



Jurnal Nasional Pariwisata

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Kembali Wisatawan ke Kawasan Kayutangan Heritage Kota Malang

Yuyun Desta Sari*, Lutfi Muta'ali

Program Studi S1 Pembangunan Wilayah, Fakultas Geografi, Universitas Gadjah Mada

**Corresponding email:*
yuyundesta01@mail.ugm.ac.id

Abstrak

Kawasan Kayutangan Heritage merupakan salah satu kawasan yang memiliki warisan budaya, sejarah, dan arsitektur di Kota Malang yang potensial menarik wisatawan. Namun seiring berjalannya waktu, Kawasan Kayutangan mulai meredup dan tidak atraktif karena terjadi penurunan baik secara fisik maupun non fisik. Setelah dilakukan penataan kembali, kawasan ini kembali hidup menjadi sentra ekonomi serta wisata sejarah dan budaya. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan kembali wisatawan ke Kawasan Kayutangan Heritage. Teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei lapangan dengan kuesioner. Analisis dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan IBM-SPSS Statistic 26. Hasil penelitian menunjukkan variabel atraksi, aksesibilitas, dan amenitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan. Secara parsial, variabel atraksi dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan tetapi variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan.

Kata Kunci: pariwisata, urban heritage, minat kunjungan kembali

Abstract

The Kayutangan Heritage Area is one of the areas with cultural, historical, and architectural heritage in Malang City that has the potential to attract tourists. However, as time went by, the Kayutangan area began to fade and become less attractive due to both physically and non-physically. After the realignment, this area returned to life as an economic center and historical and cultural tourism. This research aims to identify factors that influence tourists' interest in returning to the Kayutangan Heritage Area. The sampling technique was accidental sampling. The data collection technique used in this research was a field survey with a questionnaire. The analysis was carried out using multiple linear regression using IBM-SPSS Statistics 26. The research results showed that the variables of attraction, accessibility, and amenities simultaneously had a significant effect on tourists' intention to revisit. Partially, the attractiveness and accessibility variables have a significant effect on tourists' interest in returning to visit, but the amenities variable does not have a significant effect on tourists' interest in returning to visit.

Keywords: tourism, urban heritage, revisit intention

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang sedang mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi *leading sector* perekonomian di Indonesia. Indonesia memiliki daya tarik wisata alam dan budaya yang menjadi salah satu modal utama pengembangan pariwisata. Pariwisata menjadi bagian dari pembangunan nasional dengan berlandaskan hukum Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Di dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa

pariwisata di Indonesia harus dilakukan dengan sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab atas perlindungan nilai-nilai agama, budaya, lingkungan, dan kepentingan nasional. Pariwisata menjadi peluang untuk pemerataan kesempatan berusaha dan menghadapi tantangan transformasi global.

Kondisi kepariwisataan di Indonesia kian membaik dari waktu ke waktu. Menurut *Travel and Tourism Development Index* (TTDI) yang dilakukan oleh *World Economic Forum* (WEF), daya saing sektor pariwisata di Indonesia berada di urutan 22 dari 119 negara pada tahun 2024. Performa Indonesia mengalami peningkatan paling besar di Kawasan Asia Tenggara yaitu sebesar 4,5%. Peningkatan peringkat kinerja pariwisata di Indonesia paling tinggi terjadi pada tahun 2024 dari pada tahun-tahun sebelumnya.



Gambar 1 Grafik Peringkat Kinerja Pariwisata Indonesia Tahun 2015-2024

Sumber: Travel and Tourism Development Index (2024)

Peningkatan peringkat Indonesia pada TTDI dari tahun ke tahun tidak membuat Indonesia berhenti berbenah. Pembenahan dimulai dari lingkup mikro agar memberikan dampak yang lebih signifikan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf)/Kepala Badan Pariwisata Ekonomi Kreatif (Baparekraf) melalui Deputy Bidang Kebijakan Strategis membentuk Indeks Pembangunan Kepariwisata Nasional (IPKN) dengan menurunkan konsep TTDI yang disesuaikan dengan kondisi di Indonesia. Kerangka kerja IPKN tercantum pada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Indeks Pembangunan Kepariwisata Nasional (IPKN) yaitu terdiri dari 5 sub indeks, 16 pilar, dan 96 indikator.

