

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN GENERASI Z
BERKUNJUNG KE WISATA *HERITAGE* DI CANDI GEDONG SONGO**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana pariwisata
pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



oleh
Mitha Pramesti
1904648

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN GENERASI Z
BERKUNJUNG KE WISATA *HERITAGE* DI CANDI GEDONG SONGO**

Oleh
Mitha Pramesti
1904648

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana pariwisata Program
Studi Manajemen Resort dan Leisure

© Mitha Pramesti
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian
dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN

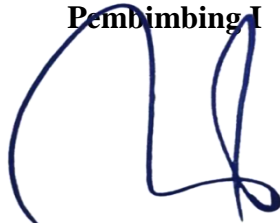
Mitha Pramesti

1904648

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN GENERASI Z
BERKUNJUNG KE WISATA *HERITAGE* DI CANDI GEDONG SONGO**

Disetujui dan disahkan oleh:

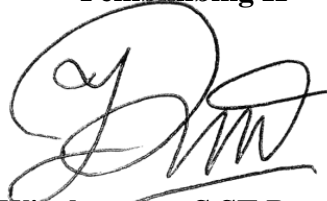
Pembimbing I



Dr. A.H. Galihkusumah, S.ST., MM.

NIP. 19810522201012 1 006

Pembimbing II



Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., S.I.Kom., M.Sc.

NIP. 19871224 201404 1 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



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

NIP. 19791215 200812 2 002

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN GENERASI Z BERKUNJUNG KE WISATA *HERITAGE* DI CANDI GEDONG SONGO

Mitha Pramesti

1904648

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya penurunan kunjungan wisatawan di Candi Gedong Songo. Oleh karena itu memahami motivasi wisatawan menjadi langkah yang diambil karena dapat memberikan pengetahuan mengenai keinginan dan kebutuhan wisatawan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor motivasi wisatawan Generasi Z yang mengunjungi wisata *heritage* di Candi Gedong Songo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif sebagai pendekatannya. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 200 responden Generasi Z yang telah berkunjung ke Candi Gedong Songo. Data diambil menggunakan kuesioner yang disebarakan secara luring dan daring. Kemudian analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Hasil analisis menunjukkan sembilan faktor baru, diantaranya Faktor *Self Recovery*, Faktor *Novelty*, Faktor *Cultural Exploration*, Faktor *Looking for Social Interaction*, Faktor *Beautiful Landscape*, Faktor *Promotion*, Faktor *Facility*, Faktor *Ease of Accessibility* dan Faktor *Safety*. Dengan demikian, untuk dapat meningkatkan tingkan kunjungan wisatawan diharapkan pengelola Candi Gedong Songo memperhatikan motivasi apa saja yang ada pada wisatawan.

Kata Kunci: Kata Kunci: Motivasi Wisatawan, Wisata *Heritage*, Candi Gedong Songo, Generasi Z

ABSTRACT

FACTOR ANALYSIS OF GENERATION Z TOURISTS MOTIVATION TO VISIT HERITAGE TOURISM AT GEDONG SONGO TEMPLE

Mitha Pramesti

1904648

This research was initiated in response to a decline in tourist visits to the Gedong Songo Temple. Consequently, the exploration of tourist motivations became essential as it could offer insights into the desires and requirements of tourists. The primary objective of this study is to examine the motivational factors influencing Generation Z tourists who choose to visit the Gedong Songo Temple for heritage tourism. The research employs a descriptive method with a quantitative approach. The sample consists of 200 Generation Z respondents who have previously visited the Gedong Songo Temple. Data was collected through the distribution of questionnaires, both offline and online, and subsequently analyzed using factor analysis. The analysis results reveal the existence of nine distinct factors, namely: Self-Recovery Factor, Novelty Factor, Cultural Exploration Factor, Seeking Social Interaction Factor, Scenic Beauty Factor, Promotional Factor, Facility Factor, Ease of Accessibility Factor, and Safety Factor. Consequently, to boost tourist visitation rates, it is imperative for the management of Gedong Songo Temple to take into account these identified tourist motivations.

Keywords: *Tourist Motivation, Heritage Tourism, Gedong Songo Temple, Generation Z*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Karakteristik Wisatawan	7
2.2 Motivasi Wisatawan	8
2.3 Daya Tarik Wisata <i>Heritage</i>	10
2.4 Faktor Pendorong dan Penarik pada Wisata <i>Heritage</i>	12
2.5 Generasi Z	19
2.6 Penelitian Terdahulu	20
2.7 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	25

3.1	Lokasi Penelitian.....	25
3.2	Desain Penelitian	25
3.3	Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1	Studi Literatur	28
3.4.2	Kuesioner	28
3.5	Variabel Penelitian.....	28
3.6	Instrumen Penelitian	32
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.7.1	Uji Validitas	33
3.7.2	Uji Reliabilitas	35
3.8	Teknik Analisis Data	37
3.8.1	Analisis Faktor	37
3.8.2	Uji Asumsi pada Analisis Faktor	37
3.8.3	Proses Dasar Analisis Faktor	38
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Profil Lokasi Penelitian	40
4.2	Deskripsi Karakteristik Wisatawan	45
4.3	Analisis Faktor Motivasi Wisatawan.....	47
4.3.1	Pengujian Asumsi Analisis Faktor.....	48
4.3.2	Ekstraksi Faktor	53
4.3.3	Rotasi Faktor	58
4.3.4	Penentuan Nama Faktor	63
4.4	Pembahasan Faktor	65

4.4.1	Faktor <i>Self Recovery</i> (Pemulihan Diri)	65
4.4.2	Faktor <i>Novelty</i> (Kebaruan).....	66
4.4.3	Faktor <i>Cultural Exploration</i> (Eksplorasi Budaya).....	67
4.4.4	Faktor <i>Looking for Social Interaction</i> (Mencari Interaksi Sosial)..	68
4.4.5	Faktor <i>Beautiful Landscape</i> (Pemandangan Indah).....	69
4.4.6	Faktor <i>Promotion</i> (Promosi)	70
4.4.7	Faktor <i>Facility</i> (Fasilitas).....	71
4.4.8	Faktor <i>Ease of Accessibility</i> (Kemudahan Aksesibilitas).....	72
4.4.9	Faktor <i>Safety</i> (Keamanan).....	73
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Rekomendasi.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Wisata Candi Gedong Songo.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Kompleks Candi Gedong Songo.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	45
Tabel 4.3 Hasil KMO-MSA dan Bartlett's Test of Sphericity.....	48
Tabel 4.4 Hasil Anti-Image Correlation Matrices.....	49
Tabel 4.5 Hasil KMO-MSA dan Bartlett's Test Setelah Eliminasi Variabel	51
Tabel 4.6 Hasil Anti-Image Correlation Matrices Setelah Eliminasi Variabel.....	51
Tabel 4.7 Hasil Nilai Communalities.....	53
Tabel 4.8 Hasil Total Variance Explained	55
Tabel 4.9 Hasil <i>Component Matrix</i>	57
Tabel 4.10 Hasil Rotated Component Matrix	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1 Lokasi Candi Gedong Songo.....	25
Gambar 3.2 Proses Analisis Faktor.....	39
Gambar 4.1 Peta Wisata Candi Gedong Songo	43
Gambar 4.2 Diagram Scree Plot.....	57
Gambar 4.3 Locket Pemandian Air Panas	66
Gambar 4.4 Persewaan Kuda di Candi Gedong Songo.....	67
Gambar 4.5 Candi Gedong I	68
Gambar 4.6 Pemandangan Candi Gedong Songo	70
Gambar 4.8 Lokasi parkir Candi Gedong Songo	72
Gambar 4.9 Gerbang masuk Candi Gedong Songo	72

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, E., Chajut, A., & Pinzur, L. (2022). Self Healing: Terapi atau Rekreasi ? *JOUSIP: Journal of Sufism and Psychotherapy*, 2(1).
- Aisah, S., Gunawan, J., & Hakim, N. S. (2022). Karakteristik, Motivasi, dan Segmentasi Wisatawan Lokal Ekowisata Bendungan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Jatiluhur Valley & Resort). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 11(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v11i2.67582>
- Apostolakis, A. (2003). The convergence process in *heritage* tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(4). [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(03\)00057-4](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(03)00057-4)
- Arowosafe, F., Akinwotu, O., Tunde-Ajayi, O., Omosehin, O., & Osabuohien, E. (2022). Push and pull motivation factors: a panacea for tourism development challenges in Oluminrin waterfalls, Nigeria. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 14(1). <https://doi.org/10.1080/19407963.2021.2017729>
- Bedate, A., Herrero, L. C., & Sanz, J. Á. (2004). Economic valuation of the cultural *heritage*: Application to four case studies in Spain. *Journal of Cultural Heritage*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.culher.2003.04.002>
- Budihardjo, E. (1997). *Arsitektur sebagai Warisan Budaya*. Djambatan.
- Cho, M., Bonn, M. A., & Han, S. J. (2018). Generation Z's sustainable volunteering: Motivations, attitudes and job performance. *Sustainability (Switzerland)*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/su10051400>
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4). [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Dan, G. M. S. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4.
- Deepak, C. (2010). Student motivations:A *heritage* tourism perspective. *Anatolia*, 21(2), 249–269. <https://doi.org/10.1080/13032917.2010.9687102>
- Eddyono, F. (2021). Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Issue March).
- Eltayeb, N. (2021). The Impact of Insta Tourism on Tourism Decision Making of Generation Y. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and*

- Hospitality*, 20(2). <https://doi.org/10.21608/jaauth.2021.65542.1142>
- European Travel Commission. (2020). *Study on Generation Z travellers: a handbook produced for the European Travel Commission (ETC)*. European Travel Commission (ETC).
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). "True Gen": Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*.
- Haddouche, H., & Salomone, C. (2018). Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks. *Journal of Tourism Futures*, 4(1). <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059>
- Hermansyah, D., & Waluya, B. (2012). Analisis Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan Nusantara Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kebun Raya Bogor (Survei Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kebun Raya Bogor). *Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 11(1).
- Irsha, M. (2018). The Analysis of The Push Pull Motivation Factor and The Expectation of International Tourist in Ramayana Ballet Prambanan Yogyakarta. *Tourisma: Jurnal Pariwisata*, 1(1). <https://doi.org/10.22146/gamajts.v1i1.36316>
- Juni Sudaryanti, I., Sukriah, E., Rosita, dan, & 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*.
- Khahir, A. F., Safrina, E. S., Febryanti, A. S. R. N., Rias, I. A., & Nurfatimah, B. (2022). Preferensi Generasi Z pada Taman Kota untuk Meringankan Stres di Kota Makassar Berdasarkan Healing Environment. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 105(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Latour, K. (2008). Handbook of Hospitality Marketing Management. In *Handbook of Hospitality Marketing Management*.
- Molinillo, S., & Japutra, A. (2017). Factors influencing domestic tourist attendance at cultural attractions in Andalusia, Spain. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(4).

- <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.09.011>
- Monaco, S. (2018). Tourism and the new generations: emerging trends and social implications in Italy. *Journal of Tourism Futures*, 4(1). <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0053>
- Özdemir, G., & Çelebi, D. (2018). Exploring dimensions of slow tourism motivation. *Anatolia*, 29(4). <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1460854>
- Patria, T. A. (2015). Dinamika Perkembangan Pariwisata Pusaka: Tinjauan dari Sisi Penawaran dan Permintaan di Kota Bandung. *Binus Business Review*, 6(2). <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i2.960>
- Patterson, I. (2006). Growing older: Tourism and leisure behaviour of older adults. In *Growing Older: Tourism and Leisure Behaviour of Older Adults*. <https://doi.org/10.1079/9781845930653.0000>
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi pariwisata : kajian sosiologis terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata* (1st ed.). Andi.
- Rahman, A. (2013). Pengaruh karakteristik individu, motivasi dan budaya kerja terhadap kinerja pegawai pada badan keluarga berencana dan pemberdayaan perempuan Kabupaten Donggala. *E-Jurnal Katalogis*, 1(2).
- Ritonga, R. M. (2019). Pengembangan Wisata Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Kota Tangerang Cultural Heritage Tourism Development As Tourist Attraction In Tangerang. *Media Bina Ilmiah*, 14(3). <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i3.329>
- Rusli, C., & Gunawijaya, J. (2009). Pariwisata Pusaka: Masa Depan bagi kita, Alam dan Warisan Budaya Bersama. *UNESCO & Program Vokasi Pariwisata UI*.
- 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). <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13762>
- Schlossberg, M. (2016, August 6). *Teen Generation Z is being called "millennials on steroids," and that could be terrifying for retailers*. Business Insider.
- Seaton, A. V., & Bennett, M. M. (1996). *Pemasaran Produk Wisata*. Oxford: Alden Press.

- Stergiou, D. P. (2018). Generation Z as young winery visitors in Greece. In *Management and Marketing of Wine Tourism Business: Theory, Practice, and Cases*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-75462-8_4
- Subadra, I. N., Ketut Sutapa, I., Wayan, I., Artana, A., Herindiyah, L. K., Yuni, K., Sudiarta, M., Pariwisata, S. T., & Jaya, T. (2019). Investigating push and pull factors of tourists visiting Bali as a world tourism destination. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 8(7).
- Sugiyono. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D* (19th ed.). Alfabeta CV.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suwanto, & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Alfabeta CV.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Thompson, B. (2004). Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications. In *Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications*. <https://doi.org/10.1037/10694-000>
- Tu, H. M. (2020a). Sustainable *heritage* management: Exploring dimensions of pull and push factors. *Sustainability (Switzerland)*, 12(19). <https://doi.org/10.3390/su12198219>
- Tu, H. M. (2020b). The attractiveness of adaptive *heritage* reuse: A theoretical framework. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/su12062372>
- Uno, B. H. (2009). Theory of Motivation and Its Measurement Analysis in the Field of Education (Teori Motivasi Dan Pengukurannya Analisis Di Bidang Pendidikan). In *Bumi Aksara*.
- Vuuren, C. Van, & Slabbert, E. (2011). Travel Motivation and Behaviour of Tourists to a South African Resort. *International Conference on Tourism and Management Studies - Algarve 2011, I*.
- Williams, A. M., & Hall, C. M. (2002). Tourism, migration, circulation and

mobility: The contingencies of time and place. In *Tourism and Migration: New Relationships Between Production and Consumption*.

- Wilopo, K. K., & Hakim, L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 42(1).
- Yangzhou Hu, & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2). <https://doi.org/10.1177/004728759303200204>
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- You, X., O'leary, J., Morrison, A., & Hong, G. S. (2000). A cross-cultural comparison of travel push and pull factors: United kingdom vs. japan. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 1(2). https://doi.org/10.1300/J149v01n02_01
- Yusendra, M. A. E. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Domestik Nusantara. In *Eka Yusendra Jurnal Magister Manajemen* (Vol. 01, Issue 1).