MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

PENGARUH AKSESIBILITAS, PEMBAYARAN DIGITAL, DAN PENGALAMAN POSITIF TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KONSUMEN DI CAFE DANAU SELEDAN TOMBATU

Shelomita Kembau[1], Bode Lumanauw[2], Arrazi Bn Hasan Jan[3]
[12]Jurusan Manajemen, Fakutas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado

E-mail: [1]shelomitakembau@gmail.com, [2]bodelumanauw@unsrat.ac.id, [3]arrazi@unsrat.ac.id

Abstrak: Pada era modern saat ini, perkembangan industri kuliner semakin pesat dan mendorong pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung konsumen. Salah satu aspek penting adalah kemudahan akses, sistem pembayaran, serta pengalaman yang dirasakan konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas, pembayaran digital, dan pengalaman positif terhadap minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi konsumen dan calon konsumen cafe. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 31.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan aksesibilitas, pembayaran digital, dan pengalaman positif berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen. Secara parsial, aksesibilitas dan pengalaman positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen, sedangkan pembayaran digital tidak berpengaruh signifikan. Variabel pengalaman positif merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat berkunjung, diikuti oleh aksesibilitas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen di industri kuliner, serta kontribusi praktis bagi pengelola Cafe Danau Seledan Tombatu dalam meningkatkan minat berkunjung konsumen melalui penciptaan pengalaman yang positif dan peningkatan aksesibilitas lokasi.

Kata Kunci: Aksesibilitas, Pembayaran Digital, Pengalaman Positif, Minat Berkunjung

Article History
Received: Agustus 2026
Reviewed: Agustus 2026
Published: Agustus 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri kuliner merupakan salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang pesat dan memiliki peran penting terhadap perekonomian global maupun lokal karena mencakup berbagai bidang seperti restoran, cafe, katering, hingga inovasi teknologi pangan. Menurut Arifin (2025), subsektor kuliner memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia dan penciptaan lapangan kerja. Sari & Irawati (2024) menyatakan bahwa perkembangan sektor kuliner, khususnya UMKM, membantu meningkatkan daya saing ekonomi daerah dengan memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas. Namun, Haryanto (2019) mencatat keterbatasan SDM terampil dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital masih menjadi kendala. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dan Bank Indonesia, nilai Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman menunjukkan tren peningkatan yang relatif stabil dari tahun 2010 hingga kuartal I tahun 2025.

Pertumbuhan sektor ini mendorong berkembangnya berbagai usaha kuliner di berbagai daerah, termasuk destinasi wisata berbasis alam seperti kawasan Danau Seledan di Desa Tombatu Dua Barat, Kecamatan Tombatu Utara, Kabupaten Minahasa Tenggara. Cafe-cafe yang

berjajar di sepanjang pinggiran Danau Seledan menawarkan panorama alam dan tempat bersantai berkonsep semi-outdoor. Namun, potensi destinasi wisata kuliner ini menghadapi tantangan dalam hal kemudahan jangkauan dan operasional. Menurut Putri & Suryadarma (2021), aksesibilitas pariwisata tidak hanya mencakup kemampuan fisik untuk menjangkau lokasi, tetapi juga ketersediaan sarana transportasi, kondisi jalan, informasi arah yang jelas, dan waktu tempuh yang efisien. Saputra (2023) mengungkapkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat kunjung ke destinasi kuliner.

Selain aspek fisik, perkembangan teknologi informasi telah mendorong adopsi sistem pembayaran digital (QRIS, *e-wallet*, *mobile banking*) yang menawarkan kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bertransaksi (Kurniawan & Hapsari, 2022). Di sisi lain, pengalaman positif konsumen selama kunjungan yang mencakup kenyamanan tempat, kualitas pelayanan, dan kesesuaian produk menjadi faktor emosional strategis yang berkontribusi terhadap minat berkunjung ulang (Amini et al., 2024; Rahmawati & Sarti, 2020).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah pengalaman positif. Konsumen saat ini tidak hanya mencari produk makanan dan minuman, tetapi juga mengharapkan pengalaman yang menyenangkan selama berada di tempat usaha. Suasana cafe, kualitas pelayanan, kenyamanan, kebersihan, kualitas produk, serta interaksi selama kunjungan dapat membentuk pengalaman konsumen. Pengalaman yang positif dapat mendorong konsumen untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan suatu tempat kepada orang lain.