Saat ini, potensi pariwisata di Indonesia semakin kaya dan beragam meliputi alam, budaya, sejarah, dan modernitas. Pembangunan infrastruktur yang pesat di kota-kota besar semakin mendorong pertumbuhan pariwisata di wilayah perkotaan. Pariwisata perkotaan (urban) semakin menarik minat wisatawan karena menawarkan berbagai pengalaman unik dan beragam yang sulit ditemukan di lingkungan alam atau pedesaan. Kota-kota besar selain memiliki keanekaragaman atraksi juga didukung dengan fasilitas dan layanan yang lengkap sehingga mampu memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan. Biasanya kota-kota yang telah berdiri sejak ratusan tahun lalu memiliki banyak bangunan yang menjadi bukti sejarah dan

saksi bisu perkembangan kotanya. Tipologi dan morfologi kota tersebut dapat berkembang menjadi konsep pariwisata bersejarah (*heritage*).

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua setelah Kota Surabaya di Jawa Timur yang memiliki peninggalan kolonial arsitektur berupa kawasan *Urban Heritage* yaitu di Kawasan Kayutangan Heritage. Kawasan Kayutangan terdiri atas dua bagian yaitu Kampung Heritage dan Koridor Kayutangan (sepanjang Jln. Basuki Rahmat). Kampung Heritage merupakan kampung tua yang berada di pusat Kota Malang dengan beragam warisan budaya yang masih terjaga keasliannya seperti bangunan rumah dan fasilitas umum yang dibangun sejak era 1900-an. Sedangkan Koridor Kayutangan memiliki beberapa bangunan tua yang saat ini dimanfaatkan untuk aktivitas komersial. Di dalam Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010 – 2030 disebutkan bahwa Kawasan Kayutangan sebagai kawasan warisan budaya dan menjadi kawasan strategis sosial budaya.

Namun seiring berjalannya waktu, Kawasan Kayutangan mulai meredup dan tidak atraktif karena terjadi penurunan baik secara fisik maupun non fisik. Perubahan fisik yang terjadi meliputi pemanfaatan ruang, fungsi ruang kawasan, bentuk bangunan, dan fungsi bangunan (Mulyadi et al., 2020). Terdapat 112 dari 147 bangunan (76,19 persen) berfungsi sebagai toko atau perkantoran yang tidak beroperasi. Sedangkan perubahan non fisik yang terjadi meliputi penurunan aktivitas ekonomi, sosial dan budaya. Pemerintah Kota Malang melakukan upaya penataan kembali baik di dalam kampung maupun koridor yang mencakup aspek fisik maupun non fisik. Penataan Kawasan Kayutangan dilakukan secara bertahap sejak tahun 2019 hingga tahun 2022. Pemerintah Kota Malang membagi Koridor Kayutangan menjadi tiga zona penataan kawasan yaitu Zona I (Simpang PLN–Simpang Rajabali), Zona II (Simpang Rajabali–Jl. Jend. Basuki Rahmat), dan Zona III (Jl. Jend. Basuki Rahmat–Patung Chairil Anwar dan Sarinah).

Penataan kembali Kawasan Kayutangan tidak hanya sekadar mengentaskan soal permukiman kumuh, melainkan juga peningkatan nilai-nilai kawasan yang mendorong pertumbuhan investasi, pelestarian cagar budaya, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang signifikan di kawasan tersebut termasuk UMKM lokal dan industri kreatif. Jumlah toko atau perkantoran yang masih tutup atau belum beroperasi mengalami penurunan drastis yang kini tinggal 48 bangunan (32,65 persen). Penurunan ini disebabkan karena banyaknya kafe atau restoran baru sejumlah 38 kafe/restoran serta kembalinya 26 bangunan lama yang sempat tutup karena pandemi. Penataan Kawasan Kayutangan juga menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan karena semakin diminati oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Berikut ini merupakan data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Heritage tahun 2022 hingga 2023:

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kampung Heritage 2022-2023

Bulan	Jumlah Wisatawan Lokal	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Jumlah
Tahun 2022			
Juni	235	5	240
Juli	250	3	253
Agustus	264	10	274
September	467	24	491

Oktober	450	18	468
November	500	16	516
Desember	713	16	729
Tahun 2023			
Januari	650	16	666
Februari	640	10	650
Maret	1190	10	1200
April	500	23	523
Mei	4610	40	4650
Juni	15865	100	15965

Sumber: Pokdarwis Kayutangan (2024)

