

Pengaruh Pengembangan Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Berastagi

Nikolas Syahputra Barus¹⁾, Darma Manalu²⁾, Ridhon MB Simangunsong³⁾

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen

Jl. Sutomo No.4A, Perintis, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Email Korespondensi: nikolas.barus@student.uhn.ac.id

Email: darmamanalu64@gmail.com

Email: ridhon.manguns@gmail.com

Abstract: *This research aims to determine the influence of culinary tourism and the creative economy on tourists' interest in visiting the city of Berastagi. This research was conducted using quantitative methods. Data collection techniques using questionnaires. Based on hypothesis testing with the t test, the calculated t value for the culinary tourism variable is 2.166, where the value is > 1.986 from t table and the significant value for the culinary tourism variable is 0.01 < 0.05 (5%). In the creative economy variable, the tcount value is 2.220, where the value is > ttable 1.986 and the significant value in the creative economy variable is 0.03 < 0.05 (5%). So it can be concluded that culinary tourism and the creative economy have a positive and significant influence on tourists' interest in visiting the city of Berastagi. And the f test obtained a calculated f value of 9.855 where this value is > f table of 3.09. And the significant value is 0.000 < the significance level of 0.05. So it can be concluded that culinary tourism and the creative economy simultaneously have a positive and significant effect on tourists' interest in visiting.*

Keywords: *Culinary Tourism, Creative Economy, Interested in Visiting.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh wisata kuliner dan ekonomi kreatif terhadap minat berkunjung wisatawan di kota Berastagi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh nilai t_{hitung} pada variabel wisata kuliner sebesar 2,166 dimana nilai tersebut > dari t_{tabel} 1,986 dan nilai signifikan pada variabel wisata kuliner adalah $0,01 < 0,05$ (5%). Pada variabel ekonomi kreatif diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,220 dimana nilai tersebut > dari t_{tabel} 1,986 dan nilai signifikan pada variabel ekonomi kreatif adalah $0,03 < 0,05$ (5%). Maka dapat disimpulkan, wisata kuliner dan ekonomi kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di kota Berastagi. Dan uji f diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 9,855 dimana nilai ini > dari f_{tabel} sebesar 3,09. Beserta nilai signifikan adalah $0,000 <$ dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan wisata kuliner dan ekonomi kreatif secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Kata Kunci: Wisata Kuliner, Ekonomi Kreatif, Minat Berkunjung.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lokasi Kota Berastagi yang strategis memiliki beragam tempat wisata dengan keunikan dan keindahan yang terus berkembang sehingga menjadikannya destinasi yang ramai dikunjungi wisatawan lokal dan mancanegara. Potensi wisata di kota Berastagi didukung oleh beberapa objek wisata. Menyadari akan potensi wisata yang dimiliki oleh daerahnya, terutama kekayaan potensi pariwisata berbasis alam. Maka terus dilakukan pengembangan potensi pariwisata agar dapat menarik wisatawan untuk datang berwisata ke Kota Berastagi. Dalam pariwisata, hal utama yang membuat pariwisata menarik untuk

dikunjungi karena adanya daya tarik wisata. Untuk meningkatkan Daya Tarik Wisata, perlu dioptimalkan berbagai potensi yang ada di kota Berastagi. Selain memiliki daya tarik alam yang sangat indah, kota Berastagi juga mempunyai daya tarik pada kulinernya dan didukung dengan produk ekonomi kreatif. Kemajuan pariwisata di lihat dari jumlah wisatawan yang melakukan kunjungan ke daerah tersebut. Adapun jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke kota Berastagi tidak diketahui secara data yang jelas namun terjadi penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Berastagi, setelah dilakukan observasi maka salah satu faktornya ialah kurangnya daya tarik yang mengesankan ketika melakukan perjalanan

wisata ke kota Berastagi, artinya setiap wisatawan yang berkunjung mempunyai keinginan tidak hanya menikmati keindahan alam namun pengembangan dan pembenahan berdasarkan potensi yang ada di kota Berastagi juga perlu dilakukan, maka diperlukan adanya kreativitas dan inovasi yang baru agar dapat memberi warna yang lebih menarik di kota Berastagi setelah dianalisis maka yang menjadi pendukung untuk meningkatkan daya tarik wisata kota Berastagi yaitu seperti pengembangan kuliner dan pemberdayaan ekonomi kreatif.

