



THE INFLUENCE OF DIGITAL TOURISM ON INTEREST IN VISITING TOURISTS AT THE DIGITAL MUSEUM GEDUNG JUANG 45 BEKASI

PENGARUH DIGITAL TOURISM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI MUSEUM DIGITAL GEDUNG JUANG 45 BEKASI

Esther Shane Stevenson¹, Imam Ardiansyah²

^{1,2} Hospitality dan Pariwisata, Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

E-mail: estershshanes@gmail.com¹, iardiansyah@bundamulia.ac.id²

ARTICLE INFO

Correspondent

Esther Shane Stevenson
estershshanes@gmail.com

Key words:

digital tourism, interest in tourist visits, Digital Museum Gedung Juang 45 Bekasi

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 237 – 246

ABSTRACT

This research entitled "The Effect of Digital Tourism on Increasing Tourist Visits to the Digital Museum of Gedung Juang 45 Bekasi" aimed to analyze the impact of implementing digital technology in increasing the number of tourist visits. The research results showed that the use of advanced technologies such as Augmented Reality (AR), Smart Tables, Interactive Books, and other technologies at the Digital Museum of Gedung Juang 45 Bekasi significantly influenced in attracting visitor interest. Digital tourism provided benefits from the availability of advanced technology at the location, thus enhancing the tourist experience for visitors. Therefore, the implementation of digital technology at the museum has successfully driven an increase in the number of tourist visits. This study concludes that the concept of digital tourism through the provision of cutting-edge technological facilities plays an important role in attracting interest and increasing the number of visitors to tourist destinations.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Esther Shane Stevenson <i>esthershanes@gmail.com</i> Kata kunci: <i>digital tourism, minat kunjungan wisatawan, Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi</i> Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i> Hal: 237 – 246	Penelitian ini berjudul "Pengaruh Wisata Digital terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi" bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan teknologi digital dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi canggih seperti <i>Augmented Reality (AR)</i>, <i>Smart Table</i>, <i>Interactive Book</i>, dan teknologi lainnya di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi berpengaruh signifikan dalam menarik minat pengunjung. Wisata digital memberikan manfaat dari ketersediaan teknologi canggih di lokasi tersebut sehingga meningkatkan pengalaman berwisata bagi pengunjung. Dengan demikian, penerapan teknologi digital di museum telah berhasil mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsep wisata digital melalui penyediaan fasilitas teknologi mutakhir berperan penting dalam memikat minat dan meningkatkan kuantitas pengunjung di destinasi wisata. <i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

Museum memiliki peran sebagai tempatnya pelestarian budaya, baik dapat dilihat secara fisik maupun tidak. Selain itu, museum dijadikan menjadi sumbernya pengetahuan budaya, tidak hanya sekadar tempat dalam menaruh barang-barang artefak, melainkan juga sebagai tempat belajar yang berfokus pada budaya bagi para pengunjung (Yulianto, 2016). Ada berbagai macam faktor yang menyebabkan hal ini, termasuk kurangnya inovasi museum didalam melakukan penarikan minatnya wisatawan dengan memanfaatkan media yang sama dengan berkembangnya waktu. Museum membutuhkan perhatian didalam berkembangnya serta peningkatan total pengunjungnya salah satunya ialah Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi. Pengelola Museum Gedung Juang 45 Bekasi melakukan upaya dalam meningkatkan jumlah pengunjung dengan cara mengadopsi inovasi menggunakan teknologi digital (Bramantyo & Ismail, 2021).

Museum Gedung Juang 45 Bekasi merupakan bangunan yang memiliki banyak sejarah. Gedung tersebut dibangun sebagai kantor pemerintahan Belanda pada tahun 1920, dan gedung ini juga menjadi saksi dari pertempuran penting pada tanggal 19 Oktober 1945 antara pejuang Indonesia dan pasukan Belanda dalam perjuangan untuk merebut kemerdekaan. Museum Gedung Juang resmi dibuka pada tanggal 28 Oktober 1971 oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan adalah, BJ. Habibie. Saat ini, museum tersebut menyimpan berbagai koleksi artefak dan dokumentasi terkait dengan perjuangan kemerdekaan Indonesia, dan telah menjadi destinasi sejarah penting di Bekasi yang memberikan penghargaan atas

kontribusinya dalam melestarikan sejarah penting di Bekasi yang dapat memberikan penghargaan atas kontribusinya di dalam melestarikan sejarah perjuangan bangsa. Melalui peran sebagai sarana edukasi, museum ini dapat mengajarkan generasi muda untuk dapat menghargai dan memahami perjuangan para pendahulu dalam merebut serta mempertahankan kemerdekaan Indonesia.

