

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE MUSEUM LAYANG-LAYANG INDONESIA

Medelyne Rhees Christo Kusnadi¹, Antonius Rizki Krisnadi²,

^{1,2} Universitas Bunda Mulia

Alamat e-mail : s19220058@student.ubm.ac.id¹, l1531@lecturer.ubm.ac.id²

ABSTRACT

The Indonesia Kite Museum is a thematic cultural tourism destination located in Cilandak, South Jakarta, housing a collection of more than 600 kites from across the Indonesian archipelago and various countries. Despite its high educational and cultural value, the museum has experienced unstable visitor fluctuations, including a 10.56% decline in 2024. This phenomenon reflects a gap between the museum's potential and its actual visitation rate, warranting further examination through the lens of tourist motivation. This study aims to analyze the influence of tourist motivation—measured through push factors (educational, recreational, nostalgia, and family/social motivation) and pull factors (collection uniqueness, interactive activities, cultural and educational value, and physical environment appeal)—on visit intention to the Indonesia Kite Museum, both partially and simultaneously. A quantitative approach with descriptive design was employed. Data were collected via a Likert 1–5 scale questionnaire distributed to 100 respondents from the Jabodetabek area using purposive sampling. Data were analyzed using validity, reliability, normality, and heteroscedasticity tests, along with T-test, F-test, simple linear regression, and coefficient of determination using SPSS. The results indicate that both push and pull factors significantly influence visit intention, both partially and simultaneously. The coefficient of determination ($R^2 = 0.681$) shows that tourist motivation accounts for 68.1% of the variation in visit intention, while the remaining 31.9% is influenced by other factors such as accessibility, facilities, and social media. This study concludes that tourist motivation is a strong predictor of visit intention to the Indonesia Kite Museum. The museum is advised to strengthen interactive educational programs, enhance content-based digital promotion, and improve supporting facilities to attract more visitors, particularly younger generations. Future research is encouraged to expand variables and employ mixed methods for a more comprehensive understanding of tourist behavior at thematic museums.

Keywords: *Tourist Motivation, Visit Intention, Indonesia Kite Museum*

ABSTRAK

Museum Layang-Layang Indonesia merupakan destinasi wisata budaya tematik yang berlokasi di Cilandak, Jakarta Selatan, dengan koleksi lebih dari 600 layang-layang dari berbagai penjuru Nusantara dan mancanegara. Meski memiliki nilai edukatif dan budaya yang tinggi, museum ini menghadapi fluktuasi kunjungan yang

tidak stabil, termasuk penurunan sebesar 10,56% pada tahun 2024. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi museum dan tingkat kunjungan aktual yang perlu dikaji lebih lanjut melalui pendekatan motivasi wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi wisatawan yang diukur melalui dimensi push factors (motivasi edukatif, rekreasi, nostalgia, dan keluarga/sosial) dan pull factors (keunikan koleksi, aktivitas interaktif, nilai budaya dan edukasi, serta daya tarik fisik dan lingkungan) terhadap minat berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert 1–5 yang disebarakan kepada 100 responden wisatawan di wilayah Jabodetabek dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, uji T, uji F, regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik push factors maupun pull factors berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, baik secara parsial maupun simultan. Uji koefisien determinasi menghasilkan nilai R Square sebesar 0,681, yang berarti motivasi wisatawan mampu menjelaskan 68,1% variasi minat berkunjung, sementara 31,9% sisanya dipengaruhi faktor lain seperti aksesibilitas, fasilitas, dan media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi wisatawan merupakan prediktor yang kuat terhadap minat berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia. Pihak museum disarankan untuk memperkuat program edukatif interaktif, meningkatkan promosi digital berbasis konten, dan mengembangkan fasilitas pendukung guna menarik lebih banyak wisatawan, khususnya generasi muda. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas variabel dan metode penelitian agar pemahaman tentang perilaku wisatawan terhadap museum tematik dapat lebih komprehensif.

Kata Kunci: Motivasi Wisatawan, Minat Berkunjung, Museum Layang-Layang Indonesia.

A. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor strategis yang mempunyai peran penting dalam mendorong pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di suatu wilayah. Indonesia memiliki potensi wisata yang cukup luas untuk dapat dikembangkan dan dilestarikan hingga bisa diperkenalkan kepada wisatawan asing maupun lokal. Dalam upaya tersebut, destinasi wisata harus memiliki suatu strategi yang tepat agar pengunjung tertarik

untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Di era modern yang terus berkembang, terjadi transformasi besar dalam industri pariwisata di berbagai sektor. Kemajuan teknologi yang pesat mendorong masyarakat untuk semakin aktif memanfaatkan media sosial dalam mencari berbagai informasi, termasuk dalam memilih destinasi wisata. Hal ini secara langsung turut memengaruhi preferensi dan keputusan berkunjung masyarakat ke suatu tempat. Dalam

keragaman jenis pariwisata yang ada, wisata budaya menjadi salah satu bagian yang turut mengalami dampak dari fenomena tersebut. Menurut (Susantri et al., 2025) museum memiliki potensi besar sebagai media edukasi dan pelestarian budaya lokal yang menarik pengunjung, sehingga menjadi bagian penting dari pariwisata budaya di Indonesia.

