

**PENGARUH 7A PARIWISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI
WISATAWAN DI MONUMEN PANCASILA SAKTI**

William Suryanto¹ , Dewanta Facrureza²

^{1,2} Universitas Bunda Mulia

Alamat e-mail : williamsuryanto22@gmail.com¹, dfacrureza@bundamulia.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of the 7A tourism components on tourists' revisit intention at Monumen Pancasila Sakti. The background of this study is based on the importance of developing historical tourism, improving public facilities, and addressing the decline in tourist visits from 2024 to 2025. This study employed a quantitative approach, with the independent variables consisting of attraction, amenities, ancillary services, activities, accessibility, available packages, and awareness, while the dependent variable was revisit intention. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had visited Monumen Pancasila Sakti. The data were analyzed using SPSS through validity testing, reliability testing, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that, partially, the dimensions of attraction, ancillary services, accessibility, available packages, and awareness have a positive and significant influence on revisit intention. Meanwhile, amenities and activities do not have a significant influence. Simultaneously, the 7A tourism components have a significant influence on revisit intention, as indicated by an F-count value of 8.949 > F-table value of 2.111 and a significance value of 0.000 < 0.05. The R Square value of 0.405 indicates that the 7A tourism components explain 40.5% of revisit intention, while the remaining 59.5% is influenced by other factors outside this study. This study recommends that the management improve the quality of facilities and develop innovations related to tourism components that are still considered inadequate, so that the visitor experience becomes more attractive and memorable.

Keywords: 7A Tourism, Revisit Intension, Monumen Pancasila Sakti.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh 7A Pariwisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Monumen Pancasila Sakti. Latar belakang penelitian didasarkan pada pentingnya pengembangan wisata sejarah dan peningkatan fasilitas umum, serta adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2024 ke 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel independen meliputi attraction, amenities, ancillary services, activities, accessibility, available packages, dan awareness, sedangkan variabel dependen adalah minat berkunjung kembali. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden yang pernah mengunjungi Monumen Pancasila Sakti. Teknik analisis

data dilakukan menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dimensi attraction, ancillary services, accessibility, available packages, dan awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Sementara itu, dimensi amenities dan activities tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, 7A Pariwisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali dengan nilai F hitung $8,949 > F$ tabel 2,111 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,405 menunjukkan bahwa 7A Pariwisata mampu menjelaskan minat berkunjung kembali sebesar 40,5%, sedangkan 59,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Penelitian ini menyarankan pengelola untuk meningkatkan kualitas fasilitas dan inovasi – inovasi terkait komponen wisata yang dinilai masih kurang, agar pengalaman kunjungan menjadi lebih menarik dan berkesan.

Kata Kunci: 7A Pariwisata, Minat Berkunjung Kembali, Monumen Pancasila Sakti.

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan di Indonesia yang memiliki beragam jenis wisata dan daya tarik yang besar untuk dikunjungi. Setiap daerah di Indonesia memiliki khas dan daya tariknya masing – masing sehingga Indonesia dapat dijadikan sebagai negara tujuan untuk berlibur. Indonesia menyimpan peluang wisata yang luas dengan keindahan alam yang memukau serta kekayaan budaya dan Sejarah – Sejarah didalamnya yang beraneka ragam (Prabhawati, 2019; Rahmat, 2021).

Pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar bagi sebuah negara, dikarenakan sektor ini dapat menggerakkan ekonomi negara dan bisa memicu pembangunan ekonomi negara pada masa yang akan datang. Dengan banyaknya potensi pariwisata dan keberagaman wisata yang menarik, ada banyak tempat wisata yang tersebar luas di seluruh Indonesia, berikut adalah 5 Provinsi di Indonesia

dengan jumlah kunjungan terbanyak pada tahun 2025 Badan Pusat Statistik, 2026; Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2026):

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Indonesia

Provinsi	Jumlah Kunjungan Wisatawan
Jawa Timur	204.882.768
Jawa Barat	180.588.894
Jawa Tengah	131.803.213
DKI Jakarta	90.447.104
Banten	61.875.924

Berdasarkan pada Tabel 1 provinsi dengan jumlah kunjungan terbanyak dipegang oleh Jawa Timur dengan 204.882.768 wisatawan, kedua terbanyak ialah Jawa Barat sebanyak 180.588.894 wisatawan, ketiga terbanyak ialah Jawa Tengah sebanyak 131.803.213 wisatawan, keempat terbanyak ialah DKI Jakarta sebanyak 90.447.104 wisatawan, dan

kelima terbanyak ialah Banten sebanyak 61.875.924 wisatawan.

Salah satu provinsi yang paling banyak dikunjungi oleh para wisatawan adalah DKI Jakarta yang menjadi ibu kota negara sekaligus pusat bisnis perekonomian di Indonesia. Jakarta memegang peran yang cukup besar dalam menggerakkan sektor pariwisata di Indonesia. Ibu kota negara Indonesia ini menjadi pusat perekonomian, politik, dan budaya yang menyimpan berbagai daya tarik wisata di dalamnya. Salah satu bentuk daya tarik wisata yang dimiliki oleh ibu kota Jakarta adalah dengan sejarah – sejarahnya yang menarik dengan keberadaan museum – museum yang tersebar di seluruh kota Jakarta. Wisata Sejarah ini menjadi suatu daya tarik besar bagi para wisatawan untuk sekedar berkunjung untuk berwisata maupun untuk mempelajari Sejarah di dalamnya (Ardiansyah et al., 2023; Ardiansyah & Julianto, 2023).

