

Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Konsumen Kopi Nako Kebon Jati Bogor

*Service Quality,
Tourist Attraction,
Visiting Interest*

Muhammad Dendy Yudhatama¹, Tarida Marlin Surya Manurung²

Program Studi Pariwisata, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan

E-Mail: marlin1408@gmail.com

21

Submitted:
OCTOBER 2024

Accepted:
JANUARY 2025

ABSTRACT

The number of cafes in Bogor City has increased very significantly. The increase in cafes moves along with the rise in tourist visits to Bogor. Many cafes are starting to offer natural beauty and have become one of tourist interest in the city of Bogor. Kopi Nako Kebon Jati is a cafe whose natural beauty is widely discussed through F&B cafes on several social media. Kopi Nako Kebonjati is a cafe that introduces the natural beauty of the city of Bogor from a height and natural views and the city of Bogor. This study reach out the knowledge of influence tourist attractions and service quality have give on interest in visiting Kopinako Kebonjati Bogor. Using a primary data that collected by spreading questionnaires to Kopinako Kebonjati visitor as a respondents. The number of respondents determined by using Slovin equation so that there were 118 respondents. The data in this study processed using SPSS stactival software version 26 and used multiple linear regression as a estimation model. The study showed that there is a positive significant effect on interested in visiting caused by tourist attraction, on the other hands there is a similar effect caused by service quality interested in visiting. The test results also found that there was a simultaneous influence exerted by attractiveness and service quality on visiting interest.

Key Words: *Interested in Visiting Tourist Attraction, Service Quality*

ABSTRAK

Jumlah cafe di Kota Bogor mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Peningkatan cafe tersebut bergerak searah dengan meningkatnya kunjungan wisatawan di Kota Bogor. Banyak cafe yang mulai menawarkan keindahan alam dan menjadi salah satu sebuah objek wisata di Kota Bogor. Kopi Nako Kebon Jati merupakan salah satu cafe yang banyak sekali diperbincangkan keindahan alamnya melalui F&B cafe di beberapa media sosial. Kopi Nako Kebonjati merupakan cafe yang memperkenalkan keindahan alam kota bogor dari ketinggian dan pemandangan alam serta kota bogor. Studi ini ditujukan untuk mendalami pengaruh yang diberikan oleh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan pada minat berkunjung Kopi Nako Kebonjati Bogor. Studi ini memakai jenis data primer yang didapatkan melalui kuisisioner berupa jawaban responden menyangkut pernyataan yang diajukan. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin sehingga didapati sebanyak 118 responden yang diolah menggunakan software statistik SPSS dan diuji dengan analisis regresi linier berganda. Hasi studi menunjukkan adanya pengaruh secara positif parsial terhadap minat berkunjung. Hasil pengujian pun menemukan bahwa adanya pengaruh secara simultan yang diberikan oleh daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung.

Kata Kunci: Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Minat Berkunjung

PENDAHULUAN

Bidang pariwisata menadi sektor yang mengalami perkembangan begitu pesat pada era sekarang. Sektor pariwisata menjadi sektor yang menjadi salah satu kunci penggerak ekonomi sehingga dapat membuka banyak lapangan perkerjaan seiring dengan dibukanya

JIPKES

Jurnal Ilmiah Pariwisata
Kesatuan
Vol. 6 No. 1, 2025
pp. 21-30
IBI KESATUAN
E-ISSN 2745 – 7524
DOI: 10.374/jipkes.v6i1.3329

zona pariwisata atau area pariwisata yang dengan demikian akan aktivitas pariwisata dapat memerangi pengangguran (Choirunnisa & Karmilah, 2021). Peningkatan kinerja pariwisata direpresentasikan oleh antusiasme wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata. Perkembangan industri pariwisata dirasakan oleh berbagai macam kota di Jawa Barat khususnya di Kota Bogor.

Kota Bogor merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah wisatawan yang tinggi dan jumlah tempat rekreasi yang cukup banyak, terutama tempat wisata yang bernuansa alam. Beberapa tempat wisata di Bogor lebih menonjolkan keindahan alamnya tanpa memikirkan fasilitas untuk mendukung pengunjung dalam menikmati keindahan alamnya, salah satunya yaitu tempat yang memadai dan penunjang lainnya seperti makanan dan minumannya.

Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bogor (2022) terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bogor. Peningkatan wisatawan domestik maupun mancanegara meningkat sebesar 20% dari tahun 2017 hingga tahun 2019. Pada tahun 2019 tercatat jumlah pengunjung Bogor, yaitu sebanyak 9,1 juta orang dimana untuk wisatawan domestik masih mendominasi dengan jumlahnya sebanyak 9,1 juta orang. Sementara untuk wisatawan mancanegara berjumlah 288.681 orang. Peningkatan jumlah wisatawan di Kota Bogor membuat usaha *coffee shop* kian bertumbuh subur di Kota Bogor.

Menurut data terbaru BPS Provinsi Jawa Barat (2020), pada tahun 2017 jumlah *café* di Bogor berada di angka 6 dan perkembangan *coffee shop* di Bogor pada tahun 2018 meningkat pesat menjadi 210 *café*. Salah Satu *Coffee Shop* yang saat ini sedang ramai diperbincangkan di Bogor, yaitu Kopi Nako Kebon Jati. Pada awal dilakukannya grand opening, Kopi Nako Kebon Jati menjadi salah satu *café* yang sangat ramai diperbincangkan pada beberapa sosial media, seperti Instagram dan tiktok. orang. Satu diantara banyaknya *coffee shop* yang berinovasi untuk memperkenalkan keindahan alam Kota Bogor dari ketinggian dan pemandangan alam dan Kota Bogor lewat sebuah tempat F & B. Jumlah *coffee shop* di Kota Bogor terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, peningkatan tersebut bergerak beriringan dengan kenaikan jumlah wisatawan Kota Bogor.

Peningkatan jumlah *coffeshop* tersebut menunjukkan adanya persaingan yang semakin ketat pada sektor F&B khususnya pada bidang *coffee shop*. Para pelaku *coffee shop* dituntut untuk berinovasi dengan membangun sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman sekaligus memanfaatkan keindahan alam yang ada di Bogor untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan sehingga menjaga keberlangsungan *coffee shop*.

Minat berkunjung menjadi dasar pengambilan keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata. Minat menunjukkan keinginan yang tinggi berasal dari hati suatu individu terhadap sesuatu (Sinaga et al., 2020). Dalam konteks pariwisata minat berkaitan dengan minat berkunjung suatu individu dimana adanya keinginan yang tinggi untuk mengunjungi suatu objek. Menurut Bella (2020) minat berkunjung adalah motivasi yang menjadi sebab individu mengalami ketertarikan pada suatu objek wisata. Minat kunjungan wisatawan dapat terbentuk melalui faktor eksternal yang dapat menjadi keunggulan pengelola objek usaha untuk dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung.

Daya tarik wisata dapat menjadi keunggulan suatu objek wisata dalam menarik perhatian wisatawan sehingga wisatawan dapat termotivasi dan menumbuhkan niat untuk berkunjung wisatawan. Menurut Aliyah (2017) Daya tarik wisata dapat menjadi pemicu wisatawan untuk melakukan kunjungan pariwisata suatu objek tertentu dengan motivasi untuk melakukan kunjungan dalam wisata tersebut. Daya tarik wisata memainkan peran penting dalam menarik perhatian wisatawan karena daya tarik wisata menjadi dasar yang penting bagi wisatawan untuk datang dan mengunjungi suatu objek wisata.

Kualitas pelayanan memerankan peran penting dalam memenangkan persaingan dimana suatu objek wisata dapat memberikan jaminan layanan yang lebih baik kepada para wisatawan. Kualitas pelayanan dapat mencakup perhatian, ketepatan, kecepatan

