuk menarik pengunjung. Meskipun memiliki daya tarik yang unik dan berbeda dibanding dengan destinasi wisata pesisir lainnya, minat masyarakat untuk mengunjungi Jakarta Islamic Center masih tergolong rendah. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh Jakarta Islamic Centre dan realitas kunjungan yang terjadi. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi yang signifikan dalam beberapa aspek seperti, penelitian ini sebagai pengembangan strategi pemasaran dimana hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pengelola JIC dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan mengetahui elemen-elemen daya tarik yang paling diminati, pengelola dapat mengoptimalkan promosi dan kegiatan yang dapat menarik lebih banyak pengunjung.

Penelitian mengenai pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke *Jakarta Islamic Centre* (JIC) juga sangat penting bagi pemerintah Jakarta, dimana dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung, pemerintah dapat merumuskan kebijakan dan strategi yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini dapat membantu dalam mempromosikan JIC sebagai destinasi wisata religi yang lebih dikenal, sehingga meningkatkan citra Jakarta sebagai kota yang ramah untuk wisata halal. Untuk penelitian mendatang atau *future research* diharapkan penelitian ini sebagai pembuka persepsi masyarakat bahwa Jakarta sudah menjadi *Muslim Friendly Tourism* dan dapat membuka peluang penelitian mendatang yang dapat memperdalam pemahaman dan pengembangan sektor pariwisata, khususnya wisata religi.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan bahwa daya tarik pada suatu destinasi wisata bisa mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke suatu destinasi wisata, dimana destinasi wisata tentunya harus memiliki nilai atau keunikan tersendiri yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung kesana. Selain itu dengan memahami peran dan tantangan yang dihadapi *Jakarta Islamic Centre*, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan efektivitas fungsi JIC sebagai pusat keislaman dan wisata religi yang berkelanjutan.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian secara kuantitatif deskriptif. objek yang diteliti yaitu daya tarik wisata. Subjek penelitian ini yaitu masyarakat atau wisatawan yang berkunjung ke *Jakarta Islamic Centre* periode 2025. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan observasi. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat yang tinggal di Jakarta. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari *Jakarta Islamic Centre*, pada tahun 2024 tercatat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke *Jakarta Islamic Centre* yaitu:

**Tabel 3.** Jumlah Pengunjung *Jakarta Islamic Centre* tahun 2024

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	162
Februari	73

Maret	253
April	44
Mei	117
Juni	104
Juli	83
Agustus	75
September	85
Oktober	162
November	309
Desember	208

Sumber: Jakarta Islamic Centre, 2024

Pumlah populasi dari total pengunjung ke Jakarta Islamic Centre selama satu tahun pada periode 2024 tercatat sebanyak 1.675 pengunjung. Peneliti menggunakan batas toleransi sebesar 10% dalam penelitian ini, sehingga besar sampel yang diperoleh yaitu sebesar 94 orang.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas pada variable X, dapat diketahui bahwa nilai R hitung dari pernyataan yang telah dipilih responden nilainya lebih besar dari nilai minimal r tabel yang telah ditentukan yaitu 0,170. Maka dari itu, 20 pernyataan dari masing-masing variabel pada variabel independen yaitu "Daya Tarik" dinyatakan valid secara keseluruhan dan dapat digunakan untuk pengambilan data selanjutnya.

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Y, dapat diketahui bahwa nilai R hitung dari pernyataan yang telah dipilih responden nilainya lebih besar dari nilai minimal r tabel yang telah ditentukan yaitu 0,170. Maka dari itu, 20 pernyataan dari masing-masing variabel pada variabel dependen yaitu "Minat Berkunjung" dinyatakan valid secara keseluruhan dan dapat digunakan untuk pengambilan data selanjutnya.

#### B. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	20

**Gambar 1.** Hasil Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik (Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas gambar 1, diketahui bahwa nilai cronbach's alpha untuk reliability statistic lebih besar dari 0,7 (>0,7)

yaitu sebesar 0,793. Artinya, seluruh 20 butir pernyataan pada variabel "Daya Tarik" dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk pengambilan data selanjutnya menggunakan SPSS 25.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.736	20

**Gambar 2.** Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Berkunjung (Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

#### C. Analisis Uji Deskriptif (Mean Score)

**Tabel 4.** Dimensi Variabel X

Dimensi	Score	Hasil Interval
Attention	4,29	Very High
Interest	4,41	Very High
Desire	4,41	Very High
Action	4,39	Very High

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji deskriptif mean terhadap dimensi variabel X (Daya Tarik), terlihat dimensi yang memiliki rata-rata atau pengaruh paling tinggi adalah dimensi Attraction dengan skor 4,27 dan dimensi X dengan skor terendah adalah dimensi Amenities dengan skor 4,02.

