

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN
CAFÉ HOPPING KETIKA BERWISATA DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata pada
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Disusun oleh:

Aulia Jasmine Maharani

1903920

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN
CAFÉ HOPPING KETIKA BERWISATA DI KOTA BANDUNG**

Oleh:

Aulia Jasmine Maharani

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.

© Aulia Jasmine Maharani 2023
Universitas Pendidikan Indonesia

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, di fotocopy atau cara lainnya tanpa izin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Aulia Jasmine Maharani

1903920

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN
CAFÉ HOPPING KETIKA BERWISATA DI KOTA BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh,

Pembimbing I



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP 19791215200812 2 002

Pembimbing II



Rosita, S.S., M.M

NIP 19781019200604 2 001

Mengetahui,

Kepala Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP 19791215200812 2 002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan *Café Hopping* Ketika Berwisata di Kota Bandung**” seluruhnya merupakan karya saya sendiri. Di dalam skripsi ini, saya tidak melakukan penjiplakan sehingga tidak adanya plagiat hasil karya orang lain atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku. Oleh sebab itu, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan apabila suatu hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau adanya klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Aulia Jasmine Maharani

ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN DALAM MELAKUKAN CAFÉ HOPPING KETIKA BERWISATA DI KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Oleh

Aulia Jasmine Maharani

1903920

Dalam penelitian ini penulis menganalisis faktor motivasi dalam melakukan *café hopping* ketika berwisata di Kota Bandung. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi motivasi wisatawan dan faktor apa yang mendominasi wisatawan dalam melakukan *café hopping*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan berdasarkan data yang telah didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis faktor. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini terbentuk delapan faktor baru yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam melakukan *café hopping* ketika berwisata di Kota Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baru bagi pariwisata ke depannya, khususnya dalam bidang wisata minat khusus. Serta dapat menjadi rujukan bagi penelitian yang akan datang dan menjadi rujukan dalam menyusun strategi yang dapat menarik lebih banyak minat wisatawan untuk melakukan *café hopping*.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Motivasi Wisatawan, *Café hopping*, Wisata Minat Khusus

***ANALYSIS OF TOURIST MOTIVATION FACTORS IN DOING CAFÉ
HOPPING WHEN TRAVELING IN BANDUNG***

ABSTRACT

By

Aulia Jasmine Maharani

1903920

In this study researcher aim to analyzed motivational factors in doing café hopping when traveling in the city of Bandung. The purpose of this study is to find out what factors influence tourist motivation and what factors dominate tourists in doing café hopping. The method used in this study is descriptive quantitative based on data that has been collected by survey with questionnaires. The technique used in this research is factor analysis technique. The results from this study formed eight new factors that influence tourist motivation in doing café hopping when traveling in the city of Bandung. The results of this study are expected to become a new reference for tourism in the future, especially in the field of special interest tourism. And can be a reference for future research and a reference in developing strategies that can attract more tourists to do café hopping.

Keywords: *Factor Analysis, Travel Motivation, Café Hopping, Special Interest Tourism*

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha penyayang yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Judul penelitian yang diajukan yaitu “**Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan *Café Hopping* Ketika Berwisata di Kota Bandung**”.

Penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing, membantu dan memberikan dukungan kepada penulis selama melakukan penyusunan skripsi.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta memberikan pengetahuan baru, khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca pada umumnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, maka untuk memperbaiki kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Bandung, Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat banyak bimbingan, bantuan serta dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak baik selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ridho-Nya dan melimpahkan nikmat sehat serta kelancaran dan kemudahan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penulis dapat menuntut ilmu dan menyelesaikan seluruh proses perkuliahan.
2. Keluarga penulis, khususnya kedua orang tua yang sangat penulis cintai. Bapak Asep Mohamad Ramdhan dan Ibu Ade Sumarni yang selalu dengan sangat sabar dan sepuh hati membesarkan, mendukung, memberikan kasih sayang dan melakukan semua kebaikan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu sedari penulis berada di dalam kandungan hingga saat ini. Serta kakak penulis, Aa Raafi Maulana Neagari yang telah memberikan dukungan, membantu dan menemani penulis hingga saat ini.
3. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE selaku kepala program studi Manajemen Resort dan Leisure serta selaku dosen pembimbing I yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, saran, kritik serta dukungan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi ini. Terima kasih telah dengan sabar membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dari awal bimbingan teknis penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Rosita, S.S., M.A selaku dosen pembimbing II yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, saran, kritik yang membangun serta dukungan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi ini. Terima kasih untuk seluruh ilmu dan masukan yang telah ibu berikan selama ini.
5. Ibu Dr. Fitri Rahmafritria, SP., M.Si selaku dosen wali yang selalu mengingatkan, memberikan bimbingan, perhatian dan dukungan selama penulis menuntut ilmu.

6. Seluruh dosen pengajar serta staf program studi Manajemen Resort dan Leisure yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk seluruh ilmu, pengalaman serta bantuan yang telah bapak dan ibu berikan.
7. Olpia dan Resti selaku teman, sahabat, kakak dan *support system* yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih telah membantu, memberikan semangat, menemani, menjadi teman diskusi dalam semua hal, mengisi dan melewati semua suka maupun duka baik dalam hal perkuliahan maupun hal-hal lainnya. Terima kasih telah memberikan warna dalam dunia perkuliahan penulis dan terima kasih sudah mau mendengarkan segala keluh kesah penulis.
8. Putri, Henna, Difta, Noer, Dillah, Adara dan Fatimah selaku sahabat yang telah menemani dan mendukung penulis semenjak SMA hingga saat ini. Terima kasih untuk dukungan dan hiburan yang telah kalian berikan kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Khau, Fafa, Fau, Silpi, Tifa, Ryky, Bob, Ajay dan Ara selaku teman-teman dekat penulis selama perkuliahan. Terima kasih untuk telah memberikan canda dan tawa serta kenangan selama menjalani perkuliahan.
10. Seluruh teman-teman MRL angkatan 2019 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk kebersamaan, kenangan dan *support* akan satu sama lain yang tercipta selama ini.
11. Member Seventeen yang telah menjadi penyemangat dan motivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi. Terima kasih untuk semua kebahagiaan yang diberikan dengan lagu dan konten-konten yang telah menemani penulis selama perkuliahan dan pada proses penulisan skripsi ini.
12. Responden penelitian yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

Akhir kata, penulis panjatkan doa semoga segala bentuk kebaikan yang diberikan semua pihak yang telah membantu penulis dapat diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Pariwisata	9
2.2 Motivasi Wisatawan	9
2.3 Wisatawan	12
2.4 Karakteristik Wisatawan	13
2.5 Wisata Minat Khusus	14
2.6 <i>Café Hopping</i>	15
2.7 Penelitian Terdahulu	16
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Lokasi Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel	23
3.4 Operasional Variabel	24
3.5 Instrument Penelitian	27

3.5.1 Sumber Data.....	27
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5.3 Skala Likert	28
3.6 Prosedur Penelitian.....	28
3.6.1 Uji Validitas	28
3.6.2 Uji Reabilitas	31
3.6.3 Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum	36
4.2 Karakteristik Wisatawan	42
A. Jenis Kelamin	43
B. Usia	44
C. Asal Daerah	44
D. Pekerjaan	45
E. Penghasilan	46
F. Biaya Yang Dhabiskan.....	46
4.3 Analisis Faktor	47
4.3.1 Penentuan Faktor Analisis.....	48
4.3.2 Pengujian Variabel	49
4.3.3 Penyaringan Variabel	50
4.3.4 Pemfaktoran	52
4.3.4.1 Analisis <i>Communalities</i>	52
4.3.5 Pengujian Ulang	53
4.3.5.1 Uji Variabel	54
4.3.5.2 Penyaringan Variabel.....	54
4.3.5.3 Pemfaktoran	55
A. Uji <i>Communalities</i>	55
B. Analisis <i>Total Variance Explained</i>	57
C. <i>Scree Plot</i>	59
D. <i>Component Matrix</i>	60
4.3.5.4 Rotasi Faktor.....	62
4.3.5.5 <i>Component Transformation Matrix</i>	64
4.3.5.5 Pemberian Nama Faktor	66
A. <i>Kebutuhan Media Sosial</i>	66
B. <i>Self-actualization</i>	68
C. <i>Freedom</i>	69