Museum adalah lembaga yang terbuka bagi masyarakat luas dan tidak berorientasi pada keuntungan finansial, melainkan bertujuan untuk memberikan akses seluas-luasnya kepada publik. Secara fungsional, museum berperan dalam menghimpun, memelihara, mengkaji, serta menyajikan warisan budaya dalam bentuk yang nyata dan dapat diamati secara langsung oleh pengunjung (Angelica & Ardiansyah, 2023). Dalam beberapa tahun terakhir, pola kunjungan ke museum di Indonesia memperlihatkan situasi yang timpang antara lonjakan jumlah pengunjung secara nasional dan tantangan yang dihadapi museum tertentu dalam memikat perhatian publik.

Berdasarkan data terbaru Kementerian Kebudayaan, (Mutiah, 2026) jumlah kunjungan ke museum serta situs cagar budaya di bawah naungan pemerintah pada tahun 2025 tercatat sekitar 4,3 juta orang, meningkat 9,3% dari tahun sebelumnya. Angka ini mengindikasikan pulihnya minat masyarakat untuk berkunjung pascapandemi COVID-19, sekaligus mencerminkan keberhasilan revitalisasi museum dan program

promosi budaya yang berkelanjutan. Meskipun demikian, data statistik menunjukkan bahwa kunjungan ke museum di Jakarta sebagai pusat kebudayaan terbesar di Indonesia masih sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal. Sebagai ilustrasi, pada tahun 2021 jumlah pengunjung museum di Jakarta hanya sekitar 121 ribu orang, turun drastis dibandingkan periode sebelum pandemi akibat penerapan pembatasan sosial serta penutupan fasilitas pariwisata. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap museum masih rentan terhadap dinamika sosial dan cenderung kurang stabil jika dibandingkan dengan jenis atraksi wisata lainnya (Jayani, 2022).

Kondisi serupa juga tampak dalam perkembangan museum tematik seperti Museum Layang-Layang Indonesia. Museum ini merupakan tempat yang sangat cocok untuk memperkenalkan dan mengedukasi seni tradisional Indonesia, terutama layang-layang, kepada masyarakat khususnya anak-anak. Meskipun memiliki koleksi yang khas serta menawarkan aktivitas interaktif seperti lokakarya pembuatan layang-layang dan pengalaman edukatif yang berbeda, sejumlah penelitian mengungkapkan bahwa museum ini masih menghadapi hambatan dalam hal promosi digital, sarana pendukung, dan kualitas sumber daya manusia untuk menjaring lebih banyak pengunjung tantangan yang dirasakan terutama dalam menjangkau generasi muda, yang kecenderungan wisatanya sangat dipengaruhi oleh media sosial dan konten digital (Litta &

Veronica, 2025). Kondisi tersebut menggambarkan adanya kesenjangan antara nilai edukatif dan budaya yang dimiliki museum tematik dengan tingkat kunjungan yang belum optimal, disebabkan oleh terbatasnya

strategi pemasaran, minimnya inovasi dalam menciptakan pengalaman pengunjung, serta ketatnya persaingan dengan destinasi wisata populer lainnya.



Gambar 1 Layang-Layang Pertama di Dunia

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)



Gambar 2 Museum Layang-Layang Indonesia

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Tabel 1. Data Kunjungan Museum Layang-Layang Indonesia

Tahun	Total Jumlah Pengunjung	Persentase
2021	3.050	-
2022	10.332	+ 238,75 %
2023	12.295	+ 19 %
2024	10.997	- 10,56 %

2025	14.912	+ 35,60 %
Total Jumlah Pengunjung	51.586	

Sumber: Museum Layang-Layang Indonesia (2026)

Berdasarkan tabel 1 bisa dilihat bahwa pada tahun 2024 mengalami penurunan kunjungan sebesar 10,56% dan pada tahun 2025 kembali mengalami kenaikan kunjungan dari wisatawan sebesar 35,60% . Dengan data kunjungan tersebut menjadi dasar yang kuat bagi peneliti untuk membahas lebih lanjut mengenai motivasi wisatawan dalam mengunjungi Museum Layang-Layang Indonesia, serta bagaimana motivasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendorong minat kunjungan secara lebih efektif.

Di tengah konteks urban tersebut, Museum Layang-Layang Indonesia muncul sebagai destinasi budaya yang unik, dengan fokusnya pada budaya permainan yang sarat dengan nilai historis dan estetika tradisional, Museum Layang-Layang Indonesia menawarkan pengalaman yang berbeda dari museum mainstream pada umumnya karena tidak hanya menampilkan koleksi statis tetapi juga aktivitas interaktif yang mengundang pengunjung untuk belajar secara langsung (Kemenbud, 2024) Keunikan tersebut menciptakan potensi wisata edukatif-nostalgik yang mampu menarik wisatawan yang mencari pengalaman budaya autentik dan berbeda dari rutinitas kunjungan museum konvensional. Kondisi ini menimbulkan kebutuhan untuk

memahami faktor-faktor yang mendorong motivasi dan minat berkunjung ke museum semacam ini, terutama dalam konteks museum urban yang dinamis serta beragamnya preferensi wisatawan modern yang cenderung memilih destinasi dengan pengalaman interaktif dan nilai edukatif tinggi. Dengan demikian, memahami konteks lebih luas mengenai peran museum dalam pariwisata budaya dan edukatif terutama di lingkungan urban yang dinamis seperti Jakarta menjadi penting sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi motivasi pengunjung dan menjelaskan bagaimana motif tersebut dapat memengaruhi minat kunjungan mereka.