Meskipun penelitian terdahulu telah banyak mengkaji variabel-variabel tersebut, sebagian besar penelitian mengkaji faktor-faktor tersebut secara parsial atau pada konteks kawasan perkotaan. Terdapat *research gap* mengenai bagaimana integrasi aksesibilitas, pembayaran digital, dan pengalaman positif memengaruhi minat berkunjung pada usaha kuliner berbasis destinasi wisata alam lokal yang sedang berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Aksesibilitas, Pembayaran Digital, dan Pengalaman Positif terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu.

Research Objectives

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui apakah Aksesibilitas berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu.
2. Untuk Mengetahui apakah Pembayaran Digital berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu.
3. Untuk Mengetahui apakah Pengalaman Positif berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu.
4. Untuk Mengetahui apakah Aksesibilitas, Pembayaran Digital, dan Pengalaman Positif berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2022) , manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran serta membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan komunikasi nilai yang unggul, serta sebagai proses menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat untuk memperoleh nilai sebagai imbalannya.

Sejalan dengan itu, Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra Diana (2020) menyatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan proses analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program pemasaran yang dirancang untuk menciptakan nilai serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
Dengan demikian, manajemen pemasaran dapat dipahami sebagai suatu proses strategis yang tidak hanya berfokus pada kegiatan penjualan, tetapi juga mencakup upaya memahami kebutuhan konsumen, menciptakan nilai, serta mempertahankan hubungan yang berkelanjutan guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Minat Berkunjung

Hidayat dan Prasetyo (2021)Minat berkunjung merupakan ketertarikan konsumen untuk mengunjungi suatu tempat yang muncul sebagai respons terhadap daya tarik, informasi, kemudahan akses, serta pengalaman yang diperoleh. Minat berkunjung dapat tercermin melalui minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif..

Minat ini tidak selalu langsung diikuti dengan tindakan, tetapi menjadi indikator penting dari potensi kunjungan yang akan terjadi di masa depan. Dalam konteks pemasaran pariwisata, minat berkunjung dipengaruhi oleh faktor internal (seperti motivasi dan persepsi) maupun eksternal (seperti promosi, fasilitas, dan lingkungan sekitar).

Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan tingkat kemudahan konsumen dalam mencapai suatu lokasi. Dalam penelitian ini, aksesibilitas berkaitan dengan kondisi jalan menuju lokasi, kemudahan menemukan lokasi, dan ketersediaan transportasi. Semakin mudah suatu lokasi dijangkau, semakin besar kemungkinan konsumen memiliki keinginan untuk berkunjung.

Wibowo dan Astuti (2020), Aksesibilitas adalah tingkat kemudahan yang dimiliki wisatawan dalam mencapai suatu destinasi, yang mencakup ketersediaan transportasi, kondisi jalan, petunjuk arah, serta kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai lokasi tersebut. Aksesibilitas yang baik akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk berkunjung, karena faktor kenyamanan, efisiensi, dan kepraktisan turut memengaruhi pengambilan keputusan wisata.

Pembayran Digital

Pembayaran digital merupakan sistem transaksi yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mempermudah proses pembayaran. Kemudahan, kecepatan, keamanan, dan efisiensi merupakan karakteristik yang diharapkan konsumen dari sistem pembayaran digital. Dalam usaha kuliner, pembayaran digital dapat menjadi fasilitas pendukung yang memberikan kenyamanan dalam proses transaksi.

Susanti dan Nugroho (2020), pembayaran digital merupakan bentuk modern dari transaksi yang memanfaatkan teknologi informasi untuk memfasilitasi proses pembayaran yang lebih cepat dan efisien. Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone, sistem pembayaran digital mengalami pertumbuhan signifikan, terutama selama pandemi covid-19. Data bank indonesia (2021) menunjukkan peningkatan transaksi uang elektronik sebesar 38,62% dari tahun sebelumnya.

Pengalaman Positif

Pengalaman positif merupakan respons konsumen yang menyenangkan setelah memperoleh pengalaman selama berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Pengalaman tersebut dapat terbentuk melalui kenyamanan, pelayanan, suasana tempat, kualitas produk,

serta interaksi yang menyenangkan. Pengalaman positif dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong konsumen untuk melakukan kunjungan kembali.

Rahmawati dan Sarti (2020:64), Pengalaman positif adalah hasil dari kombinasi antara ekspetasi konsumen yang terpenuhi dan respons emosional yang menyenangkan selama konsumsi atau intraksi dengan suatu layanan. Dalam konteks pemasaran modern, pengalaman konsumen menjadi elemen strategis yang penting karena berdampak langsung terhadap kepuasan, loyalitas, dan minat berkunjung kembali. Pengalaman yang baik cenderung menciptakan keterikatan emosional antara konsumen dan merek atau tempat usaha. Sebaliknya, pengalaman negatif bisa membuat konsumen enggan untuk kembali, bahkan menyebarkan opini buruk kepada orang lain (negative word of mouth).