Museum Gedung Juang 45 Bekasi akan diubah menjadi Museum Digital pada tanggal 19 Maret 2021. Tujuan dari transformasi ini adalah untuk menarik perhatian anak muda untuk mengunjungi museum dengan menampilkan sejarahnya dan benda-bendanya mela Museum Digital Gedung Juang 45 di Bekasi terkenal karena berbagai teknologi yang dipergunakan. Salah satunya ialah:

1. *Smart Table*

Smart Table ini merupakan salah satu teknologi digital berada di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi, yang dimana *smart table* ini bekerja seperti tablet yang dimana diletakkan di beberapa ruangan yang ada di Gedung Juang 45 Bekasi yakni ruangan *Hall Of Fame*, prasejarah, dan VOC. Dengan *smart table* tersebut pengunjung dapat mempelajari mengenai kepala daerah Bekasi yang pertama hingga sekarang, mempelajari mengenai fosil manusia prasejarah yang ditemukan di Bekasi, serta mengenai daerah Bekasi pada saat dijajah oleh VOC. Untuk menggunakan teknologi digital ini, para pengunjung dapat langsung memencet layar dari *smart table* ini dan akan keluar informasi terkait perihal yang diketahui pengunjung.

2. *Augmented Reality*

Augmented Reality adalah teknologi digital yang menggunakan sensor dalam memainkan di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi dan dapat ditemukan di ruang Kerajaan Tarumanegara. Dengan teknologi ini para pengunjung dapat mengetahui cerita mengenai pasca Kerajaan Tarumanegara yang dimana pengunjung akan menjadi salah satu tokoh di cerita tersebut. Untuk menggunakan teknologi digital ini, pengunjung bisa berdiri di atas panggung bulat kecil berwarna merah yang ada di depan layar dan setelah badan pengunjung terkena sensor dari teknologi tersebut maka dengan otomatis cerita pasca Kerajaan Tarumanegara akan langsung mulai dengan sendirinya.

3. *Interactive Book*

Interactive Book ialah teknologi digital di Museum Gedung Juang 45 Bekasi terletak di ruang prasejarah. *Interactive Book* ini memperkenalkan profesi-profesi apa saja yang ada pada zaman prasejarah saat itu kepada para pengunjung. Untuk menggunakan teknologi digital ini, para pengunjung dapat menyentuh gambar tokoh-tokoh yang dikelilingi oleh cahaya warna kuning di sekitar tubuh tokoh tersebut dan akan keluar informasi mengenai profesi tokoh tersebut.

4. *Animation Wall*

Animation Wall merupakan salah satu teknologi digital yang digunakan di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi dan terletak di ruang Entong Tolo. Dimana *Animation Wall* ini merupakan animasi yang menceritakan mengenai Entong Tolo yaitu bandit dari Bekasi dan diproyeksikan ke dinding. Untuk memulai cerita animasi Entong Tolo ini para pengunjung dapat menekan tombol "mulai" yang ada di depan dinding animasi ini.

5. Interactive Wall

Interactive Wall ini merupakan salah satu teknologi digital yang ada di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi. *Interactive Wall* ini berada di bawah tangga di Museum Gedung Juang 45 Bekasi di ruang sejarah Gedung Juang 45 Bekasi dan memberikan informasi mengenai cerita dulu dari Gedung Juang 45 Bekasi dari awal mula tempat tersebut dibangun. Para pengunjung dapat menekan bulat-bulat yang berwarna kuning di layar tersebut dan akan muncul informasi mengenai Gedung Juang 45 Bekasi. Iui visualisasi digital dan kontemporer.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif kuantitatif dipergunakan didalam skripsi ini. Pendekatan berbasis kuantitatif dapat dilihat melalui penilaian perilaku manusia yang dapat diprediksi melalui penggunaan elemen sosial objektif dan nyata yang dapat diukur. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa metode ini melibatkan pengumpulan data angka yang akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan statistik deskriptif.

Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel X penelitian ini merupakan Digital Tourism. Digital tourism dapat merujuk terhadap integrasi teknologi yang canggih ke dalam industri pariwisata dengan tujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih mulus, efisien, serta berkelanjutan. Teknologi yang biasanya digunakan adalah *Internet of Things (IoT)*, kecerdasan buatan (AI), *augmented reality (AR)*, *virtual reality (VR)*, blockchain, serta teknologi canggih yang lainnya. Menurut UNWTO (2023), *digital tourism* memiliki tujuan untuk mendorong inovasi serta transformasi digital di dalam sektor pariwisata agar dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif. *Digital tourism* adalah tren saat ini, yang membawa kemajuan besar bagi industri pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen, atau variabel Y, dari penelitian ini ialah peningkatan jumlah pengunjung. Menurut Foster (1985), ada empat variabel yang dapat mempengaruhi jumlah orang yang datang. Yang pertama, karakteristik sosial ekonomi (seperti usia, pendidikan, dan pendapatan) dan tingkah laku (seperti dorongan, sikap, dan keinginan) adalah yang pertama. Yang kedua adalah pengetahuan tentang perjalanan, yang mencakup informasi tentang tempat tujuan dan ketersediaan fasilitas dan pelayanannya. Yang ketiga adalah karakteristik perjalanan, seperti jarak, waktu, biaya, dan lamanya perjalanan. Yang keempat adalah sumber daya dan karakteristik wisata, seperti jenisnya atraksi, akomodasi, ketersediaan, sarana layanan, keadaan lingkungan, serta lainnya.

Operasional Variabel

Variabel independen (X) ialah pendorong penelitian ini untuk mendorong pengembangan Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi. Variabel dependen (Y) adalah peningkatan kunjungan wisatawan, atau jumlah orang yang mengunjungi Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data dan Interpretasi

1. Uji Validitas

Uji Validitas ini memiliki tujuan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Di dalam penelitian ini peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan metode korelasi *Pearson*.

Tabel 1. Uji Validitas X

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,557	0,195	Valid
2	0,516	0,195	Valid
3	0,468	0,195	Valid
4	0,477	0,195	Valid
5	0,535	0,195	Valid
6	0,523	0,195	Valid
7	0,483	0,195	Valid
8	0,518	0,195	Valid
9	0,559	0,195	Valid
10	0,569	0,195	Valid
11	0,433	0,195	Valid
12	0,493	0,195	Valid
13	0,516	0,195	Valid
14	0,429	0,195	Valid
15	0,613	0,195	Valid
16	0,527	0,195	Valid
17	0,535	0,195	Valid
18	0,438	0,195	Valid
19	0,489	0,195	Valid
20	0,434	0,195	Valid
21	0,539	0,195	Valid
22	0,463	0,195	Valid
23	0,461	0,195	Valid
24	0,529	0,195	Valid
25	0,539	0,195	Valid

Dikarenakan $N = 100$ dan signifikansi yang saya ambil 5%, maka signifikansi nya merupakan 0,195. Jadi, dapat dikatakan bahwa angka yang berada diatas 0,195 terbukti valid.

Tabel 2. Uji Validitas Y

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,746	0,195	Valid
2	0,649	0,195	Valid
3	0,662	0,195	Valid
4	0,517	0,195	Valid
5	0,660	0,195	Valid

Dapat dilihat dari table diatas bahwa uji validitas Y memiliki hasil diatas angka 0,195 yang dimana merupakan angka signifikansi nya. Maka, dapat dikatakan bahwa hasil dari uji validitas *Pearson* valid.

2. Uji Reliabilitas

Sekaran dan Bougie (2017) menyatakan bahwa secara umum, reliabilitas dianggap rendah jika nilainya di bawah 0,60; jika nilainya antara 0,70 dan 0,80, itu dapat diterima; dan jika lebih dari 0,80, itu dianggap tinggi.

Tabel 3. Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	25

Berdasarkan Tabel 3 diketahui nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh 0.909 yang dimana dapat dikatakan *reliable*.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.659	5

Berdasarkan Tabel 4 maka nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh merupakan 0.659 yang dimana dapat dikatakan sebagai *reliable*.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.10085744
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.068
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji normalitas Kolmogorov Smirnov digunakan untuk menentukan apakah nilai residual memiliki distribusi normal. Nilai signifikan lebih dari 0,05 menunjukkan distribusi normal, sedangkan nilai signifikan di bawah 0,05 menunjukkan distribusi tidak normal. Hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov, yang ditunjukkan di tabel 4.5, menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,102 menunjukkan distribusi normal.

Uji Hipotesis

1. Uji T

Pada penelitian ini, uji T digunakan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulannya adalah bahwa masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, jika nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel, atau jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.021	.772		12.988	.000
	Digital Tourism	.059	.005	.756	11.426	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan

Dapat dilihat di Tabel 6 bahwa hasil dari signifikan adalah 0,000 yang dimana dapat disimpulkan bahwa jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji F adalah uji pengaruh simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan atau secara simultan. Jika F hitung lebih besar daripada F tabel dalam kasus ini, maka koefisien korelasi berganda yang diuji adalah signifikan secara statistik, yang berarti bahwa uji tersebut dapat diterapkan pada seluruh populasi.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	582.053	1	582.053	130.545	.000 ^b
	Residual	436.947	98	4.459		
	Total	1019.000	99			

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Digital Tourism

Dapat dilihat di Tabel 7, bahwa hasil dari nilai signifikan merupakan 0,000 yang kurang dari nilai signifikan 0,05, hipotesis dapat diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*

1. Pengaruh *Digital Tourism* Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *digital tourism* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi. Hasil dari Uji T menunjukkan bahwa setiap variabel independen (aspek *digital tourism*) berpengaruh signifikan terhadap variabel

dependen (kunjungan wisatawan), dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Hasil Uji F juga telah menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa semua variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), hasil uji T dan uji F ini valid untuk menyimpulkan bahwa *digital tourism* secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan wisatawan.

2. Interpretasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas memastikan bahwa semua item atau pernyataan dalam kuesioner benar. Menurut uji reliabilitas, variabel X memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,909 dan variabel Y memiliki nilai Cronbach Alpha 0,659. Ini menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan adalah akurat. Hasil ini menunjukkan bahwa alat yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti dapat diandalkan.

3. Interpretasi Hasil Uji Asumsi Klasik

Menurut uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi 0,102, lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Menurut Ghozali (2018), syarat penting untuk validitas hasil statistik penelitian adalah distribusi data normal.

4. Pembahasan Berdasarkan Teori dan Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian ini mendukung teori bahwa pengembangan teknologi digital di industri pariwisata dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah pengunjung. Wisata digital di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi meningkatkan interaksi dan pengalaman pengunjung, meningkatkan minat mereka. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam promosi pariwisata dapat menarik lebih banyak pengunjung dan memperluas pasar.

5. Implikasi dan Rekomendasi

Hasil ini memiliki dampak yang signifikan bagi pengelola museum dan semua orang dalam industri pariwisata. Investasi dalam inovasi dan pemasaran digital dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang. Untuk mempertahankan dan meningkatkan minat pengunjung, studi ini menyarankan untuk terus mengembangkan dan memperbarui alat digital yang digunakan dalam promosi dan pengelolaan museum.