D. Facility & Uniqueness	70
E. Leisure Time	71
F. Comfort	72
G. Love Needs	73
H. Lokasi	73
I. Rekapitulasi Faktor	73
4.4 Faktor Dominan	75
4.5 Hubungan Prestige dengan Motivasi Wisatawan Melakukan <i>Café Hopping</i> ..	76
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Rekomendasi	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan	23
Tabel 3.2 Operasional Variabel	25
Tabel 3.3 Skala Likert	28
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 3.5 <i>Reability Statistics</i>	32
Tabel 4.1 Indikator Penelitian	48
Tabel 4.2 Nilai Uji <i>Keiser-Meyer-Olkin (KMO)</i> dan <i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	50
Tabel 4.3 Nilai <i>Anti-Image Correlation</i>	51
Tabel 4.4 Nilai Uji <i>Communalities</i>	52
Tabel 4.5 Nilai Pengujian Ulang Uji KMO dan <i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	54
Tabel 4.6 Nilai Pengujian Ulang <i>Anti-Image Correlation</i>	54
Tabel 4.7 Nilai Pengujian Ulang Uji <i>Communalities</i>	56
Tabel 4.8 Nilai <i>Total Variance Explained</i>	57
Tabel 4.9 Nilai <i>Eigenvalues</i> pada Faktor Baru.....	58
Tabel 4.10 <i>Componet Matrix</i>	61
Tabel 4.11 <i>Rotated Component Matrix</i>	62
Tabel 4.12 Pengelompokan Faktor.....	63
Tabel 4.13 Pedoman Interpretasi Korelasi	64
Tabel 4.14 <i>Component Transformation Matrix</i>	65
Tabel 4.15 Rekapitulasi Tanggapan Faktor <i>Prestige</i>	67
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan Faktor <i>Self-fulfillment</i>	68
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan Faktor <i>Escape</i>	69
Tabel 4.18 Rekapitulasi Tanggapan Faktor <i>Facility & Uniqueness</i>	70
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Faktor <i>Leisure Time</i>	71
Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan Faktor <i>Comfort</i>	72
Tabel 4.21 Rekapitulasi Tanggapan Faktor <i>Strengthening Family Bonds</i>	73
Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Faktor <i>Accessibility</i>	74
Tabel 4.22 Rekapitulasi Faktor.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Tagar Cafehopping.....	4
Gambar 1.2 Penggunaan Tagar Cafebandung.....	5
Gambar 1.3 Penggunaan Tagar Cafehoppingbandung.....	6
Gambar 3.1 Lokasi Penelitian	22
Gambar 4.1 <i>Work From Cafe</i>	40
Gambar 4.2 Menghabiskan Waktu Dengan Teman	40
Gambar 4.3 Berkumpul Bersama Keluarga.....	41
Gambar 4.4 Fasilitas Pendukung, Perpustakaan.....	42
Gambar 4.5 Fasilitas Pendukung, <i>Photo Booth</i>.....	42
Gambar 4.6 Profil Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.7 Profil Pengunjung Berdasarkan Usia	44
Gambar 4.8 Profil Pengunjung Berdasarkan Asal Daerah	45
Gambar 4.9 Profil Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.10 Profil Pengunjung Berdasarkan Penghasilan	46
Gambar 4.11 Profil Pengunjung Berdasarkan Biaya Yang Dhabiskan	47
Gambar 4.12 <i>Scree Plot</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 SK Dekan.....	91
Lampiran 3 Tabulasi Data	94
Riwayat Hidup	99

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, S. N., AShriana, A. N., & Kurnianingtyas, W. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan, kenyamanan dan harga terhadap keputusan pembelian di cafe kofibrik balongsari kota mojokerto*. 6(2).
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). KECANDUAN MEDIA SOSIAL (FoMO) PADA GENERASI MILENIAL. *Jurnal Audience*, 4(01), 86–106.
<https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>
- Andriani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café and Resto Sugar Rush Di Bontang. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 26.
<https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.2952>
- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian* (7th ed.). Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (cetakan ke). Rineka Cipta.
- Ariza Eka Yusendra, M. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Bagi Wisatawan Domestik Nusantara. *Magister Manajemen, Institut Informatik, Bisnis Darmajaya*, 2(2), 183–201.
- Aulia, R. N., & Wiyono, S. N. (2023). *Mimbar Agribisnis : BANDUNG TERHADAP TREN CAFÉ-HOPPING PERSPECTIVES OF COFFEE SHOP BUSINESS OWNERS AND CONSUMERS IN BANDUNG CITY REGARDING THE CAFÉ-HOPPING TREND konsumsi masyarakat Kota Bandung khususnya dalam mengkonsumsi kopi*. 9(2), 3285–3298.
- Bandung, D. K. dan P. K. (2023). *Jumlah Kunjungan Wisatawan*.
- Chueamueangsaen, S., Insee, J., Prasanphanich, A., & Buathong, K. (2022). Marketing and promotional strategies: A Guideline for café hopping tourism in Nakhon Phanom Province. *Academic Journal of Management Technology (AJMT)*, 3(1).
- Covid-, P. M. P., Widiati, E., & Utami, A. R. (2023). Faktor Motivasi Kunjungan

- Wisatawan Labuan Bajo. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(1), 10–17.
<https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/view/6819>
- Dhisasmito, P. P., & Kumar, S. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia). *British Food Journal*, 122(7), 2253–2271. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763>
- Febrianingsih, D., Saty, F. M., & Noer, I. (2023). *Mimbar Agribisnis : LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION IN CONSUMING COFFEE BEVERAGES BASED ON PRODUCT ATTRIBUTES (Case Study of KL Coffee Bandar Lampung)*. 9(1), 689–699.
- International Coffee Organization. (2021). *Annual Review Coffee Year 2019/2020*.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Grasindo.
- Juni Sudaryanti, I., Sukriah, E., Rosita, & Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan dalam Melakukan Wisata Heritage di Kawasan Braga Kota Bandung, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan Wisata Heritage Di Kawasan Braga Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 12, 43–56.
- Khalid, N. L., Jayasainan, S. Y., & Hassim, N. (2018). Social media influencers - shaping consumption culture among Malaysian youth. *SHS Web of Conferences*, 53(April 2012), 02008.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20185302008>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia.
- Kurniawan, A. ., & Puspaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st editio). Pandiva Buku.
- Kusbiyanto, A. H., & Qalyubi, I. (2021). *Millennial Generation Hanging Behavior Toward The Development Of The Cafe Business During The Covid-19 Pandemic In Palangka Raya City*. 7(1), 155–168.
- Lay, O. D. (2013). *FAKTOR PENDORONG DAN FAKTOR PENARIK WISATAWAN SURABAYA MELAKUKAN PERJALANAN WISATA KE*

PENANG, MALAYSIA.

- Lee, W. S., Moon, J., & Song, M. (2018). Attributes of the coffee shop business related to customer satisfaction. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6), 628–641. <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1524227>
- Madani, A., Ambarwati, J., & Airlangga, U. (2023). *SUBKULTUR ANAK MUDA DALAM IKLAN KOPI DI INDONESIA : KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES*. 24(2021), 212–227.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370–396.
- Maun, M. R. T., Widana, I. B. G. A., & Susianti, W. (2023). Faktor Pendorong dan Faktor Penarik Wisatawan Domestik Berkunjung ke Kawasan Taman Nasional Komodo di Era Normal Baru. *Journal of Applied Science in Tourism Destination*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.52352/jastd.v1i1.1071>
- Morrison, A. M. (2002). *Hospitality and Marketing* (3rd ed.). Delmar.
- Nidar, S. R., Sutisna, S., & Firmansyah, E. A. (2018). Kunjungan Wisatawan dan Bisnis Kuliner di Kota Bandung. *ULTIMA Management*, 10(1), 52–64. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v10i1.793>
- Nugroho, W., & Sugiarti, R. (2018). Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosoongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6A. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 35–40.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata: kajian sosiologis terhadap struktur, sistem dan dampak pariwisata*. Andi.
- Prihananda, A. V., Muttawakkil, I., Paramita, A., Permatasari, D., Afkarina, F., Alamsyah, A., Putri, D. S., Anam, S., Muhar, A. C., Hidayat, N., Putra, Y. J., Rif'ain, Destari, F., & Kusuma, Y. A. (2022). *Montrase Ngopi Anak Muda* (D. V. Rosa & H. Prasetyo (eds.)). Penta Sari Media.
- Rai Utama, I. G. B., & Junaedi, I. W. R. (2017). Motivasi wisatawan mengunjungi desa wisata Blimbingsari, Jembrana, Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of*

- Bali Studies*), 7(1), 165. <https://doi.org/10.24843/jkb.2017.v07.i01.p10>
- Santi Jaimun, S., Suardana, I. W., & Suwena, I. K. (2020). Analisis Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Berkunjung Ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. *Jurnal IPTA*, 8(2), 306. <https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i02.p15>
- Santoso, S., & Kartika, L. N. (2018). Motivasi Dan Perilaku Wisatawan Generasi Muda Saat Berwisata Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 47. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2018.131.303>
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–22. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13762>
- Sari, L. P. P. S., & Zuraida, L. (2019). Motivasi Wisatawan Mancanegara Berwisata Ke Ubud, Kabupaten Gianyar. *Jurnal Kepariwisata*, 18(1), 45–55. <https://ejournal.ppb.ac.id/index.php/jpar/article/view/366>
- Sinaga, D. (2014). *Statistika Dasar*. UKI PRESS.
- Siyoto, S., & Sodik, M. . (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st editio). Literasi Media Publishing.
- Spillane, J. J. (2003). *Pariwisata dan Wisata Budaya*. CV. Rajawali.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supardi. (1990). *Populasi Dan Sampel Penelitian*. April 1952, 100–108.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata* (2nd ed.). andi.
- Tania, C., & Hurdawaty, R. (2022). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Di Kedai Kopi Starbucks Mal Artha Gading. *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.21009/jppv2i2.01>
- Weiler, B., & Hall, C. M. (1992). *Special Interest Tourism*. Belhaven Press.

Wibowo A. (2019). Potensi dan tantangan kopi di era milenial. War Pus Penelit Kopi Kakao Indones. *Warta Pusat Peneliti Kopi Kakao Indonesia*, 31(2)(August), 16–23. https://www.researchgate.net/profile/Ari-Wibowo-7/publication/343416562_Potensi_dan_Tantangan_Kopi_di_Era_Milenial/links/5f291871458515b729007f1a/Potensi-dan-Tantangan-Kopi-di-Era-Milenial.pdf

Wibowo, L. A. (2008). Usaha Jasa Pariwisata. In *Modul Usaha Jasa Pariwisata*. <https://doi.org/10.2336/nishiniahonhifu.39.188>