Tingkat kunjungan museum tematik di kawasan urban masih menunjukkan kecenderungan yang lebih rendah dibandingkan museum-museum utama yang telah memiliki reputasi kuat dan eksposur publik yang besar. Studi museum-oriented tourism menunjukkan bahwa museum tematik sering kali menghadapi tantangan visibilitas dan persepsi publik terkait relevansi koleksinya dibandingkan dengan museum nasional atau sejarah yang lebih populer (McGregor, 2021). Kondisi ini menyebabkan museum tematik, termasuk museum berbasis budaya permainan tradisional, cenderung

mengalami kesenjangan kunjungan meskipun memiliki nilai edukatif tinggi.

Tren tersebut sejalan dengan temuan global yang menekankan bahwa museum kecil dan tematik lebih rentan mengalami fluktuasi jumlah pengunjung dibanding museum besar dan mapan (Chan & Lee, 2022). Rendahnya minat berkunjung ke museum tematik juga disebabkan oleh terbatasnya pemahaman publik mengenai daya tarik dan pengalaman khas yang dapat ditawarkan oleh museum tersebut. Penelitian terbaru dalam ranah cultural tourism menunjukkan bahwa wisatawan saat ini membutuhkan alasan yang lebih kuat untuk mengunjungi destinasi edukatif, termasuk pemahaman atas nilai unik dan relevansi atraksi budaya (Richards, 2021). Ketika informasi yang tersedia tidak mampu menjelaskan keistimewaan sebuah museum tematik, persepsi nilai wisatawan terhadap pengalaman berkunjung menjadi berkurang, sehingga motivasi untuk datang juga menurun.

Di tengah dinamika tersebut, keberadaan Museum Layang-Layang Indonesia menjadi menarik untuk dikaji. Museum yang terletak di Jakarta Selatan ini unik karena mengangkat budaya permainan tradisional Indonesia dan internasional melalui koleksi layang-layang, pertunjukan, serta workshop kerajinan. Namun, meskipun menawarkan daya tarik khas, museum ini masih belum menempati posisi sebagai salah satu museum paling populer di Jakarta. Menurut

Dwi Hadya Jayani mencatat bahwa museum yang paling banyak dikunjungi di Jakarta adalah Museum Sejarah Jakarta dan Museum Wayang dengan kunjungan mencapai lebih dari 235.000 wisatawan per tahun, sementara museum tematik kecil seperti Museum Layang-Layang Indonesia hanya memperoleh kunjungan puluhan ribu per tahun (Museum Layang-Layang Indonesia 2026). Data kunjungan Museum Layang-Layang Indonesia sendiri menunjukkan fluktuasi yang tidak stabil, dengan jumlah pengunjung pada tahun 2021 sebanyak 3.050, meningkat menjadi 10.532 pada tahun 2022, kemudian naik lagi menjadi 12.495 pada tahun 2023, namun justru mengalami penurunan menjadi 10.645 pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan popularitas dan fluktuasi kunjungan yang perlu ditelusuri lebih jauh melalui faktor pendorong dan penarik wisatawan.

Dari perspektif akademik, penelitian sebelumnya masih didominasi oleh kajian pada museum-museum besar, seperti museum sejarah nasional, museum seni terkemuka, atau destinasi budaya mainstream yang memiliki dukungan pemerintah dan kapasitas promosi lebih kuat. Hal ini menyebabkan museum tematik sering kali terpinggirkan dalam penelitian ilmiah, baik dalam konteks wisata budaya maupun studi perilaku pengunjung (Mendes & Correia, 2022). Minimnya eksplorasi terhadap museum tematik berimplikasi pada terbatasnya pemahaman tentang bagaimana

wisatawan merespons atraksi yang bersifat niche atau khusus. Beberapa studi sebelumnya lebih banyak meneliti motivasi dan minat berkunjung pada museum besar atau destinasi budaya populer, sehingga penelitian mengenai museum tematik berbasis permainan tradisional masih terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji secara komprehensif bagaimana dimensi motivasi wisatawan terutama motivasi rekreasi, edukatif, budaya, dan keunikan atraksi dapat membentuk minat berkunjung ke museum tematik. Padahal literatur pariwisata menunjukkan bahwa motivasi adalah prediktor utama perilaku wisatawan, termasuk keinginan untuk berkunjung, frekuensi kunjungan, dan ketertarikan terhadap pengalaman autentik yang disajikan museum (Kim & Lee, 2023). Kekosongan ini menjadi relevan mengingat museum tematik membutuhkan pendekatan yang lebih spesifik dalam memahami wisatawannya dibanding museum besar yang memiliki pasar lebih general.