Pengalaman konsumen telah menjadi elemen diferensiasi utama di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Konsumen masa kini tidak hanya mencari produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga proses interaksi yang menyenangkan dan berkesan. Oleh karena itu, menciptakan pengalaman positif menjadi prioritas dalam strategi pemasaran, terutama di sektor jasa, perhotelan, pariwisata, dan ritel.

Penelitian Terdahulu

Adil (2024), "Pengaruh Aksesibilitas dan Perceived Enjoyment Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wisata Kuliner Di Jalan Flamboyan Manado". Hasil penelitian menunjukkan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

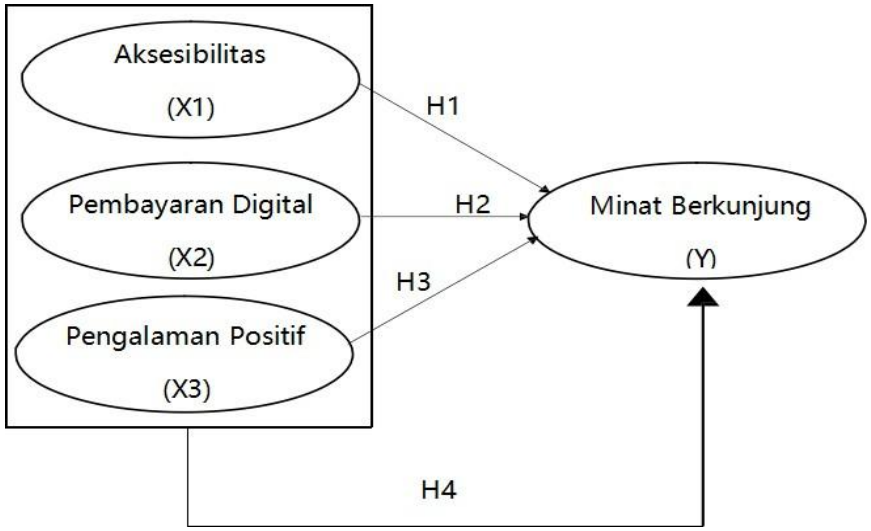
Mubarak & Akhmadi (2022): "Electronic Word of Mouth (eWOM): Menguji Pengaruh Pengalaman Positif, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan". Hasil menunjukkan pengalaman positif berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen.

Rahmayanti (2023): "Pengaruh Marketplace Dan Pembayaran Digital Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Di Kota Banjarmasin". Hasil menunjukkan pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan.

Mais, Ogi, & Raintung (2024): "Pengaruh Lifestyle, Cafe Atmosphere, Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention". Hasil menunjukkan customer experience berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan.

Model Penelitian

Gambar 1. Model Penelitian



Sumber: Diolah oleh Penulis (2026)

Hipotesis Penelitian

H_1: Diduga aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung konsumen
H_2: Diduga Pembayaran digital berpengaruh terhadap minat berkunjung konsumen
H_3: Diduga Pengalaman positif berpengaruh terhadap minat berkunjung konsumen
H_4: Diduga Aksesibilitas, pembayaran digital, dan pengalaman positif secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung konsumen

METHODOLOGY

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari aksesibilitas (X1), pembayaran digital (X2), dan pengalaman positif (X3), sedangkan variabel dependen adalah minat berkunjung (Y).

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan beberapa pengujian statistik seperti uji asumsi klasik dan uji hipotesis untuk memastikan validitas model penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi Populasi penelitian adalah konsumen dan calon konsumen Cafe Danau Seledan. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 10%. Perhitungan menghasilkan 96,04 responden dan kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Aksesibilitas (X1)	Menurut Silaban et al. (2020),berpendapat bahwa Aksesibilitas mengacu pada lokasi yang mudah dijangkau atau dilalui oleh moda transportasi umum.	1. Kondisi jalan 2. Kemudahan menemukan lokasi 3. Ketersediaan transportasi
Pembayaran Digital (X2)	Menurut Wimboh Santoso (2021:7-8) dalam buku QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0 menjelaskan bahwa, kemudahan dan kecepatan transaksi menjadi	1. Kemudahan penggunaan 2. Keamanan Kecepatan & Efisiensi