SIMPULAN

Studi berjudul "Pengaruh Wisata Digital terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi" telah mencapai beberapa kesimpulan. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan teknologi canggih di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi meningkatkan jumlah pengunjung. Penggunaan teknologi canggih seperti *Augmented Reality* (AR), *Smart Table*, *Interactive Book*, serta teknologi canggih lainnya telah menarik perhatian lebih banyak pengunjung. *Digital Tourism* memiliki pengaruh yang signifikan dalam memberikan manfaat dari teknologi canggih yang ada di lokasi. Adanya teknologi canggih di Museum Digital Gedung Juang 45 Bekasi meningkatkan pengalaman pengunjung. Ini membuat banyak pengunjung tertarik untuk datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Albarq, A. N. (2014). *Measuring The Impacts Of Online Word-Of-Mouth On Tourisys' Attitude And Intentions To Visit Jordan: An Empirical Study*. International Business Research Vol. 7, No. 1.
- Ayuni, Sri, dan Wasitowati. (2022). Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Jawa Tengah Berbasis E-content Marketing dan Influencer Social Media serta E-Trust. EKOBIS Vol. 23, No. 1.
- Bougie, dan Sekaran. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Bramantyo, Bagus Dwi & Ismail Pitoyo. (2021). *Digital Tourism Museum Nasional Indonesia Melalui Virtual Tour di Masa Pandemi Covid-19*. Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 20, No.2
- Buhalis, Dimitrios. (2020). *Technology in Tourism-from Information Communication Technologies to eTourism and Smart Tourism Towards Ambient Intelligence Tourism*. Emerald Publishing Limited.
- Dewanto, K. (2020). Revitalisasi Gedung Juang Bekasi usung konsep digital milenial. Jakarta: antaranews.com.
- Falk, John H. (2012). *Museum Experience Revisited*. Left Coast Press.
- Foster. (1985). *Travel and Tourism Management*. London: Macmillan Press LTD.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goodchild, Michael. (2001). *Geographic Information Science and Systems*. Wiley.
- Hartini, Sri, dan Sukaris, Cathleya. (2020). Virtual Reality: Aplikasi Teknologi untuk Peningkatan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Business and Banking*, Vol. 9, No. 2.
- Haryanto. (2014). Pengembangan Ekowisata Dalam Mendukung Kemandirian Ekonomi Daerah Studi Kasus Provinsi DIY. *Jurnal Ilmiah Pariwisata* Vol. 19, No. 1.
- Hellyani, Catharina, dan Pradana, Ruben. (2023). Implementasi Pemasaran Media Sosial Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan ke Mandalika Lombok. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*: Vol. 2 No. 3 Agustus 2023.
- Hidayah, Nurdin. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta,cv.
- Hubbard, Douglas. (2007). *How To Measure Anything: Finding the Value of 'Intangibles' in Business*. John Wiley & Sons.
- Khotimah, K. dan Wilopo, W. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 42(1), 56-65.
- Kotler, A. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson.
- Kotler, P. dan Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga
- Krisnadi, A. R. dan Natalia, Dessy. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Komponen

- Destinasi Wisata di Kawasan Kuliner, Pasar Lama Tangerang. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata* Vol. 2, No. 1.
- Kurzweil, Ray. (2005). *The Singularity Is Near*. Penguin Publishing Group.
- Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Absolute Media.
- Parker, Geoffrey G., dan Van, Marshall W. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. W.W. Norton.
- Putri, Ayan, dan Santi, Putu Nia. (2022). Presidensi G20 sebagai Sarana *Marketing* dan Branding Pariwisata Indonesia serta Pengaruhnya terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan pada Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Hotel Melia Bali). *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen dan Sumberdaya*, Vol. 1, No. 1.
- Sciffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Sondakh, P. M. N. dan A. T. (2016). "Pelayanan, Keamanan, dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 16.
- Spillane. (1987). *Pengertian Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Sudana, I Made & Setianto (2018). *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan keenam. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto. (2023). *Metode Riset Bisnis Dasar-dasar Mendesain dan Melakukan Riset di Konteks Bisnis*. Uwala Inspirasi Indonesia.
- Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Trisantosa. (2022). *Pelayanan Publik Berbasis Digital*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Untari, Rini; dkk. (2023). *Perencanaan Penyusunan Materi Pemanduan Wisata dengan Pemanfaatan Teknologi Digital di Museum Gedung Juang Bekasi*.
- UNWTO. (2023). <https://www.unwto.org/digital-transformation>.
- Yulianto, Kresno. (2016). *Di Balik Pilar-pilar Museum*. Wedatama Widya Sastra.
- Yung, R. dan Khoo-Lattimore. (2019). *New Realities: a Systematic Literature Review on Virtual Reality and Augmented Reality in Tourism Research*. *Current Issues in Tourism*, Vol. 22 No. 17, pp. 2056-2081