Pembelajaran sejarah merupakan salah satu bentuk upaya penting dalam membentuk generasi bangsa yang berpengetahuan, berbudaya serta berdaya saing unggul. Melalui Pelajaran ini, generasi akan dapat lebih paham dasar - dasar sejarah negara, menghargai nilai-nilai budaya, dan meningkatkan kemampuan kritis dan analitis mereka untuk menghadapi tantangan masa depan yang semakin berubah. Sejarah bukan hanya suatu bidang yang menyelidiki peristiwa di

masa lalu dan pengaruh mereka pada saat ini, tetapi juga memainkan peran yang signifikan dalam membentuk perspektif, identitas, dan nilai individu. Sayangnya, sejarah seringkali dianggap sangat membosankan. Hal ini juga disebabkan oleh generasi muda saat ini lebih tertarik terhadap hal – hal yang serba kekinian yang menarik lebih perhatian mereka dibandingkan kisah – kisah masa lalu yang monoton dan tidak relevan untuk kehidupan mereka saat ini (Aman, 2019; Sayono, 2021).

Salah satu Museum yang menjadi saksi Sejarah para pahlawan revolusi di Indonesia, yakni Monumen Pancasila Sakti . Monumen Pancasila Sakti ini terletak di Kawasan Lubang Buaya, Jakarta Timur yang diresmikan pada tahun 1982 sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk membangun memori kolektif bangsa mengenai bahaya dari komunisme dan pentingnya mempertahankan ideologi Pancasila. Monumen Pancasila Sakti merupakan satu dari beberapa museum dan tempat bersejarah dibawah naungan Pusjarah TNI (Pusat Sejarah Tentara Nasional Indonesia), Pusjarah TNI bertugas untuk memelihara kesejarahan serta tradisi - tradisi TNI untuk jiwa korsa serta pengelolaan museum,monumen dan perpustakaan sejarah.

Berikut adalah beberapa museum dan tempat - tempat bersejarah dibawah naungan Pusjarah TNI yang tersebar di Jakarta:

Tabel 2. Museum Pusjarah TNI

Nama Museum	Koleksi	Lokasi
J	Berisikan Senjata berat/ringan, atribut ketentaraan, panji-lambang TNI, tank/panser, pesawat tempur, diorama operasi militer, dokumen DI/TII.	Berlokasi di : Jl.Gatot Subroto No.14,Jakarta Selatan,DKI Jakarta
Museum Keprajuritan Indonesia	Memiliki koleksi sejarah berupa Diorama kejayaan Nusantara (Majapahit, Sriwijaya), benda sejarah pra-kemerdekaan, artefak kerajaan Indonesia.	Berlokasi di : Taman Mini Indonesia Indah
Museum Bhakti TNI	Memiliki koleksi berupa Benda koleksi sejarah perjuangan bangsa dan TNI, relik - relik militer.	Berlokasi di : Markas Besar TNI,Cilangkap, Cipayung,Jakarta Timur.
Monumen Pancasila Sakti	Memiliki koleksi berupa Diorama G30S/PKI, benda relik peristiwa, dokumen sejarah peristiwa G30S/PKI.	Berlokasi di :Jl.Raya Pondok Gede,Lubang Buaya,Cipayung,Jakarta Timur.
Perpustakaan TNI	Memiliki sejumlah koleksi buku sejarah dan militer,Majalah dan serial,Koleksi – koleksi buku langka dan Dokumen TNI	Berlokasi di : Jl. Gatot Subroto No.Kav 16 6, RT.6/RW.1, Kuningan, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta



Gambar 1 Monumen Pancasila Sakti

Monumen Pancasila Sakti menyajikan bukti kekejaman yang menggambarkan kronologi peristiwa G30SPKI dan perjuangan mempertahankan ideologi negara secara visual dan naratif. Mulai dari Sumur maut tempat pembuangan jenazah ketujuh pahlawan revolusi, rumah penyiksaan sebelum para korban dibuang ke sumur, pos komando sebagai tempat perencanaan PKI, diorama disusun secara runtut, mulai dari perencanaan hingga penumpasan gerakan yang bertujuan agar para pengunjung dapat memahami alur peristiwa secara lengkap di Museum Pancasila Sakti dan Museum Paseban serta Patung Pahlawan Revolusi untuk mengenang tujuh jenderal yang telah gugur. Monumen Pancasila Sakti tidak hanya sekedar dibangun untuk wisata edukasi sejarah para pahlawan revolusi Indonesia, tetapi juga sebagai bentuk penghormatan terhadap nilai – nilai Pancasila dan jasa para pahlawan revolusi di Indonesia.

Memiliki nilai historikal yang tinggi tidak menjadi jaminan akan menarik banyak wisatawan untuk datang ke Monumen Pancasila Sakti dikarenakan sekarang sudah memasuki zaman yang modern, banyak wisatawan yang lebih tertarik pada hiburan modern berbasis teknologi khususnya pada generasi muda yang menjadikan minat wisatawan menurun pada sajian media-media konvensional yang ada pada museum, contohnya seperti museum keramik dan museum fatamalah yang memamerkan serta menjelaskan koleksinya dengan cara

yang sederhana yakni media cetak, serta tidak menyediakan media siaran maupun teknologi digital lainnya. (Noehrer et al., 2021), pernyataan ini juga didukung oleh (Nabillah et al., 2024) Menurunnya antusiasme masyarakat untuk berkunjung ke museum terjadi karena persepsi bahwa museum bersifat tradisional, tidak dikelola dengan baik, dan kurang menarik perhatian generasi yang lebih suka berinteraksi melalui media sosial ketimbang datang langsung ke museum. Kondisi ini mengindikasikan bahwa museum perlu melakukan inovasi agar selaras dengan tren pariwisata terkini dan selera pengunjung masa kini.