	fondasi utama keberhasilan digitalisasi pembayaran nasional, beliau juga menekankan pentingnya interoperabilitas dan aksesibilitas melalui implementasi QRIS untuk meningkatkan inklusi keuangan digital.	
Pengalam an Positif (X3)	Menurut Rahmawati dan Sarti (2020:64), Pengalaman positif adalah hasil dari kombinasi antara ekspetasi konsumen yang terpenuhi dan respons emosional yang menyenangkan selama konsumsi atau intraksi dengan suatu layanan.	1. Kemudahan 2. Kenyamanan
Minat Berkunjung (Y)	Menurut Hidayat dan Prasetyo (2021:102), Minat berkunjung dapat diartikan sebagai ketertarikan individu yang muncul karena adanya daya tarik dari suatu destinasi wisata, yang didukung oleh kemudahan akses, informasi yang diterima, dan pengalaman wisata yang menyenangkan.	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat Eksploratif

Sumber: Diolah oleh Penulis (2026)

Teknik Analisis Data

Dalam Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sebagai alat analisis pilihan. Faktor-faktor independen yang dipilih akan diperiksa dalam kaitannya dengan variabel dependen dalam penelitian ini. Program SPSS, akronim untuk Statistical Package for the Social Sciences, ditujukan untuk tujuan melakukan analisis data.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Ghozali (2021), menyatakan bahwa saat menguji model regresi, seseorang memeriksa untuk melihat apakah variabel residual mengikuti distribusi normal. Variabel residual yang terdistribusi normal merupakan komponen penting dari setiap model regresi yang layak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan beberapa metode, yaitu uji Kolmogorov-Smirnov, analisis grafik histogram, serta Normal Probability Plot (P-Plot).

Uji Multikolinearitas

Orlanda (2021), mengemukakan bahwa uji multikolinearitas mempunyai fungsi penting untuk menilai ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Matriks korelasi variabel independen menunjukkan strategi yang digunakan untuk menguji multikolinearitas.

Dalam matriks korelasi, korelasi yang signifikan antara variabel independen biasanya melebihi 0,90, yang berfungsi sebagai indikasi pasti adanya multikolinearitas. Selanjutnya, seseorang dapat mengamati nilai-nilai Tolerance and Variance Inflation Factor (VIF). Batas nilai toleransi ditetapkan sebesar 0,10, yang dikaitkan nilai VIF sebesar 10, sebagaimana di catat oleh Imam Ghozali (2021)

Uji Heteroskedastisitas

Jika varians residual dalam model regresi tidak seragam disemua observasi, maka uji heteroskedastisitas harus digunakan Ghozali (2021). Kondisi yang dikenal sebagai homoskedastisitas berlaku jika variasi residual tidak berubah. Di sisi lain, heteroskedastisitas menggambarkan situasi di mana varians residual tidak seragam.

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mempelajari hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Dalam penelitian ini, model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y} = \boldsymbol{a} + \boldsymbol{b1X1} + \boldsymbol{b2X2} + \boldsymbol{b3X3} + e$$

Dimana:

- Y = Minat Berkunjung
- X1 = Aksesibilitas
- X2 = Pembayaran Digital
- X3= Pengalaman Positif
- $\boldsymbol{a}$ = Konstanta
- ß1,ß2,ß3 = Koefisien regresi
- e = Error term

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, baik secara simultan maupun parsial. Pengujian akan dilakukan dengan uji F untuk mengukur pengaruh simultan dan uji t untuk mengukur pengaruh parsial.

Pengujian Hipotesis

Uji T (Parsial)

Uji t (Parsial) digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variable dependen Minat Berkunjung. Pengujian dilakukan untuk tiga variabel, yaitu Aksesibilitas (X1), Pembayaran Digital (X2), dan Pengaruh Positif (X3).

Uji F(Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berkunjung.

Koefisien Determinasi (R^2)

Penelitian ini juga menggunakan Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menilai sejauh mana model keahlian, yang berfungsi sebagai variabel independen, memengaruhi perubahan dalam variabel dependen. Nilai koefisien determinasi mendekati 1, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara efektif menjelaskan hampir semua variasi yang diamati dalam variabel dependen. Sebaliknya, nilai detrminasi sebesar 0, maksudnya variabel-variabel independen hanya membagikan sedikit data buat menerangkan alterasi variabel dependennya Ghozali (2021)

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Deskripsi Objek Penelitian

Cafe Danau Seledan yang terletak di Desa Tombatu Dua Barat, Kecamatan Tombatu Utara, Kabupaten Minahasa Tenggara, Provinsi Sulawesi Utara. Cafe ini berada di kawasan wisata Danau Seledan yang dikenal memiliki panorama alam yang indah, suasana yang sejuk, serta lingkungan yang masih alami, sehingga menjadi salah satu destinasi wisata yang menarik bagi masyarakat lokal maupun pengunjung dari luar daerah.

