

## PENGARUH DAYA TARIK WISATA PADA PROGRAM NIGHT AT RAGUNAN ZOO TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI TAMAN MARGASATWA RAGUNAN JAKARTA SELATAN

Della Puspitasari<sup>1</sup>, Kania Ratnasari<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sahid, Indonesia

Email Korespondensi: [niotfemale@gmail.com](mailto:niotfemale@gmail.com)

### ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Taman Margasatwa Ragunan (TMR) menghadirkan inovasi melalui program *Night at Ragunan Zoo* yang diselenggarakan sejak tahun 2025, namun data kunjungan menunjukkan fluktuasi yang cukup mencolok sepanjang periode Oktober 2025 hingga Februari 2026. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan pada program tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain survei, melibatkan 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis *Google Form* dengan *Likert scale* 1–5, dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata memperoleh rerata sebesar 4,14 (kategori Menarik), sedangkan minat berkunjung ulang sebesar 4,21 (kategori Sangat Tinggi). Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $\hat{Y} = -0,224 + 1,067X$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang membuktikan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Koefisien determinasi sebesar 69,3% menegaskan bahwa daya tarik wisata menjadi faktor penentu utama dalam membentuk keinginan wisatawan untuk kembali menikmati program ini.

**Kata Kunci:** Daya Tarik Wisata, Minat Berkunjung Ulang, Wisata Malam, Taman Margasatwa, Konservasi Satwa

### ABSTRACT

*Tourism is a strategic sector that contributes significantly to regional economic growth. Ragunan Zoo (Taman Margasatwa Ragunan/TMR) introduced an innovation through the Night at Ragunan Zoo program launched in 2025, yet visitation data revealed considerable fluctuations throughout the period of October 2025 to February 2026. This study aims to analyze the influence of tourist attraction on visitors' revisit intention within the program. A quantitative approach with a survey design was employed, involving 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Google Form-based questionnaire with a 1–5 Likert scale and analyzed using simple linear regression. The findings indicate that tourist attraction obtained a mean score of 4.14 (Attractive category), while revisit intention reached 4.21 (Very High category). The regression equation  $\hat{Y} = -0.224 + 1.067X$  with a significance value of  $0.000 < 0.05$  confirms that tourist attraction has a positive and significant effect on revisit intention. A coefficient of determination of 69.3% affirms that tourist attraction serves as the primary determinant in shaping visitors' desire to return and experience this program again.*

**Keywords:** Tourist Attraction, Revisit Intention, Night Tourism, Zoological Park, Wildlife Conservation

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memegang peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya suatu wilayah. Kegiatan wisata tidak semata-mata berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah dan perluasan lapangan kerja, melainkan juga menjadi wahana rekreasi, edukasi, dan pemenuhan kebutuhan psikologis masyarakat. Transformasi gaya hidup yang terjadi seiring perkembangan zaman telah menggeser orientasi kebutuhan masyarakat dari pemenuhan kebutuhan primer menuju kebutuhan sekunder dan tersier, termasuk di dalamnya kegiatan wisata yang mampu memberikan kepuasan emosional dan pengalaman bermakna (Suwena, 2017). Dalam konteks Indonesia, pariwisata terus menunjukkan trajektori pertumbuhan yang signifikan dan menjadi salah satu motor penggerak perekonomian nasional, didukung kebijakan pemerintah yang secara aktif mendorong pengembangan destinasi wisata berkelanjutan guna memperkuat daya saing di tingkat global.

Provinsi DKI Jakarta, sebagai pusat pemerintahan sekaligus episentrum kegiatan ekonomi nasional, turut memiliki ragam daya tarik wisata buatan yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan rekreasi masyarakat perkotaan. Salah satu destinasi yang memiliki karakteristik unik adalah Taman Margasatwa Ragunan (TMR), sebuah kawasan yang mengintegrasikan fungsi rekreasi, konservasi, dan edukasi dalam satu ekosistem destinasi. Sebagai objek wisata fauna terbesar dan tertua di Indonesia yang berlokasi di Jakarta Selatan, TMR menjadi pilihan utama wisatawan domestik, khususnya masyarakat kawasan Jabodetabek. Pengelola TMR kemudian melakukan inovasi pengembangan produk wisata melalui penyelenggaraan program *Night at Ragunan Zoo* yang mulai dilaksanakan pada tahun 2025, menghadirkan konsep wisata malam yang memadukan unsur rekreasi dan edukasi satwa dengan atmosfer malam yang ditunjang pencahayaan tematik serta aktivitas *tour* malam, diselenggarakan setiap hari Sabtu pukul 19.00 hingga 22.00 WIB.

