

ANALISIS FAKTOR PENDORONG DAN FAKTOR PENARIK YANG MEMENGARUHI MINAT KUNJUNG PENGUNJUNG (STUDI KASUS EVENT PEKAN RAYA JAKARTA 2022 DI JIEXPO KEMAYORAN)

Widya Ningsih Nur^{a,1,*}, Rustini^{b,2},

^a Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Institut STIAM

^b Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Institut STIAM

¹ wnidya984@gmail.com *; ² ninysuharriansyah@gmail.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received

Revised

Accepted

Keywords

Push Factors

Push Factors

Visit Interest

Jakarta Fair

ABS TR ACT

Push Factors and Pull Factors are two factors that can influence visitors who want to visit the Jakarta Fair 2022, visitors want to visit PRJ, namely to look for promos, enjoy entertainment, music concerts and find culinary delights. The purpose of this study is to analyze how much the Push Factors and Pull Factors influence Visitor Interests at the 2022 Jakarta Fair Event Partially and Simultaneously. This research method is Quantitative, using the Push Factor and Pull Factor variables as Independent Variables, Interest in Visiting Variables as the Dependent Variable. The population in 2022 is 6,9 million using 100 samples. The research results show that the driving factor variable that partially influences visitor interest is 0.640 or 64%, based on the result of the T test that the calculated t value is 13.206 > the t table value is 1.984, then H0 is rejected and H1 is accepted. On the Attractor Factor Variable which partially influences visitor interest by 0.549 or 54,9% based on the result of the T test that the calculated t value is 10.912 > the t table value is 1.984, then H0 is rejected and H2 is accepted. Whereas the Push Factor and Pull Factor Variables that influence Visiting Interests simultaneously are 0.712 or 71.2%. This shows that the influence of Push Factors and Pull factors simultaneously on Visit Interest is 71.2% based on the result of the F test that the calculated f value is 119.876 > the f table value is 3.09, then this proves that H0 is rejected and H3 is accepted.

PENDAHULUAN

Dalam pertumbuhan perekonomian saat ini, pariwisata merupakan salah satu sumber devisa atau pemasukan bagi negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki daya tarik wisata dari seluruh daerah dengan keindahan alam dan sejarah sejarahnya (Dispar.bone.go.id, 2019). Melalui pariwisata, Indonesia dapat dikenal oleh negara lain, karena pariwisata berperan sangat penting dalam meningkatkan ekonomi Indonesia. Salah satu sumbangan pariwisata bagi perekonomian Indonesia adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia dalam bidang pariwisata. Demikian pula, pariwisata merupakan salah satu industri yang sangat berkembang di dunia, menjadi kontributor yang memiliki peluang potensial terhadap perekonomian.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, salah satu tujuan penyelenggaraan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, juga memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan serta mendorong pembangunan daerah.

Provinsi DKI Jakarta adalah Ibu Kota Republik Indonesia yang menjadi pusat kegiatan ekonomi nasional, politik, dan kebudayaan. DKI Jakarta ini termasuk salah satu dari 20 megapolitan atau mega-urban menurut catatan Bank Dunia, (kompaspedia.kompas.id, 2021), artinya DKI Jakarta memiliki potensi yang besar dari sisi ekonomi. Ada beberapa sektor pariwisata yang ada di DKI Jakarta, antara lain: wisata kuliner, bisnis, belanja, maritim, budaya dan *Meeting, Incentive, Conference, and Event* (MICE). Saat ini banyak terdapat *Event* besar yang sukses menjadi *Event* tahunan, salah satunya adalah *Event Gaikindo Indonesia International Motor Show* (GIAS) 2022 yang digelar pada tanggal 11 – 21 Agustus 2022 selama 10 hari, diselenggarakan di Gedung *Indonesia Convention Exhibition* (ICE) BSD (Oto.com, 2022). Rizwan Alamsjah, ketua penyelenggara pameran Gaikindo menyebutkan antusiasme masyarakat terhadap teknologi terkini dari industri otomotif Indonesia sangat luar biasa

tahun ini, tercatat 385.487 pengunjung hadir pada penyelenggaraan GIIAS 2022. Selain teknologi otomotif terkini, area *2 EV Test Track* juga diminati para pengunjung GIIAS 2022, dimana kendaraan listrik menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung untuk datang dan menyaksikan penampilan kendaraan listrik (Id.motor1.com, 2022).

Pekan Raya Jakarta (PRJ) atau disebut juga *Jakarta Fair* merupakan salah satu kegiatan MICE tahunan yang digelar oleh Pemerintah DKI Jakarta dalam rangka ulang tahun kota Jakarta (tanggal 22 Juni). Setelah 2 tahun PRJ tidak dilaksanakan karena pandemi *Covid-19*, maka di tahun 2022 diadakan lagi perhelatan akbar ini. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi untuk menumbuhkan minat kunjung pengunjung agar berkeinginan berkunjung ke PRJ.