Cafe Danau Seledan mulai beroperasi pada tahun 2021 sebagai bagian dari upaya masyarakat lokal dalam mengembangkan potensi wisata di kawasan Danau Seledan. Pada awal berdirinya, cafe ini memiliki konsep yang sederhana dengan fasilitas terbatas dan hanya menyediakan beberapa jenis makanan serta minuman ringan. Namun, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk berkunjung ke kawasan tersebut, pengelola cafe mulai melakukan pengembangan secara bertahap, baik dari segi fasilitas, pelayanan, maupun variasi menu yang ditawarkan.

Saat ini, Cafe Danau Seledan telah berkembang menjadi salah satu tempat kuliner yang cukup dikenal di wilayah Tombatu dan sekitarnya. Cafe ini mengusung konsep semi outdoor yang memungkinkan pengunjung untuk menikmati hidangan sambil menikmati pemandangan danau serta suasana alam yang menenangkan. Konsep tersebut menjadi daya tarik utama yang membedakan Cafe Danau Seledan dengan cafe lainnya, karena tidak hanya menawarkan produk makanan dan minuman, tetapi juga pengalaman bersantai yang menyenangkan.

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai Signifikansi	Pearson Corelation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	X1.1	< ,0001	0,592	0,196	Valid
	X1.2	< ,0001	0,734	0,196	Valid
	X1.3	< ,0001	0,772	0,196	Valid
	X1.4	< ,0001	0,753	0,196	Valid
	X1.5	< ,0001	0,724	0,196	Valid
Pembayaran Digital (X2)	X2.1	< ,0001	0,728	0,196	Valid
	X2.2	< ,0001	0,749	0,196	Valid
	X2.3	< ,0001	0,739	0,196	Valid
	X2.4	< ,0001	0,762	0,196	Valid
	X2.5	< ,0001	0,808	0,196	Valid

Pengalaman Posistif (X3)	X3.1	< ,0001	0,786	0,196	Valid
	X3.2	< ,0001	0,789	0,196	Valid
	X3.3	< ,0001	0,750	0,196	Valid
	X3.4	< ,0001	0,812	0,196	Valid
	X3.5	< ,0001	0,751	0,196	Valid
Minat Berkunjung (Y*)*	Y.1	< ,0001	0,732	0,196	Valid
	Y.2	< ,0001	0,759	0,196	Valid
	Y.3	< ,0001	0,811	0,196	Valid
	Y.4	< ,0001	0,857	0,196	Valid
	Y.5	< ,0001	0,841	0,196	Valid

(Sumber : Hasil Olah data SPSS 31 2026)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas yang telah dilakukan, seluruh butir pernyataan pada instrumen penelitian menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,196) serta memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach,s Alpha*	Nilai Ketetapan	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	0,763	0,60	Reliabel
Pembayaran Digital (X2)	0,814	0,60	Reliabel
Pengalaman Positif (X3*)*	0,833	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung (Y)	0,858	0,60	Reliabel

(Sumber : Hasil Olah data SPSS 31 2026)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, diperoleh nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing variabel penelitian berada di atas batas minimum yang ditetapkan, yaitu 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan, baik pada variabel independen Aksesibilitas , Persepsi Pembayaran Digital dan Pengalaman Positif maupun variabel dependen Minat Berkunjung, dinyatakan reliabel dan konsisten sehingga layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Uji normalitas di lakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan salah satu syarat dalam analisis statistik parametrik. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov melalui bantuan program SPSS Veri 31.0 Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05. Sebaliknya, apabila nilai Asymp.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

Sig. (2-tailed) ≤ 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4. Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.40227571
Most Extreme Differences	Absolute		.089
	Positive		.064
	Negative		-.089
Test Statistic			.089
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.049
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.053
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.047
		Upper Bound	.059

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

(Sumber : Hasil Olah data SPSS 31 2026)

Berdasarkan hasil analisis uji Kolmogorov–Smirnov yang disajikan pada tabel 4, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,49. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga layak dan dapat digunakan untuk analisis statistik parametrik pada tahap pengujian selanjutnya.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Collienarity Statistics		Keterangan
(Constant)	Tolerance	VIF	
Aksesibilitas	0,899	1.112	Tidak terjadi Multikolinearitas
Pembayaran Digital	0,296	3,376	Tidak terjadi Multikolinearitas
Pengalaman Positif	0,301	3,317	Tidak terjadi Multikolinearitas