Maka dalam hal ini, fenomena yang akan diteliti dalam penelitian ini dilatar belakangi oleh wisatawan yang berkunjung ke kota Berastagi tidak hanya menikmati keindahan alam, tetapi adanya daya tarik wisata yang mengesankan ketika melakukan perjalanan wisata ke kota Berastagi yang identik/khas dengan daerah tersebut. Penelitian ini bertujuan mengetahui apakah pengembangan Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan di kota berastagi

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh pengembangan wisata kuliner terhadap minat berkunjung wisatawan di kota Berastagi?
2. Apakah ada pengaruh ekonomi kreatif terhadap minat berkunjung wisatawan di kota Berastagi?
3. Apakah ada pengaruh pengembangan wisata kuliner dan ekonomi kreatif secara simultan terhadap minat berkunjung wisatawan di kota Berastagi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengembangan wisata kuliner terhadap minat berkunjung wisatawan di kota Berastagi.
- b. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh ekonomi kreatif terhadap minat berkunjung wisatawan di kota Berastagi.
- c. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengembangan wisata kuliner dan

ekonomi kreatif terhadap minat berkunjung wisatawan di kota Berastagi.

II. METODE PENELITIAN

A. Landasan Toeri

Wisata Kuliner

"Wisata kuliner merupakan jenis wisata yang tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dengan memakan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, melainkan juga mendapatkan pengalaman menarik dengan mengkonsumsi makanan khas suatu daerah" (Kristiana et al., 2018:22)

Menurut Yoeti dalam Almin dkk (2021: 339) indikator dari wisata kuliner adalah sebagai berikut:

1. Keberagaman menu dan cita rasa makanan

Salah satu yang paling penting dalam pengembangan wisata kuliner yaitu tentang berbagai macam olahan kuliner makanan dan minuman yang diproduksi. Keragaman aktivitas kuliner akan memberi suasana yang lebih berwarna dalam melakukan wisata kuliner. Cita rasa juga menjadi faktor penting untuk memberi rasa nikmat dalam menikmati kuliner.

2. Lokasi yang nyaman dan bersih
Lokasi dan tempat usaha harus nyaman dan bersih karena lingkungan akan memberikan rasa nyaman yang baik seperti ketersediaan ruang parkir yang luas, fasilitas resto yang nyaman dan memadai serta lingkungan yang sejuk dan asri.

3. Harga dan proporsi nilai
Konsumen cenderung akan melihat harga dan memutuskan apa nilai yang akan diterima dengan baik. Harga sebagai jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan sebuah produk. Sehingga dalam menentukan harga suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu biaya yang dikeluarkan dan persaingan untuk menentukan harga jual.

4. Lingkungan dan suasana yang menarik
Lingkungan dari lokasi usaha merupakan kunci bagi efisiensi dan

efektivitas keberlangsungan usaha dalam jangka panjang, maka dari itu lingkungan usaha merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan bagi keberhasilan usaha.

Ekonomi Kreatif

Menurut Purnomo dalam jurnal Food dkk (2021: 101) “Ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi”.

Menurut Sopanah dalam jurnal Kreativitas dan Inovasi (2022: 16) indikator dari ekonomi kreatif sebagai berikut:

1. Kreasi Intelektual
Menekankan pada pentingnya kreativitas, maka dari itu suatu kreasi intelektual pada dasarnya akan menghasilkan berbagai macam kreativitas dan juga keahlian dalam sektor sangat dibutuhkan dan menjadi salah satu faktor pendorong meningkatnya nilai jual yang tinggi.
2. Mudah Diganti
Produk yang dihasilkan pada dasarnya mempunyai siklus hidup produk yang berbeda, biasanya produk tersebut cukup singkat atau tidak dapat tahan lama karena memiliki batas waktu tertentu. Produk yang diciptakan kebanyakan mudah ditiru, oleh karena itu sangat mudah Ketika digantikan. Kreativitas dan inovasi harus semakin dikembangkan supaya menciptakan banyak produk baru dengan terus mengikuti perkembangan zaman dan aktivitas ekonomi serta mampu memberikan manfaat bagi konsumen dan tentunya dapat diterima dikalangan masyarakat pasar.
3. Penyediaan langsung dan tidak langsung
Suatu produsen diharapkan menghasilkan produk baru agar mudah dipasarkan kepada konsumen maupun pelanggan, produk yang dihasilkan tentunya harus sudah siap.
4. Butuh kerja sama