Banyak hal yang menarik di PRJ agar wisatawan berkunjung. Seperti dikatakan oleh Anies Baswedan (Gubernur DKI Jakarta), PRJ merupakan pameran terbesar, terlama, dan terlengkap di Kawasan Asia. Selain itu, PRJ juga merupakan pameran istimewa yang diadakan satu tahun sekali, diadakan di lokasi yang sangat strategis dengan atraksi konser musik dengan pengisi acara yang spektakuler, beragam restoran dan warung makan yang menyajikan kuliner tradisional dan internasional, serta dengan diskon penjualan barang yang cukup besar untuk menarik minat pengunjung.

Berdasarkan hal tersebut di atas, ada dua faktor yang dapat memengaruhi pengunjung ingin mengunjungi PRJ, yaitu adanya keinginan/dorongan dari dalam diri seseorang dan daya tarik suatu tempat. Faktor Pendorong seseorang dalam berwisata antara lain *relaxation, escape, play, Strengthening family bonds, Prestige, Social interaction, romance, educational opportunity, self-fulfilment, Wish-fulfilment* (Ryan 1991) dan Faktor Penarik yang memotivasi seseorang untuk berwisata yaitu *Static Factor, Dynamic Factor, Current Decision, Commercial, information/advertisement destination* (Awaritefe, 2004).

Faktor Pendorong dan Faktor Penarik pengunjung yang ingin mengunjungi PRJ yaitu untuk mencari promo, menikmati acara hiburan, konser musik, jajan, (kaskus.co.id, 2018), artinya bahwa seseorang ingin melepaskan diri dari kepenatan maka dia mengunjungi PRJ, mencari promo barang yang harganya lebih murah akan membuat seseorang senang, berkumpul bersama teman atau keluarga, menikmati konser musik, jajan atau kulineran.

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Pekan Raya Jakarta

TAHUN	JUMLAH PENGUNJUNG
2018	6,1 Juta
2019	6,8 Juta
2020	-
2021	-
2022	6,9 Juta

Sumber: Sonora.id, 2022

Berdasarkan informasi pada tabel di atas, diketahui bahwa jumlah pengunjung yang datang ke PRJ pada tahun sebelum dan sesudah pandemi *Covid-19* adalah tidak terlalu jauh berbeda jumlah kunjungannya, hal ini tentu menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke PRJ memiliki motivasi yang kuat untuk menyempatkan diri berkunjung. Karena PRJ dari tahun ke tahun sangat ramai dikunjungi, maka ada faktor pendorong dan faktor penarik yang memengaruhi minat kunjung pengunjung ke *Event PRJ 2022* yang perlu untuk diteliti

Pariwisata

Pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yaitu “*pari*” yang artinya berulang-ulang dan “*wisata*” yang artinya perjalanan atau berpergian. Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lainnya yang tujuannya untuk mendapatkan kebahagiaan atau kesenangan yang sifatnya sementara. Menurut Musanaf dalam Shadam (2020), pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang dengan cara mengunjungi satu tempat ke tempat lain.

Menurut Pitana dalam Hermawan (2016), terdapat empat atribut dalam konteks perilaku wisatawan yang dapat diterima secara luas, di antaranya wisatawan merupakan orang yang melakukan perjalanan yang jauh dari tempat tinggalnya yang datang ke suatu tempat atau negara lain, perjalanan wisata tersebut memiliki durasi minimum dan sifatnya sementara, mengunjungi tempat lain yang

dituju tidak untuk menetap, perilaku wisata timbul dalam waktu senggang dan perjalanan wisata menghubungkan rasa emosional antarwisatawan dengan beberapa karakteristik tempat yang dikunjungi.

Menurut Hermanto dalam Shadam (2020) ada 8 jenis dalam membedakan pariwisata menurut objeknya, yaitu:

- 1) *Cultural Tourism*, adalah jenis pariwisata dimana motivasi orang-orang yang melakukan perjalanan karena adanya daya tarik seni budaya dari *event* atau tempat tertentu.
- 2) *Natural Tourism*, adalah kegiatan pariwisata yang menjual keindahan *Event* untuk dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung menikmati *eventnya*, udaranya dan segala fasilitas yang ada di dalam penyelenggaraan *event* tersebut.
- 3) *Technological Tourism*, adalah jenis pariwisata yang menyajikan teknologi-teknologi yang ada namun, langka atau tidak mudah didapatkan baik teknologi modern maupun teknologi kuno.
- 4) *Historical Tourism*, adalah jenis pariwisata yang biasanya merupakan monumen atau tugu untuk mengingat suatu peristiwa heroik yang pernah terjadi pada penyelenggaraan suatu *event*.
- 5) Agrowisata, adalah perjalanan wisata yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perikanan, ladang pembibitan dan sebagainya. Untuk jenis pariwisata ini, wisatawan mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk studi atau hanya menikmati keseruan dari *event* tersebut, produk yang beranekaragam jenis dan warnanya, proses penjualan berbagai macam produk dan sebagainya.
- 6) *Recuperational Tourism*, adalah jenis pariwisata kesehatan dimana orang-orang berwisata untuk menyembuhkan penyakit.
- 7) *Religion Tourism*, adalah perjalanan wisatawan yang dilakukan bertujuan untuk melihat, menyaksikan, dan mengikuti upacara keagamaan atau untuk mendatangi tempat-tempat tertentu yang dianggap memiliki nuansa agamis yang kental.
- 8) *Shopping Tourism*, adalah jenis pariwisata yang menonjolkan sisi penjualan produk yang khas dari suatu tempat. Wisata belanja adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang bukan hanya sekedar jalan-jalan tetapi sekaligus membeli keperluan dan melihat serta melihat daya tarik dari kawasan belanja tersebut.