(Sumber : Olah data SPSS 31.0 2026)

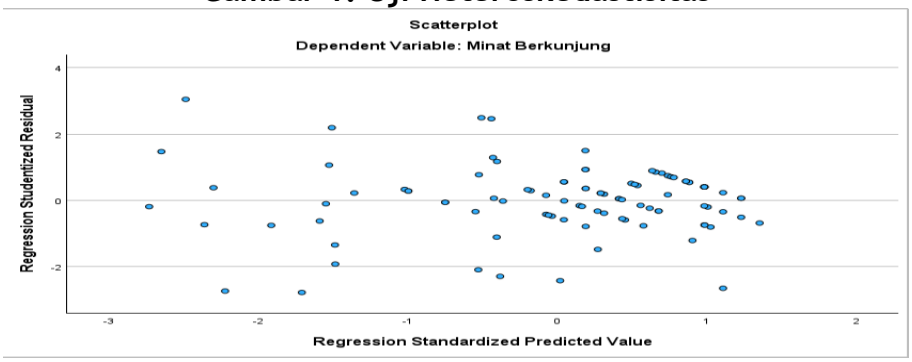
Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas memiliki nilai tolerance sebesar 0,899 yang lebih besar dari 0,1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1.112 yang lebih kecil dari 10. Pembayaran Digital memiliki nilai tolerance sebesar 0,296 yang juga lebih besar dari 0,1 serta nilai VIF sebesar 3,376 yang lebih kecil dari 10. Selanjutnya, variabel Pengalaman Positif memiliki nilai tolerance sebesar 0,301 dan nilai VIF sebesar 3,317, di mana nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10, sehingga model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi yang digunakan. Pengujian ini penting dilakukan karena salah satu asumsi dalam regresi linear adalah varians residual yang bersifat konstan (homoskedastisitas). Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode grafik scatterplot, yaitu dengan membandingkan nilai residual terstandarisasi (ZRESID) dan nilai prediksi terstandarisasi (ZPRED).

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas



(Sumber : Olah data SPSS 31.0 2026)

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Penyebaran titik juga berada di atas dan di bawah sumbu nol serta tidak menunjukkan pola yang sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Hasil Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu Aksesibilitas (X_1), Pembayaran Digital (X_2), dan Pengalaman Positif (X_3) terhadap variabel dependen, yaitu Minat Berkunjung (Y). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 31.0. Diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Analisis Linear Berganda

Coeffients					
Model	*Unstandardized Coefficients*		*standardized Coefficients*	t	Sig.
	B	Sdt. Error	Beta		
(Constant)	-259	1.838		-141	.888
Aksesibilitas (X1)	.323	.134	.251	2.422	.017
Pembayaran Digital(X2)	.146	.156	.117	.931	.354
Pengalaman Positif(X3)	.534	.128	.484	4.176	<0,001
a. Dependent Variable : Minat Berkunjung					

(Sumber : Olah data SPSS 31.0 2026)

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

1. Konstanta (α = -0,259)

Nilai konstanta menunjukkan prediksi Minat Berkunjung ketika seluruh variabel independen bernilai nol, dengan asumsi variabel lain tetap.

2. Aksesibilitas (X1 = 0,323)

Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada aksesibilitas akan meningkatkan Minat Berkunjung sebesar 0,323 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

3. Pembayaran Digital (X2 = 0,146)

Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada pembayaran digital akan meningkatkan Minat Berkunjung sebesar 0,146 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

4. Pengalaman Positif (X3 = 0,54)

Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada pengalaman positif akan meningkatkan Minat Berkunjung sebesar 0,54 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen secara individu memengaruhi variabel dependen. Pengaruh parsial suatu variabel dapat ditentukan melalui nilai koefisien regresi dan signifikansinya. Jika nilai signifikansi < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.259	1.838		-.141	.888
	Aksesibilitas	.323	.134	.251	2.422	.017
	Pembayaran Digital	.146	.156	.117	.931	.354
	Pengalaman Positif	.534	.128	.484	4.176	<,001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

(Sumber : Olah data SPSS 31.0 2026)

Berdasarkan Tabel 7 , hasil uji t parsial, diperoleh nilai t dan tingkat signifikansi masing-masing variabel indepen den terhadap Minat Berkunjung sebagai berikut: nilai t untuk konstanta sebesar -0,141 dengan nilai signifikansi 0,888; nilai t untuk Aksesibilitas (X1) sebesar 2,422 dengan nilai signifikansi 0,017; nilai t untuk Pembayaran Digital (X2) sebesar 0,931 dengan nilai signifikansi 0,354; serta nilai t untuk Pengalaman Positif (X3) sebesar 4,173 dengan nilai signifikansi < 0,01. Nilai-nilai tersebut menunjukkan sejauh mana masing-masing variabel independen mampu memberikan pengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung dalam model penelitian ini.