Penataan kembali Kawasan Kayutangan dinilai memberikan dampak positif kepada masyarakat. Salah satunya adalah kawasan ini menjadi sentra ekonomi dan sentra wisata budaya yang kembali hidup sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang terutama ke Kawasan Kayutangan. Kawasan Kayutangan memiliki wajah baru yang lebih menarik dengan mengakumulasi makna kesejarahan, sosial, dan budaya. Pemerintah Kota Malang hingga saat ini masih terus mengupayakan agar kunjungan wisatawan ke Kota Malang terus meningkat hingga ke tahun berikutnya terutama minat wisatawan pada destinasi Kawasan Kayutangan Heritage. Peningkatan kunjungan wisatawan tentu akan sangat berdampak bagi perekonomian Kota Malang. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan kembali wisatawan di Kawasan Kayutangan Heritage.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Geografi Pariwisata

Secara etimologis, geografi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *geo* yang berarti bumi dan *graphien* yang berarti gambaran. Oleh karena itu, geografi dapat didefinisikan sebagai ilmu yang menggambarkan tentang bumi. Geografi terbagi menjadi dua cabang utama yaitu geografi fisik dan geografi manusia. Geografi menggunakan pendekatan holistik melalui pendekatan keruangan (spasial), pendekatan lingkungan (ekologi), dan pendekatan kompleks wilayah. Pendekatan keruangan mempelajari perbedaan lokasi, penyebaran penggunaan ruang, dan ketersediaan ruang yang akan digunakan untuk berbagai penggunaan yang telah direncanakan. Pendekatan lingkungan berkaitan dengan interaksi antara makhluk hidup dengan lingkungan. Sedangkan pendekatan kompleks wilayah merupakan gabungan antara pendekatan keruangan dan pendekatan ekologi. Geografi mengkaji unsur-unsur fisik dan non fisik yang ada di bumi. Unsur-unsur fisik baik secara alami maupun buatan memiliki keindahan sedangkan unsur non fisik memiliki karakteristik dan keunikan. Kedua unsur tersebut menjadi aset penting dalam pengembangan wisata karena membentuk produk wisata yang dikemas menjadi atraksi wisata.

Geografi pariwisata adalah bidang ilmu yang mempelajari keterkaitan antara aspek geografi dan industri pariwisata. Geografi pariwisata merupakan cabang ilmu geografi yang berfokus pada kajian pariwisata, meliputi distribusi destinasi wisata, interaksi antara wisatawan dan

lingkungan, serta dampaknya terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ilmu ini mempelajari bagaimana suatu destinasi wisata terbentuk, faktor apa yang menarik pengunjung, serta pengaruhnya terhadap kawasan tersebut dan masyarakat lokal (Gland Tetelepta, 2024). Geografi pariwisata berperan penting dalam industri pariwisata termasuk dalam memetakan dan mengidentifikasi destinasi wisata, merencanakan pembangunan berkelanjutan, menganalisis dampak ekonomi dan sosial, mengelola risiko dan krisis, serta mendukung kegiatan pemasaran dan promosi destinasi wisata.

Keterkaitan antara geografi dengan pariwisata dapat dilihat dari sistem kepariwisataannya dalam suatu perjalanan wisata. Terdapat tiga sub sistem yang saling berkaitan yaitu daerah asal wisatawan, daerah transit, dan daerah tujuan wisatawan (Sunarta, 2021). Geografi berperan sebagai penghubung dari ketiga sub sistem tersebut. Penjelasan dari ketiga sub sistem tersebut adalah sebagai berikut:

Daerah asal wisatawan merupakan tempat dimana wisatawan tersebut tinggal atau melakukan aktivitas keseharian. Dari daerah asal tersebut, wisatawan akan mencari informasi mengenai destinasi wisata yang diminati dan melakukan perjalanan menuju destinasi tersebut.

Daerah transit merupakan tempat pemberhentian yang dilalui wisatawan tetapi tidak semua wisatawan berhenti di daerah ini.

Daerah tujuan wisata merupakan daerah yang menjadi pemicu sistem pariwisata dan menimbulkan permintaan untuk melakukan perjalanan dari daerah asal wisatawan sehingga membutuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat untuk mendapatkan dampak yang besar.