Data kunjungan program *Night at Ragunan Zoo* selama periode Oktober 2025 hingga Februari 2026 memperlihatkan dinamika yang fluktuatif. Kunjungan tercatat sebanyak 12.949 orang pada Oktober 2025, meningkat menjadi 15.876 orang pada November 2025 dengan perubahan 0,22%, dan mencapai puncaknya pada Desember 2025 dengan 22.765 pengunjung atau naik 0,43%, seiring momentum libur akhir tahun. Namun terjadi penurunan signifikan pada Januari 2026 menjadi 12.212 orang (-0,46%) dan terus merosot pada Februari 2026 dengan hanya 4.884 pengunjung (-0,60%) (Taman Margasatwa Ragunan, 2025–2026). Fluktuasi ini mengindikasikan bahwa minat kunjungan tidak bersifat stabil dan sangat dipengaruhi faktor musim liburan serta tingkat ketertarikan wisatawan terhadap program yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian latar belakang, terdapat dua permasalahan pokok yang menjadi dasar penelitian ini, yakni fluktuasi jumlah kunjungan dalam empat bulan terakhir pada program *Night at Ragunan Zoo* serta adanya keluhan pengunjung mengenai daya tarik wisata program tersebut. Keluhan yang diperoleh dari *Google Review* (2025) mencakup empat dimensi utama yakni atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas (*amenity*), dan jasa pendukung (*ancillary services*). Pada dimensi atraksi, pengunjung mengeluhkan visibilitas satwa yang terbatas pada malam hari serta minimnya variasi atraksi. Pada dimensi aksesibilitas, antrean panjang *shuttle buggy car* dan minimnya petunjuk arah menjadi perhatian utama. Dimensi fasilitas menyoroti keterbatasan toilet, area kuliner, dan tempat istirahat, sedangkan pada dimensi jasa pendukung, penyampaian informasi oleh petugas dinilai belum optimal dan ketersediaan pemandu

wisata malam masih sangat terbatas.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah penelitian ini meliputi: (1) bagaimana tanggapan wisatawan mengenai daya tarik wisata pada program *Night at Ragunan Zoo*; (2) bagaimana tingkat minat berkunjung ulang wisatawan; serta (3) apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta Selatan. Penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan program *Night at Ragunan Zoo*, dengan variabel independen meliputi atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan jasa pendukung, serta minat berkunjung ulang sebagai variabel dependen. Responden adalah pengunjung yang pernah mengikuti program minimal satu kali.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan daya tarik wisata program *Night at Ragunan Zoo*, menganalisis tingkat minat berkunjung ulang wisatawan, serta mengkaji pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta Selatan. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan daya tarik wisata dan perilaku wisatawan pada destinasi berbasis konservasi satwa, sekaligus menjadi referensi bagi kajian selanjutnya. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan evaluatif bagi pengelola TMR dalam meningkatkan kualitas program *Night at Ragunan Zoo* secara berkelanjutan, serta bermanfaat bagi peneliti dalam menerapkan teori pariwisata ke dalam praktik penelitian dan bagi akademisi sebagai bahan rujukan kajian serupa.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain survei, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Margasatwa Ragunan, khususnya pada program *Night at Ragunan Zoo*. Variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata, sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) adalah minat berkunjung ulang wisatawan. Objek kajian difokuskan kepada wisatawan yang telah melakukan kunjungan ulang minimal satu kali pada program tersebut.