Industri kreatif perlu ada hubungan kerja sama berdasarkan jalinan kerja antara pihak bersangkutan dengan industri kreatif tersebut. Pihak yang bersangkutan dengan industri kreatif merupakan pelaku utama yang mengatur kebijakan seperti pengusaha atau pemerintah, selain itu kerja sama secara intelektual; dibutuhkan agar proses mengembangkan industri kreatif merasa terbantu.

5. Berbasis pada ide
Ide atau gagasan perlu adanya hal dalam mengembangkan industri kreatif. Sebagai hal yang mempunyai hubungan antara kreativitas dengan ide yang kreatif dan inovatif, maka perlu menciptakan produk baru pada suatu pelaku produksi dengan berbasis ide baru.
6. Tidak terbatas
Menciptakan produk baru secara kreatif diharapkan memberi kontribusi dalam mengembangkan suatu industri, selain itu produk yang dihasilkan diharapkan bisa diterima pelanggan maupun pasar sehingga memiliki daya guna yang bermamfaat.

Minat Berkunjung

Menurut Kotler dan Keller dalam jurnal Maulana dkk (2022:560) minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata

Menurut Sari dalam jurnal Miranda dkk (2021: 17) indikator minat berkunjung dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang dalam membeli suatu produk.
2. Minat refensial, yaitu kecenderungan seseorang dalam mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang mempunyai preferensi utama pada suatu produk.
4. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang untuk selalu mencari informasi

mengenai produk yang diminati untuk mendukung sifat – sifat positif produk.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengembangan wisata kuliner dan ekonomi kreatif terhadap minat berkunjung. Populasi dalam penelitian ini adalah Wisatawan yang berkunjung di kota Berastagi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Untuk mengetahui jumlah sampel maka digunakan rumus rao purba sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1.96}{4(0,1)}$$

$n = 96.04 = 96 \text{ Responden}$

Adapun pertimbangan yang dibuat oleh peneliti yaitu sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke kota Berastagi yang berada di titik lokasi seperti gundaling, pajak bunga dan buah, resto kopi tubruk garuda, dan jabu cafe.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Tabel 1 Uji Validitas Wisata Kuliner (X1)

Wisata Kuliner					
Item Pernyataan	Taraf Kesalahan	r hitung	Sig	r tabel	Keterangan
Wisata Kuliner 1	0,05	0,581	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 2	0,05	0,595	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 3	0,05	0,567	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 4	0,05	0,744	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 5	0,05	0,605	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 6	0,05	0,560	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 7	0,05	0,539	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 8	0,05	0,24	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 9	0,05	0,522	0,000	0,2006	Valid
Wisata Kuliner 10	0,05	0,558	0,000	0,2006	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27 (2025)

Angka pada tabel di atas menunjukkan hasil perhitungan SPSS pada data penelitian variabel X₁ didapatkan bahwa nilai r_{hitung} > dari

0,200 pada setiap pernyataan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan untuk variabel X₁ yang digunakan adalah valid.

Tabel 2 Uji Validitas Ekonomi Kreatif (X2)

Ekonomi Kreatif					
Item Pernyataan	Taraf Tabel	r hitung	Sig	r tabel	Keterangan
Ekonomi Kreatif 1	0,05	0,553	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 2	0,05	0,567	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 3	0,05	0,591	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 4	0,05	0,566	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 5	0,05	0,535	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 6	0,05	0,572	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 7	0,05	0,534	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 8	0,05	0,508	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 9	0,05	0,516	0,000	0,2006	Valid
Ekonomi Kreatif 10	0,05	0,626	0,000	0,2006	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27 (2025)

Informasi dari tabel di atas menunjukkan hasil pengujian uji validitas pada data penelitian variabel X₂ di dapatkan bahwa nilai r_{hitung} > dari 0,200 pada setiap pernyataan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pernyataan untuk variabel X₂ yang digunakan adalah valid.

Tabel 3 Uji Validitas Minat Berkunjung (Y)

Minat Berkunjung					
Item Pernyataan	Taraf Kesalahan	r hitung	Sig	r tabel	Keterangan
Minat Berkunjung 1	0,05	0,766	0,000	0,2006	Valid
Minat Berkunjung 2	0,05	0,654	0,000	0,2006	Valid
Minat Berkunjung 3	0,05	0,536	0,000	0,2006	Valid
Minat Berkunjung 4	0,05	0,601	0,000	0,2006	Valid
Minat Berkunjung 5	0,05	0,804	0,000	0,2006	Valid
Minat Berkunjung 6	0,05	0,623	0,000	0,2006	Valid
Minat Berkunjung 7	0,05	0,669	0,000	0,2006	Valid
Minat Berkunjung 8	0,05	0,620	0,000	0,2006	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27 (2025)

Informasi dari tabel di atas menunjukkan hasil pengujian uji validitas pada data penelitian variabel Y di dapatkan bahwa nilai r_{hitung} > dari 0,200 pada setiap pernyataan. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa pernyataan untuk variabel Y yang digunakan adalah valid.

Tabel 4 Uji Reliabilitas Wisata Kuliner (X1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	11

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27 (2025)

Hasil pengujian reliabilitas variabel X₁ menunjukkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,743 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap kuesioner variabel X₁ yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 5 Uji Reliabilitas Ekonomi Kreatif (X2)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	11

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27 (2025)

Hasil pengujian reliabilitas variabel X₂ menunjukkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,736 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap kuesioner variabel X₂ yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 6 Uji Reliabilitas Minat Berkunjung (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	11

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27 (2025)

Hasil pengujian reliabilitas dari variabel Y menunjukkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,9736 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap kuesioner variabel

Y yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 7 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.90778514
Most Extreme Differences		
	Absolute	.076
	Positive	.037
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^c		
	Sig.	.184
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.174
	Upper Bound	.194

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27 (2025)

Hasil uji normalitas di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar 0,200 > dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau secara sederhana bahwa 0,200 > maka diketahui bahwa diatas adalah berdistribusi normal.

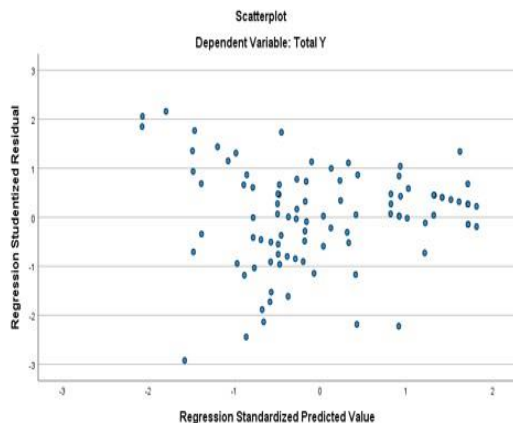
Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	11.425	3.506		3.258	.000		
Pengembangan Wisata Kuliner	.231	.107	.239	2.166	.001	.738	1.355
Ekonomi Kreatif	.223	.100	.245	2.220	.003	.738	1.355

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas di atas, maka dapat diketahui nilai dari VIF dan *Tolerance*. Data tersebut menunjukkan variabel-variabel bebas pada model regresi memiliki nilai *Tolerance* > 0,10% dan VIF < 10 (0,1%) yang dapat disimpulkan bahwa data diatas tidak terjadi multikolinearitas.



Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil pengolahan data
menggunakan program SPSS versi 27
(2025)

Gambar grafik *Scatter Plot* ini menunjukkan hasil pengujian Heteroskedastisitas yang menjelaskan bahwa titik-titik data di atas adalah menyebar di atas dan dibawah atau di sekitar angka 0 serta distribusi data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	11.425	3.506			3.258	.000
Pengembangan Wisata Kuliner	.231	.107	.239		2.166	.001
Ekonomi Kreatif	.223	.100	.245		2.220	.003

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Hasil pengolahan data
menggunakan program SPSS versi 27
(2025)

Berdasarkan hasil regresi pada tabel di atas, persamaan regresi linier berganda dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$Y = 11,425 + 0,231X_1 + 0,223X_2 + e$$

1. Konstanta
Nilai konstanta sebesar 11,425 merupakan nilai konsistensi variabel

terikat artinya jika variabel bebas (Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif) dianggap nol atau konstan, maka minat berkunjung (Y) juga akan meningkat sebesar 11,425.

2. Koefisien regresi variabel Wisata Kuliner (X₁) mempunyai pengaruh positif terhadap minat berkunjung dengan koefisien regresi sebesar 0,231 yang artinya apabila variabel wisata kuliner meningkat sebesar 1 satuan, maka minat berkunjung akan meningkat pula sebesar 0,231 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel bebas lainnya dianggap nol atau konstan.
3. Koefisien regresi pada variabel ekonomi kreatif (X₂) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung dengan koefisien regresi sebesar 0,223 yang artinya apabila variabel ekonomi kreatif meningkat 1 satuan, maka minat berkunjung akan meningkat pula sebesar 0,223 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dianggap nol atau konstan.

Tabel 10 Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	11.425	3.506			3.258	.000
Pengembangan Wisata Kuliner	.231	.107	.239		2.166	.001
Ekonomi Kreatif	.223	.100	.245		2.220	.003

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Hasil pengolahan data
menggunakan program SPSS versi 27
(2025)

- 1) Variabel “Wisata Kuliner” (X₁) memiliki t_{hitung} sebesar 2.166 dengan tingkat probabilitas (sig) sebesar 0.01. karena nilai sig lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} (2,166) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), dapat disimpulkan bahwa “Wisata Kuliner” (X₁) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap “Minat Berkunjung” (Y).
- 2) Variabel “Ekonomi Kreatif” (X₂) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.220 dengan tingkat probabilitas (sig) sebesar 0,03. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung}

(2.220) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), dapat disimpulkan bahwa “Ekonomi Kreatif” memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap “Minat Berkunjung” (Y).

Tabel 11
Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	485.083	2	242.541	9.855	.000 ^b
	Residual	2264.117	92	24.610		
	Total	2749.200	94			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Pengembangan Wisata Kuliner, Ekonomi Kreatif

Sumber: Hasil pengolahan data
menggunakan program SPSS versi 27
(2025)

Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($9.855 \geq 3,09$). Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menerima H_1 , yang berarti Wisata Kuliner (X_1) dan Ekonomi Kreatif (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y).

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi
(R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.420 ^a	.176	.159	4.961

a. Predictors: (Constant), Pengembangan Wisata Kuliner, Ekonomi Kreatif

Sumber: Hasil pengolahan data
menggunakan program SPSS versi 27
(2025)

Dari hasil pengolahan data menggunakan regresi linier berganda, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,159. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif, secara bersama-sama mampu menjelaskan 15,9 % variasi dalam Minat Berkunjung. Sementara sisanya sebesar 85,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Wisata Kuliner Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil uji t yang terdapat pada tabel, dapat diketahui bahwa variabel Wisata Kuliner (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 2.166 dengan tingkat probabilitas (sig) sebesar 0,01, karena nilai ini lebih kecil dari tingkat

signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y). Nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel menunjukkan bahwa hipotesis H_1 diterima, yang berarti Wisata Kuliner secara signifikan berpengaruh terhadap minat berkunjung.

b. Pengaruh Ekonomi Kreatif terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan tabel 4.40 di atas, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Ekonomi Kreatif (X_2) memiliki nilai t-hitung sebesar 2.220 dengan tingkat probabilitas (sig) sebesar 0,003. Karena nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y). Nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel menunjukkan bahwa hipotesis H_1 diterima, yang berarti Ekonomi Kreatif secara signifikan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung.

c. Pengaruh Pengembangan Wisata Kuliner Dan Ekonomi Kreatif Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Secara Bersamaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel wisata kuliner dan ekonomi kreatif secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Hal tersebut dapat dilihat dari bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($9.855 \geq 3,09$). Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menerima H_1 , yang berarti Wisata Kuliner (X_1) dan Ekonomi Kreatif (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y).