Hasil Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui apakah Aksesibilitas, Pembayaran Digital, dan Pengalaman Positif secara bersama-sama memengaruhi Minat Berkunjung, sehingga dapat menilai kecocokan dan kekuatan model regresi secara keseluruhan.

Tabel 8. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	550.810	3	183.603	55.188	<,001[b]
	Residual	319.380	96	3.327		
	Total	870.190	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Pengalaman Positif, Aksesibilitas, Pembayaran Digital

(Sumber : Olah data SPSS 31.0 2026)

Berdasarkan Tabel 8, dalam analisis ini nilai signifikansi yang diperoleh adalah < 0,01, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Aksesibilitas, Pembayaran Digital, dan Pengalaman Positif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran statistik dalam analisis regresi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model penelitian. Semakin besar nilai R^2, maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796[a]	.633	.622	1.824

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Positif, Aksesibilitas, Pembayaran Digital

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung

(Sumber : Hasil olah Data SPSS 2026)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 9 yang ditunjukkan pada output model summary, diperoleh nilai R sebesar 0,796, R Square sebesar 0,633, dan Adjusted R Square sebesar 0,622 dengan standard error of estimate sebesar 1,824.Nilai R sebesar 0,796 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen (Aksesibilitas, Pembayaran Digital, dan Pengalaman Positif) dengan variabel dependen (Minat Berkunjung) memiliki tingkat hubungan yang kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara variabel-variabel tersebut dalam model penelitian

Pembahasan

Pengaruh Aksesibilitas, Pembayaran Digital, dan Pengalaman Positif Terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu

Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa aksesibilitas, pembayaran digital, dan pengalaman positif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu. Dalam penelitian ini, ketiga variabel tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi saling berinteraksi dan memperkuat pengaruh terhadap minat berkunjung. Aksesibilitas memudahkan konsumen dalam menjangkau lokasi cafe, pembayaran digital memberikan efisiensi dalam proses transaksi, sedangkan pengalaman positif menciptakan kenyamanan dan kepuasan yang mendorong keinginan konsumen untuk kembali berkunjung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Hidayat (2022) yang menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen pada usaha kuliner, di mana kemudahan dalam menjangkau lokasi menjadi faktor penting yang meningkatkan keinginan konsumen untuk berkunjung. Selain itu, Lestari (2023) menemukan bahwa pembayaran digital berpengaruh positif terhadap minat berkunjung karena memberikan kemudahan, kecepatan, serta keamanan dalam bertransaksi, sehingga meningkatkan kenyamanan konsumen. Selanjutnya, Ramadhan (2024) juga menunjukkan bahwa pengalaman positif konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, karena mampu menciptakan kepuasan, kenyamanan, serta kesan yang baik terhadap suatu tempat usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa aksesibilitas, pembayaran digital, dan pengalaman positif merupakan faktor penting yang saling melengkapi dalam mempengaruhi minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu. Oleh karena itu, pengelola cafe perlu mengelola ketiga faktor tersebut secara terpadu agar dapat meningkatkan minat berkunjung, memperkuat daya saing usaha, serta menciptakan pengalaman yang berkesan bagi konsumen.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu

Hasil analisis menunjukkan bahwa aksesibilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin baik tingkat aksesibilitas suatu lokasi, maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk berkunjung ke Cafe Danau Seledan Tombatu. Aksesibilitas dalam penelitian ini mengacu pada kondisi jalan menuju lokasi, kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi cafe, serta kemudahan akses transportasi umum maupun pribadi. Kondisi jalan yang baik memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen selama perjalanan menuju lokasi cafe. Selain itu, kemudahan menemukan lokasi melalui petunjuk arah yang jelas maupun bantuan aplikasi navigasi turut membantu calon pengunjung mencapai destinasi dengan lebih mudah. Ketersediaan akses transportasi juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menentukan moda perjalanan yang digunakan. Ketika ketiga aspek tersebut terpenuhi, konsumen akan memiliki keyakinan yang lebih besar untuk melakukan kunjungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hidayat (2022).