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner yang memuat pernyataan terkait daya tarik wisata dan minat berkunjung ulang. Sementara itu, data sekunder bersumber dari data jumlah kunjungan wisatawan, ulasan pengunjung pada platform *Google Review*, serta berbagai literatur ilmiah berupa jurnal dan dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan kuesioner daring berbasis *Google Form*. Instrumen disusun menggunakan *Likert scale* dengan rentang nilai 1 hingga 5, mulai dari Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (5). Responden yang dilibatkan adalah pengunjung yang pernah mengikuti program *Night at Ragunan Zoo* dan telah melakukan kunjungan ulang minimal satu kali.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung program *Night at Ragunan Zoo* pada bulan Februari 2026, dengan total tercatat sebanyak 4.884 orang. Mengacu pada pendapat (Darajat, 2021), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dianalisis. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden meliputi: (1) pernah mengikuti program *Night at*

Ragunan Zoo, dan (2) telah melakukan kunjungan ulang minimal satu kali. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10%, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{4.884}{1 + 4.884(0.1)^2} = 97.98 \approx 100 \text{ responden}$$

Variabel daya tarik wisata diukur melalui empat dimensi, yaitu *attraction* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (fasilitas), dan *ancillary* (jasa pendukung), masing-masing terdiri dari tiga indikator pernyataan. Variabel minat berkunjung ulang diukur melalui empat dimensi, meliputi minat referensial, minat transaksional, minat preferensial, dan minat eksploratif, dengan masing-masing tiga indikator. Keseluruhan indikator tersebut dirinci dalam tabel operasional variabel penelitian. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r hitung* terhadap *r tabel* sebesar 0,361. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, seluruh item pada variabel daya tarik wisata menghasilkan nilai *r hitung* antara 0,576 hingga 0,867, sedangkan variabel minat berkunjung ulang berada pada rentang 0,610 hingga 0,912. Keseluruhan item dinyatakan valid karena *r hitung* > *r tabel* (Sugiyono, 2013). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Variabel daya tarik wisata memperoleh nilai sebesar 0,930, sedangkan variabel minat berkunjung ulang sebesar 0,938. Kedua nilai tersebut melampaui ambang batas  $\alpha \geq 0,80$ , sehingga instrumen dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, analisis deskriptif kuantitatif dilakukan dengan mentabulasi data menggunakan Microsoft Excel, menghitung nilai rata-rata setiap pernyataan, lalu menginterpretasikannya berdasarkan skala interval. Nilai interval diperoleh dari rumus:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh lima kategori interpretasi sebagai berikut.

Tabel 1. Skala Interval

Interval	Daya Tarik Wisata	Minat Berkunjung Ulang
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Menarik	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Menarik	Rendah
2,61 – 3,40	Cukup Menarik	Cukup Tinggi
3,41 – 4,20	Menarik	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Menarik	Sangat Tinggi

Kedua, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel daya tarik wisata (X) terhadap minat berkunjung ulang (Y), dengan persamaan:

$$Y = a + bX$$

Ketiga, uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t dengan taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05, maka terdapat pengaruh signifikan antara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang, dan sebaliknya. Keempat, analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur persentase kontribusi variabel independen terhadap variasi variabel dependen, dengan rumus  $KD = r^2 \times 100\%$ .

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tarik Wisata Dimensi Atraksi (*Attraction*)

Rerata dimensi atraksi secara keseluruhan adalah 4,07 dengan kategori Menarik, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Atraksi (*Attraction*) (N=100)

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Pengalaman menarik dalam mengamati aktivitas satwa pada malam hari	4,05	Menarik
Konsep wisata malam memberikan pengalaman berbeda dibandingkan kunjungan siang hari	4,22	Sangat Menarik
Kegiatan/atraksi yang disajikan menambah ketertarikan pengunjung	3,94	Menarik
<b>Rerata</b>	<b>4,07</b>	<b>Menarik</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Dimensi Aksesibilitas (*Accessibility*)

Rerata dimensi aksesibilitas sebesar 4,13 berada pada kategori Menarik, sebagaimana tercantum pada Tabel 3.

Tabel 3. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Aksesibilitas (*Accessibility*) (N=100)

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Lokasi Taman Margasatwa Ragunan mudah dijangkau	4,14	Menarik
Petunjuk arah menuju area kegiatan tersedia dengan jelas	4,20	Menarik
Akses masuk dan keluar kawasan memudahkan pengunjung	4,07	Menarik
<b>Rerata</b>	<b>4,13</b>	<b>Menarik</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Dimensi Fasilitas (*Amenity*)

Rerata dimensi fasilitas sebesar 4,15 berada pada kategori Menarik, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Fasilitas (*Amenity*) (N=100)

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Fasilitas yang tersedia mendukung kenyamanan pengunjung	4,17	Menarik
Fasilitas umum seperti area istirahat dan toilet tersedia dengan baik	4,18	Menarik
Fasilitas pendukung malam hari membuat pengunjung merasa nyaman	4,11	Menarik
<b>Rerata</b>	<b>4,15</b>	<b>Menarik</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Dimensi Jasa Pendukung (*Ancillary*)

Rerata dimensi jasa pendukung sebesar 4,21 merupakan nilai tertinggi di antara seluruh dimensi dengan kategori Sangat Menarik, seperti tercantum pada Tabel 5.

Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Jasa Pendukung (*Ancillary*) (N=100)

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Petugas memberikan pelayanan yang ramah kepada pengunjung	4,26	Sangat Menarik
Informasi dari petugas jelas dan mudah dipahami	4,12	Menarik

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Pengunjung merasa aman dan nyaman selama mengikuti kegiatan	4,27	Sangat Menarik
<b>Rerata</b>	<b>4,21</b>	<b>Sangat Menarik</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Rekapitulasi Variabel Daya Tarik Wisata

Tabel 6. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Wisata (N=100)

Dimensi	Rerata	Kategori
Atraksi ( <i>Attraction</i> )	4,07	Menarik
Aksesibilitas ( <i>Accessibility</i> )	4,13	Menarik
Fasilitas ( <i>Amenity</i> )	4,15	Menarik
Jasa Pendukung ( <i>Ancillary</i> )	4,21	Sangat Menarik
<b>Total Rerata</b>	<b>4,14</b>	<b>Menarik</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Daya Tarik Wisata pada Program *Night at Ragunan Zoo*

Variabel daya tarik wisata memperoleh total rerata sebesar 4,14 dengan kategori Menarik. Temuan ini selaras dengan pandangan (Mardhova & Siahaan, 2024) bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan makna tertentu sehingga mampu menarik minat seseorang untuk berkunjung dan menciptakan pengalaman wisata yang bernilai. Dimensi jasa pendukung memperoleh nilai tertinggi (4,21/Sangat Menarik), diikuti fasilitas (4,15), aksesibilitas (4,13), dan atraksi (4,07) yang seluruhnya berkategori Menarik. Pada dimensi atraksi, keunikan konsep wisata malam memperoleh nilai tertinggi (4,22), mempertegas pernyataan (Rofiah, Gantina, Trisakti, & Selatan, 2026) bahwa atraksi yang menarik menjadi alasan utama wisatawan tertarik mengunjungi suatu destinasi. Sementara dimensi aksesibilitas menunjukkan bahwa kejelasan petunjuk arah (4,20) dan keterjangkauan lokasi berkontribusi positif terhadap persepsi daya tarik secara menyeluruh. Pada dimensi fasilitas, meskipun seluruh indikator berkategori Menarik, nilai terendah pada kenyamanan fasilitas malam hari (4,11) mengindikasikan perlunya optimalisasi sarana pendukung khusus malam. Dimensi jasa pendukung menjadi keunggulan utama program ini, di mana rasa aman (4,27) dan keramahan petugas (4,26) mencerminkan kualitas sumber daya manusia yang baik. (Riani, 2021) menegaskan bahwa pelayanan yang ramah dan responsif berperan penting dalam membentuk pengalaman berkunjung yang positif. Hasil ini turut diperkuat oleh (Setyawan, 2020) yang membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di Taman Margasatwa Ragunan, serta menemukan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di lokasi yang sama.

### Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Berkunjung Ulang Dimensi Minat Referensial

Rerata dimensi minat referensial sebesar 4,11 berada pada kategori Tinggi, sebagaimana disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Minat Referensial (N=100)

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Bersedia merekomendasikan program kepada teman atau keluarga	4,09	Tinggi
Akan menyarankan orang lain untuk mencoba mengikuti program	4,18	Tinggi

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Bersedia menceritakan pengalaman positif kepada orang lain	4,08	Tinggi
<b>Rerata</b>	<b>4,11</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Dimensi Minat Transaksional

Rerata dimensi minat transaksional sebesar 4,12 berada pada kategori Tinggi, sebagaimana tercantum pada Tabel 8.