selama proses pelayanan suatu objek wisata. Kualitas pelayanan adalah tindakan yang dilakukan untuk mencapai kepuasan dari kebutuhan konsumen yang dilakukan secara bergairah berdasarkan jenjang kesempurnaan suatu jasa atau produk. (Maulidya, et al., 2019). Pelayanan yang berkualitas memerankan peran penting dalam memicu minat berkunjung wisatawan sehingga menimbulkan motivasi atau dorongan untuk melakukan aktivitas kunjungan. Untuk membuktikan bahwa daya tarik dan kualitas pelayanan dapat menjadi alasan wisatawan untuk berkunjung, oleh karena itu penulis menetapkan tujuan penelitian antara lain 1) memahami kausalitas antara daya tarik dengan minat berkunjung wisatawan Kopi Nako Kebonjati. 2) memahami kausalitas antara kualitas pelayanan dengan minat berkunjung wisatawan Kopi Nako Kebonjati. 3) memahami kausalitas antara daya tarik dan kualitas pelayanan dengan minat berkunjung wisatawan Kopi Nako Kebonjati. Adapun hipotesis yang diajukan berdasarkan paparan pendapat pakar dan studi terdahulu antara lain sebagai berikut H1 : Daya tarik memberikan pengaruh secara positif pada minat kunjungan wisatawan. H2 : Kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara positif pada minat kunjungan wisatawan. H3 : Daya tarik dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh secara simultan pada minat kunjungan wisatawan,

LANDASAN TEORI

Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990, “bidang usaha pariwisata terbagi menjadi 3 sektor antara lain konsultan pariwisata, pengusaha daya tarik dan objek, usaha jasa pariwisata. Menurut Maharani & Mahalika (2020) pariwisata merupakan macam aktivitas wisata yang mendapat dukungan sarana serta pelayanan yang diakomodir oleh komunitas, pebisnis, pemerintah daerah dan pemerintah pusat. Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara mudah dapat diartikan sebagai perjalanan individu atau komunitas dari suatu tempat beranjak kepada tempat lainnya dengan melakukan perencanaan untuk rentang waktu tertentu, bertujuan untuk rekreasi serta mendapatkan hiburan hingga memenuhi keinginan.

Minat Berkunjung

Menurut Bella (2020) minat berkunjung adalah motivasi yang menjadi sebab individu mengalami ketertarikan pada suatu objek wisata. Minat timbul atas rasa ketertarikan konsumen pada suatu produk jasa atau barang yang dilatar belakangi oleh karakter eksternal konsumen dan internal konsumen (Rosdianan, 2019).

Daya Tarik Wisata

Menurut Achmad et al., (2019) Daya tarik wisata ialah faktor yang memegang peran krusial pada aktivitas kepariwisataan karena daya tarik wisata merupakan faktor fundamental suatu objek kepariwisataan dalam mengandung suatu nilai tambah yang dapat menciptakan ketertarikan wisatawan hingga bersedia melakukan kunjungan kepariwisataan ke suatu objek wisata. daya tarik wisata adalah suatu zona yang mengandung nilai keindahan, keunikan dan kemudahan yang berbentuk kekayaan alam ataupun keindahan buatan yang menarik serta mengandung nilai hingga layak untuk dinikmati dan dikunjungi wisatawan (Utama &Wayan. 2018).

Kualitas Pelayanan

Menurut Rusydi (2017) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ialah kapasitas suatu entitas usaha dalam menghadirkan pelayanan yang bermutu dan terbaik disandingkan dengan para kompetitor. Evaluasi pelayanan dijalankan menyeluruh pada perlakuan dan sikap yang diberikan oleh fasilitator menyesuaikan dengan kriteria dan kebutuhan konsumen. Kualitas layanan menjadi indikator untuk menaksir nilai yang terkandung pada jasa atau barang sudah sesuai dengan yang dilakukan (Suntoyo, 2020).

METODE PENELITIAN

Studi ini berjenis kuantitatif eksplanatif. Objek yang diteliti pada studi ini adalah daya tarik wisata, kualitas pelayanan dan minat berkunjung. Subjek penelitian ini adalah konsumen Kopinako Kebonjati. Studi ini menggunakan teknik *probability sampling*

dikarenakan pengambilan sampel studi dilakukan secara acak. Unit analisis pada studi ini adalah konsumen Kopinako Kebonjati

Pemilihan sampel berdasarkan rumus slovin sehingga didapat minimal responden sebanyak 100. Data dalam studi ini dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner dalam bentuk *googlde form* kepada konsumen Kopinako Kebonjati.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini mengumupulkan sebanyak 118 responden yang disebar melalui *google form* kepada pengunjung Kopinako Kebonjati. Data kuisioner diolah melui *software* statistika SPSS 26 untuk mengetahui hasil pengujian.