2. Komponen Pariwisata

Berdasarkan Teori Komponen Daya Tarik Pariwisata menurut Cooper et al., (2005) menyatakan bahwa terdapat empat komponen utama yang mendukung pemenuhan kebutuhan pelayanan suatu daerah tujuan wisata:

- a. *Atraksi (Attraction)* merupakan bentuk daya tarik yang terdapat pada destinasi wisata sehingga menjadi alasan utama bagi wisatawan untuk berkunjung ke wisata tersebut. Atraksi yang dapat dikembangkan dan menjadi sebuah modal kepariwisataan untuk menarik wisatawan seperti keindahan alam, kebudayaan, dan atraksi buatan manusia.
- b. *Aksesibilitas (Accessibilities)* merupakan segala sesuatu yang merujuk pada kemudahan wisatawan untuk menjangkau dan menikmati suatu destinasi wisata. Aksesibilitas mencakup transportasi, infrastruktur, yang mempengaruhi wisatawan menuju ke lokasi, hingga bergerak di dalam destinasi.
- c. *Amenitas (Amenities)* merupakan sarana dan prasana yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan untuk memenuhi kebutuhan selama berada di suatu destinasi wisata. Bentuk sarana seperti tempat penginapan, tempat ibadah, rumah makan, dan lain-lain. Sedangkan bentuk prasarana seperti air bersih, tempat sampah, jaringan listrik, dan sebagainya.
- d. *Pelayanan tambahan (Ancillary Services)* yaitu layanan tambahan atau pelengkap yang disediakan oleh pemerintah daerah atau kelembagaan tertentu untuk melengkapi kebutuhan

wisatawan di suatu destinasi wisata. Pelayanan tersebut dapat berupa jasa pemandu, pelayanan informasi, dan pemasaran.

3. *Urban Heritage Tourism*

Urban heritage tourism menjadi sebuah konsep pariwisata yang saat ini banyak dikembangkan oleh kota-kota besar baik di Indonesia maupun dunia. Konsep pariwisata tersebut menjadi bagian dari upaya pelestarian selain konservasi, rehabilitasi, renovasi, dan rekonstruksi. *Urban heritage tourism* diartikan sebagai suatu kegiatan wisata untuk melihat sesuatu berupa kebudayaan asli, sumber arkeologi, arsitektural, dan sebagainya di dalam perkotaan. *Urban heritage tourism* merupakan konsep pelestarian kawasan dengan tipologi dan morfologi yang mencakup situs bersejarah (*historical site*), distrik bersejarah (*historical district*) dan budaya bersejarah (*historical cultural*) melalui pendekatan pariwisata perkotaan (*urban tourism*) (Mandaka & Ikaputra, 2021).

4. Minat Berkunjung Kembali

Minat berhubungan dengan sikap ketertarikan untuk melakukan tindakan tertentu atau memiliki sesuatu yang akan didapatkan dengan cara tertentu. Menurut Kotler (2013) sebagaimana yang dikutip dalam Yandi et al., (2023), minat merupakan rangsangan internal yang memotivasi tindakan karena dipengaruhi oleh perasaan positif akan suatu produk atau jasa. Seorang wisatawan yang telah mengevaluasi perjalanan dan memiliki pengalaman positif sebelumnya terhadap suatu destinasi wisata maka akan menimbulkan rasa keinginan untuk berkunjung kembali di masa mendatang. Wisatawan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan pada kunjungan sebelumnya dapat meningkatkan minat yang lebih tinggi untuk berkunjung kembali. Sebaliknya, wisatawan yang memiliki rasa ketidakpuasan karena kebutuhan dan harapannya tidak terpenuhi cenderung tidak memiliki minat untuk berkunjung kembali. Pengalaman negatif tersebut dapat mempengaruhi citra destinasi dan keputusan wisatawan lainnya.

Opperman (1997) sebagaimana yang dikutip dalam (Karakan & Birdir, 2023) menyatakan bahwa wisatawan yang memiliki minat berkunjung kembali ke suatu destinasi dapat dicirikan sebagai berikut:

1. *Apathy*: wisatawan secara konsisten menyukai destinasi yang sama tanpa adanya faktor yang spesifik.
2. *Indifference*: wisatawan terkadang memilih destinasi lain tetapi kembali ke destinasi yang sama karena tidak ada perbedaan signifikan yang dirasakan.
3. *Risk-Averse Disposition*: wisatawan memilih destinasi yang sudah diketahui untuk mengurangi risiko pengalaman yang mengecewakan.
4. *Satisfaction*: wisatawan memiliki sikap positif yang didorong oleh penilaian kualitas yang berfungsi mencerminkan pengalaman yang memuaskan.
5. *Emotional Attachment to the Attraction*: wisatawan memiliki ikatan emosional dengan destinasi.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Kauman, Kecamatan Klojen, Kota Malang. Penelitian ini dilakukan pada area koridor Kayutangan bagian selatan lebih tepatnya di sepanjang Jln. Basuki Rahmat sekaligus Kampung Heritage. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survei lapangan melalui kuesioner sebagai instrumen lapangan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara kebetulan dan dipandang cocok sebagai sumber data. Adapun kriteria responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berusia lebih dari 17 tahun. Sampel diperoleh dengan rumus Lemeshow dikarenakan tidak diketahui jumlah populasi secara pasti. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Jawaban yang disediakan pada pertanyaan kuesioner menggunakan Skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki skor minimum 1 dan skor maksimum 5 untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden dalam hal setuju atau tidak setuju sehingga hasil jawaban yang diharapkan dapat lebih relevan. Data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan teknik analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi pengolahan data IBM-SPSS Statistik 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei kepada 100 responden dapat diketahui karakteristik sosiodemografi yang terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, dan jumlah pendapatan per bulan yang dapat dilihat rinciannya pada tabel 2.

Tabel 2 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin:		
Laki-Laki	35	35%
Perempuan	65	65%
Umur:		
17-25 tahun	62	62%
26-35 tahun	23	23%
36-45 tahun	10	10%
>45 tahun	5	5%
Tingkat Pendidikan Terakhir:		
SMP/Sederajat	1	1%
SMA/Sederajat	64	64%
Diploma/Sarjana	33	33%
Pascasarjana	2	2%
Jenis Pekerjaan:		
Tidak/Belum Bekerja	12	12%
Pelajar/Mahasiswa	40	40%
Wiraswasta	13	13%
PNS/TNI/Polri	2	2%
Lainnya	33	33%
Rata-Rata Pendapatan:		

≤ Rp2.000.000	54	54%
Rp2.000.001-Rp5.000.000	39	39%
> Rp5.000.000	7	7%

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

Pada tabel di atas diketahui bahwa dari 100 responden yang ada pada penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 65% (n=65) sedangkan 35% (n=35) lainnya berjenis kelamin laki-laki. Data ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam penelitian ini lebih dominan dibandingkan laki-laki. Banyaknya wisatawan remaja akhir yang berkunjung ke Kawasan Kayutangan Heritage daripada wisatawan usia dewasa dan lansia dikarenakan kawasan tersebut memiliki daya tarik visual yang lebih kuat bagi remaja terutama spot-spot *Instagramable* atau lokasi yang bagus untuk berfoto. Remaja sering kali mengunjungi tempat-tempat yang menarik atau estetik untuk keperluan media sosial. Wisatawan usia remaja cenderung lebih aktif dan lebih suka mengeksplorasi tempat-tempat baru dengan berbagai aktivitas menarik dan mudah diakses. Kawasan Kayutangan Heritage memiliki aspek sejarah dan budaya yang dikemas dengan cara yang modern atau relevan dengan tren saat ini sehingga menjadi magnet bagi kelompok usia remaja.

Wisatawan yang sedang berkunjung ke Kawasan Kayutangan Heritage sebesar 64% (n=64) merupakan wisatawan dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan telah menempuh pendidikan menengah. Dari data jenis pekerjaan, sebesar 40% (n=40) merupakan Pelajar/Mahasiswa. Sementara itu, sebesar 33% (n=33) memiliki pekerjaan yang terklasifikasi dalam kategori "Lainnya", yang dapat diketahui keberagaman latar belakang pekerjaan wisatawan, mulai dari pegawai swasta, *freelancer*, perawat, akuntan, barista, guru bimbil, dan lain-lain. Rata-rata pendapatan wisatawan di bawah Rp2.000.000 per bulan sebesar 54% menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan di Kawasan Kayutangan Heritage belum memiliki pendapatan yang mencapai Upah Minimum Provinsi (UMP) Jawa Timur tahun 2025 yaitu sebesar Rp2.165.244,30 dan Upah Minimum Kota (UMK) Malang tahun 2025 Rp3.507.693,00. Hal ini dapat terjadi karena sebagian besar wisatawan tidak/belum bekerja dan sebagai pelajar/mahasiswa yang masih mengandalkan uang saku dari orang tua.

Wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Kayutangan Heritage sebanyak 100 orang diperoleh 70 orang telah melakukan kunjungan sebelumnya (lebih dari satu kali) dan 30 orang lainnya merupakan wisatawan baru. Minat berkunjung kembali menunjukkan adanya loyalitas terhadap destinasi dan memiliki pengalaman yang mencerminkan keputusan untuk kembali pada destinasi yang pernah dikunjungi sebelumnya. Oleh karena itu, analisis regresi linear berganda dilakukan dengan memfokuskan pada 70 responden yang telah berkunjung lebih dari satu kali.

1. Pengaruh Atraksi terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel atraksi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Hal ini berarti secara statistik, atraksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan ke Kawasan Kayutangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadafi et al., (2024) yang

menemukan bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Kota Tua Jakarta. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa atraksi yang berkualitas dan terintegrasi berperan penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan dan meningkatkan loyalitas wisatawan dalam mengunjungi kawasan *urban heritage*.

Tabel 3 Hasil Uji t Variabel Atraksi

Variabel	Nilai t	Nilai Signifikansi
Atraksi	4,288	0,000

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

Adapun rincian objek yang paling disukai atau objek yang paling menarik untuk dikunjungi kembali bagi wisatawan sebagai berikut:



Gambar 2 Diagram Objek Paling Menarik untuk Dikunjungi Kembali

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan diagram tersebut menunjukkan mayoritas wisatawan berpendapat bahwa objek yang paling menarik untuk dikunjungi lebih dari satu kali di Kawasan Kayutangan Heritage adalah bangunan heritage dengan persentase sebesar 39% ($n=27$). Bangunan heritage menjadi objek yang paling menarik karena bangunan tersebut menawarkan pengalaman yang kaya akan sejarah, budaya, dan keindahan arsitektur. Selain itu, bangunan tersebut dapat dijadikan sebagai spot foto menarik. Objek yang paling menarik kedua adalah wisata kuliner dengan persentase sebesar 37% ($n=26$). Melalui kuliner, wisatawan dapat mengeksplorasi berbagai makanan tradisional maupun makanan modern dengan menikmati suasana yang berbeda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa daya tarik utama Kawasan Kayutangan Heritage terletak pada integrasi pengalaman sejarah dan eksplorasi kuliner.

2. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji t menunjukkan variabel aksesibilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,009 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Hal ini berarti secara statistik, aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan ke Kawasan Kayutangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Lestari (2022) yang menemukan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke obyek wisata budaya Taman Tujuh, Desa Hiang Sakti.

Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik aksesibilitas kawasan maka akan semakin tinggi wisatawan yang akan berkunjung kembali.

Tabel 4 Hasil Uji t Variabel Aksesibilitas

Variabel	Nilai t	Nilai Signifikansi
Aksesibilitas	2,676	0,009

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

3. Pengaruh Amenitas terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel amenities memiliki nilai signifikansi sebesar 0,283 yang lebih besar dari nilai alpha 0,05. Hal ini berarti secara statistik, amenities tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan kembali wisatawan ke Kawasan Kayutangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh R. A. N. Wibowo (2023) yang menemukan bahwa amenities tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Museum Manusia Purba Sangiran, Kabupaten Sragen. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa amenities tidak terlalu diutamakan oleh wisatawan karena adanya variabel atau unsur lain yang lebih berpengaruh. Wisatawan lebih toleran terhadap kekurangan pada amenities secara pengalaman keseluruhan sehingga tidak mengurangi minat untuk melakukan kunjungan ulang.

Tabel 5 Hasil Uji t Variabel Amenitas

Variabel	Nilai t	Nilai Signifikansi
Amenitas	1,083	0,283

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

4. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Hal ini berarti secara statistik, semua variabel memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Kawasan Kayutangan Heritage. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani et al., (2021) yang menemukan bahwa atraksi, aksesibilitas, amenities, dan *ancillary services* secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang wisatawan ke objek wisata Bukit Siguntang. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi antara atraksi, aksesibilitas, dan amenities berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan minat berkunjung kembali. Dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini, variabel atraksi memberikan tingkat pengaruh paling besar (dominan) terhadap minat berkunjung kembali.