Faktor Pendorong

Yoon dan Uysal dalam Santi, dkk (2020), menyebutkan bahwa faktor pendorong atau internal lebih berkaitan dengan aspek emosional internal. Ada beberapa faktor pendorong atau keinginan intrinsik dari wisatawan dalam mengunjungi suatu daerah tujuan wisata, seperti keinginan untuk melarikan diri dari rutinitas, istirahat dan relaksasi, kesehatan dan kebugaran, petualangan, prestise, interaksi sosial.

Sementara itu, Yuan & Mcdonald dalam Saiban (2020) mengemukakan bahwa faktor pendorong meliputi: *escape, relaxation/hobbies, prestige, enhancement of kinship relationships, novelty*.

Demikian pula, Ryan dalam Ajeng (2018) menyebutkan bahwa faktor pendorong seseorang selama melakukan perjalanan wisata adalah:

- a. *Relaxation*, keinginan karena relaksasi atau penyegaran yang berkaitan dengan motivasi *escape* di atas.
- b. *Escape*, ingin melepaskan diri dari lingkungan yang jenuh dengan pekerjaan sehari-hari.
- c. *Play*, ingin menikmati kesenangan melalui berbagai macam permainan yang merupakan permunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan dan ingin melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan serius (ingin menikmati rasa kesenangan).
- d. *Strengthening family bond*, ingin mempererat hubungan kekerabatan khususnya dalam konteks VFR (*Visiting Friends and Relatives*). Ini terjadi di antara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama.
- e. *Prestige*, ingin mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup dengan menunjukkan eksistensi atau gengsi yang merupakan dorongan yang dapat meningkatkan status atau derajat sosial seseorang.
- f. *Social interaction*, ingin melakukan hubungan sosial dengan masyarakat lokal yang dikunjungi bersama teman atau kerabat.
- g. *Romance*, rasa keinginan bertemu dengan orang-orang yang dapat memenuhi kebutuhan seksual khususnya dalam pariwisata seks dan orang-orang yang memberikan suasana romantik.
- h. *Educational opportunity*, keinginan untuk mempelajari orang lain atau daerah lain atau mengetahui kebudayaan etnis lain karena dapat melihat sesuatu yang baru.
- i. *Self-discovery*, keinginan dalam mencari jati diri. Jati diri biasanya dapat ditemukan pada saat mencari orang baru atau daerah baru yang biasa disebut dengan *self fulfilment*.

- j. *Wish-fulfilment*, sebagai bagian dari keinginan atau dorongan yang kuat dari dalam diri, merupakan pendorong yang dominan dalam pariwisata. Dapat mengetahui kebudayaan etnis lain dan mempelajari daerah lain.

Faktor Penarik

Yoon dan Uysal dalam Santi, dkk (2020) mengatakan bahwa faktor penarik berhubungan dengan aspek eksternal situasional kognitif. Ada beberapa faktor penarik yang muncul sebagai akibat dari daya tarik destinasi wisata. Misalnya, pantai, fasilitas rekreasi dan tempat bersejarah, persepsi wisatawan dan harapan seperti sesuatu yang baru, keuntungan yang diharapkan serta citra pemasaran destinasi wisata tersebut.

Sedangkan Awaritefe dalam Ratu, dkk (2022), mengemukakan bahwa terdapat 5 faktor motivasi penarik yang memotivasi seseorang untuk mengunjungi sebuah tempat wisata, yaitu:

1. *Static Factor*, faktor-faktor dari tempat wisata yang tidak dapat diubah, seperti: iklim, jarak, sejarah tempat wisata.
2. *Dynamic Factor*, faktor-faktor dari tempat wisata yang dapat diubah, seperti: akomodasi yang meliputi, makanan, minat pribadi, hiburan, tren pariwisata, dan atmosfer politis.
3. *Current Decision*, faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan untuk berwisata, seperti: harga barang dan jasa, strategi marketing dari tempat tujuan wisata.
4. *Commercial*, wisata berbasis bisnis, seperti membeli barang dan jasa.
5. *Information/advertisement destination*, faktor rekomendasi dari teman atau kenalan atau promosi melalui media.

Menurut Uysal dan Hagan dalam Ajeng (2018), bahwa ada 5 faktor yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke daerah tujuan, yaitu:

1. Makanan
2. Atraksi
3. Fasilitas rekreasi
4. Orang
5. Memasarkan gambar tujuan.

Minat Kunjung

Minat berkunjung diartikan sebagai minat beli sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Albarq dalam Anisah (2020), bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Susanto dalam Anisah (2020), minat adalah dorongan/rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk.

Masih menurut Kotler dan Keller dalam Anisah (2020), terdapat dua faktor eksternal yang memengaruhi minat beli, yaitu pertama, sikap orang lain. Pengaruh sikap seseorang terhadap alternatif yang diminati oleh konsumen, serta motivasi konsumen untuk terpengaruh dengan orang lain yang berhubungan dengan minat pembelian. Kedua, situasi yang tidak terinspirasi merupakan situasi yang tiba-tiba muncul dan secara tidak langsung dapat mengubah minat beli konsumen.

Minat beli merupakan rencana untuk bisa memiliki, menginginkan atau mengkonsumsi suatu produk yang dimana rencana tersebut dapat dipengaruhi oleh atribut perusahaan. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Hermawan (2017) bahwa ada 5 indikator, yaitu:

- 1) Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk.
- 2) Ingin mengetahui produk.
- 3) Tertarik untuk mencoba
- 4) Mempertimbangkan untuk membeli.
- 5) Ingin memiliki produk.

Event

Menurut Allen dalam Ajeng (2018) disebutkan bahwa *event* adalah suatu ritual yang telah direncanakan untuk mencapai tujuan sosial, budaya, dan tujuan bersama yaitu, ritual istimewa pertunjukan, penampilan, atau perayaan.

Noor dalam Ajeng (2018) mengatakan bahwa *event* merupakan sesuatu kegiatan yang dibuat untuk merayakan hal-hal penting yang terkait dalam budaya, adat, tradisi, dan agama yang diselenggarakan pada waktu tertentu dengan tujuan tertentu yang melibatkan lingkungan masyarakat.

Masih menurut Noor (2009) dalam Ajeng (2018), *event* memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

- a. Keunikan, sebuah *event* dikatakan sukses dilihat dari pengembangan idenya, yaitu keunikannya agar memiliki sesuatu yang berbeda dengan *event* lain.
- b. *Perishability*, *event* yang diselenggarakan harus memiliki kesan yang berbeda-beda walaupun diselenggarakan pada waktu dan tempat yang sama, tetapi hasilnya akan berbeda walaupun menggunakan *event organizer* yang sama.
- c. *Intangibility*, setelah mendatangi *event* pengunjung mendapatkan pengalaman, ini merupakan tantangan dalam mengubah pelayanan *intangibility* menjadi sesuatu yang berwujud sehingga mampu mengubah persepsi pengunjung.
- d. Suasana dan pelayanan, adalah hal yang penting pada saat *event* berlangsung. *Event* yang suasananya tepat akan menghasilkan kesuksesan dan sebaliknya.
- e. Interaksi Personal, kunci sukses penyelenggaraan *event* adalah interaksi personal dari para pengunjung.

Selanjutnya, Noor dalam Dwi (2018) membagi *event* menjadi beberapa jenis berdasarkan ukuran dan besarnya, yaitu:

1) *Mega Event*

Mega Event adalah *event* yang sangat besar sehingga memberikan dampak ekonomi yang besar bagi masyarakat dan bagi negara penyelenggara.

2) *Hallmark Event*

Menurut Ritchie (1999) dalam Dwi (2018), *Hallmark Event* adalah:

Major one time of recurring Events of limited duration developed primarily to enhance awareness, appeal, profitability of tourism destination in the short term or long term. Such Events rely for their success on uniqueness, status, or timely significance to create interest and attract attention.

3) *Major Event*

Major Event adalah *event* yang dilihat dari ukurannya yang mampu menarik media untuk meliput, menarik dari segi pengunjung yang besar untuk menghadiri *event* tersebut sehingga dapat memberikan dampak peningkatan ekonomi secara signifikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah melakukan suatu cara dengan menggunakan pikiran dengan seksama guna mencapai suatu tujuan (Priyono dalam Maulana, 2020). Sedangkan menurut Sugiyono dalam Maulana (2020), metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut di atas, terdapat empat kunci yang dapat diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Dapat disimpulkan dari pengertian di atas bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah atau teknik yang digunakan untuk memperoleh data objek penelitian dalam memecahkan suatu permasalahan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuisioner. Selanjutnya penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan statistik untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono, metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dapat menggunakan instrument penelitian analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah faktor pendorong dan faktor penarik yang memengaruhi minat kunjung pengunjung (studi kasus *event* Pekan Raya Jakarta 2022 di JIEXPO Kemayoran). Sedangkan, subjek penelitiannya adalah pengunjung yang berkunjung ke PRJ 2022. Menurut Istijanto dalam Maulana (2020), populasi adalah jumlah keseluruhan yang mencakup semua anggota yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke PRJ 2022 pada tanggal 9 – 17 Juli 2022 sejumlah 6,9 juta pengunjung selama 39 hari. Sedangkan, sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi. Jumlah sampel pada penelitian ini sesuai dengan jumlah elemen wisatawan yang berkunjung pada PRJ 2022 dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) tingkat kesalahan maksimum adalah 10% dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} 1.900.00 &= \frac{6.900.000}{1 + (6.900.000 \times 0.1^2)} \\ &= \frac{6.900.000}{1 + 69.000} \\ &= \frac{6.900.000}{69.001} \\ &= 99,99 \end{aligned}$$

n = 99,99 atau dibulatkan menjadi 100 sampel

Berdasarkan rumus di atas maka dapat disimpulkan bahwa sampel yang akan digunakan adalah 100 pengunjung yang pernah berkunjung pada *Event* Pekan Raya Jakarta 2022 yang berusia 18 tahun ke atas.

Teknik pemilihan sampel dalam penilaian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti yang kemudian dapat digunakan menjadi sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono dalam Maulana, 2020).

Dalam penelitian ini, jenis pengukurannya menggunakan skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Rentang jawaban yang akan digunakan untuk mengukur derajat sangat tidak baik atau sangat baik untuk indikator variabel dalam penelitian ini diberi skor satu sampai lima dengan pembobotan sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS), diberi skor 1
2. Tidak Setuju (TS), diberi skor 2
3. Tidak Kurang Setuju (KS), diberi skor 3
4. Setuju (S), diberi skor 4
5. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini ada sebanyak 100 responden yang merupakan pengunjung *Event* PRJ 2022. Berikut ini data dari 100 responden yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2 Profil Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	14	14
Perempuan	86	86
Jumlah	100	100%
Usia	Jumlah	Persentase
18 – 25 Tahun	11	11
26 – 31 Tahun	81	81
32 – 37 Tahun	6	6
>38 Tahun	2	2
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 14 responden (14%) dan perempuan berjumlah 86 responden (86%). Usia responden antara 28 - 25 tahun berjumlah 11 responden (11%), usia antara 26 - 31 tahun ada 81 responden (67%), usia 32 - 37 tahun berjumlah 6 responden (6%), dan di atas 38 tahun 2 responden (2%).

Analisis Data dan Interpretasi

Uji Validitas

Untuk menguji kevalidan instrumen, peneliti menyebarkan kuisioner yang disebar kepada 100 orang responden. Sehingga dapat diketahui bahwa r_{tabel} sebesar 0,196 dengan jumlah data (N) = 100, dan derajat kebebasan (df) = N-2, maka (df) = 98 serta menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%. Jadi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Faktor Pendorong (X1)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,736	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,696	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,758	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,640	0,196	Valid
Pernyataan 5	0,709	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,796	0,196	Valid
Pernyataan 7	0,665	0,196	Valid
Pernyataan 8	0,703	0,196	Valid
Pernyataan 9	0,789	0,196	Valid
Pernyataan 10	0,736	0,196	Valid
Pernyataan 11	0,768	0,196	Valid
Pernyataan 12	0,764	0,196	Valid
Pernyataan 13	0,735	0,196	Valid
Pernyataan 14	0,766	0,196	Valid
Pernyataan 15	0,580	0,196	Valid
Pernyataan 16	0,566	0,196	Valid
Pernyataan 17	0,792	0,196	Valid
Pernyataan 18	0,647	0,196	Valid
Pernyataan 19	0,729	0,196	Valid
Pernyataan 20	0,811	0,196	Valid

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa item instrument yang sebanyak 20 pernyataan memiliki nilai r_{hitung} di atas r_{tabel} 0,196. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dikatakan valid.

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Faktor Penarik (X2)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,648	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,521	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,688	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,677	0,196	Valid
Pernyataan 5	0,742	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,699	0,196	Valid
Pernyataan 7	0,767	0,196	Valid
Pernyataan 8	0,715	0,196	Valid
Pernyataan 9	0,734	0,196	Valid
Pernyataan 10	0,588	0,196	Valid

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel III.4, menunjukkan bahwa seluruh item instrumen sebanyak 10 pernyataan memiliki nilai r_{hitung} di atas r_{tabel} 0,196. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dikatakan valid.

Tabel 5 Uji Validitas Variabel Minat Kunjung (Y)

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,826	0,196	Valid
Pernyataan 2	0,776	0,196	Valid
Pernyataan 3	0,806	0,196	Valid
Pernyataan 4	0,835	0,196	Valid
Pernyataan 5	0,819	0,196	Valid
Pernyataan 6	0,812	0,196	Valid
Pernyataan 7	0,658	0,196	Valid
Pernyataan 8	0,515	0,196	Valid
Pernyataan 9	0,802	0,196	Valid
Pernyataan 10	0,810	0,196	Valid

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel III.5 menunjukkan bahwa item instrumen sebanyak 10 pernyataan memiliki nilai r_{hitung} di atas r_{tabel} 0,196. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dikatakan valid seluruhnya karena hasil perhitungan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel Faktor Pendorong, variabel Faktor Penarik, dan variabel Minat Kunjung adalah valid dan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini didasarkan pada interpretasi *Cronbach's Alpha*, dengan ketentuan menurut Ghozali dalam Maulana (2020), jika *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka instrumen pengamatan dinyatakan reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka instrumen pengamatan dinyatakan tidak reliabel. Pengolahan uji reliabilitas pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 6 Uji Reliabilitas X1, X2, dan Y

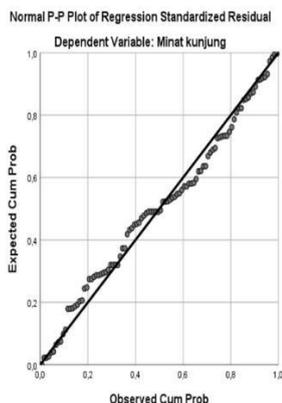
Variabel	Jumlah pernyataan	Cronbach Alpha	Taraf Signifikan	Kesimpulan
Faktor Pendorong (X1)	20 Pernyataan	0,946	0,6	Reliabel
Faktor Penarik (X2)	10 Pernyataan	0,849	0,6	Reliabel
Minat Kunjung (Y)	10 Pernyataan	0,918	0,6	Reliabel

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan tabel III.6, dapat digambarkan bahwa variabel Faktor Pendorong memiliki *Cronbach Alpha* (α) sebesar $0,946 > 0,60$, variabel Faktor Penarik memiliki *Cronbach Alpha* (α) sebesar $0,849 > 0,60$, dan variabel Minat Kunjung memiliki *Cronbach Alpha* (α) $0,918 > 0,60$. Merujuk pada kriteria penilaian yang diungkapkan oleh Ghozali, maka ketiga variabel dinyatakan reliabel untuk dijadikan instrumen pengumpul data.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam Melvin (2022), tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, pada variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi yang mendekati normal. Uji normalitas dilakukan dengan bantuan SPSS dengan metode *Normal Probability Plot* (NPP). Metode NPP dilakukan dengan cara membandingkan data riil dengan data distribusi normal secara kumulatif. Data dapat dikatakan normal jika garis mengikuti garis normal.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat pada grafik Normal P-P Plot bahwa Variabel Independen dan Variabel Dependen dinyatakan berdistribusi normal yang terlihat pada titik-titik yang mengikuti garis diagonal pada Grafik P-P Plot.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dengan model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel. Multikolinearitas dapat dideteksi menggunakan perhitungan *tolerance* dan VIF. Jika nilai *Tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka mengindikasikan model regresi bebas dari multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan VIF > 10 maka mengindikasikan terdapat hubungan multikolinearitas pada model regresi.

**Tabel 7
Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.806	2.573		2.646	.010		
	Faktor Pendorong	.249	.032	.581	7.770	.000	.541	1.848
	Faktor Penarik	.368	.083	.331	4.421	.000	.541	1.848

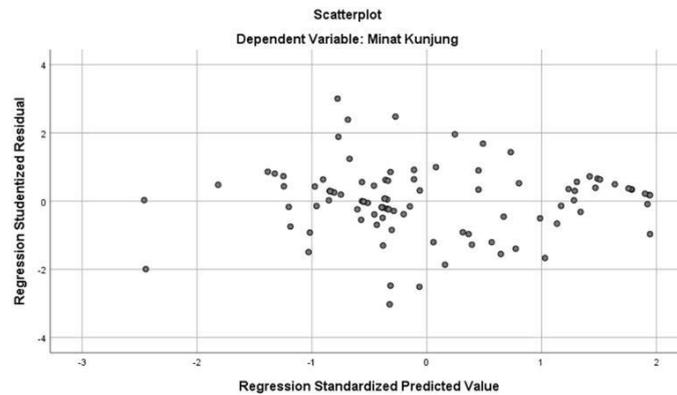
a. Dependent Variable: Minat Kunjung

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.62 di atas, didapatkan hasil nilai *tolerance* 0,541 > 0,10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Nilai VIF 1,848 < 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas, sehingga data dapat tersebut dapat dilanjutkan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan varian dari hasil residual dari pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Regresi terdeteksi gejala heteroskedastisitas bila nilai koefisien korelasi Spearman signifikan terhadap nilai residualnya dan dapat dilihat dari *scatterplot*. Regresi terdeteksi gejala heterokedastisitas bila titik-titik data penyebar di atas dan di bawah sekitar angka nol, titik-titik tidak mengumpul di atas atau di bawah, penyebaran titik-titik data tidak berpola sebagai berikut:



Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan Gambar 4.7 di atas, dapat dilihat bahwa uji heteroskedastisitas pada *scatterplot* tidak terjadi gejala heteroskedastisitas adalah terpenuhi.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Uji koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa jauh suatu model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu, maka variabel-variabel independen dapat dinyatakan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin mendekati angka satu, maka variabel independen semakin kuat memengaruhi variabel dependen.

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,844 ^a	,712	,706	2,80562

a. Predictors: (Constant), Penarik, Pendorong

b. Dependent Variable: Minat kunjung

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Pendorong dan Faktor Penarik memengaruhi variabel Minat Kunjung sebesar 71,2%. Disisi lain, sebesar 28,8% Minat Kunjung dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 9 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,288	2,529		2,487	,015
Pendorong	,236	,032	,552	7,418	,000
Penarik	,403	,082	,365	4,914	,000

a. Dependent Variable: Minat kunjung

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.9 di atas, maka model regresi dapat ditulis dengan persamaan regresi berikut:

$$Y = 6,288 + 0.236X1 + 0.403X2$$

Berdasarkan *output coefficient* ini, akan dibuktikan hipotesisnya secara parsial, beta pengaruh yang dihasilkan, serta pembentukan persamaan regresi. Persamaan regresi linier dalam penelitian ini dapat dibentuk dari hasil *Coefficient* pada kolom *Standardized Coefficients* sebagai berikut:

Hasil Uji Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 6,288 artinya jika nilai variabel independen (bebas) nol, maka nilai variabel dependen (terikat) sebesar 6,288.
2. Nilai variabel Faktor Pendorong (X1) terhadap Minat Kunjung sebesar 0,236 bernilai positif sehingga jika Faktor Pendorong mengalami kenaikan satu nilai, maka Minat kunjung akan meningkat sebesar 0,669.
3. Nilai variabel Faktor Penarik (X2) menunjukkan nilai positif 0,403 artinya setiap kenaikan satu nilai pada variable Faktor Penarik. maka akan menaikkan Minat Kunjungan sebesar 0.403.

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial dilakukan untuk melihat seberapa besar variabel independen dalam model regresi memengaruhi variabel dependen. Pada penelitian ini, uji T dilakukan untuk melihat apakah variabel Faktor Pendorong dan Faktor Penarik berpengaruh secara parsial terhadap variabel Minat Kunjung, sehingga dapat diketahui jumlah data (N) = 100, k = 2 (jumlah variabel X), a (signifikansi) = 5%, rumus t tabel = (a/2; n-k-1), maka t tabel = (0,05/2; 100-2-1), t tabel = (0,025; 97), jadi t tabel = 1,894.

Tabel 10 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14,505	2,109		6,878	,000
Pendorong	,343	,026	,800	13,206	,000

a. Dependent Variable: Minat kunjung

Sumber: Data diolah peneliti,2023

Pengujian hipotesis X1 terhadap Y

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, hasil Uji T (Parsial) menunjukkan bahwa Variabel Faktor Pendorong (X1) memiliki pengaruh terhadap Minat Kunjung (Y). Dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $13,206 >$ nilai t tabel 1,984, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya bahwa hipotesis “Variabel Faktor Pendorong berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Minat Kunjung”.

Tabel 11 Hasil uji Signifikansi Parsial (Uji T)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,048	3,136		2,567	,012
	Penarik	,818	,075	,741	10,912	,000

a. Dependent Variable: Minat kunjung

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Pengujian hipotesis X2 terhadap Y

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, hasil Uji T (Parsial) menunjukkan bahwa variabel Faktor Penarik (X2) memiliki pengaruh terhadap Minat Kunjung (Y). Dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $10,912 >$ nilai t tabel $1,984$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya bahwa hipotesis “Variabel Faktor Penarik berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Minat Kunjung”.

Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah suatu variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, maka perlu dilakukan uji simultan (uji-f) sehingga dapat diketahui bahwa jumlah data ($N = 100$), $k = 2$ (jumlah variabel x), dan rumus f tabel = $(k; n-k)$, maka f tabel = $(2; 100 - 2)$, f tabel = $(2; 98)$, jadi t tabel = $3,09$ serta menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%.

Hasil uji F dapat dilihat dari tabel 4.12 berikut:

Tabel 12 Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1887,213	2	943,606	119,876	,000 ^b
	Residual	763,537	97	7,872		
	Total	2650,750	99			

a. Dependent Variable: Minat kunjung

b. Predictors: (Constant), Penarik, Pendorong

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan untuk Variabel Faktor Pendorong (X1) dan Faktor Penarik (X2) terhadap Minat Kunjung Pengunjung (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung sebesar $119,876 >$ nilai f tabel $3,09$, maka hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya bahwa hipotesis “Variabel Faktor Pendorong dan Variabel Faktor Penarik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Variabel Minat Kunjung”.

SIMPULAN DAN SARAN**Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Faktor Pendorong dan Faktor Penarik yang Memengaruhi Minat Kunjung Pengunjung (Studi Kasus *Event PRJ Raya 2022*), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil Uji T pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kesalahan 5% atau 0,05 dengan jumlah sampel 100 responden, hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil uji T, secara parsial terdapat pengaruh pada Variabel Faktor Pendorong terhadap Minat Kunjung sebesar 0,640 atau 64% dan nilai t hitung sebesar 13,206 > nilai t tabel 1,984, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh Faktor Pendorong (X1) terhadap Minat Kunjung (Y).
2. Dari hasil uji T, secara parsial terdapat pengaruh pada Variabel Faktor Penarik terhadap Minat Kunjung sebesar 0,549 atau 54,9% dan nilai t hitung sebesar 10,912 > nilai t tabel 1,984, maka H0 ditolak dan H2 diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh Faktor Penarik (X2) terhadap Minat Kunjung (Y).
3. Berdasarkan hasil uji F, bahwa nilai f hitung sebesar 119,876 > nilai f tabel 3,09, maka hal tersebut membuktikan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima.
4. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*) diperoleh hasil bahwa variabel independen X1, X2 dan variabel dependen Y menunjukkan nilai sebesar 0,712 atau 71,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Faktor Pendorong dan Faktor Penarik secara simultan terhadap Minat Kunjung sebesar 71,2%, sedangkan sisanya sebesar 28,8% ditentukan oleh Variabel lain yang tidak dihitung dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil rekapitulasi prediksi rata-rata dari Variabel Faktor Pendorong dan Faktor Penarik terhadap Minat Kunjung Pengunjung (Studi Kasus *Event PRJ Raya 2022*), maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Variabel Faktor Pendorong, indikator yang harus ditingkatkan adalah indikator “Saya ingin menunjukkan gengsi dan kelas sosial karena mengunjungi *Event PRJ 2022*”. Pernyataan ini mendapat nilai rata-rata sebesar 3,3 (cukup baik). Nilai ini masih di bawah rata-rata rekapitulasi, hal ini menunjukkan bahwa pengunjung kalangan atas tidak merasa puas untuk datang ke *Event PRJ*, maka dari itu pihak penyelenggara harus meningkatkan lagi *event* tersebut agar lebih spektakuler.
2. Untuk Variabel Faktor Penarik, indikator yang harus ditingkatkan adalah indikator
 - a. “Jarak tempuh yang tidak jauh untuk menuju lokasi *Event PRJ 2022*”. Pernyataan ini mendapat nilai rata-rata sebesar 3,25 (cukup baik) tetapi masih di bawah rata-rata rekapitulasi. Hal ini menunjukkan bahwa pihak penyelenggara agar mempermudah pengunjung dengan memberikan transportasi serta rute khusus untuk menuju PRJ seperti, menyiapkan bus mini untuk menarik dan mempermudah pengunjung.
 - b. “Saya mempertimbangkan pembelian tiket masuk *Event PRJ 2022*”. Pernyataan ini mendapat nilai rata-rata sebesar 4,01 (baik), tetapi masih di bawah rata-rata rekapitulasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung keberatan dengan harga tiket masuk dan pihak penyelenggara seharusnya dapat memberikan diskon harga tiket agar tertarik untuk membeli produk atau jasa di PRJ.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan dan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel atau lokasi lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ashoer Muhammad. (2021). *Ekonomi Pariwisata*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (16th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta.

Jurnal:

- Alfisyahr, R., & RD, L. D. (2019). Faktor Pendorong Dan Faktor Penarik Dari Wisatawan Domestik Di Kabupaten Malang, Indonesia. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2217-2222.
- Anisah. (2020). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Berkunjung Masyarakat Ke Taman Kota, Di Tarakan. Tarakan: Universitas Borneo.
- Azman, H. A., & Elsaandra, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(1), 1-17.
- Baniya, R., Ghimire, S., & Phuyal, S. (2017). Push and pull factors and their effects on international tourists' revisit intention to Nepal. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*, 8, 20-39.
- Dholym, S. F. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Umbul Ponggok, Desa Ponggok, Polanharjo, Klaten. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Gifelem, B. T., Bopeng, L. S., & Suruan, T. M. (2022). Analisis Faktor Pendorong Dan Faktor Penarik Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Objek Wisata Pulau UM. *Cakrawala Management Business Journal*, 5(2), 233-239
- Jaimun, S. S., Suardana, I. W., & Suwena, I. K. (2020). Analisis Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Berkunjung Ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* p-ISSN, 2338, 8633.
- KN, Ajeng Raudya Turzzahra. (2018). Motivasi Wisatawan Mengikuti Bandung Historical Study Games (BHSG), Bandung: Politeknik Negeri Bandung.
- Sugiartawan, I. P. S., Dewi, L. G. L. K., & Dewi, N. G. A. S. (2020). Analisis Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Millenial Berkunjung Ke Kuta Selatan. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 8 (1), 104 111.
- Sumarni, S., Zulkarnain, Z., & Sugiyanta, I. G. (2012). Faktor-faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Gunung Dempo. *JPG (Jurnal Penelitian Geografi)*, 1(2).
- Tanjung, R. S. S., Munajat, M. D. E., & Novianti, E. (2022). Pengaruh Faktor Pendorong Dan Penarik Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Devoyage Bogor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(7), 7059-7072.

Website:

- Dispar.bone.go.id, jenis-Jenis Tempat Wisata Berdasarkan Motif Wisatawan, Lokasi Tujuan, dan Perjalanan, <https://dispar.bone.go.id/2019/02/jenis-jenis-tempat-wisata-berdasarkan-motif-wisatawan-lokasi-tujuan-dan-perjalanan/>.
- Kaskus.co.id, 4 Hal Yang Biasa Orang-orang Lakukan Di PRJ (PRJ), <https://www.kaskus.co.id/thread/5b1f697f902cfe31498b4569/4-hal-yang-biasa-orang-orang-lakukan-di-pekan-raya-jakarta-prj/>
- Kompaspedia.kompas.id, Provinsi DKI Jakarta: Ibu Kota Negara dan Pusat Perekonomian Nasional, <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/provinsi-dki-jakarta-ibu-kota-negara-dan-pusat-perekonomian-nasional>
- Megapolitan.okezone.com, *Jakarta Fair 2022 Resmi Dibuka, Anies: Semoga Angka Pengunjung Dan Transaksi Meningkat*, <https://megapolitan.okezone.com/read/2022/06/09/338/2608902/jakarta-fair-2022-resmi-dibuka-anies-semoga-angka-pengunjung-dan-transaksi-meningkat>
- Oto.com, GIIAS 2022: The Motor Show, <https://www.oto.com/giias>.
- Sonora.id, PRJ 2022 Targetkan Transaksi Rp.7,5 Triliun, <https://www.sonora.id/read/423315047/pekan-raya-jakarta-2022-targetkan-transaksi-rp75-triliun>