**Tabel 5.** Dimensi Variabel Y

Dimensi	Score	Hasil Interval
Attraction	4,27	Very High
Amenities	4,02	High
Ancillary	4,19	High
Accessibility	4,18	High

Sumber: Data Diolah 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 Interest dan Desire dengan skor yang sama yaitu 4,41 dan dimensi Y dengan skor terendah adalah dimensi Attention dengan skor 4,29.

#### D. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		N
Mean		.0000000
Std. Deviation		2.04396461
Most Extreme Differences		Absolute
Positive		.079
Negative		-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.189 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

**Gambar 3.** Hasil Uji Normalitas Menggunakan SPSS (Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Hasil dari uji normalitas sebagai salah satu dari uji asumsi klasik, dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) test, dengan standar kriteria pengujian yaitu jika nilai signifikansi < 0.05, maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi > 0.05, maka data berdistribusi normal. Berdasarkan Gambar 4.1, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (sig) pada hasil uji tersebut adalah sebesar 0,189, dimana 0,189 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada kuesioner berdistribusi normal.

#### E. Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	4.876	1.851		2.634	.010
	Daya Tarik	-.034	.022	-.168	-1.553	.124

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Gambar 4.** Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan SPSS (Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Hasil dari uji heterokedastisitas sebagai salah satu dari uji asumsi klasik, dilakukan dengan Uji Glejser yaitu dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. kriteria yang digunakan jika nilai signifikansi (>0,05) maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sedangkan jika nilai signifikansi (<0,05) maka kesimpulannya terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan Gambar 3.4, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada hasil uji tersebut adalah 0,124, dimana 0,124 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

#### F. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	69.944	3.593		19.465	.000
	Daya Tarik	.212	.043	.458	4.936	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

**Gambar 5.** Hasil Uji Regresi Linear Menggunakan SPSS (Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan output SPSS diatas, dapat digunakan rumus model persamaan regresinya yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 69.994 (a) + 0,212 (X)$$

Sehingga model persamaan regresi tersebut bermakna, apabila daya tarik itu constant atau tetap, maka minat berkunjung sebesar 69.994. Selain itu, 0,212 (bernilai positif) artinya, apabila daya tarik meningkat satu, maka minat berkunjung juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,212.

#### G. Uji T (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	69.944	3.593		19.465	.000
	Daya Tarik	.212	.043	.458	4.936	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

**Gambar 6.** Hasil Uji Hipotesis Menggunakan SPSS (Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan output SPSS diatas, dapat diketahui bahwa hasil Uji T dengan dasar pengambilan keputusan, jika nilai sig. (< 0,05), berkesimpulan terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara signifikan (Ha diterima sedangkan ho ditolak). Sedangkan jika nilai sig. (>0,05), berkesimpulan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara signifikan (ho diterima sedangkan ha ditolak).

Berdasarkan Gambar 3.6, dapat diketahui bahwa nilai sig. 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa **“Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung”**, artinya semakin tinggi daya tarik wisata yang

ditawarkan maka akan semakin meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

#### H. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 <sup>a</sup>	.623	.619	1.26535

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik

**Gambar 7.** Hasil Koefisien Determinasi Menggunakan SPSS (Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan Gambar 7, dapat diketahui bahwa Nilai R Square sebesar 0,623. Sehingga dapat diartikan bahwa daya tarik mempengaruhi minat berkunjung sebesar 62,3%, sedangkan 37,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Daya tarik wisata suatu destinasi sangat berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika suatu tempat wisata memiliki daya tarik yang kuat, seperti keindahan alam, keunikan budaya, atau atraksi menarik lainnya, maka wisatawan lebih cenderung untuk pergi.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif variabel X (Daya Tarik) dengan nilai mean tertinggi pada dimensi Attraction yaitu sebesar 4,27 yang termasuk dalam kategori very high dan nilai mean terendah pada dimensi Amenities yaitu sebesar 4,02 yang termasuk dalam kategori high. Hasil uji analisis deskriptif variabel Y (Minat Berkunjung) dengan nilai mean tertinggi pada dimensi Interest dan Desire dengan nilai yang sama yaitu sebesar 4,41 termasuk dalam kategori very high dan nilai mean terendah pada dimensi Attention yaitu sebesar 4,29 termasuk dalam kategori very high.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu variabel independen X (Daya Tarik) dan variabel dependen Y (Minat Berkunjung). Hasil uji menunjukkan data yang digunakan dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel ( $> 0.170$ ) dan dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha  $> 0,70$  yaitu X sebesar

0,793 dan Y sebesar 0,736. Maka dari itu disimpulkan, data tersebut dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Berdasarkan hasil Uji T, nilai sig.  $0,000 < 0,05$  (Ha diterima sedangkan  $H_0$  ditolak), sehingga dapat disimpulkan bahwa "Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung", artinya semakin tinggi daya tarik wisata yang ditawarkan maka akan semakin meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana nilai konstanta yang didapatkan yaitu sebesar 69.994 menunjukkan bahwa nilai konsistensi variabel Y (Minat Berkunjung) adalah sebesar 69.994 dan untuk nilai dari koefisien regresi X adalah 0.212, oleh karena itu setiap penambahan 1% nilai dari variabel daya tarik maka nilai dari minat berkunjung akan bertambah sebesar 0.212. Sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel X (Daya Tarik) terhadap variabel Y (Minat Berkunjung).