IV. SIMPULAN

Kesimpulan

1. Hasil yang didapatkan pada uji analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa:

a. Konstanta

Nilai konstanta merupakan nilai konsistensi variabel terikat yang artinya jika variabel bebas (Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif) dianggap nol atau konstan, maka Minat

- Berkunjung (Y) juga akan meningkat sebesar
- b. Koefisien regresi variabel Wisata Kuliner (X₁) mempunyai pengaruh positif terhadap minat berkunjung dengan koefisien regresi yang artinya apabila variabel wisata kuliner meningkat sebesar 1 satuan, maka minat berkunjung akan meningkat pula sebesar satu dengan asumsi bahwa pada variabel bebas lainnya dianggap nol atau konstan.
 - c. Koefisien regresi pada variabel ekonomi kreatif (X₂) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung dengan koefisien regresi, yang artinya apabila variabel ekonomi kreatif meningkat satu satuan, maka minat berkunjung akan meningkat pula satu satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dianggap nol atau konstan
2. Hasil yang didapat dari uji-t menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari F_{tabel}. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menerima H₁, yang berarti Wisata Kuliner (X₁) dan Ekonomi Kreatif (X₂) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung(Y).
 3. Dari hasil pengolahan data menggunakan regresi linier berganda, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar nol koma satu lima sembilan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu Wisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif, secara bersama-sama mampu menjelaskan lima belas koma sembilan persen variasi dalam Minat Berkunjung. Sementara sisanya sebesar delapan puluh lima koma satu persen, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Saran

1. Bagi Pemerintah
Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan pemerintah khususnya Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Karo dapat melakukan pembenahan terhadap kualitas destinasi wisata di Berastagi dan evaluasi kuliner dan produk-produk Ekraf. Karena pengaruh dari pengembangan wisata kuliner dan ekonomi kreatif terbukti secara signifikan dan diharapkan adanya peningkatan guna kepuasan bagi setiap wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke kota Berastagi.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Disarankan untuk meneliti kinerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo agar kelemahan wisata pariwisata dari kualitas sumberdaya manusia pengelola pariwisata Karo dan mengetahui kelemahan Pariwisata Karo. disarankan melakukan penelitian di Kabupaten Karo dengan memperluas ruang lingkup penelitian dan semoga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau acuan untuk penelitian lanjut terkait Pariwisata.

DAFTAR RUJUKAN

- Almin, M. R., Mustakim, M., & Qomariyah, E. (2021). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Sektor Usaha Mikro Di Kawasan Kendari Beach Kota Kendari. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Food, H., Traveling, I., Economy, C., Alhada, M., Habib, F., Islam, U., Sayyid, N., Rahmatullah, A., Kreatif, E., & Ekonomi, P. (2021). Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif 1. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 82–
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 9(1). *Jurnal Khasanah Ilmu*, 9(1).
- Maulana, I., & Kamila, A. R. (2022). Pengaruh Self-Concept Dan Lifestyle Terhadap Minat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Di Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(02).
- Miranda, & Aryagama, M. (2021). Pengaruh Sarana Dan Prasarana Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta*, 7(2021), 89.

- Siagian, N., (2024). The role of economic policies to adopt renewable energy and digital technology on business decisions and HR management in the Indonesian mining sector, *International Journal of Energy Economics and Policy (IJEEP)* 14 (2), S. 632 - 641.
- Siagian, N., (2024). Leveraging Digital Business Communication for Enhanced Profitability in Global Markets. *Proceedings of International Conference on Social, Politics, Administration, and Communication Sciences*, 1(2), 94-110.
- Siagian, N., (2024). The Influence of Creativity on Welfare Through Self-Efficacy in the Lake Toba Area of Samosir District. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10 (SpecialIssue), 10–17.
- Siagian, N., (2024). Analysis of Socio-Economic Factors That Influence the Level of Public Service Satisfaction in Medan City. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*, 1(01), 74–87.
- Siagian, N., (2023). Online Lending Business and Its Criminal Aspect of Collectibility. *Journal on Education*, 5(3), 7400-7405.
- Siagian, N., (2023). The Power of Robots: A Dedication of Computer Science for Human Capitals Management, *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(SpecialIssue), 939–944.