Komponen Pariwisata 7A merupakan suatu dasar penting dalam sebuah destinasi wisata yang sangat penting untuk dikembangkan dan dijaga untuk membangun suatu destinasi wisata yang komprehensif, menarik untuk dikunjungi serta memberikan pengalaman berkesan kepada para pengunjung. Berikut adalah jumlah kunjungan wisatawan Monumen Pancasila Sakti dalam kurun waktu 2 tahun terakhir 2024-2025.

**Tabel 2. Jumlah Kunjungan
Wisatawan Di Monumen Pancasila
Sakti**

BULAN	2024	2025
Januari	6.152	6.067
Februari	6.527	6.290
Maret	2.764	531
April	3.615	4.181
Mei	5.732	3.898
Juni	5.002	3.305
Juli	3.520	2.504
Agustus	3.626	2.412

September	3.678	2.409
Oktober	7.360	5.186
November	6.608	5.744
Desember	7.010	5.954
Jumlah	61.594	48.481

Pada table 1 dapat dilihat bahwa adanya penurunan jumlah pengunjung sebesar 21,29 % yang terjadi diantara tahun 2024 – 2025 secara jumlah keseluruhan, khususnya mulai dari bulan Maret hingga September. Fluktuasi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pemahaman Masyarakat mengenai nilai – nilai edukasi sejarah yang ditawarkan di Monumen Pancasila Sakti, serta keterbatasan promosi yang dilakukan untuk dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, penting untuk eksplorasi lebih untuk mengetahui faktor – faktor apa yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Monumen Pancasila Sakti. Melalui Penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak wisatawan serta melihat pengaruh dari komponen pariwisata 7A untuk meningkatkan minat berkunjung kembali ke destinasi sejarah ini.

Untuk harga tiket Monumen Pancasila Sakti dikenakan biaya sebesar 5.000/orang untuk wisatawan umum dan 3.000/orang untuk pelajar/mahasiswa yang berkunjung. Monumen Pancasila Sakti juga menyediakan pemandu Kawasan dengan tarif 100.000 untuk memandu para pengunjung selama berada di Monumen Pancasila Sakti.

Monumen Pancasila Sakti yang cenderung memiliki banyak nilai – nilai sejarah di dalamnya, berdasarkan data pengunjung yang ada, Monumen Pancasila Sakti memiliki fluktuasi jumlah pengunjung yang cukup signifikan. Oleh karena itu, dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menemukan strategi dan Tindakan yang efektif dalam menarik minat pengunjung, serta dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan destinasi wisata sejarah di Indonesia (Ardiansyah, I., & Maulida, 2020). Sehingga sebagai batasan Penelitian, Penelitian Ini Berjudul “Pengaruh 7a Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Monumen Pancasila Sakti”.

Tujuan penelitian untuk Mengetahui apakah dimensi attraction berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti, Mengetahui apakah dimensi amenities berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti, Mengetahui apakah dimensi ancillary service berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti, Mengetahui apakah dimensi activities berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti, Mengetahui apakah dimensi accessibility berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti, Mengetahui apakah dimensi available package berpengaruh signifikan

terhadap minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti, Mengetahui apakah dimensi awareness berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti dan Mengetahui apakah 7A Pariwisata berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei untuk menguji pengaruh komponen 7A Pariwisata yang terdiri atas attraction, amenities, ancillary services, activities, accessibility, available packages, dan awareness terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Monumen Pancasila Sakti (Singh & Singh, 2019; Setiawan & Susilawati, 2025).

Partisipan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Monumen Pancasila Sakti, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria pernah mengunjungi objek wisata tersebut (Nurfa et al., 2022; Amali et al., 2024). Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun menggunakan skala Likert empat tingkat dan disebarkan secara langsung maupun melalui Google Form.

Data yang diperoleh terdiri atas data primer dari hasil pengisian kuesioner dan data sekunder yang berasal dari literatur, dokumen, serta

data kunjungan wisatawan. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan variabel penelitian (Annisha et al., 2022; Wahim et al., 2023). Penelitian dilaksanakan di Monumen Pancasila Sakti, Jakarta Timur, selama periode Januari hingga Mei 2026, yang meliputi tahap persiapan instrumen, pengumpulan data, pengolahan data, analisis hasil, hingga penyusunan laporan penelitian. Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperoleh gambaran mengenai kontribusi masing-masing dimensi 7A Pariwisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan (Hamid et al., 2021; Setiawan & Susilawati, 2025).

C. Hasil Penelitian dan

Pembahasan

Hasil

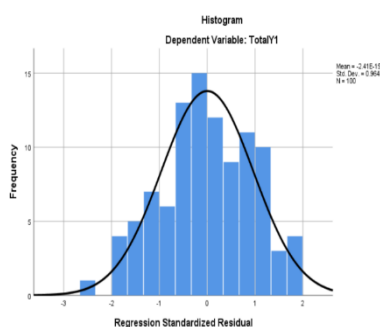
Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memeriksa apakah data yang dikumpulkan dari seluruh responden di tempat penelitian dapat mencerminkan kondisi sebenarnya. Dalam uji asumsi klasik di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas sebagai salah satu syarat dalam penggunaan analisis regresi linear berganda.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,00847318
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,059
	<i>Positive</i>	0,031
	<i>Negative</i>	-0,059
<i>Test Statistic</i>		0,059
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		