Pengaruh Pembayaran Digital Terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu

Hasil analisis menunjukkan bahwa pembayaran digital (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu. Temuan ini

mengindikasikan bahwa keberadaan fasilitas pembayaran digital belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan keputusan untuk berkunjung ke cafe. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun sistem pembayaran digital telah tersedia di Cafe Danau Seledan Tombatu, keberadaannya belum menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk berkunjung. Konsumen dalam penelitian ini cenderung tidak menjadikan metode pembayaran sebagai pertimbangan utama dalam menentukan minat berkunjung, melainkan lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti aksesibilitas dan pengalaman yang dirasakan selama berada di cafe.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembayaran digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan faktor lain yang lebih dominan dalam menentukan keputusan berkunjung. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wibowo (2023) dan Lestari (2022)

Pengaruh Pengalaman Positif Terhadap Minat Berkunjung Konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengalaman positif (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman yang menyenangkan selama berada di cafe memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk keinginan konsumen untuk kembali berkunjung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pengalaman positif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ramadhan (2024)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh aksesibilitas, pembayaran digital, dan pengalaman positif terhadap minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan, aksesibilitas, pembayaran digital, dan pengalaman positif berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 55,188 dengan tingkat signifikansi < 0,01. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki peran penting dalam membentuk minat berkunjung konsumen.
2. Secara parsial, variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen, dengan nilai t hitung sebesar 2,422 dan signifikansi 0,017. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah akses menuju lokasi cafe, maka semakin tinggi minat konsumen untuk berkunjung.
3. Variabel pembayaran digital tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen, dengan nilai t hitung sebesar 0,931 dan signifikansi 0,354. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan sistem pembayaran digital belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan untuk berkunjung ke cafe.
4. Variabel pengalaman positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen, dengan nilai t hitung sebesar 4,173 dan signifikansi < 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman yang baik selama berada di cafe memiliki peran yang sangat kuat dalam meningkatkan minat berkunjung konsumen.

5. Secara keseluruhan, ketiga variabel penelitian ini memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan minat berkunjung konsumen di Cafe Danau Seledan Tombatu, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Z. (2025). Kontribusi subsektor fesyen, kuliner, dan kriya terhadap peningkatan nilai tambah ekonomi kreatif nasional. *Jurnal Ekonomi Kreatif, 3*(1), 21–35. https://doi.org/10.58812/jekws.v3i01.1921

Amini, D., Rahmah, N., & Pratama, F. (2024). Pengaruh sistem pembayaran digital terhadap keputusan pembelian di kedai kopi. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen, 5*(2). http://ejurnal.kampusakademik.co.id

Adil, S. L. (2024). Pengaruh aksesibilitas dan perceived enjoyment terhadap keputusan pembelian pada wisata kuliner di Jalan Flamboyan Kecamatan Sario, Kota Manado. [Skripsi, Universitas Sam Ratulangi].

Badan Pusat Statistik. (2024). *Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2024*. https://www.bps.go.id

Haryanto, R. (2019). Pengembangan industri kuliner di era digital: Tantangan dan peluang bagi UMKM. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*. https://doi.org/10.22437/jmk.v8i2.1458

Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Pariwisata: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.(2022). *Intisari Manajemen Pemasaran Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, A., & Hapsari, M. (2022). Pengaruh penggunaan pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan generasi milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*

Mubarak, D. A., & Akhmadi, M. H. (2022). Electronic word of mouth (eWOM): Menguji pengaruh pengalaman positif, persepsi kualitas dan kepercayaan (Studi kasus: Restoran di Labuhanbatu). [Skripsi, Universitas Sumatera Utara].

Mais, M., Ogi, I. W. J., & Raintung, M. C. H. (2024). Pengaruh lifestyle, cafe atmosphere, dan customer experience terhadap revisit intention kalangan anak muda pada De'Kersen Cafe Manado

Putri, R., & Suryadarma, I. (2021). Aksesibilitas dan persepsi wisatawan terhadap minat kunjungan ke destinasi kuliner lokal. *Jurnal Pariwisata Terapan.*

Putri Rahmayanti, N. (2023). Pengaruh marketplace dan pembayaran digital terhadap tingkat penjualan UMKM di Kota Banjarmasin. [Skripsi, Universitas Lambung Mangkurat].

Rahmawati, I., & Sarti, N. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pengalaman Pelanggan*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Sari, T. D. V., & Irawati, S. A. (2024). *Strategi Inovatif dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kuliner pada Era Digital di Kabupaten Sampang*. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 5(2), 5030–5036. https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.6391

Saputra, V. R. (2023). Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke kawasan kuliner Pasar Lama Tangerang. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.

Susanti, R., & Nugroho, A. (2020). Transformasi digital dalam sistem pembayaran Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Informasi*.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wibowo, A., & Astuti, R. D. (2020). *Manajemen Destinasi Pariwisata: Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta