

## **Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Daya Tarik Wisata *Dark Tourism* di Kawasan Kota Tua Jakarta**

**Syarifah Hidayati, Revalino T.Hasudungan\*, Lenny Yusrini**

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Universitas Asa Indonesia, Jakarta

\*Corresponding email: [revalino@asaindo.ac.id](mailto:revalino@asaindo.ac.id)

### **Abstrak**

*The existence of the Kota Tua with its historical stories makes the area has its own charm because it describes how the atmosphere was during the colonial era. Traveling activities carried out in Jakarta are inseparable from places related to past atrocities. Therefore, the term dark tourism was born to build a more balanced understanding of how and in what form the past is present in the present. This study uses a descriptive quantitative method that aims to explain the effect of intrinsic motivation and extrinsic motivation on visiting decisions. The respondent for this research is someone who has visited Kota Tua and who is currently carrying out tourism activities in Kota Tua with a total of 111 respondents. In this study, it was found that intrinsic and extrinsic motivation partially influenced the decision to visit tourists related to dark tourism in the Kota Tua and it was also found that intrinsic and extrinsic motivation simultaneously influenced the decision to visit tourists to dark tourism attractions in the Kota Tua Jakarta area. The manager can make discount offers for group visits and loyalty programs for visitor, and can develop augmented reality technology in the environment around Kota Tua Jakarta to be able to see Kota Tua in the past so that it can make the atmosphere in the Kota Tua more interesting and make visitors feel as if they feel they are living in the past.*

**Keywords:** *Kota Tua; Dark Tourism; Intrinsic Motivation; Extrinsic Motivation; Visiting Decision*

### **Pendahuluan**

Jakarta menjadi salah satu destinasi pariwisata yang menarik dan menjadi pintu masuk wisatawan mancanegara karena posisinya dekat dengan Bandara Internasional Soekarno – Hatta yang dimana pada tahun 2022 tercatat bahwa wisatawan mancanegara yang memasuki wilayah Jakarta sebesar 17,09% (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2022). Sebagai kota metropolitan, Jakarta memiliki beberapa wilayah yang dapat dinikmati sebagai tempat wisata (Chandra et al., 2022).

Di antara destinasi wisata yang ada di Jakarta, Kota Tua menyimpan banyak warisan sejarah era kolonial Belanda. Daerah bersejarah ini menjadi magnet bagi wisatawan, baik penduduk setempat, wisatawan domestik, maupun mancanegara. Sehingga dengan keberadaan wilayah tersebut sangat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Kota Tua beserta dengan cerita sejarahnya membuat kawasan tersebut memiliki daya tarik unik yang memikat terutama dari keindahan arsitekturnya yang menggambarkan bagaimana suasana pada jaman kolonial.

Kegiatan berwisata yang dilakukan di Jakarta pun tidak terlepas dari tempat-tempat yang berhubungan dengan peristiwa – peristiwa kekejaman di masa lalu. Maka dari itu lahirlah istilah *dark tourism* untuk memperoleh pemahaman yang lebih seimbang tentang bagaimana dan bagaimana masa lalu mempengaruhi sekarang (Koskinen-koivisto, 2020). Secara umum, *dark tourism* didefinisikan sebagai perjalanan ke lokasi yang dikaitkan dengan kematian, penderitaan, dan hal-hal yang tampak mengerikan (Wyatt, et al., 2020). *Dark Tourism* telah

digunakan sebagai lensa analitis untuk mendorong diskusi akademis tentang interpretasi dan masalah. Ini menggabungkan rekreasi dan kesenangan dengan peringatan dan tragedi (Dunkley, 2016). *Dark Tourism* adalah fenomena yang sangat kompleks dan multidimensional yang melibatkan kunjungan ke tempat-tempat nyata dan rekreasi yang terkait dengan kematian, penderitaan, nasib buruk, dan yang tampaknya menggambarkan ketakutan (Fonseca et al., 2015). *Dark tourism* telah mengalami peningkatan yang signifikan selama dua puluh lima tahun terakhir dan sekarang menjadi bagian yang semakin penting dari industri wisata warisan yang lebih luas. Namun, para akademisi menyatakan bahwa, setelah mereka mencatat eksploitasi yang dirasakan dan trivialisasi tragedi sejarah, pariwisata gelap sebenarnya dipenuhi dengan masalah hukum dan manajemen. (Dalton, 2015).

Dalam mengunjungi daya tarik wisata *dark tourism* tentunya ada beberapa faktor pendukung bagi para masyarakat dalam mengambil keputusan untuk berwisata ke daya tarik wisata tersebut. Faktor – faktor itulah yang disebut sebagai motivasi pengunjung dalam berkunjung ke daya tarik wisata kelim. Motivasi adalah kekuatan yang menyebabkan seseorang bertindak dengan cara yang konsisten. Kekuatan ini mendorong seseorang untuk bekerja sama, bekerja dengan baik, dan menggabungkan semua upaya mereka untuk kebahagiaan (Tengku et al., 2021). Dua jenis motivasi adalah intrinsik dan ekstrinsik. Nilai-nilai tertentu yang mempengaruhi mereka sendiri menyebabkan motivasi intrinsik (Basri et al., 2023). Sebaliknya, rangsangan dari luar mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu ialah motivasi ekstrinsik (Dewi et al., 2022).

Kunjungan perdana seorang wisatawan ke suatu destinasi akan berperan penting dalam membentuk persepsi mereka tentang tempat tersebut. Pengalaman yang didapat selama kunjungan ini akan menentukan apakah ekspektasi awal mereka terpenuhi atau tidak sesuai dengan realitas yang mereka temui di lokasi. Keputusan yang dibuat selama kunjungan sangat penting untuk penelitian. Pengalaman dapat dianggap memuaskan jika kunjungan melebihi ekspektasi, dan sebaliknya (Benedicta & Eviana, 2022). Adapun dalam penelitian (Hermanto, 2017) memaparkan motivasi intrinsik dan ekstrinsik berpengaruh secara positif dan signifikan kepada keputusan berkunjung. Artinya dengan motivasi intrinsik wisatawan lebih cenderung berwisata untuk kebutuhan psikologis, sebagai saran eksistensi diri, dan mendapatkan pengalaman baru untuk kepuasan batin dan dengan adanya motivasi ekstrinsik artinya para wisatawan cenderung berwisata karena adanya dorongan sosial sehingga ingin mengetahui lebih mengenai sejarah dan budaya.

### *Hubungan Antar Variabel*

#### *Motivasi Intrinsik Dengan Keputusan Berkunjung*

Motivasi memiliki pengaruh sebanyak 38,7% dalam mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung. Artinya wisatawan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dari keputusan yang mereka ambil untuk berkunjung ke sebuah daya tarik wisata (Muksin & Sunarti, 2018).

Penelitian (Hermanto, 2017) menyatakan variabel motivasi intrinsik berdampak secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya dengan adanya motivasi intrinsik wisatawan cenderung berwisata untuk kebutuhan psikologis, sebagai sarana eksistensi diri, dan mendapatkan pengalaman baru untuk kepuasan batin.

*Motivasi Ekstrinsik Dengan Keputusan Berkunjung*

Dalam penelitian (Hermanto, 2017) memaparkan jika variabel motivasi ekstrinsik mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap sebuah keputusan berkunjung karena adanya dorongan sosial sehingga ingin mengetahui lebih mengenai sejarah dan budaya.

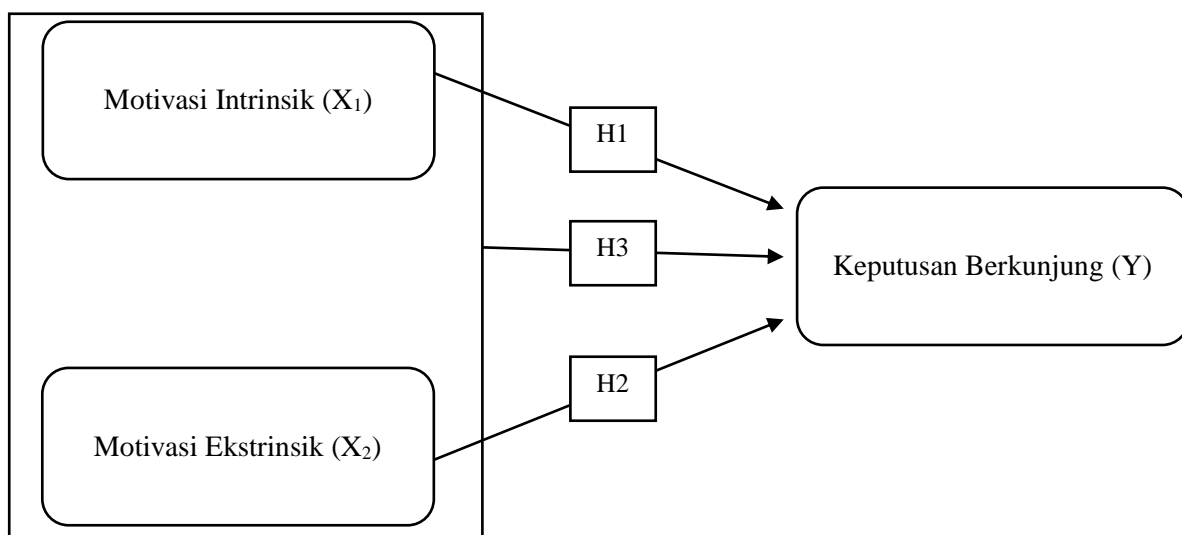
Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dan menjelaskan bahwa motivasi juga menjadi faktor penting dalam memutuskan tujuan kunjungan karena membuat orang bertindak. Wisatawan termotivasi untuk mengunjungi suatu tempat karena daya tarik dan keistimewaan yang ditawarkan oleh lokasi tersebut, seperti kenyamanan dan keindahannya (Tengku et al., 2021)

*Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik, Dengan Keputusan Berkunjung*

Dalam penelitian (Nendissa & Achmadi, 2018) dan (Hermanto, 2017) menyatakan bahwa motivasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Kemudian dari penelitian (Hermanto, 2017) Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel motivasi intrinsik dan ekstrinsik secara simultan.

**Kerangka Penelitian**



**Gambar 1.1 Kerangka Penelitian**

- H1 : Diduga terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara motivasi intrinsik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata dark tourism di kawasan Kota Tua Jakarta.
- H2 : Diduga terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara motivasi ekstrinsik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata dark tourism di kawasan Kota Tua Jakarta.
- H3 : Diduga terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata dark tourism di kawasan Kota Tua Jakarta.

## Metodologi Penelitian

Penelitian kuantitatif deskriptif digunakan untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori, dan hipotesis yang relevan. Selain itu, penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik yang sistematis untuk memahami pola dan kecenderungan dari suatu populasi atau sampel yang diamati (Sugiyono, 2017). Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata dark tourism di kawasan Kota Tua Jakarta.

**Tabel 1. 1 Kisi-Kisi Angket**

Variabel	Indikator	No	Jumlah Butir
Motivasi Intrinsik (Basri et al., 2023)	(MI.K) Kebutuhan	1, 2	2
	(MI.H) Harapan	3,4	2
	(MI.M) Minat	5,6	2
Motivasi Ekstrinsik (Basri et al., 2023)	(ME.D) Dorongan	7,8	2
	(ME.L) Lingkungan	9, 10	2
	(ME.I) Imbalan	11, 12	2
Keputusan Berkunjung (Isnaini dan Abdillah, 2018)	(KB.P) Produk	13,14	2
	(KB.M) Merek	15, 16	2
	(KB.P) Perantara	17,18	2
	(KB.W) Waktu	19,20	2
	(KB.J) Jumlah	21,22	2

Untuk mengukur kriteria, skala likert digunakan, yang terdiri dari lima rentang penilaian kontinum yang bervariasi dari Sangat Setuju dengan bobot nilai 5 hingga Sangat Tidak Setuju dengan bobot nilai 1.

### *Uji Validitas dan Reliabilitas*

Sebanyak tiga puluh orang diuji validitas dan reliabilitas instrumen. Untuk menguji validitas estimasi, nilai koefisien korelasi (nilai  $r$ ) digunakan pada rumus Pearson Product Moment. Pengujian statistik dilakukan menggunakan program SPSS versi 29.0. Dengan 30 responden, nilai  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 0.361 menunjukkan bahwa seluruh butir, termasuk keputusan berkunjung dan motivasi intrinsik, valid jika nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

Setelah melakukan uji validitas dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Uji reliabilitas adalah jika tanggapan seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Hasil uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) harus lebih besar dari 0,60, sehingga kuesioner dianggap reliabel (Ghozali, 2006; Yosandri & Eviana, 2022).

### *Populasi dan Sample*

Populasi adalah kumpulan orang atau objek yang menjadi subjek penelitian. Populasi terbatas terbagi menjadi dua kelompok berdasarkan jumlah anggotanya: populasi terbatas memiliki sumber data yang dapat menunjukkan batas kuantitatif dengan elemen atau anggota yang dapat dihitung atau diketahui. Sebaliknya, populasi tak terbatas tidak memiliki sumber

data yang dapat menunjukkan batas kuantitatif karena jumlah anggotanya tidak diketahui (Mulyana, 2019). Populasi dalam penelitian ini merupakan wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata dark tourism di kawasan Kota Tua Jakarta yang jumlahnya tidak dapat dihitung secara akurat, maka dimasukkan kedalam kategori tidak terbatas.

Sample adalah bagian dari populasi. Sample yang berasal dari populasi penelitian harus representatif atau mewakili. Nilai sample (n) yang ditemukan menggunakan rumus Lemeshow adalah 97, yang merupakan jumlah responden terkecil. Penelitian ini melibatkan 111 responden yang merupakan wisatawan yang mengunjungi daya tarik wisata malam di Kota Tua Jakarta.

#### *Teknik Analisa Data*

Analisa data menggunakan regresi linear berganda. Tujuannya untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu motivasi intrinsik (X1), motivasi ekstrinsik (X2) terhadap variabel terikat keputusan berkunjung (Y). Persamaan model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel tersebut adalah:

$$y = a + b1 . x1 + b2 . x2$$

Keterangan :

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koeffisien regresi motivasi intrinsik terhadap keputusan berkunjung

$\beta_2$  = Koeffisien regresi motivasi ekstrinsik terhadap keputusan berkunjung

X1 = Motivasi intrinsik

X2 = Motivasi ekstrinsik

#### *Uji Asumsi Klasik*

Pengujian asumsi klasik dilakukan agar memastikan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan memiliki tingkat ketepatan estimasi, ketiadaan bias, dan konsistensi yang ideal. Tujuan lain adalah untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan bebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk memastikan kualitas regresi yang optimal dengan tiga tes, yaitu normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas, digunakan untuk menguji asumsi klasik. (Aditiya et al., 2023).

#### *Uji Hipotesis*

Uji hipotesis merupakan sebuah prosedur yang dilakukan dalam suatu penelitian untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan parameter populasi. Dalam uji hipotesis terdapat 3 langkah. Yang pertama ialah uji t (parsial), yang digunakan untuk menentukan besaran pengaruh dan signifikansinya pengaruh parsial variabel X terhadap variabel Y. Variabel X dinilai berpengaruh jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ . Kemudian yang kedua adalah uji F (simultan), yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh simultan dari variabel bebas dan variabel terikat, uji F dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dan nilai signifikansi 0,05. Nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa ada pengaruh simultan dari variabel bebas dan variabel terikat. Kemudian yang terakhir adalah uji koefisien determinasi, yang bertujuan untuk melihat seberapa besar proporsi variabilitas kepuasan wisatawan yang dapat dijelaskan oleh fasilitas wisata. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan peningkatan kemampuan.

#### **Hasil dan Diskusi**

*Profile Responden*

Dalam penelitian ini, responden yang digunakan adalah wisatawan Kota Tua Jakarta sebanyak 111 orang yang ditemukan menggunakan angket dan pernah mengunjungi kawasan Kota Tua Jakarta. Berdasarkan karakteristik yang dapat digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 2. 1 Data Profil Responden**

	<b>Kategori</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Usia	< 18 tahun	3	2,7
	18-25 tahun	89	80,2
	26-35 tahun	13	11,7
	> 35 tahun	6	5,4
Jenis Kelamin	Pria	28	25,2
	Wanita	83	74,8
	SD	1	0,9
Pendidikan Terakhir	SMP	1	0,9
	SMA	57	51,4
	Diploma	26	23,4
	Sarjana / Pascasarjana	26	23,4
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	63	56,8
	Pegawai Swasta	31	27,9
	Pegawai Negeri	6	5,4
	Wiraswasta	11	9,9

Berdasarkan data tabel di atas, karakteristik usia responden menunjukkan tingkat pengalaman dan kedewasaan pola pikir responden. Jumlah responden dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun adalah 89 orang (80,2%), diikuti oleh 13 orang (11,7%) dari rentang usia 26 hingga 35 tahun, dan 6 orang (5,4%) dari rentang usia di bawah 18 tahun. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian (Min et al., 2021) yang menyatakan dimana 45,6 % atau setara dengan 212 orang berusia dengan rentan 18 – 25 tahun sangat tertarik dengan wisata *dark tourism*.

Data di atas menunjukkan bahwa responden pria berjumlah 28 (25,2%) dan responden wanita berjumlah 83 (74,8%), masing-masing. Pendapat ahli yang memeriksa persepsi risiko dan keinginan wisatawan wanita menunjukkan bahwa, meskipun ada risiko, mereka masih tertarik untuk mengeksplorasi daya tarik baru dan mengalami budaya lokal. (Suroto et al., 2020).

Penelitian ini membagi responden berdasarkan status pekerjaan mereka. Hasilnya menunjukkan responden dengan pekerjaan tertinggi adalah pelajar atau mahasiswa, sebanyak 63 orang (56,8%), diikuti oleh responden dengan pekerjaan swasta, 31 orang (27,9%), pegawai negeri, dan 6 orang (5,4%). Dalam penelitian (Sari et al., 2018) juga Terdapat beberapa faktor yang berindikasi potensi besar pasar wisata di kalangan generasi muda yaitu jumlah pelajar dan mahasiswa yang terus meningkat, Peningkatan daya beli di antara kaum muda, serta pergeseran pola pikir generasi muda yang kini memandang perjalanan wisata sebagai aspek penting dalam hidup mereka. Generasi ini menganggap bahwa berwisata tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga menjadi sarana untuk memperluas wawasan budaya dan mengapresiasi keunikan destinasi

yang dikunjungi. Kombinasi faktor ini menciptakan peluang pasar yang menjanjikan dalam industri pariwisata, khususnya yang ditargetkan untuk wisatawan usia muda.

Analisis data penelitian mengenai latar belakang pendidikan responden menunjukkan distribusi mayoritas responden, yaitu 57 orang atau 51,4%, memiliki pendidikan terakhir SMA atau sederajat, kelompok kedua terbagi rata antara lulusan diploma dan sarjana/pascasarjana, masing-masing berjumlah 26 orang atau 23,4%, 1 orang dengan latar belakang pendidikan SMP setara dengan 0,9%, dan 1 orang (0,9%) memiliki pendidikan terakhir setingkat SD atau sederajat. (Rakhmatin & Sholeh, 2022) menyatakan bahwa tingkat pendidikan dapat membentuk pola pikir yang positif dan mendorong perilaku yang baik terhadap tempat wisata, mendorong keinginan untuk meningkatkan pengelolaan tempat wisata.

*Uji Normalitas*

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		111	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.5454299	
	Std. Deviation	1.35148534	
Most Extreme Differences	Absolute	.075	
	Positive	.066	
	Negative	-.075	
Test Statistic		.075	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.167	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.131	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.122
		Upper Bound	.140

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

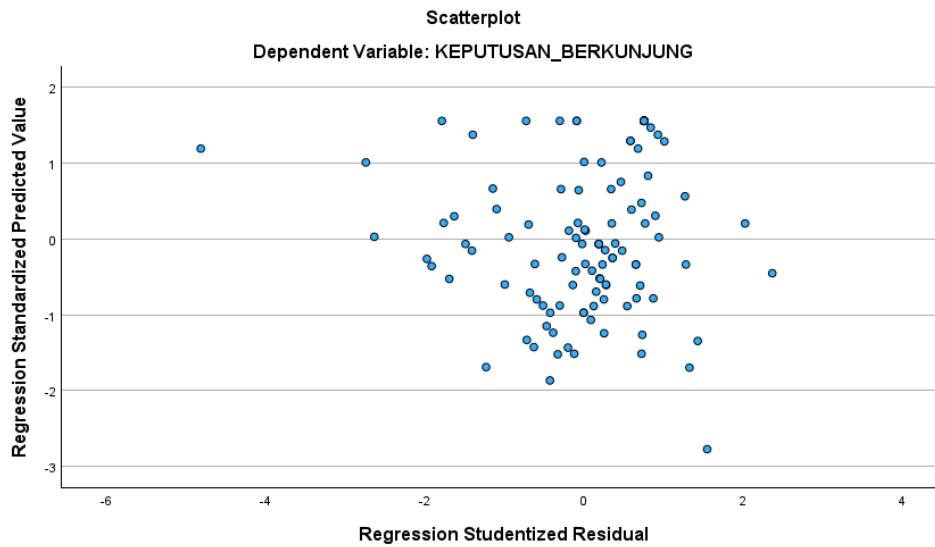
c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

**Gambar 2.1 Histogram**

Berdasarkan output hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov test diatas, diketahui nilai asymp.sig adalah sebesar  $0,167 > 0,05$ . Artinya dalam penelitian ini data sudah berdistribusi dengan normal. Sehingga uji asumsi klasik normalitas sudah terpenuhi.

*Uji Heteroskedastisitas*



**Gambar 2.2 Scatterplot**

Gambar di atas menunjukkan butir – butir yang membentuk pola tertentu yang teratur, dan butir tersebut menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, yang menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

*Uji Multikolinearitas*

**Tabel 2.2 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized B	Coefficients Std.Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1	(Constant)	9.788	3.172		3.086	.003		
	Motivasi_Intrinsik	.396	.176	.225	2.253	.026	.490	2.039
	Motivasi_Ekstrinsik	.824	.161	.510	5.110	<,001	.490	2.039

Seperti yang tertera pada tabel 2.4 di atas. Ada kemungkinan bahwa model ini tidak mengalami multikolinearitas karena nilai VIF setiap variabel bebas yaitu motivasi intrinsik dan variabel motivasi ekstrinsik adalah  $2,039 < 10$ , dan nilai toleransi adalah  $0,490 > 0,1$ .



*Teknik Analisa Data*

**Tabel 2.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized B	Coefficients Std.Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.788	3.172		3.086	.003
	Motivasi_Intrinsik	.396	.176	.225	2.253	.026
	Motivasi_Ekstrinsik	.824	.161	.510	5.110	<,001

Hasil persamaan regresi linear berganda berikut diperoleh berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 29 sebagai berikut :

$$Y = 9,788 + 0,396 (X1) + 0,824 (X2)$$

1. Nilai konstanta 9,788 menunjukkan ada pengaruh motivasi intrinsik dan ekstrinsik, maka besarnya keputusan berkunjung adalah 9,788 jika ada dua faktor tersebut.
2. Terdapat hubungan positif antara variabel bebas terhadap variabel terikat, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien regresi seluruh variabel bebas (motivasi intrinsik dan ekstrinsik) terhadap keputusan berkunjung. Jika variabel bebas ditingkatkan, maka akan berdampak pada keputusan berkunjung yang lebih baik.
3. Temuan menunjukkan koefisien regresi motivasi intrinsik terhadap keputusan berkunjung adalah 0,396, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan motivasi intrinsik akan berdampak pada keputusan berkunjung.
4. Koefisien regresi motivasi ekstrinsik terhadap keputusan berkunjung adalah 0,824, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan motivasi ekstrinsik akan berdampak pada keputusan berkunjung.

*Uji F (Simultan)*

**Tabel 2.5 Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2236.550	2	1118.275	48.551	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	2487.558	108	23.033		
	Total	4742.108	110			

Untuk mengevaluasi pengaruh simultan dari variabel bebas dan variabel terikat, uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Dengan jumlah peserta 111 dan variabel bebas 2, nilai F tabel sebesar 48,551 lebih besar dari 3,08, dan nilai signifikansi nya 0,001. H3 kemudian diterima. Ini menunjukkan bahwa kedua faktor ini berdampak positif dan signifikan pada keputusan berkunjung. Hal tersebut juga didukung

dengan hasil penelitian (Nendissa & Achmadi, 2018) menyatakan bahwa motivasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Kemudian berdasarkan penelitian (Hermanto, 2017) variabel motivasi intrinsik dan variabel motivasi ekstrinsik berpengaruh secara simultan atau bersama – sama terhadap keputusan berkunjung.

*Uji t (Parsial)*

Untuk mengevaluasi dampak individual variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan uji t. Proses ini melibatkan perbandingan antara nilai t hitung yang diperoleh untuk setiap variabel dengan nilai t tabel yang telah ditentukan. Dalam konteks penelitian ini, dengan jumlah sampel (n) sebanyak 111 dan tingkat signifikansi yang ditetapkan pada 0,05, nilai t tabel yang digunakan sebagai acuan adalah 1,65.

H1 diterima karena variabel motivasi intrinsik memiliki nilai t 2,253 dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 daripada t tabel 1,65. Ini menunjukkan bahwa motivasi intrinsik memengaruhi keputusan berkunjung secara signifikan dan positif. Hal ini didukung oleh penelitian (Hermanto, 2017) yang menyatakan bahwa variabel motivasi intrinsik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya dengan adanya motivasi intrinsik wisatawan lebih cenderung berwisata untuk kebutuhan psikologis, sebagai saran eksistensi diri, dan mendapatkan pengalaman baru untuk kepuasan batin.

Untuk variabel motivasi ekstrinsik, nilai t hitung adalah 5,110, dengan nilai signifikansi 0,001 lebih besar dari 0,05, dan nilai t hitung adalah lebih besar dari 1.65. Dengan demikian, H2 diterima. Ini menunjukkan bahwa motivasi dari sumber luar berdampak positif dan signifikan pada keputusan yang dibuat saat berkunjung. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Yudha et al., 2021) yang menyatakan bahwa motivasi sangat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berkunjung. Kemudian dalam penelitian (Hermanto, 2017) menyatakan bahwa variabel motivasi ekstrinsik berpengaruh secara positif terhadap sebuah keputusan berkunjung karena adanya dorongan sosial sehingga ingin mengetahui lebih mengenai sejarah dan budaya. Hal tersebut sesuai dengan teori motivasi ekstrinsik menurut (Basri et al., 2023) yaitu motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang berasal dari lingkungan sekitar.

*Koefisien Determinasi*

**Tabel 2.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	PRESS
1	.688	.473	.464	4.79927	2670.800

Dari tabel 2.6 kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 47% pada total kontribusi data. Variabel tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 53%.

Hasil analisis yang penulis lakukan nilai t hitung pada variabel motivasi intrinsik sebesar 2,253 dengan nilai signifikansi  $> 0,05$  lebih besar dari t tabel 1,65. dengan demikian H1 diterima. Hal ini bermakna motivasi intrinsik memberi pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Temuan ini dibuktikan dengan faktor – faktor sebagai berikut :

1. Keberagaman Sejarah

Kota Tua Jakarta merupakan tempat yang sarat akan peninggalan bersejarah. Di kawasan ini, terdapat sejumlah bangunan yang berasal dari masa penjajahan Belanda. Setiap bangunan ini memiliki narasi historis yang unik, mencerminkan berbagai aspek dari masa lalu Jakarta.

2. Pengalaman Unik

Wisatawan yang memiliki motivasi intrinsik cenderung tertarik untuk mempelajari lebih dalam tentang sejarah dan peristiwa tragis yang terjadi di lokasi tersebut karena memberikan pengalaman yang berbeda dari jenis perjalanan lainnya karena dapat memicu refleksi mendalam tentang hidup dan kematian.

Hasil tersebut di dukung dengan penelitian (Hermanto, 2017) menyatakan variabel motivasi intrinsik mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya dengan adanya motivasi intrinsik wisatawan lebih cenderung berwisata untuk kebutuhan psikologis, sebagai saran eksistensi diri, dan mendapatkan pengalaman baru untuk kepuasan batin. Adapun hal tersebut sesuai dengan teori motivasi intrinsik menurut (Basri et al., 2023) yang menyatakan bahwa indikator dari motivasi intrinsik ialah : 1) kebutuhan (*Needs*), seseorang termotivasi untuk melakukan sesuatu karena memiliki kebutuhan biologis dan psikologis. 2) Harapan (*Expectancy*), seseorang termotivasi untuk berhasil karena memiliki harapan keberhasilan yang memuaskan dirinya. 3) Minat, dimana seseorang melakukan suatu hal yang disukai dan diinginkan tanpa pengaruh dari luar.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan nilai t hitung untuk variabel motivasi ekstrinsik sebesar 5,110 dengan nilai signifikansi 0,001 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung 5,110 lebih besar dari 1,65. Dengan demikian, H2 diterima. Fakta-fakta berikut mendukung temuan ini :

1. Pusat Informasi dan Edukasi

Adanya pusat edukasi yang menyediakan latar belakang sejarah dan budaya bagi pengunjung yang tertarik dengan *dark tourism*.

2. Pengaruh Sosial

Wisatawan yang mengunjungi kawasan Kota Tua Jakarta berdasarkan rekomendasi dari teman atau keluarga. Adapun para pengunjung memiliki harapan dengan persepsi bahwa mengunjungi situs *dark tourism* menunjukkan bahwa dirinya merupakan bagian dari Kota Jakarta karena wawasan atau kepekaan sejarah yang lebih tinggi.

3. Penawaran Promosi Tour dari Sebuah Komunitas  
Saat ini banyak sekali komunitas yang melakukan *walking tour* dengan penawaran "*pay as you wish*" yang dimana para peserta tour sudah bisa mengikuti tour dengan pengalaman yang berharga dari para pemandu wisata yang berpengalaman hanya dengan mengeluarkan uang seikhlasnya.
4. Ketersediaan Pemandu Wisata  
Adanya pemandu wisata dapat membantu pengunjung untuk mendapatkan pengalaman yang mendalam dengan mendengarkan cerita – cerita menarik tentang *dark tourism* di kawasan Kota Tua Jakarta.
5. Festival dan Event Khusus  
Adanya penyelenggaraan festival seni yang menceritakan tentang sejarah *dark tourism* di kawasan Kota Tua Jakarta.

Hal ini menunjukkan jika motivasi ekstrinsik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan untuk berkunjung. Menurut (Yudha et al., 2021) motivasi merupakan faktor penting yang secara nyata dan substansial mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan kunjungan atau perjalanan ke suatu tempat. Semakin termotivasi seseorang, semakin besar pula peluangnya untuk memutuskan melakukan kunjungan. Kemudian dalam penelitian (Hermanto, 2017) menyampaikan variabel motivasi ekstrinsik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sebuah keputusan berkunjung karena adanya dorongan sosial sehingga ingin mengetahui lebih mengenai sejarah dan budaya. Hal tersebut sesuai dengan teori motivasi ekstrinsik menurut (Basri et al., 2023) Dengan kata lain, motivasi yang berasal dari lingkungan sekitar dikenal sebagai motivasi ekstrinsik.

Berdasarkan hasil analisis yang penulis lakukan dengan jumlah responden 111 dan variabel bebas 2, maka besaran nilai F tabel sebesar 3.08. hasil uji menunjukkan nilai F tabel sebesar  $48,551 > 3,08$  dan nilai signifikansi nya 0.001. Dengan demikian H3 diterima. Adapun temuan tersebut berdasarkan faktor – faktor sebagai berikut :

1. Reputasi Destinasi :  
Kawasan Kota Tua Jakarta sudah dikenal sebagai kawasan yang menyimpan banyak sejarah mengenai jaman kolonial sehingga dapat menjadi faktor menarik untuk para wisatawan memilih untuk berkunjung ke kawasan tersebut.
2. Penguatan Motivasi :  
Adanya rasa ingin tau mengenai sejarah (motivasi intrinsik) kemudian didukung dengan adanya promosi wisata yang menarik (motivasi ekstrinsik). Oleh karena itu, dengan adanya pengaruh motivasi yang selaras dapat menghasilkan keputusan berkunjung menjadi lebih kuat.

Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel berdampak secara bersamaan terhadap keputusan tentang pergi. Hal tersebut juga didukung dengan hasil penelitian (Nendissa & Achmadi, 2018) menyatakan bahwa motivasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan

berkunjung. Di dalam penelitian (Hermanto, 2017) Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel motivasi intrinsik dan ekstrinsik secara bersamaan.

### **Kesimpulan**

Setelah melakukan pengkajian mendalam terhadap data yang terkumpul serta menganalisis hasilnya, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan penting dari penelitian **“Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Dark Tourism di Kawasan Kota Tua Jakarta”** adalah penulis menemukan bahwa motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik masing – masing berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan terkait wisata *dark tourism* di kawasan Kota Tua Jakarta. Kemudian penulis juga menemukan bahwa motivasi intrinsik dan ekstrinsik berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata *dark tourism* di kawasan Kota Tua Jakarta.

### **Implikasi Penelitian**

Terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan adalah :

1. Bagi pengelola

Temuan studi ini mengungkapkan faktor eksternal menjadi pendorong utama keputusan wisatawan untuk mengunjungi area Kota Tua Jakarta. Berdasarkan hal ini, pihak pengelola dapat mempertimbangkan beberapa strategi dimana pengelola dapat membuat penawaran diskon untuk kunjungan berkelompok atau pada hari – hari tertentu dan membuat program loyalitas untuk pengunjung yang sudah pernah datang sehingga pengunjung tersebut berminat untuk berkunjung kembali. Pengelola Kota Tua Jakarta juga dapat mengembangkan teknologi augmented reality (AR) dilingkungan sekitar untuk bisa melihat Kota Tua di masa lalu sehingga dapat membuat atmosfer di kawasan Kota Tua lebih menarik daripada sekedar membaca dari papan informasi dan membuat pengunjung merasa seolah – olah mereka merasa melakukan perjalanan waktu ke masa lalu.

2. Bagi komunitas industri pariwisata

Penulis berharap komunitas industri pariwisata yang saat ini sedang banyak menyelenggarakan kegiatan *walking tour* bisa lebih memperkenalkan wisata *dark tourism* di kawasan Kota Tua Jakarta. Sehingga menimbulkan kemungkinan para pengunjung tersebut untuk merekomendasikan kepada kerabatnya untuk berkunjung ke Kota Tua Jakarta, karena hal itu dapat menguntungkan setiap komunitas industri pariwisata karena akan lebih banyak lagi pengunjung yang mengikuti kegiatan *walking tour* yang disediakan oleh komunitas industri pariwisata tersebut.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini menunjukkan motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi daya tarik wisata *dark tourism* di Kota Tua Jakarta sebanyak 47%. Artinya terdapat pengaruh dari variabel lain yang

mempengaruhi sebanyak 53%. Dalam penelitian yang akan datang, penulis berharap dapat memperluas lingkup penelitian untuk mengetahui motivasi intrinsik dan ekstrinsik serta faktor lain yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berkunjung ke kawasan Kota Tua Jakarta.

## References

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Basri, M., Mashuri, A., Reski, M., & Tinggi Ilmu Manajemen Lasharan Jaya Makassar, S. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kinerja Aparat Sipil Negara. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 204–212.
- Benedicta, J. Y., & Eviana, N. (2022). Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor. *Edu Turisma: An International Journal of Tourism and Education*, 7(1), 2022.
- Chandra, A. W., Goldra, G. P. N., & Solehah, Sri Purwanti, A. W. (2022). Tinjauan Ruang Kota Dan Makanan Pada Kawasan Zona Inti Kota Tua Jakarta Dengan Teori the Power of Place (Studi Kasus : Kedai Seni Djakarta Dan Pedagang Kerak Telor). *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 5(1), 189–197. <http://ejournal.upi.edu/index.php/jaz->
- Dalton, D. (2015). *Dark Tourism and Crime* (Vol. 14, Issue 5).
- Dewi, J. S. R. M., Fonsen, M. J., Aprilia, A. D., Syahri, A. R., H, S. C. L., Zuhair, Y. A., & Wachyuni, S. S. (2022). Motivasi, Persepsi, dan Perilaku Pasca Konsumsi Wisatawan Domestik Terhadap Kuliner Sate Klatak di Imogiri Timur Yogyakarta. *Sasdaya: Gadjah Mada Journal of Humanities*, 6(2), 150–166. <https://doi.org/10.22146/sasdaya.6380>
- Dunkley, R. (2016). A light in dark places? Analysing the impact of dark tourism experiences on everyday life. *Dark Tourism: Practice and Interpretation, January 2017*, 108–120. <https://doi.org/10.4324/9781315575865>
- Fonseca, A. P., Seabra, C., & Silva, C. (2015). Dark Tourism: Concepts, Typologies and Sites. *Journal of Tourism Research & Hospitality*, 05(January), 1–6.
- Ghozali. (2006). No Title. *Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Di Lembah Tepus Bogor Tambahkan*, Vol. 7 No., 7–8.
- Hermanto, P. A. (2017). Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata Monumen Kresek Madiun. *Universitas Nusantara PGRI Kediri, 01*, 1–7.
- Isnaini dan Abdillah. (2018). “Pengaruh Citra Merek Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung serta Dampaknya pada Minat Berkunjung Ulang.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1), 1–35.
- Koskinen-koivisto, E. A. (2020). Dark Heritage. *Encyclopedia of Global Archaeology, August*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-51726-1>
- Min, J., Yang, K., & Thapa-Magar, A. (2021). Dark tourism segmentation by tourists’ motivations for visiting earthquake sites in Nepal: implications for dark tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(8), 866–878. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1925315>
- Muksin, D. R. M., & Sunarti. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 55(1), 196–203.
- Mulyana, D. (2019). Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya. *Metode Penelitian Kualitatif*, 43.
- Nendissa, G. D. J., & Achmadi, R. (2018). Pengaruh Lokasi dan Motivasi Wisata terhadap keputusan Berkunjung di Alam Curug Gongseng Kuningan Jakarta. *Jurnal Eduturisma*, 3(1), 5–20.
- Rakhmatin, W. D., & Sholeh, M. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan Wisatawan Terhadap Perilaku Peduli Lingkungan Di Objek Wisata Waduk Cengklik Kabupaten Boyolali. *Edu Geography*,

- 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.15294/edugeo.v10i1.56431>
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–22. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13762>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. 5(1), 90–96.
- Suroto, P. Z., Sampe, M. Z., & Made Handijaya Dewantara. (2020). Eksplorasi Pengalaman Terhadap Risiko Berwisata Pada Konsumen Wisata Perempuan Di Indonesia. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 8(2), 127–136. <https://doi.org/10.35814/tourism.v8i2.1649>
- Tengku, P. L. B., Erni, J., & M, .Herdit Maitama. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Wyatt, B. (n.d.). *Designing dark tourism experiences : An exploration of edutainment interpretation at lighter dark visitor attractions*. 1–31.
- Yosandri, B. J., & Eviana, N. (2022). *Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi dan Aksesibilitas di Lembah Tepus Bogor*. 7(2), 1–23.
- Yudha, C. K., Yoga, I. G. A. P., & Mandira, I. M. C. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Psikologis Wisatawan Pada Keputusan Berkunjung. *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 166. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v6i2.1360>