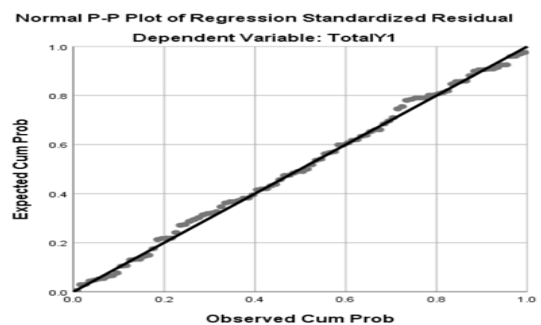
Berdasarkan table diatas Uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan tingkat signifikansi 0,200, yang memperlihatkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal. Hasil ini mendukung asumsi normalitas, yang penting untuk kegunaan analisis selanjutnya agar hasil dapat valid dan diterima. Secara keseluruhan, distribusi normal data meningkatkan keyakinan terhadap keandalan inferensi statistik yang dipakai dari residual ini.



Gambar 1. Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan gambar yang memperlihatkan histogram uji normalitas yang menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

juga didukung dengan grafik histogram yang dinyatakan normal karena membentuk kurva lonceng yang simetris, tidak condong ke kiri atau kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data grafik histogram memperlihatkan data yang berdistribusi normal.



Gambar 2. Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 2 diatas grafik normalitas P-P Plot memperlihatkan bahwa setiap titik-titik penyebaran berhimpit pada area disekitar garis diagonal yang mencerminkan distribusi normal yang ideal, penyebarannya juga mengikuti arah dari garis diagonal. Hal ini juga memperlihatkan bahwa grafik

normalitas P-P Plot berdistribusi normal.

Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas

Correlations									
Spearman'srho			Total X1	Total X2	Total X3	Total X4	Total X5	Total X6	Total X7
<i>Unstandar ized Residual</i>	<i>Correlati ons Coefficie nt</i>		0,034	0,001	0,034	0,035	0,004	0,017	0,013
	<i>Sig.(2- Tailed)</i>		0,733	0,989	0,736	0,728	0,967	0,863	0,897
	<i>N</i>		100	100	100	100	100	100	100

Berdasarkan tabel Grafik Uji Heteroskedastisitas yang menggunakan metode korelasi Spearman untuk menentukan suatu model regresi yang menunjukkan apakah ada indikasi terjadi gejala heteroskedastisitas atau tidak. Maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai Sig sebesar 0,733 pada variabel Attraction menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas pada variabel tersebut karena nilai sig lebih besar dari 0,05 yang memperlihatkan varians yang konsisten di berbagai tingkat variabel.
2. Nilai Sig sebesar 0,989 pada variabel Amenities menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas pada variabel tersebut karena nilai sig lebih besar dari 0,05 yang memperlihatkan varians yang konsisten di berbagai tingkat variabel.
3. Nilai Sig sebesar 0,736 pada variabel Ancillary Services

menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas pada variabel tersebut karena nilai sig lebih besar dari 0,05 yang memperlihatkan varians yang konsisten di berbagai tingkat variabel.

4. Nilai Sig sebesar 0,728 pada variabel Activities menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas pada variabel tersebut karena nilai sig lebih besar dari 0,05 yang memperlihatkan varians yang konsisten di berbagai tingkat variabel.
5. Nilai Sig sebesar 0,967 pada variabel Accesibility menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas pada variabel tersebut karena nilai sig lebih besar dari 0,05 yang memperlihatkan varians yang konsisten di berbagai tingkat variabel.
6. Nilai Sig sebesar 0,863 pada variabel Available Packages menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas pada variabel

tersebut karena nilai sig lebih besar dari 0,05 yang memperlihatkan varians yang konsisten di berbagai tingkat variabel.

7. Nilai Sig sebesar 0,897 pada variabel Awareness menunjukkan

tidak ada gejala heteroskedastisitas pada variabel tersebut karena nilai sig lebih besar dari 0,05 yang memperlihatkan varians yang konsisten di berbagai tingkat variabel.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients^a</i>			
<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	TotalX1	0,885	1,129
	TotalX2	0,881	1,135
	TotalX3	0,935	1,069
	TotalX4	0,961	1,041
	TotalX5	0,878	1,139
	TotalX6	0,919	1,089
	TotalX7	0,921	1,086
<i>a. Dependent Variable : TotalY1</i>			

Berdasarkan Tabel Uji Multikolinearitas diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Attraction memiliki nilai tolerance sebesar 0,885 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) sebesar 1,129, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius pada variabel ini, karena lebih besar dari nilai tolerance sebesar 0,10 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) lebih kecil dari 10,00.
2. Variabel Amenities memiliki nilai tolerance sebesar 0,881 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) sebesar 1,135, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius pada variabel ini, karena lebih besar dari nilai tolerance sebesar 0,10 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) lebih kecil dari 10,00.

3. Variabel Ancillary Services memiliki nilai tolerance sebesar 0,935 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) sebesar 1,069, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius pada variabel ini, karena lebih besar dari nilai tolerance sebesar 0,10 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) lebih kecil dari 10,00.
4. Variabel Activities memiliki nilai tolerance sebesar 0,961 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) sebesar 1,041, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius pada variabel ini, karena lebih besar dari nilai tolerance sebesar 0,10 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) lebih kecil dari 10,00.
5. Variabel Accessibility memiliki nilai tolerance sebesar 0,878 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor)

sebesar 1,139, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius pada variabel ini, karena lebih besar dari nilai tolerance sebesar 0,10 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) lebih kecil dari 10,00.

6. Variabel Available Packages memiliki nilai tolerance sebesar 0,919 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) sebesar 1,089, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius pada variabel ini, karena lebih besar dari nilai tolerance sebesar 0,10 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) lebih kecil dari 10,00.
7. Variabel Awareness memiliki nilai tolerance sebesar 0,921 dan nilai

VIF (Variens Inflation Factor) sebesar 1,086, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas yang serius pada variabel ini, karena lebih besar dari nilai tolerance sebesar 0,10 dan nilai VIF (Variens Inflation Factor) lebih kecil dari 10,00.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear Berganda secara umum, dilakukan untuk melihat bagaimana arah Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen. Dalam penelitian ini uji regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh 7A Pariwisata sebagai variabel independen terhadap minat berkunjung kembali sebagai variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.778	1.940		-.401	.689
	Total X1	0,243	0,062	0,336	3,937	.000
	TotalX2	0,091	0,060	0,129	1,511	.134
	TotalX3	0,263	0,070	0,313	3,769	.000
	TotalX4	0,101	0,073	0,112	1,371	.174
	TotalX5	0,172	0,085	0,173	2,019	.046
	TotalX6	0,266	0,073	0,306	3,642	.000
	TotalX7	0,197	0,080	0,206	2,464	.016
a. Dependent Variable: Total Y1 (Minat Berkunjung Kembali)						

Berdasarkan hasil tabel Uji Regresi Linear Berganda diatas, maka didapat hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,778 + 0,243X1 + 0,091X2 + 0,263 X3 + 0,101 X4 + 0,172 X5 + 0,266 X6 + 0,197X7$$

Keterangan :

Y = Minat Berkunjung Kembali

X1 = Attraction

X2 = Amenities

X3 = Ancillary Services

X4 = Activities

X5 = Accessibility

X6 = Available Packages

X7 = Awareness

Berdasarkan tabel 4 hasil interpretasi dari tabel uji analisis regresi berganda pada semua variabel bebas seperti Attraction, Amenities, Ancillary Services, Activities, Accesibility, Available Packages, Awareness dianggap konstan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai Konstanta -,778 menunjukkan bahwa ketujuh variabel independent yang digunakan yaitu, Attraction, Amenities, Ancillary Services, Activities, Accesibility, Available Packages, Awareness dianggap memiliki nilai 0, maka nilai Minat Berkunjung Kembali akan berada pada -,778.
2. Nilai koefisien regresi dimensi Attraction memiliki nilai positif sebesar 0,243. Maka, dapat disimpulkan bahwa dimensi Attraction (X1) meningkat 1% variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) juga akan meningkat 1% atau 0,243.
3. Nilai koefisien regresi dimensi Amenities memiliki nilai positif sebesar 0,091. Maka, dapat disimpulkan bahwa dimensi Amenities (X2) meningkat 1% variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) juga akan meningkat 1% atau 0,091.
4. Nilai koefisien regresi dimensi Ancillary Services memiliki nilai positif sebesar 0,263. Maka, dapat disimpulkan bahwa dimensi Ancillary Services (X3) meningkat 1% variabel Minat Berkunjung

Kembali (Y) juga akan meningkat 1% atau 0,263.

5. Nilai koefisien regresi dimensi Activities memiliki nilai positif sebesar 0,101. Maka, dapat disimpulkan bahwa dimensi Activities (X4) meningkat 1% variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) juga akan meningkat 1% atau 0,101.
6. Nilai koefisien regresi dimensi Accessibility memiliki nilai positif sebesar 0,172. Maka, dapat disimpulkan bahwa dimensi Accessibility (X5) meningkat 1% variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) juga akan meningkat 1% atau 0,172.
7. Nilai koefisien regresi dimensi Available Packages memiliki nilai positif sebesar 0,266. Maka, dapat disimpulkan bahwa dimensi Available Packages (X6) meningkat 1% variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) juga akan meningkat 1% atau 0,266.
8. Nilai koefisien regresi dimensi Awareness memiliki nilai positif sebesar 0,197. Maka, dapat disimpulkan bahwa dimensi Awareness (X7) meningkat 1% variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) juga akan meningkat 1% atau 0,197.

Uji Hipotesis

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk mengetahui apakah variabel independen yang dipakai yaitu Attraction, Amenities, Ancillary Services, Activities, Accesibility, Available Packages, Awareness dapat memberikan hasil yang signifikan

secara statistik terhadap variabel dependen yakni : Minat Berkunjung Kembali pada Uji T, dan untuk mengetahui apakah variabel independen yang dipakai yaitu Attraction, Amenities, Ancillary

Services, Activities, Accesibility, Available Packages, Awareness dapat memberikan hasil yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen yakni : Minat Berkunjung pada Uji F.

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.778	1.940		-.401	.689
	TotalX1	0,243	0,062	0,336	3,937	.000
	TotalX2	0,091	0,060	0,129	1,511	.134
	TotalX3	0,263	0,070	0,313	3,769	.000
	TotalX4	0,101	0,073	0,112	1,371	.174
	TotalX5	0,172	0,085	0,173	2,019	.046
	TotalX6	0,266	0,073	0,306	3,642	.000
	TotalX7	0,197	0,080	0,206	2,464	.016
a. Dependent Variable : Total Y1 (Minat Berkunjung Kembali)						

Berdasarkan tabel Uji T, rumus yang digunakan untuk menghitung nilai dari Ttabel yaitu:

$$Df = n - k$$

$$Df = 100 - 8 = 92$$

Keterangan :

Df = Derajat Bebas

n = Jumlah Responden

k = Jumlah Variabel

T tabel = 1,986

Di dalam penelitian ini terdapat 7 Hipotesis yang ingin diuji yaitu, Attraction, Amenities, Ancillary Services, Activities, Accesibility, Available Packages, Awareness. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah oleh peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Dari hasil uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa Thitung variabel Attraction (X1) diperoleh sebesar 3,937 > 1,986 sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050. Dapat disimpulkan bahwa variabel Attraction (X1) memiliki pengaruh Positif dan memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha1) dapat diterima dan hipotesis nol (Ho1) ditolak.