Tabel 8. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Minat Transaksional (N=100)

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Memiliki keinginan untuk kembali mengikuti program di masa mendatang	4,13	Tinggi
Bersedia membeli tiket kembali apabila program diselenggarakan ulang	4,08	Tinggi
Tertarik untuk kembali mengikuti program pada kesempatan berikutnya	4,17	Tinggi
<b>Rerata</b>	<b>4,12</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Dimensi Minat Preferensial

Rerata dimensi minat preferensial sebesar 4,15 berada pada kategori Tinggi, sebagaimana disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Minat Preferensial (N=100)

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Program menjadi salah satu pilihan ketika ingin berwisata malam	4,13	Tinggi
Lebih memilih program dibandingkan kegiatan wisata malam lainnya	4,12	Tinggi
Program menjadi pilihan utama untuk wisata malam yang bersifat edukatif	4,20	Tinggi
<b>Rerata</b>	<b>4,15</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Dimensi Minat Eksploratif

Rerata dimensi minat eksploratif sebesar 4,20 berada pada kategori Tinggi, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 10.

Tabel 10. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Minat Eksploratif (N=100)

Indikator	Rata-Rata	Kategori
Tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai program	4,14	Tinggi
Ingin mengetahui jadwal atau kegiatan terbaru dari program	4,19	Tinggi
Tertarik mengikuti informasi terbaru melalui media sosial atau internet	4,27	Sangat Tinggi
<b>Rerata</b>	<b>4,20</b>	<b>Tinggi</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Rekapitulasi Variabel Minat Berkunjung Ulang

Tabel 11. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Minat Berkunjung Ulang (N=100)

Dimensi	Rerata	Kategori
Referensial	4,11	Tinggi
Transaksional	4,12	Tinggi
Preferensial	4,15	Tinggi
Eksploratif	4,20	Tinggi
<b>Total Rerata</b>	<b>4,21</b>	<b>Sangat Tinggi</b>

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

## Minat Berkunjung Ulang Wisatawan pada Program *Night at Ragunan Zoo*

Total rerata minat berkunjung ulang sebesar 4,21 berada pada kategori Sangat Tinggi. (Saputro, 2020) mengemukakan bahwa minat berkunjung ulang merupakan wujud kecenderungan perilaku pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali secara berulang, di mana pengalaman selama kunjungan memiliki peran signifikan dalam membentuk niat tersebut. Dimensi referensial (4,11) mencerminkan tingginya kesediaan responden merekomendasikan program kepada orang lain, yang menunjukkan terbentuknya *word of mouth* positif berdasarkan pengalaman memuaskan. Dimensi transaksional (4,12) mempertegas bahwa pengalaman positif selama program mendorong niat nyata untuk kembali berkunjung, sejalan dengan (Suwena, 2017) yang menyatakan minat berkunjung ulang merupakan konsekuensi langsung dari pengalaman sebelumnya yang memuaskan. Pengalaman wisata berkesan berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* di Taman Margasatwa Ragunan dengan  $R^2$  sebesar 46,9%. Dimensi preferensial (4,15) menunjukkan program berhasil membangun *positioning* kuat sebagai destinasi wisata malam edukatif, sebagaimana (Wulandari, Sidanti, & Kadi, 2022) menjelaskan minat preferensial mencerminkan preferensi kuat terhadap suatu destinasi dibandingkan alternatif lainnya, diperkuat temuan (Sugiarto & Palupiningsih, 2019) bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang di lokasi yang sama sebesar 52,6%. Pada dimensi eksploratif, skor tertinggi di seluruh variabel minat diperoleh pada indikator pencarian informasi melalui media sosial (4,27/Sangat Tinggi), yang menggarisbawahi peran strategis platform digital dalam menjaga *engagement* pengunjung pascakunjungan. Semakin tinggi minat berkunjung ulang, semakin kuat pula daya saing destinasi dibandingkan para pesaingnya.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (N=100)

Model	Koefisien (B)	t	Sig.
Konstanta	-0,224	—	—
Daya Tarik Wisata (X)	1,067	—	0,000

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:  $\hat{Y} = -0,224 + 1,067X$

### Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 13. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (N=100)

Model	R	R Square (R <sup>2</sup> )	Keterangan
1	0,833	0,693	Hubungan Sangat Kuat

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2026)

### Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang

Persamaan regresi  $\hat{Y} = -0,224 + 1,067X$  menunjukkan koefisien positif sebesar 1,067, yang berarti setiap peningkatan satu satuan daya tarik wisata akan meningkatkan minat berkunjung ulang sebesar 1,067 satuan. (Novianti Amalia, 2023) menegaskan bahwa daya tarik wisata berfungsi sebagai faktor pendorong utama yang memunculkan motivasi eksternal bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan. Hasil uji signifikansi

menunjukkan nilai probabilitas  $0,000 < \alpha = 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang membuktikan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Temuan ini memperluas hasil (Daya, Wisata, Tingkat, Di, & Binatang, 2017) yang membuktikan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kebun Binatang Ragunan dengan koefisien determinasi 52,55%.