Celah penelitian semakin jelas ketika melihat konteks museum yang mengangkat budaya permainan tradisional, seperti layang-layang, yang jarang menjadi objek penelitian perilaku wisatawan. Studi mengenai museum tematik berbasis budaya permainan relatif sangat terbatas, padahal atraksi semacam ini memiliki potensi besar dalam memperkuat identitas budaya lokal dan memupuk nostalgia lintas generasi. Penelitian internasional pun menekankan bahwa museum tematik cenderung memiliki

daya tarik emosional dan nostalgia lebih kuat dibanding museum konvensional, tetapi justru kurang diteliti dalam konteks pariwisata urban (Henderson, 2022). Keterbatasan literatur ini menandakan perlunya kajian lebih dalam mengenai hubungan motivasi wisatawan dengan minat berkunjung pada museum dengan karakteristik tematik yang unik. Bagi museum seperti Museum Layang-Layang Indonesia yang mengusung pengalaman budaya khas Indonesia, lemahnya pengembangan promosi digital dan kurangnya aktivitas interaktif yang relevan dengan segmen wisatawan modern menjadi kendala utama dalam meningkatkan minat kunjungan.

Dalam perspektif motivasional, wisatawan yang tertarik pada museum tematik sering terdorong oleh push factors seperti keinginan belajar, nostalgia masa kecil, kebutuhan rekreasi edukatif, serta motivasi keluarga untuk mencari destinasi aman dan bermanfaat (Kim & Lee, 2023). Di sisi lain, pull factors seperti keunikan museum, workshop membuat layang-layang, lingkungan tradisional yang asri, serta koleksi visual yang menarik menjadi elemen yang secara eksternal menarik wisatawan datang (Mendes & Correia, 2022). Literatur pariwisata kontemporer menunjukkan bahwa wisatawan tidak lagi hanya mengunjungi museum untuk melihat koleksi, tetapi juga untuk memenuhi motif rekreasi, pendalaman budaya, pengalaman belajar, dan pencarian nilai unik yang tidak ditemukan di destinasi lain (Kim & Lee, 2023).

Kombinasi push and pull inilah yang berpotensi mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Museum Layang-Layang Indonesia.

Sementara itu, variabel minat berkunjung dipahami sebagai bentuk perilaku yang muncul dari kombinasi faktor psikologis dan persepsi nilai terhadap suatu destinasi. Pada ranah museum, minat berkunjung ditentukan oleh sejauh mana pengunjung merasa pengalaman yang diberikan relevan, menarik, dan bermakna. Studi perilaku pengunjung menunjukkan bahwa persepsi nilai dan minat berkunjung terbentuk melalui interaksi antara kebutuhan individu dan kualitas pengalaman yang ditawarkan museum (Falk & Dierking, 2023). Dalam konteks museum tematik, relevansi konten dan cara penyajiannya menjadi faktor yang sangat menentukan.

Urgensi penelitian semakin meningkat seiring kebutuhan museum untuk memperkuat strategi promosi dan pengembangan daya tarik berbasis motivasi wisatawan. Dalam era pascapandemi, museum dituntut untuk beradaptasi dengan perilaku wisatawan yang semakin mencari pengalaman bermakna, interaktif, dan sesuai minat individu (UNWTO, 2022). Analisis motivasi wisatawan dapat membantu museum dalam merancang program edukatif, meningkatkan kualitas interpretasi budaya, serta memperkuat positioning destinasi di tengah kompetisi wisata urban yang semakin ketat. Selain itu, pentingnya penelitian ini juga berhubungan dengan upaya pelestarian budaya dan peningkatan

literasi museum di kalangan masyarakat urban. Museum tematik seperti Museum Layang-Layang Indonesia memiliki peran strategis dalam menjaga keberlanjutan budaya permainan tradisional, namun keberlanjutan tersebut sangat bergantung pada minat berkunjung masyarakat. Penelitian yang mengkaji motivasi wisatawan dapat memberikan dasar ilmiah untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pengunjung, memperkuat edukasi budaya, dan memastikan eksistensi museum dalam jangka panjang (Falk & Dierking, 2023). Peningkatan minat berkunjung tidak hanya berdampak pada keberlanjutan operasional museum, tetapi juga pada keberlanjutan budaya itu sendiri. Ketika generasi muda terlibat secara langsung melalui kunjungan dan program interaktif, proses pewarisan budaya berjalan lebih efektif (McGregor, 2021).

Untuk menjawab kesenjangan tersebut, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis secara empiris bagaimana motivasi wisatawan yang mencakup dimensi edukatif, rekreasi, budaya, dan keunikan atraksi mempengaruhi minat berkunjung ke museum tematik seperti Museum Layang-Layang Indonesia. Penelitian ini merespons kebutuhan literatur global yang menekankan pentingnya pemahaman mendalam mengenai faktor psikologis yang menggerakkan perilaku wisatawan terhadap destinasi budaya dalam konteks wisata modern (Richards, 2021). Dengan demikian,

penelitian ini menempatkan motivasi sebagai inti kajian untuk menjelaskan variasi minat berkunjung wisatawan dalam konteks museum edukatif tematik. Penelitian ini mengintegrasikan konsep push and pull motivation theory dengan konteks museum tematik budaya, sehingga dapat menawarkan pemahaman lebih komprehensif tentang faktor internal dan eksternal yang mendorong wisatawan memilih museum ini.

Secara khusus, penelitian ini menganalisis bagaimana motivasi seperti keinginan belajar, nostalgia, serta motivasi keluarga (push), serta daya tarik unik museum seperti workshop dan koleksi budaya (pull), membentuk minat berkunjung wisatawan.

Kontribusi penelitian ini juga terletak pada sumbangan ilmiah bagi literatur wisata budaya, terutama terkait museum tematik yang masih minim kajian, baik di Indonesia maupun di tingkat global. Dengan mengintegrasikan dimensi motivasi ke dalam model perilaku wisatawan, penelitian ini memberikan pemahaman baru tentang bagaimana museum dengan tema budaya permainan tradisional dapat bersaing dalam pasar wisata urban yang semakin kompetitif (Henderson, 2022). Kerangka analisis ini dapat menjadi rujukan bagi studi-studi selanjutnya yang mengkaji museum niche berbasis warisan budaya lokal.

Dari perspektif praktis, penelitian ini memberikan manfaat strategis bagi pengelola museum. Dengan mengetahui faktor motivasi apa saja yang paling berpengaruh

dalam meningkatkan minat berkunjung, museum dapat menyusun strategi pemasaran, membuat program edukatif yang lebih menarik, serta meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung secara keseluruhan. Upaya ini sejalan dengan rekomendasi UNWTO (2022) yang menekankan pentingnya desain pengalaman pengunjung berbasis kebutuhan psikologis untuk meningkatkan ketertarikan wisatawan pascapandemi. Studi ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori motivasi wisatawan dalam konteks museum urban, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pengelola museum dalam merancang strategi promosi, pengayaan program edukasi, dan peningkatan daya tarik budaya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan berikut tujuan dan manfaat penelitian yang telah penulis dapatkan:

1. Untuk mengetahui apakah push factors berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Museum Layang-Layang Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah pull factors berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Museum Layang-Layang Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah motivasi wisatawan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Museum Layang-Layang Indonesia.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif untuk menganalisis pengaruh motivasi wisatawan terhadap minat berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia (Syahrizal & Jailani, 2023). Partisipan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung atau memiliki minat berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia, berusia minimal 17 tahun, dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dari populasi sebanyak 51.586 pengunjung (Khoiroh & Anam, 2026). Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun menggunakan Skala Likert 1–5 untuk mengukur variabel motivasi wisatawan (push

factors dan pull factors) serta minat berkunjung. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung dan daring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, serta didukung oleh studi kepustakaan, dokumentasi, dan data statistik kunjungan museum sebagai data sekunder. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas dan heteroskedastisitas), uji t, uji F, analisis regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi untuk menguji pengaruh motivasi wisatawan terhadap minat berkunjung (Ananda & Husrizalsyah, 2025). Penelitian dilaksanakan pada periode Januari–Mei 2026, mulai dari penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga analisis dan penyusunan laporan penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis lainnya. Uji

normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov, dimana jika nilai signifikansi ($> 0,05$), maka dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi ($< 0,05$), maka dapat diartikan bahwa data tidak berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

<i>Unstandardized Residual</i>		
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.01870051
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.034
	Negative	-.065

Test Statistic	.065
Asymp. Sig. (2-Tailed)	.200

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2026)

1. Test distribution is Normal
2. Calculated from Data
3. Lilliefors Significance Correction
4. This is a lower bound of the true significance

Hasil uji normalitas pada tabel 2, dapat diketahui bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini tersebar secara normal karena nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,200 yang lebih tinggi daripada 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dalam data, penelitian ini akan menguji heteroskedastisitas dengan metode Glejser, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$) maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sementara jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($< 0,05$) maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	3.058	1.051		2.909	.004
	TOTALX1	-.004	.023	-.021	-.182	.856
	TOTALX2	-.011	.022	-.054	-.478	.634

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel independent (Motivasi Wisatawan) dengan dimensi push and pull factor adalah sebesar 0,856 dan 0.634, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena taraf signifikansi variabel independent lebih besar dari 0,05.

Uji T

Menurut Ghazali (2021), uji T digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji T ini bertujuan untuk

mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y), dengan syarat penerimaan atau penolakan nilai signifikansi yang digunakan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

T tabel dapat diketahui dengan menghitung derajat keterbatasan menggunakan rumus:

$$df = n - 2$$

Dengan keterangan:

df = Derajat keterbatasan

n = Jumlah responden (100)

k = Jumlah variabel

1 = Konstanta

Maka: $df = 100 - 2 = 98$

Dengan signifikansi 0,05 dan derajat keterbatasan 98, dapat diketahui

bahwa T tabel pada penelitian ini adalah 1.984.

Tabel 4. Hasil Uji T (*Push Factors*)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	29.698	2.056		12.442	.000
	TOTALX1	.385	.046	.645	8.349	.000

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2026)

Dari hasil uji T tabel 4, dapat diketahui bahwa:

Pengaruh dimensi Push Factors terhadap Minat Berkunjung:

1. Nilai T hitung (8.349) lebih besar dari nilai T tabel (1.984), sehingga berpengaruh signifikan.
2. Taraf signifikansi 0 .000 yang lebih kecil dari 0.05, sehingga berpengaruh signifikan.

Dengan demikian, hipotesis pertama (Ha1) diterima, yang berarti bahwa Push Factors (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Museum Layang-Layang Indonesia.

Nilai koefisien regresi Push Factors sebesar 0,385 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan

push factors, minat berkunjung akan meningkat sebesar 0,385 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil ini membuktikan bahwa faktor pendorong internal dari dalam diri wisatawan, yang meliputi motivasi edukatif, motivasi rekreasi, motivasi nostalgia, serta motivasi keluarga dan sosial, secara nyata memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Ardiansyah & Iskandar (2023) yang menyimpulkan bahwa motivasi push factors berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata alam dan budaya di Jakarta.

Tabel 5. Hasil Uji T (*Pull Factors*)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	27.369	1.742		15.709	.000
	TOTALX1	.434	.039	.750	11.228	.000

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2026)

Dari hasil uji T tabel 5, dapat diketahui bahwa pengaruh dimensi Pull Factors terhadap Minat Berkunjung:

1. Nilai T hitung (11.228) lebih besar dari nilai T tabel (1.984), sehingga berpengaruh signifikan.
2. Taraf signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, sehingga berpengaruh signifikan.

Dengan demikian, hipotesis kedua (Ha2) diterima, yang berarti bahwa Pull Factors (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Museum Layang-Layang Indonesia.

Nilai koefisien regresi Pull Factors sebesar 0,434 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pull factors, minat berkunjung akan meningkat sebesar 0,434 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien pull factors yang lebih besar dibandingkan dengan push factors ($0,434 > 0,385$) mengindikasikan bahwa daya tarik eksternal museum yang mencakup keunikan koleksi layang-layang, ketersediaan aktivitas interaktif dan

workshop, nilai budaya dan edukasi, serta kenyamanan fisik dan lingkungan museum memberikan kontribusi yang lebih besar dalam membentuk minat berkunjung wisatawan dibandingkan dengan faktor pendorong dari dalam diri wisatawan.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Chan & Lee (2022) yang menemukan bahwa daya tarik fisik dan kekhasan koleksi museum tematik merupakan faktor penarik dominan yang mendorong wisatawan untuk berkunjung, terutama pada museum yang menawarkan pengalaman budaya yang tidak dapat ditemukan di destinasi lain.

Uji F (Simultan)

Menurut Ghazali (2021) uji F dilakukan untuk mengetahui kelayakan penelitian yaitu apakah model regresi dapat melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Penghitungan F tabel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus $F(k : N - k - 1)$.

Tabel 6. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	1926.817	2	963.409	103.587	.000
	<i>Residual</i>	902.143	97	9.300		
	<i>Total</i>	2828.960	99			

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2026)

A. Dependent Variable: TOTALY

B. Predictors: (constant), TOTALX2, TOTALX1

Dari hasil uji F tabel 6 dapat diketahui bahwa:

1. Nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05,

sehingga dapat diketahui bahwa variabel independen (Motivasi Wisatawan) berpengaruh terhadap variabel dependen (Minat Berkunjung).

2. Nilai F hitung sebesar 103.587 yang lebih besar dari F tabel (2,47),

sehingga dapat diketahui bahwa variabel independen (Motivasi Wisatawan) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (Minat Berkunjung).

Dengan demikian, hipotesis ketiga (Ha3) diterima, yang berarti bahwa Push Factors (X1) dan Pull Factors (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y) ke Museum Layang-Layang Indonesia.

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui variabel independen Motivasi Wisatawan memiliki hubungan dengan variabel dependen Minat Berkunjung, jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka kedua variabel memiliki hubungan antar variabel, sementara jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05, maka kedua variabel tersebut tidak memiliki hubungan antar variabel.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	1926.817	2	963.409	103.587	.000
	<i>Residual</i>	902.143	97	9.300		
	<i>Total</i>	2828.960	99			

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2026)

- a. Dependent Variable: TOTALY
- b. Predictors: (constant), TOTALX2, TOTALX1

Berdasarkan hasil uji tabel 7, dapat diketahui bahwa variabel Motivasi Wisatawan (X) memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung (Y) dengan nilai F hitung adalah 103.587 dan tingkat signifikansi

sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05.

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2021), uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825	.681	.675	3.04966

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2026)

- a. Predictors: (Constant), TOTALX

Berdasarkan hasil analisis regresi linear yang ditunjukkan pada tabel 8 diperoleh nilai R sebesar 0,825 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara

motivasi wisatawan terhadap minat berkunjung. Nilai R Square sebesar 0,681 menunjukkan bahwa variabel motivasi wisatawan mampu menjelaskan sebesar 68,1% variasi pada variabel minat berkunjung,

sedangkan sisanya sebesar 31,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini, seperti aksesibilitas, fasilitas wisata, maupun pengaruh media sosial. Adapun nilai Adjusted R Square sebesar 0,675 atau 67,5% yang merupakan nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan, menunjukkan bahwa model tetap stabil dan representatif dalam menggambarkan pengaruh motivasi wisatawan terhadap minat berkunjung. Sementara itu, nilai Standard Error of the Estimate sebesar 3,04966 menunjukkan tingkat kesalahan dalam memprediksi minat berkunjung, di mana nilai tersebut tergolong kecil sehingga model regresi yang digunakan memiliki tingkat keakuratan yang baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan dan dominan terhadap minat berkunjung, sehingga model regresi dalam penelitian ini layak digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan.

Pembahasan

Hasil uji F ini memiliki keterkaitan yang erat dengan hasil uji T yang telah dipaparkan sebelumnya. Secara parsial, Push Factors terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai T hitung sebesar 8,349 (sig. 0,000), dan Pull Factors juga terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai T hitung sebesar 11,228 (sig. 0,000). Kedua variabel tersebut secara sendiri-sendiri mampu menjelaskan pengaruh yang nyata terhadap minat berkunjung. Lebih jauh, hasil uji F

membuktikan bahwa pengaruh kedua variabel motivasi wisatawan tersebut tidak hanya signifikan secara parsial, tetapi juga signifikan secara simultan yang artinya push factors dan pull factors bekerja bersama-sama sebagai satu kesatuan sistem motivasi yang saling memperkuat dalam membentuk minat berkunjung wisatawan ke Museum Layang-Layang Indonesia.

Keterkaitan antara push factors dan pull factors dalam membentuk perilaku wisatawan ini sesuai dengan inti dari teori Push and Pull yang dikemukakan oleh Dann (1981), Dalam Febrianto et al. (2025) yang menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk berwisata tidak dapat dijelaskan hanya oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil interaksi antara dorongan internal dari diri wisatawan dan daya tarik eksternal dari destinasi wisata. Dalam konteks Museum Layang-Layang Indonesia, wisatawan yang memiliki motivasi internal yang kuat seperti keinginan menambah wawasan budaya, melepas rutinitas, atau bernostalgia akan semakin terdorong untuk berkunjung ketika mereka mempersepsikan bahwa daya tarik museum (keunikan koleksi, aktivitas interaktif, dan lingkungan yang nyaman) mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka.

Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian McIntosh et al. (1995) dalam Ardiansyah & Iskandar (2023) yang menegaskan bahwa wisatawan yang termotivasi secara internal cenderung menyeleksi destinasi berdasarkan kekuatan daya tarik

eksternal yang ditawarkan. Dengan kata lain, kombinasi push factors yang kuat dan pull factors yang menarik merupakan prasyarat utama untuk mewujudkan minat berkunjung menjadi tindakan nyata. Besarnya nilai F hitung (103,587) yang jauh melampaui F tabel (2,47) juga mencerminkan bahwa model penelitian ini memiliki daya prediksi yang sangat kuat, sehingga motivasi wisatawan dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis oleh pihak Museum Layang-Layang Indonesia dalam merancang program pengembangan destinasi.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori motivasi wisatawan, khususnya teori Push and Pull Factors dalam konteks wisata budaya dan museum tematik. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor pendorong internal (push factors) seperti motivasi edukatif, rekreasi, nostalgia, dan keluarga/sosial serta faktor penarik eksternal (pull factors) seperti keunikan koleksi, aktivitas interaktif, nilai budaya-edukasi, dan daya tarik lingkungan museum memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keputusan seseorang untuk mengunjungi destinasi wisata budaya tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi, tetapi juga oleh daya tarik yang dimiliki destinasi tersebut.

Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek penelitian, yaitu Museum Layang-Layang Indonesia, sehingga hasil penelitian belum tentu

dapat digeneralisasikan pada seluruh museum atau destinasi wisata budaya lainnya. Responden penelitian terbatas pada 100 orang wisatawan yang berasal dari wilayah Jabodetabek, sehingga karakteristik responden mungkin belum sepenuhnya mewakili wisatawan dari daerah lain di Indonesia.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh motivasi wisatawan terhadap minat berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan yang diukur melalui dimensi Push Factors terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan internal dari dalam diri wisatawan, seperti keinginan untuk mencari pengetahuan baru, melepas kejenuhan rutinitas sehari-hari, dan keinginan untuk menikmati pengalaman wisata budaya yang edukatif, secara nyata memengaruhi keputusan wisatawan untuk datang berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia.

Demikian pula, motivasi wisatawan yang diukur melalui dimensi Pull Factors juga terbukti berpengaruh signifikan, yang berarti bahwa daya tarik eksternal museum seperti keunikan koleksi layang-layang dari berbagai daerah dan mancanegara, aktivitas interaktif berupa lokakarya pembuatan layang-layang, serta nilai edukatif dan budaya

yang ditawarkan, mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Secara simultan, kedua dimensi motivasi wisatawan tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, sehingga model penelitian yang digunakan dinyatakan layak dan dapat diterima. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel motivasi wisatawan mampu menjelaskan sebagian besar variasi pada variabel minat berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia, sementara sebagian kecil sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti aksesibilitas, fasilitas wisata, kualitas pelayanan, maupun pengaruh media sosial. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini cukup stabil dan representatif dalam menggambarkan pengaruh motivasi wisatawan terhadap minat berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Museum Layang-Layang Indonesia, seperti daya tarik wisata, kualitas pelayanan, aksesibilitas, pengaruh media sosial, atau word of mouth, mengingat masih terdapat sebagian variasi minat berkunjung yang belum dapat dijelaskan oleh variabel motivasi wisatawan semata.

Selain itu, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang lebih

beragam, misalnya dengan mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif, karena pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dapat memberikan gambaran yang lebih kaya terkait motivasi dan pengalaman subjektif wisatawan yang tidak dapat ditangkap melalui kuesioner semata.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pariwisata budaya dan perilaku wisatawan. Pertama, penelitian ini memperkaya kajian mengenai teori motivasi wisatawan (push and pull factors) dengan membuktikan bahwa faktor pendorong internal (push factors) dan faktor penarik eksternal (pull factors) berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke museum tematik budaya. Hasil ini memperkuat relevansi teori Push and Pull dalam menjelaskan perilaku wisatawan pada konteks museum edukatif dan budaya.

E. Daftar Pustaka

- Angelica, G., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention Di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 125–133.
<https://doi.org/10.37253/Altasia.V5i2.7855>
- Ananda, R. A., & Husrizalsyah, D. (2025). Penerapan content marketing melalui social media TikTok pada UMKM Maecha. id.

- AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584), 5(2), 219-237. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.6768>
- Chan, J., & Lee, M. (2022). Understanding Visitor Motivations In Small Thematic Museums: Challenges And Opportunities In Niche Cultural Institutions. *Journal Of Cultural Tourism Studies*, 14(2), 115–129.
- Dinny Mutiah. (2026, January 9). Jumlah Pengunjung Museum Dan Cagar Budaya 2025 Capai 4,3 Juta Orang, Naik 9,3 Persen. Liputan 6.
- Dwi Hadya Jayani. (2022). Ini Museum Di Jakarta Yang Paling Ramai Pengunjung Pada 2021. Databoks Katadata.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2023). The Museum Experience Revisited: Visitor Motivations And Meaning-Making In Contemporary Museums. Routledge.
- Henderson, J. C. (2022). Nostalgia-Driven Cultural Tourism And The Role Of Traditional Play Heritage In Museum Settings. *Tourism, Culture & Communication*, 22(1), 45–58.
- Kemenbud. (2024). Profil Museum Layang-Layang, Jakarta. Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia.
- Kim, S., & Lee, H. (2023). Tourist Motivation And Behavioral Intention In Cultural Heritage Sites: A Multi-Dimensional Approach. *Journal Of Heritage Tourism*, 18(3), 302–318.
- Khoiroh, U., & Anam, S. (2026). Analisis Teknik Sampling Dalam Penelitian Kuantitatif Dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Data. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1418-1424.
- Mendes, R., & Correia, A. (2022). Mainstream Vs. Niche Museums: Differences In Visitor Experience And Motivational Factors. *International Journal Of Tourism Research*, 24(6), 897–910.
- Mcgregor, K. (2021). Engagement Patterns In Small Museums: A Global Review Of Visitor Motivations And Challenges. *Museum Management And Curatorship*, 36(4), 408–425.
- Richards, G. (2021). Cultural Tourism In The Post-Pandemic Era: Shifts In Motivation And Experiential Preferences. *Journal Of Tourism Futures*, 7(3), 220–233.
- Rosalia Litta, & Veronica. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Museum Layang-Layang Indonesia Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(7), 8682–8688.
- Susantri, S., Nabila Rizvi, F., Budidaya Perairan, J., Perikanan Dan Kelautan, F., & Riau, U. (2025). Museum Adityawarman Dinas Kebudayaan Provinsi Sumatera Barat Sebagai Media Edukasi Dan Pelestarian Budaya Lokal. In *Chemistry*,

- Mathematics And Physics
Education (Vol. 2, Number 2).
Biochamp.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61761/Biochamp.2.2.46-51>
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023).
Jenis-jenis penelitian dalam
penelitian kuantitatif dan
kualitatif. QOSIM: Jurnal
Pendidikan Sosial & Humaniora,
1(1), 13-23.
<https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Unwto. (2022). Tourism Strategies
Post-Covid-19: Enhancing
Visitor Motivation And Cultural
Engagement In Urban
Destinations. World Tourism
Organization Publications.