1. Dari hasil uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa Thitung variabel Amenities (X2) diperoleh sebesar 1,511 < 1,986 sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,134 > 0,050. Dapat disimpulkan bahwa variabel Amenities (X2)

- tidak memiliki pengaruh Positif dan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha2) dapat ditolak dan hipotesis nol (Ho2) diterima.
2. Dari hasil uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa Thitung variabel Ancillary Services (X3) diperoleh sebesar $3,769 > 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$. Dapat disimpulkan bahwa variabel Ancillary Services (X3) memiliki pengaruh Positif dan memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha3) dapat diterima dan hipotesis nol (Ho3) ditolak.
 3. -Dari hasil uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa Thitung variabel Activities (X4) diperoleh sebesar $1,371 < 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,174 > 0,050$. Dapat disimpulkan bahwa variabel Activities (X4) tidak memiliki pengaruh Positif dan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha4) dapat ditolak dan hipotesis nol (Ho4) diterima.
 4. Dari hasil uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa Thitung variabel Accesibility (X5) diperoleh sebesar $2,019 > 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,050$. Dapat disimpulkan bahwa variabel Accessibility (X5) memiliki pengaruh Positif dan memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha5) dapat diterima dan hipotesis nol (Ho5) ditolak.
 5. Dari hasil uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa Thitung variabel Available Packages (X6) diperoleh sebesar $3,642 > 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$. Dapat disimpulkan bahwa variabel Awareness (X7) memiliki pengaruh Positif dan memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (Ha7) dapat diterima dan hipotesis nol (Ho7) ditolak.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA^a						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	68,555	7	9,794	8,949	.000 ^b
	<i>Residual</i>	100,685	92	1,094		
	<i>Total</i>	169,240	99			
<i>a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali</i>						
<i>b. Predictors : (Constant), Attraction, Amenities, Ancillary Services, Activities, Accesibillity, Available Packages, Awareness</i>						

Berdasarkan tabel Hasil uji F rumus yang digunakan untuk menentukan Ftabel :

K = Jumlah Variabel

N = Jumlah Sampel

Df = N – K – 1

(100 – 7 – 1) = 92

F tabel = 2,111

Berdasarkan uji F diatas maka, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel 7A Pariwisata (X) secara

simultan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050 dan Fhitung 8,949 > Ftabel 2,111 berdasarkan hasil uji yang telah didapat, maka dapat disimpulkan bahwa variabel 7A Pariwisata berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali di Monumen Pancasila Sakti.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.636 ^a	.405	.360	1,04614
<i>a. Predictors : (Constant), Attraction, Amenities, Ancillary Services, Activities, Accesibillity, Available Packages, Awareness</i>				
<i>b. Dependent Variable : Minat Berkunjung Kembali</i>				

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi menunjukan hasil pengujian dari koefisien determinasi (R²). Diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,405 atau sebesar 40,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel

7A Pariwisata (X) memiliki pengaruh secara simultan berpengaruh sebesar 40,5% terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali (Y), sedangkan sisanya sebesar 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa

Pengaruh 7A Pariwisata terhadap Minat Berkunjung Kembali yang

menggunakan metode penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing – masing variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Attraction, Amenities, Ancillary Services, Activities, Accesibility, Available Packages, Awareness terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 orang responden. Dalam mengetahui jumlah responden peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat signifikansi 10% atau 0,1. Peneliti menyebarkan kuisioner ini melalui google form. Jumlah pernyataan yang disajikan dalam kuisioner tersebut berjumlah sebanyak 23 pernyataan untuk pernyataan untuk variabel 7A Pariwisata dan 4 Pernyataan untuk variabel Minat Berkunjung Kembali.

Pengaruh Attraction terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti 4.21 Hasil Uji T diketahui bahwa dimensi Attraction (X1) memperoleh nilai Thitung sebesar $3,937 > 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak sehingga pengujian dimensi Attraction (X1) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Monumen Pancasila Sakti.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, para responden beranggapan bahwa Atraksi – atraksi/ Daya tarik yang ada di Monumen

Pancasila Sakti mulai dari Sumur maut tempat pembuangan jenazah ketujuh pahlawan revolusi, rumah penyiksaan sebelum para korban dibuang ke sumur, pos komando sebagai atraksi – atraksi utama disana, telah dikelola dengan baik sehingga dapat menarik para pengunjung untuk berkunjung kembali ke Monumen Pancasila Sakti.

Pengaruh Amenities Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti 4.21 Hasil Uji T diketahui bahwa dimensi Amenities (X2) memperoleh nilai Thitung sebesar $1,511 < 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,134 > 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} ditolak dan H_{02} diterima sehingga pengujian dimensi Amenities (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Monumen Pancasila Sakti.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan hal ini disebabkan karena fasilitas – fasilitas umum seperti toilet, tempat duduk dan tempat ibadah kurang terawat baik, serta penyebab lainnya karena sejak Monumen Pancasila Sakti berdiri, Monumen belum pernah melakukan renovasi yang signifikan dari fasilitas – fasilitas tersebut, akibatnya berpengaruh ke minat berkunjung wisatawan terhadap Monumen Pancasila Sakti.

Pengaruh Ancillary Services Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti 4.21 Hasil Uji T diketahui bahwa dimensi Ancillary Services (X3) memperoleh nilai Thitung sebesar $3,769 > 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak sehingga pengujian dimensi Ancillary Services (X3) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Monumen Pancasila Sakti.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, para responden beranggapan layanan – layanan pendukung yang dikelola oleh Monumen Pancasila Sakti. Layanan – Layanan pendukung seperti pusat informasi dan petugas keamanan dinilai sigap dan mudah dijumpai mulai dari pintu masuk Monumen dan sekitaran Monumen Pancasila Sakti, sehingga menjadi faktor para pengunjung dalam segi kemudahan saat berwisata dan menarik minat berkunjung kembali mereka.

Pengaruh Activities Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti 4.21 Hasil Uji T diketahui bahwa dimensi Activities (X4) memperoleh nilai Thitung sebesar $1,371 < 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,174 > 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a4} ditolak dan H_{04} diterima sehingga pengujian dimensi Activities (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan

secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Monumen Pancasila Sakti.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, hal ini dapat disebabkan karena aktivitas – aktivitas seperti jogging dan bersepeda di Kawasan Monumen Pancasila Sakti dapat dilakukan jika para pengunjung telah membeli tiket masuk monumen, sehingga para pengunjung yang hanya memiliki tujuan untuk berolahraga atau melakukan aktivitas diluar mengunjungi atraksi – atraksi yang tersedia merasa terhambat karena biaya masuk tersebut, yang juga mempengaruhi minat berkunjung kembali.

Pengaruh Accessibility Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti 4.21 Hasil Uji T diketahui bahwa dimensi Accessibility (X5) memperoleh nilai Thitung sebesar $2,019 > 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a5} diterima dan H_{05} ditolak sehingga pengujian dimensi Accessibility (X5) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Monumen Pancasila Sakti.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, para responden beranggapan aksesibilitas menuju Monumen Pancasila Sakti cukup mudah diraih seperti dengan menggunakan kendaraan pribadi, Transjakarta dan juga angkot sebagai akses yang paling mudah ditempuh.

Petunjuk arah dan papan informasi di dalam monument juga lengkap dan dapat mudah dimengerti. Dengan demikian hal – hal tersebut yang menjadikan Monumen Pancasila Sakti melalui segi aksesibilitasnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali pengunjung.

Pengaruh Available Packages Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti 4.21 Hasil Uji T diketahui bahwa dimensi Available Packages (X6) memperoleh nilai Thitung sebesar $3,642 > 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a6} diterima dan H_{06} ditolak sehingga pengujian dimensi Available Packages (X6) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Monumen Pancasila Sakti.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, para responden beranggapan bahwa paket kunjungan yang tersedia di Monumen Pancasila Sakti mudah dipahami dan sesuai dengan harapan para pengunjung. Paket kunjungan di Monumen Pancasila Sakti fokus kepada kunjungan kelompok besar seperti kunjungan sekolah / kelompok mahasiswa yang tentunya dengan tiket masuk yang lebih murah untuk para pelajar yakni 3.000/Pelajar atau Mahasiswa. Dengan demikian hal – hal tersebut yang menjadikan Monumen Pancasila Sakti melalui

segi ketersediaan paket kunjungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali pengunjung.

Pengaruh Awareness Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti 4.21 Hasil Uji T diketahui bahwa dimensi Awareness (X7) memperoleh nilai Thitung sebesar $2,464 > 1,986$ sebagai Ttabel dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a7} diterima dan H_{07} ditolak sehingga pengujian dimensi Awareness (X7) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) Di Monumen Pancasila Sakti.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, para responden beranggapan, mereka mengetahui bahwa Monumen Pancasila Sakti sebagai tempat yang memiliki nilai – nilai bersejarah tentang peristiwa G30S/PKI serta mengetahui keberadaan museum ini berada di Jakarta sebagai salah satu destinasi wisata sejarah. Dengan demikian hal – hal tersebut yang menjadikan Monumen Pancasila Sakti melalui kesadaran lokasi wisata sejarah yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali pengunjung.

Pengaruh 7A Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Monumen Pancasila Sakti

Berdasarkan hasil Uji F (simultan) di tabel 4.22 nilai signifikansi untuk variabel 7A

Pariwisata (X) secara simultan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ dan $F_{hitung} 8,949 > F_{tabel} 2,111$ berdasarkan hasil uji yang telah didapat, maka dapat disimpulkan bahwa variabel 7A Pariwisata berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap variabel Minat Berkunjung Kembali di Monumen Pancasila Sakti. Maka dapat diputuskan bahwa H_{a8} Diterima dan H_{08} ditolak.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, para responden beranggapan bahwa komponen 7A Pariwisata di Monumen Pancasila Sakti dinilai sudah cukup berpengaruh ke minat berkunjung mereka kecuali 2 dimensi yakni Amenities dan Activities yang terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Monumen Pancasila Sakti.

D. Kesimpulan

Berdasarkan proses pengumpulan, pengelolaan, dan hasil analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa 7A Pariwisata merupakan komponen penting untuk menarik kembali minat berkunjung wisatawan ke Monumen Pancasila Sakti. Pada waktu yang sudah ditentukan peneliti telah selesai melakukan penelitian dengan menggunakan beberapa metode analisis untuk menguji kebenaran data yang telah dikumpulkan, hasil yang akan ditarik kesimpulannya pada Bab V ini telah melewati tahap pengujian di Bab IV dengan metode yang digunakan antara lain, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji normalitas, Uji heteroskedastisitas

dan Uji Multikolinearitas), Uji persamaan regresi linear sederhana, dan Uji Hipotesis (Uji T, F), Koefisien determinasi (R Square).