Nilai R sebesar 0,833 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel, sementara  $R^2$  sebesar 0,693 mengungkapkan bahwa 69,3% variasi minat berkunjung ulang dijelaskan oleh daya tarik wisata. Angka ini melampaui temuan (Kafa & Berutu, 2025) sebesar 52,6% maupun (Latif, 2022) sebesar 46,9%, yang semakin mempertegas daya tarik wisata sebagai determinan utama minat berkunjung ulang. Adapun 30,7% sisanya dipengaruhi variabel lain seperti kualitas pelayanan, kepuasan, citra destinasi, maupun faktor eksternal lainnya yang turut membentuk keputusan wisatawan untuk kembali menikmati program *Night at Ragunan Zoo*, sebagaimana (Riani, 2021) menyatakan bahwa kegiatan wisata dipengaruhi oleh banyak faktor secara bersamaan dalam memenuhi kebutuhan individu akan rekreasi dan pengalaman.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, program *Night at Ragunan Zoo* terbukti memiliki daya tarik wisata yang dinilai menarik oleh para wisatawan, dengan total rerata sebesar 4,14. Dimensi jasa pendukung (*ancillary*) menjadi dimensi tertinggi, diikuti fasilitas (*amenity*), aksesibilitas (*accessibility*), dan atraksi (*attraction*). Minat berkunjung ulang wisatawan pun berada pada kategori sangat tinggi dengan rerata 4,21. Lebih jauh, daya tarik wisata terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang, dengan koefisien determinasi sebesar 69,3%, yang menandakan bahwa daya tarik wisata menjadi faktor penentu utama keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi program ini.

Pengelola Taman Margasatwa Ragunan disarankan untuk terus mengembangkan variasi atraksi pada malam hari agar pengalaman wisatawan semakin beragam dan tidak monoton, mengingat dimensi atraksi memperoleh nilai terendah di antara dimensi lainnya. Optimalisasi fasilitas pendukung malam hari, seperti pencahayaan, area istirahat, dan kuliner, juga perlu mendapat perhatian serius. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan *engagement* pascakunjungan perlu diperkuat mengingat tingginya minat eksploratif pengunjung. Penelitian selanjutnya diharapkan mengkaji variabel lain seperti kepuasan wisatawan, *brand image*, maupun kualitas pelayanan guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1), 23–37.
- Daya, P., Wisata, T., Tingkat, T., Di, K., & Binatang, K. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Tingkat Kunjungan Di Kebun Binatang Ragunan*. 3(1), 119–128.
- Kafa, V. J., & Berutu, F. (2025). Pengaruh Memorable Tourism Experience terhadap Revisit Intention di Taman Margasatwa Ragunan. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu*

- Pendidikan*, 8(7), 6998–7002.
- Latif, A. (2022). *Interaksi sosial dan dampak sosial budaya dalam pengembangan pariwisata*.
- Mardhova, R., & Siahaan, S. L. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Ragunan. *Panorama Nusantara*, 19(1).
- Novianti Amalia. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas wisata terhadap minat kunjung ulang wisatawan di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*.
- Riani, N. K. (2021). *Pariwisata Adalah Pisau Bermata Dua*.
- Rofiah, A., Gantina, D., Trisakti, I. P., & Selatan, J. (2026). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*. 10(1), 190–198.
- Saputro, W. E. (2020). *Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan)*. 11, 56–73.
- Setyawan, A. D. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Coban Rais*. (1), 1–19.
- Sugiarto, E., & Palupiningsih, A. (2019). Identifikasi Kearifan Lokal sebagai Upaya untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata di Kawasan Ekowisata Gunung Api Purba Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(2), 41–58.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I. K. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, 4(3), 1–20.