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), nilai R Square sebesar 0,623. Sehingga dapat diartikan bahwa daya tarik mempengaruhi minat berkunjung sebesar 62,3%, sedangkan 37,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

##### B. Saran

Saran untuk pihak Jakarta Islamic Centre yaitu mengembangkan program untuk wisata religi seperti mengadakan tur edukasi sejarah dan budaya islam Jakarta bagi anak sekolah atau mahasiswa, mengadakan acara festival Islami, maupun pameran seni budaya dipadukan dengan adat Betawi. Sehingga diharapkan lebih dikenal luas oleh masyarakat bahwa JIC bukan hanya sekedar tempat Pusat Pengkajian dan Pengembangan Islam Jakarta melainkan juga sebagai destinasi wisata religi di Jakarta Utara.

Kepada peneliti berikutnya, diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya yang digunakan pada penelitian selanjutnya agar penelitian mengenai *Jakarta Islamic Centre* lebih luas sehingga dapat membantu menjawab persoalan atau fenomena yang terjadi terkait dengan *Jakarta Islamic Centre* yang tidak dibahas pada penelitian ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, T., Masita, M., Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif [e- book]. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>
- Ardiansyah, I., Iskandar, H., Krisnadi, A. R., & Dewantara, Y. F. (2023). Measuring tourist satisfaction index on attraction, amenities, accessibility, and ancillary service (Case study of Angke Kapuk Mangrove Nature Park, Jakarta). *International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies*, 3(1).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jakarta. (2025, 5 Februari). Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota Tujuan di DKI Jakarta (Perjalanan), 2024. Diakses pada 6 Februari 2025, dari <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTMzMCMY/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-kabupaten-kota-tujuan-di-dki-jakarta.html>
- Cadith, J., Yusuf, M., dan Yulianti, R. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Halal di DKI Jakarta. *Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 10(1).
- Claudius, V., Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Marunda Jakarta Utara. *Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(2). <https://doi.org/10.46837/inspire.v1i2.18>
- Maharani, A.K. (2024, 12 Januari). Indeks Perjalanan Muslim Global 2023, Indonesia Peringkat Pertama Destinasi Ramah Muslim di Dunia. Diakses pada 9 Februari 2025, dari <https://goodstats.id/article/indeks-perjalanan-muslim-global-2023-indonesia-peringkat-pertama-destinasi-ramah-muslim-di-dunia-hudoX>
- Portal Informasi Indonesia. (2024, 6 Juni). *Dua Tahun Berturut-turut, Indonesia Jadi Destinasi Ramah Muslim Terbaik*. Diakses pada 9 Februari 2025, dari <https://indonesia.go.id/mediapublik/detail/2239>
- Riani, N. K., (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5).
- Sahir, S.H. (2022). *Metodologi Penelitian* [e-book]. KBM Indonesia. <https://repositori.uma.ac.id/>
- Sarudin, R. (2021). Pengaruh Branding Abang None Jakarta Utara Terhadap Peningkatan Promosi 12 Destinasi Wisata Pesisir Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen perhotelan dan Pariwisata* 4(2). <https://doi.org/10.23887/jmpp.v4i2.43904>
- Suku Dinas Komunikasi. (2022, 24 Agustus). *Pelajar Hingga Penggiat Media Sosial Diajak Gencarkan Promosi Destinasi Wisata Jakarta Utara*. Diakses pada 2 Februari 2025, dari <https://utara.jakarta.go.id/berita/pelajar-hingga-penggiat-media-sosial-diajak-gencarkan-promosi-destinasi-wisata-jakarta-utara>
- Sofiani dan Gerald, A. (2023). Analisis strategi pengelolaan destinasi wisata Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk sebagai destinasi ekowisata di Kota Jakarta Utara guna meningkatkan minat berkunjung kembali. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3). <https://doi.org/10.55681/jige.v4i3.1245>
- Warman, B. P., Zulvianti, N., dan Putri, H. M. (2024). Pengaruh Motivasi Wisatawan, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Wisata Religi Makam Syekh Burhanuddin, 4(3).