Dengan demikian, melalui hasil penelitian yang sudah melewati dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dimensi Attraction memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Atraksi – Atraksi mulai dari Sumur maut tempat pembuangan jenazah ketujuh pahlawan revolusi, rumah penyiksaan sebelum para korban dibuang ke sumur, pos komando sebagai atraksi – atraksi utama disana telah berhasil dikelola dengan baik dan menjadi salah satu faktor untuk menarik minat berkunjung kembali wisatawan.
2. Dimensi Amenities tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Fasilitas – fasilitas umum seperti toilet, tempat duduk dan tempat ibadah kurang terawat baik, menjadi suatu hal yang harus dievaluasi oleh pihak Monumen agar dapat memberikan kenyamanan untuk para wisatawan yang berkunjung.
3. Dimensi Ancillary Services memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Layanan – layanan pendukung yang telah dikelola dengan baik, menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan minat berkunjung kembali di Monumen Pancasila Sakti.
4. Dimensi Activities tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Dimensi Activities belum menjadi faktor yang mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali ke Monumen Pancasila Sakti.

5. Dimensi Accessibility memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Akses untuk menuju ke museum serta aksesibilitas seperti petunjuk dan papan informasi mudah diraih dan dimengerti oleh para pengunjung sehingga mendorong mereka untuk berkunjung kembali ke Monumen Pancasila Sakti.
6. Dimensi Available Packages memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Ketersediaan paket kunjungan dinilai sudah sesuai dengan harapan pengunjung sehingga menjadi salah satu faktor wisatawan ingin berkunjung kembali.
7. Dimensi Awareness memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Kesadaran bahwa Monumen Pancasila Sakti sebagai tempat yang memiliki nilai – nilai bersejarah tentang peristiwa G30S/PKI serta mengetahui keberadaan museum ini berada di Jakarta sebagai salah satu destinasi wisata sejarah menjadi salah satu faktor wisatawan ingin berkunjung kembali.

E. Daftar Pustaka

- Amali, M. T., Tunggal, I. D. A., & Rohima, A. (2024). *The impact of E-WOM, accessibility, and attractiveness on revisit intention to Wediombo Beach Yogyakarta: The mediating role of tourist experience*. Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan, 8(1).
<https://doi.org/10.34013/jk.v8i1.1463>
- Aman, A. (2019). History learning and character education. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(2), 566–573.
<https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i2.706>
- Annisha, R., Hotimah, O., & Munandar, A. (2022). *The influence of attractions and amenities on revisit intention at the natural tourism object of the Hulu Dayeuh Trijaya Campground*. Jurnal Spatial Wahana Komunikasi dan Informasi Geografi, 22(2).
<https://doi.org/10.21009/spatial.222.09>
- Ardiansyah, I., & Julianto, E. (2023). Persepsi wisatawan terhadap infrastruktur wisata pasca revitalisasi kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 194–206.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.57879>
- Ardiansyah, I., & Maulida, R. G. (2020). Kajian atraksi, amenitas, dan aksesibilitas untuk pengembangan kepariwisataan di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 266–267.
- Ardiansyah, I., Iskandar, H., Krisnadi, A. R., & Dewantara, Y. F. (2023). Measuring tourist satisfaction index on attraction, amenities, accessibility, and ancillary service in Mangrove Tourism

- Park Angke Kapuk Jakarta. *International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies (IJEASS)*, 3(1).
<https://doi.org/10.31098/ijeass.v3i1.1537>
- Badan Pusat Statistik. (2026). *Jumlah perjalanan wisatawan nusantara menurut provinsi tujuan perjalanan*.
<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwMSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-tujuan--perjalanan-.html>
- Hamid, A. H. A., Mohamad, M. R., & Suki, N. M. (2021). *Tourists' revisit intention to UNESCO World Heritage Sites in a developing nation: Investigating the mediating role of place dependence*. *Journal of Vacation Marketing*, 27(2), 119–132.
<https://doi.org/10.1177/1356766720969739>
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2026). *Statistik perjalanan wisatawan nusantara bulan Desember tahun 2025*.
<https://kemenpar.go.id/direktori-statistik/statistik-perjalanan-wisatawan-nusantara-bulan-desember-tahun-2025>
- Noehrer, L., Gilmore, A., Jay, C., & Yehudi, Y. (2021). The impact of COVID-19 on digital data practices in museums and art galleries in the UK and the US. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1).
- Prabhawati, A. (2019). Upaya Indonesia dalam meningkatkan kualitas pariwisata budaya melalui diplomasi kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2).
<https://doi.org/10.19184/jtc.v2i2.13847>
- Rahmat, K. D. (2021). Pelestarian cagar budaya melalui pemanfaatan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(1), 26–37.
<https://doi.org/10.22146/jpt.58505>
- Sayono, J. (2021). Learning history in the digital era: Challenges and opportunities. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 747(1), 012064.
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/747/1/012064>
- Setiawan, R., & Susilawati, W. (2025). *Revisit intention through the development of tourism components and tourist satisfaction at hot spring tourism destinations*. *Khazanah Sosial*, 7(1).
<https://doi.org/10.15575/ks.v7i1.38996>
- Singh, R., & Singh, J. (2019). *Destination attributes to measure tourist revisit intention: A scale development*. *Vikalpa*, 44(1), 38–55.
<https://doi.org/10.1177/0972150918825329>