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Didapati total responden sebanyak 118 responden yang dilkasifikasian berdasarkan jenis kelamin dan rentang. Didapati sebanyak 61 responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 54.2%, sebanyak 57 responden berjenis kelamin perempuan atau sebesar 48.8%. Dari 118 responden, didapati sebanyak 64 responden berusia 17-22 thun dengan presentase dari total responden sebesar 54.2% atau dengan kata lain mayoritas responden berusia 17-22 tahun. Didapati sebanyak 52 responden berusia 23-28 tahun dengan presentase dari total respoendon sebesar 41.5% dan sebanyak 5 responden berusia >30 tahun dengan presentase total responden sebesar 4.2%

Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan tingkat signifikansi dari 13 items sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Didapati nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel $df = (118-2) = 116$, didapati nilai r-tabel sebesar 0.1522. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa items pada studi ini dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji Reabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpah dari masing-masing variabel sebesar 0.898, 0.809, 0.725. Nilai terseut lebih besar dari 0.7 atau dengan kata lain items pada studi ini dapat dikatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Pada hasil uji normalitas didapat nilai Test Statistic sebesar 0.077 dan Asymp.Sig sebesar 0.082. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05 atau dengan kata lain data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Pada hasil uji multikolineritas didapat nilai VIF sebesar 2.154 dan 2.134 serta nilai *tolerance* sebesar 0.464 dan 0.414. Nilai VIF lebih kecil dari 10.000 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0.1 sehingga dapat ditafsirkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada hasil uji heteroskedastisitas masing-masing nilai sig sebesar 0,351 dan 0.827. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05 atau dengan kata lain data yang digunakan pada studi ini tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dirumuskan melalui persamaan sebagai berikut $Y = -0.410 + 0.331X_1 + 0.255X_2$. Dapat ditafsirkan bahwa nilai konstanta a) Nilai konstanta sebesar -0.410 menunjukkan bahwa ketika variabel X_1 dan X_2 mengalami kenaikan dalam bilangannya, maka akan memberikan pengaruh negative pada Y . b) X_1 sebesar 0.331 memberikan pegraruh positif. c) X_2 sebesar 0.255 memberikan pengaruh yang positif kepada minat berkunjung.

Hasil pengujian parsial variabel daya tarik menunjukkan nilai sig sebesar 0.000 dengan t-hitung lebih besar dari t-tabel atau $10.344 > 1.2888$ yang menunjukan bahta daya tarik berpengaruh positif terhadap minat kunjung. Didapati hasil pengujian kualitas pelayanan menunjukkan nilai sig sebesar 0.000 dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel atau

3.134 > 1.2888. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap minat berkunjung

Hasil Uji T

Tabel 1. 1 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.410	3.400		-.121	.904
	X1	.331	.032	.701	10.344	.000
	X2	.255	.081	.212	3.134	.002

Sumber : Hasil Pengujian SPSS (2024)

Hasil Uji F

Tabel 1. 2 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3539.755	2	1769.878	176.954	.000 ^b
	Residual	1150.219	115	10.002		
	Total	4689.975	117			

Sumber : Hasil Pengujian SPSS (2024)

Hasil pengujian simultan diatas menunjukkan nilai signifikansi dari keseluruhan variabel terhadap minat berkunjung. Didapati nilai sig yang lebih kecil dari batas kritis 0.1 atau $0.000 < 0.1$ serta nilai f-hitung yang melebihi f-tabel atau $176.954 > 2.35$. Maka dapat ditafsirkan bahwa variabel prediktor memberikan pengaruh secara Bersama sama pada variabel responden

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
.869 ^a	.755	.750

Sumber : Hasil Pengujian SPSS (2024)

Hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai R-square sejumlah 0,755 serta nilai koefisien determinasi diatas menunjukkan nilai R Square sebesar 0.755 dan Adjusted R Square sebesar 0.75. Nilai tersebut menerangkan bahwa 75% perubahan minat berkunjung dipengaruhi oleh variabel prediktor (daya tarik dan kualitas pelayanan) dan 25% minat berkunjung dipengaruhi oleh variabel yang tidak digunakan pada studi ini.

Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1) terhadap Minat Kunjung Konsumen Kopi Nako Kebon Jati

Hasil pengujian parsial mengenai pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara daya tarik terhadap minat berkunjung kopi nako kebonjati bogor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.1 atau $0.000 < 0.1$ dan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel atau $10.344 > 1.2888$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka H_a dapat diterima dan H_0 ditolak.

Indeks jawaban responden menunjukkan bahwa pernyataan kualitas pelayanan memperoleh rata-rata yang tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh jawaban responden terhadap pernyataan kuisisioner items 1.1 atau DT1.1 dimana “Kopi nako kebon jati memiliki objek pemandangan pegunungan sebagai daya tarik”. Daya tarik Kopi nako kebonjati mengusum konsep outdoor dengan pengalaman wisata alam yang dikelilingi oleh pohon pinus dan keindahan suasana diatas pegunungan dengan pemandangan yang indah. Daya tarik tersebut memiliki nilai keunikan, keindahan dan keanekaragaman kekayaan alam sehingga menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat yang menarik berdasarkan keindahan dan keunikannya.

Studi ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Nurbaeti et al. (2021) yang menemukan adanya pengaruh positif yang diberikan oleh daya tarik wisata terhadap minat kunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Minat Kunjung Konsumen Kopi Nako Kebon Jati

Hasil pengujian parsial mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kopi nako kebonjati bogor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.1 atau $0.000 < 0.1$ dan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel atau $3.134 > 1.2888$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka H_a dapat diterima dan H_0 ditolak

Indeks jawaban responden menunjukkan bahwa pernyataan kualitas pelayanan memperoleh rata-rata yang tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh jawaban responden terhadap pernyataan kuisioner items 1.1 atau KP1.1 dimana "Respon pelayanan yang cepat". Hal ini terjadi dikarenakan adanya respon baik dan cepat yang diberikan oleh staff kopi nako kebonjati ketika dihadapkan dengan pemenuhan kebutuhan dan sesuai dengan ekspektasi wisatawan. Dengan kata lain kualitas pelayanan yang diberikan oleh kopi nako kebon jati yang mengenai tanggapan waktu, pemecahan masalah dan ketepatan terhadap permasalahan dan permintaan pengunjung diekspektasikan positif. Ketika pelayanan yang diterima atau dirasakan telah memenuhi ekspektasi maka kualitas pelayanan yang diberikan akan dipersepsikan dengan baik dan memuaskan sehingga mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.

Selain itu, para konsumen yang berkunjung ke Kopi Nako Kebon Jati, mayoritas berkunjung dengan tujuan untuk menikmati *view* yang dihadirkan oleh Kopi Nako Kebon Jati, yakni hamparan Gunung Salak serta 384 pohon jati yang tidak ditebang. Ditambah dengan pemandangan *sunrise* dan *sunset* yang ternampak jelas ditengah megahnya Gunung Salak. Hal ini didukung dengan kualitas jawaban responden terkait variabel minat kunjung, diperoleh nilai rata-rata tertinggi pada butir pernyataan "Saya memiliki minat untuk berkunjung setelah melihat fasilitas, pemandangan dan suasana yang ditampilkan pada unggahan akun media sosial Instagram Kopi Nako Kebon Jati".

Studi ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh Yulamsi & Kumbara (2022) yang menemukan adanya pengaruh positif yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap minat kunjung.

Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Minat Kunjung Konsumen Kopi Nako Kebon Jati

Berdasarkan hasil pengujian simultan, diperoleh variabel daya tarik, kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat berkunjung dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dengan nilai F-hitung sebesar 176.954. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.1 atau $0.000 < 0.1$ dan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel atau $176.954 > 2.35$ dengan kata lain variabel daya tarik (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel predictor. Konsep outdoor dengan pengalaman wisata alam dengan suasana diatas pegunungan yang dikelilingi oleh pohon pinus serta pelayanan yang berkualitas dalam menanggapi kebutuhan dan ekspektasi wisatawan memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Djunaidi (2020) mengenai pengaruh daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung objek wisata taman Fatahilah yang menemukan adanya pengaruh simultan antara daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung.

PENUTUP

Berdasarkan analisis dan pengujian hipotesis mengenai "Pengaruh Daya Tarik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kopi Nako Kebonjati" mengungkapkan temuan yang dapat disimpulkan bahwa Variabel daya tarik berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung Kopi Nako Kebonjati. Hal ini dibuktikan dengan adanya tanggapan positif terhadap pernyataan yang diberikan kepada pengunjung Kopi Nako Kebonjati mengenai daya tarik yang ditawarkan Kopi Nako Kebonjati sehingga mempengaruhi minat berkunjung ke Kopi Nako Kebonjati. Kualitas pelayanan

memberikan pengaruh positif terhadap minat berkunjung ke Kopi Nako Kebonjati. Pelayanan yang responsif, tepat yang diberikan oleh staff kopi nako kebonjati ketika dihadapkan dengan pemenuhan kebutuhan dan sesuai dengan ekspektasi wisatawan sehingga memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kopi Nako Kebonjati. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan kepada pengunjung Kopi Nako Kebonjati sehingga kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung Kopi Nako Kebonjati. Ditemukan adanya pengaruh positif secara simultan antara daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung Kopi Nako Kebonjati. Konsep outdoor yang ditawarkan Kopi Nako Kebonjati memberikan pengalaman wisata alam yang menjadi daya tarik serta pelayanan yang berkualitas dalam menanggapi kebutuhan dan ekspektasi wisatawan memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan

Adapun saran yang diberikan untuk manajerial Kopi Nako Kebonjati diharapkan untuk mempertahankan dan meningkatkan konsep outdoor Kopi Nako Kebonjati karena daya tarik memerankan hal yang penting dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke Kopi Nako Kebonjati. Dengan memaksimalkan daya tarik tersebut dapat menjadi modal utama bagi Kopi Nako Kebonjati dalam menghadapi persaingan usaha sejenis. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Kopi Nako Kebonjati. Makadari itu, manajerial Kopi Nako Kebonjati disarankan untuk selalu meningkatkan dan mengevaluasi pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Dengan adanya hal tersebut menciptakan rasa kenyamanan diantara kalangan para wisatawan dan memberikan pengalaman dilayani dengan baik sehingga dapat lebih meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke Kopi Nako Kebonjati.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abubakar, Rusydi. 2017. Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung. Choirunnisa, I., & Karmilah, M. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(2), 89–109.
- [2] Sinaga, O. S., Candra, V., & Putri, D. E. (2020). Peran Fasilitas Dan Harga Untuk Mendorong Minat Berkunjung Dalam Situasi Covid 19 (Studi Pada Taman Hewan Kota Pematangsiantar). *Jurnal Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, September, 431–438.
- [3] Bella, Sonia. 2020. “Pengaruh Eelectronic Word Of Mouth dan Citra Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Bali Lestari Kabupaten Serdang Bedagai”. Skripsi. Sumatera Utara: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- [4] Aliyah, K. A. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian dengan Viral Marketing Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Steak & Resto Karanganyar). *Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- [5] Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 221-240, Vol 11 (2).
- [6] Undang Undang tentang Kepariwisataaan, UU No. 9 Tahun 1990. Jakarta: Menteri Sekretaris Negara
- [7] Achmad, F., Prambudia, Y., & Rumanti, A. A. (2023). Improving Tourism Industry Performance through Support System Facilities and Stakeholders: The Role of Environmental Dynamism. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5).
- [8] Abubakar, Rusydi. 2017. Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung.
- [9] Maharani, A., & Mahalika, F. (2020). New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi (New Normal TourismAs A Support Of National Economic Resistance In The Pandemic Period).

- [10] Prayogo, Rangga Restu. (2018). *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- [11] Nurbaeti, Rahmanita M, Ratnaningtyas H, Amrullah. (2021) Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *urnal Ilmu Sosial dan Humaniora* Vol. 10, No. 2
- [12] Yulasmi, Vicky Brama Kumbara (2022). "Determinasi Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Melalui Kepuasan Konsumen Pada Daerah Wisata Harau". *JSIT* Vol.1 No.1 Tahun 2022.
- [13] Ika Suryono Djunaid (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Objek Wisata Kawasan Taman Fatahilah Di Kotatua Jakarta. *Jurnal Pesona Hospitality* Volume 13 No.1
- [14] Hendarsyah, D., Muktiadji, N., Pasaribu, J. S., Sudirjo, F., Putra, R. B., Pratama, B., ... & Amna, A. A. P. (2023). Sistem informasi manajemen. *Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi*.
- [15] Purba, R., Nugroho, L., Santoso, A., Hasibuan, R., Munir, A., Suyati, S., ... & Supriadi, Y. (2023). Analisis Laporan Keuangan (Cetakan-1). *Padang: Penerbit PT Global Eksekutif Teknologi*.
- [16] Gumelar, G., & Evianti, D. (2022). Analisis Rasio Profitabilitas dan Solvabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan: Studi Empiris Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2015-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 509-522.
- [17] Gendalasari, G. G., & Riyadi, R. (2021, December). The Effect of GRDP Growth, Per Capita GRDP, Population on School Expectation Rates in West Java Province (2012-2019 Period). In *International Conference on Global Optimization and Its Applications 2021* (pp. 263-263).
- [18] Gendalasari, G. G. (2020). A Market-Based analysis On Small and A Medium Busines Strategies in Bogor's Footwear Industry. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi dan Bisnis*, 2(1), 153-166.
- [19] Noor, T. D. F. S., & Mulyana, M. (2024). The Brand Gestalt And Green Marketing As Part of Achieving Village Tourism Sustainability.
- [20] Pamungkas, B., Said, J., Mohammed, N., Djanegara, M. S., Magdalena, M., Maulina, D., ... & Sarah, S. (2024). Enhancing the competitiveness of Malaysian and Indonesian MSME through governance and digitalization. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 43(1), 380-389.
- [21] Amyar, F., Djanegara, M. S., Pamungkas, B., Akbar, B., & Suwarno, S. (2024). Estimating the mediating role of value chain in good corporate governance and asset growth.
- [22] Roup, A., & Purwanto, E. (2022). Dampak Implementasi Enterprise Resource Planning Terhadap Kualitas Informasi Keuangan, Manajemen Laba, Dan Return Of Equity. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 533-540.
- [23] Nababan, S. M., & Muktiadji, N. (2022). Efektivitas Sistem Pengendalian Intern Atas Prosedur Penerimaan Dan Pengeluaran Kas Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 161-170.
- [24] Munawar, A., Rahmayanti, R., & Mulyana, M. (2022). The Effect Of Intellectual Capital, Company Growth, And Return On Assets On Company Value [Study on Building Construction Subsector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2021 Period]. *Account Receivable Collecting System*.
- [25] Pamungkas, B., Said, J., Mohammed, N., Djanegara, M. S., Magdalena, M., Maulina, D., ... & Sarah, S. (2024). Enhancing the Competitiveness of Malaysian and Indonesian MSME Through Governance and Digitalization.
- [26] Marpaung, A. M., Marpaung, B. S., & Rahmawati, D. (2023). Effect of earning per share, debt to equity ratio and cash ratio to the dividend payout ratio. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 6(8), 3644-3653.

- [27] Mekaniwati, A., Bon, A. T., Rainanto, B., & Lulaj, E. (2023). Sustainable Performance for Batik Small and Medium Enterprises Viewed from Dynamic Capabilities, Marketing Orientation and Green Marketing. *CEMJJ*, 31(2), 639-652.
- [28] Rainanto, B. H., Bon, A. T., & Purba, J. H. V. (2022). Developing the conceptual model of sustainable industrial performance in the hospitality industry. *International Journal of Global Optimization and Its Application*, 1(2), 80-89.
- [29] Muktiadji, N., & Pamungkas, B. (2022). The Effect of Financial Ratio on Stock Price of Banks Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 22(24), 232-240
- [30] Sitanggang, T., Aryati, T., Pamungkas, B., & Agoes, S. (2022). The Role of the Audit Committee to Increase the Influence of Audit Quality and Internal Control on Earning Management. *Technium Soc. Sci. J.*, 29, 399.
- [31] Hasibuan, D. H., & Hilary, V. (2021). Does Corporate Social Responsibility Enhance the Impact of Financial Performance On Firm Value?. *World*, 2.
- [32] Hidayah, N. N., Amyar, F., & Hasibuan, D. H. (2022). Government Audit Quality: Audit Expectation–Performance Gap. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 373-386.
- [33] Amyar, F., Rahma, A., Azis, N., & Suwarno, S. (2023). The Effect of Auditor's Professional Skepticism and Whistleblowing System on Fraud Detection: Evidence from Indonesian Public Sector Audit. *Research Horizon*, 3(4), 477-486.
- [34] Setiawan, H., & Hadjidah, N. (2022). Analysis of Fundamental Factors to Improve the Performance of Hospitality and Tourism Companies: Case Study of Companies Listed on IDX Before and After COVID-19. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(3), 25-35.
- [35] Rahayu, S., Limakrisna, N., & Purba, J. H. V. (2023). The Influence Of Perceived Price And E-Service Quality On Customer Satisfaction And Their Impact On Customer Loyalty In Using Go-Jek Services In Dki Jakarta Province. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 3(1), 132-151.
- [36] Akbar, Z. F., Nusa, I. B. S., & Iriyadi, I. (2022). The Influence of Profitability and Liquidity on Firm Value (Case Study on a Non-financial Company Indexed ESG Quality 45 IDX-Kehati on the Indonesia Stock Exchange 2017-2020). *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*.
- [37] Amyar, F., Rahma, A., Azis, N., & Suwarno, S. (2023). The Effect of Auditor's Professional Skepticism and Whistleblowing System on Fraud Detection: Evidence from Indonesian Public Sector Audit. *Research Horizon*, 3(4), 477-486.
- [38] Arianto, N., Limakrisna, N., & Purba, J. H. V. (2022). Determinant Parents Of Student's Decision In Choosing Junior High School (SMP) Education Services In Banten Province And Its Implications On Student Parent Satisfaction. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 3(5), 2009-2021.
- [39] Arianto, N., Limakrisna, N., & Purba, J. H. V. (2022). The Effect of Service Quality and Price on Patient Satisfaction. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 4(3), 77-83.
- [40] Djanegara, M. S., Sutarti, S., & Dewo, S. A. (2022). The Influence of Corporate Governance for the Indonesian Banking Industry in a Pandemic Period. *International Journal of Finance & Banking Studies (2147-4486)*, 11(3), 62-71.
- [41] Handoko, W., Soerjadjanegara, M., Irawati, I., & Suwarno, S. (2023). Enhancing Community Participation for Sustainable Coastal Empowerment: A Case Study of the Resilient Coastal Area Development Program in Central Java. *Research Horizon*, 3(4), 378-390.
- [42] Lustrilanang, P., Suwarno, Darusalam, Rizki, L. T., Omar, N., & Said, J. (2023). The role of control of corruption and quality of governance in ASEAN: Evidence from DOLS and FMOLS Test. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2154060.

- [43] Muktiadji, N., & Pamungkas, B. (2022). The Effect of Financial Ratio on Stock Price of Banks Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 22(24), 232-240.
- [44] Puspitasari, R., Mujtaba, M. I. E., Prakoso, T., Djanjar, U., & Yunus, A. (2024). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF STUDENTS'KNOWLEDGE OF BANK INTEREST AND SHARIA ACCOUNTING ON INTEREST IN PURCHASING SHARIA PRODUCTS. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(10), 2117-2124.
- [45] Sunanto, S., Hady, H., & Purba, J. H. V. (2023). Does Entrepreneurial Self-efficacy Matter on Professional's Entrepreneurial Intention?. *Asean International Journal of Business*, 2(2), 185-204.
- [46] Rahayu, S., Limakrisna, N., Horas, J., & Purba, V. (2023). The Influence Of Brand Image, Online Service Quality, And Of Use On Purchase Decisions On With Trust As A Mediation Variable. *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id629>.
- [47] Rahayu, S., Limakrisna, N., & Purba, J. H. V. (2023). The Influence Of Perceived Price And E-Service Quality On Customer Satisfaction And Their Impact On Customer Loyalty In Using Go-Jek Services In Dki Jakarta Province. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 3(1), 132-151.
- [48] Susanto, H., Pramono, A. J., Akbar, B., & Suwarno, S. (2023). The Adoption and Readiness of Digital Technologies Among Auditors in Public Accounting Firms: A Structural Equation Modeling Analysis. *Research Horizon*, 3(2), 71-85.