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	Nilai F	Nilai Signifikansi
Regresi	23,024	0,00

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

Pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan amenitas terhadap minat berkunjung kembali didukung oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,511 yang menunjukkan bahwa variabel atraksi, aksesibilitas, dan amenitas memberikan kontribusi sebesar 51 persen terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke Kawasan Kayutangan Heritage. Sementara itu, 49 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai R sebesar 0,715 menunjukkan hubungan kuat positif antara atraksi, aksesibilitas, dan amenitas dengan minat berkunjung kembali wisatawan.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R^2	Adjusted R Square
0,715	0,511	0,489

Sumber: Olah Data Peneliti (2024)

Persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -1,267 + 0,515X_1 + 0,286X_2 + 0,160X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat diinterpretasikan masing-masing koefisien sebagai berikut:

Nilai konstanta bernilai negatif sebesar -1.267 artinya apabila variabel kualitas atraksi, aksesibilitas, dan amenitas sama dengan nol maka minat kunjungan wisatawan akan mengalami penurunan.

Nilai koefisien regresi dari atraksi (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,515 yang artinya jika faktor atraksi mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat kunjungan kembali wisatawan akan meningkat sebesar 0,515. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya berada dalam kondisi konstan. Hal ini mempunyai arah positif dimana semakin tinggi atraksi, maka semakin tinggi pula minat berkunjung kembali wisatawan dan sebaliknya semakin rendah atraksi maka semakin rendah pula minat berkunjung kembali wisatawan.

Nilai koefisien regresi dari aksesibilitas (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,286 yang artinya jika faktor aksesibilitas mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat kunjungan kembali wisatawan akan meningkat sebesar 0,286. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya berada dalam kondisi konstan. Hal ini mempunyai arah positif dimana semakin tinggi aksesibilitas, maka semakin tinggi pula minat berkunjung kembali wisatawan dan sebaliknya semakin rendah atraksi maka semakin rendah pula minat berkunjung kembali wisatawan.

Nilai koefisien regresi amenitas (X_3) memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,160 yang artinya jika faktor

amenitas mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat kunjungan kembali wisatawan akan menurun sebesar 0,160. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya berada dalam kondisi konstan. Hal ini mempunyai arah positif dimana semakin tinggi amenities, maka semakin tinggi pula minat berkunjung kembali wisatawan dan sebaliknya semakin rendah atraksi maka semakin rendah pula minat berkunjung kembali wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diketahui bahwa variabel independen yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenities secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat kunjungan kembali wisatawan. Sedangkan secara parsial, variabel atraksi dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel minat kunjungan kembali wisatawan, tetapi variabel amenities tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat kunjungan kembali wisatawan. Variabel yang dominan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali adalah variabel atraksi. Hal ini dibuktikan dengan objek bangunan *heritage* yang menjadi atraksi paling diminati wisatawan untuk berkunjung kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Lestari, A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study kasus pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 153–166.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2005). *Tourism Principles and Practice*. Harlow: Pearson Education Limited
- Gland Tetelepta, E. (2024). *Geografi Pariwisata*. Insight Mediatama. www.insightmediatama.co.id
- Kadafi, P. A., Hasudungan, R. T., & Yusrini, L. (2024). Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Wisatawan Generasi Z Berkunjung Kembali ke Kota Tua Jakarta. *Journal of Tourism and Hospitality Horizon*, 1(1).
- Karakan, H. I., & Birdir, K. (2023). Revisit Intention: A Key Concept In Tourism. *International Theory, Research, and Reviews in Social, Human and Administrative Sciences*, 339–358.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Indeks Pembangunan Kepariwisata Nasional. Jakarta
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J & Lwanga, S.K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Mandaka, M & Ikaputra. (2021). Urban Heritage Tourism: Sebuah Konsep Pelestarian Melalui Pendekatan Pariwisata. *Jurnal Arsitektur Kolaborasi*, 1(2), 67 – 75
- Mulyadi, L., Fathony, B., & Priskasari, E. (2020). *Kebijakan Konservasi Heritage* (T. Setiawan & R. R. Fadillah, Eds.; Cetakan Pertama). CV. Dream Litera Buana. www.dreamlitera.com

- Pemerintah Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Jakarta
- Pemerintah Kota Malang. (2012). Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang Tahun 2010 – 2030. Malang
- Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 124–133. <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Sunarta, I. N. (2021). *Pengantar Geografi Pariwisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia
- Wibowo, R. A. N. (2023). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Museum Manusia Purba Sangiran Kabupaten Sragen)*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.
- World Economic Forum. (2024). *Travel and Tourism Development Index 2024*. University of Surrey
- Yandi, A., Mahaputra, M. R., Mahaputra, M. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(1), 14 – 27 <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1>