

Nomor Daftar FPIPS : 4526/UN40.A2.8/ PT/2023

**PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

(Survei terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Studi S1
Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



**Oleh:
Ira Oktafa
1607701**

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

(Survei terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Taman Margasatwa
Ragunan Pasca Pandemi COVID-19)

Oleh
Ira Oktafa
160770

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

© Ira Oktafa, 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

i

Ira Oktafa, 2023

***PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei terhadap
Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

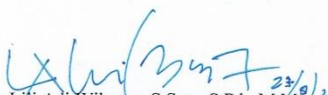
LEMBAR PENGESAHAN


**PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG**
(Survei terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Taman Margasatwa
Ragunan Pasca Pandemi COVID-19)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M.
NIP. 19690404 199903 1 001


Rijal Khaerani, S.Si., M.Stat
NIP. 19850821 201903 1 006

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia

Taufik Abdullah, Ph.D
NIP. 19851024 201404 1 001

Tanggung Jawab Yuridis ada Pada Penulis


Ira Oktafa
NIM. 1607701

PERNYATAAN TENTANG KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan Pasca Pandemi COVID-19) ” beserta seluruh isinya merupakan karya saya sendiri. Tidak ada penjiplakan maupun pengutipan dilakukan dengan cara tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku.

Atas pernyataan ini, saya bersedia menanggung risiko maupun sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan atau terdapat pengakuan dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 16 Agustus 2023
Pembuat Pernyataan



Ira Oktafa

ABSTRAK

Ira Oktafa (1607701), “Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung” (Survei terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan Pasca Pandemi COVID-19), di bawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M. dan Rijal Khaerani, S.Si., M.Stat

Keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan merupakan kebutuhan suatu destinasi untuk dapat tetap mempertahankan eksistensinya, sehingga keputusan berkunjung menjadi urgensi dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini ialah memperoleh gambaran dan pengaruh dari variabel motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan. Metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari setiap dimensi motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ialah metode kuantitatif teknik analisis linear berganda. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 160 wisatawan, serta pengolahan data menggunakan *software SPSS for windows*. Penelitian yang telah dilakukan mengemukakan bahwa motivasi wisatawan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Ragunan.

Kata Kunci : Motivasi Wisatawan, Keputusan Berkunjung, Taman Margasatwa Ragunan

ABSTRACT

Ira Oktafa 1607701 “The Influence of Tourist Motivation on Visiting Decisions” (Survey of Local Tourists Visiting Ragunan Wildlife Park After the COVID-19 Pandemic)” under the guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M. and Rijal Khaerani, S.Si., M.Stat.

The decision of tourists to visit is the need for a destination to be able to maintain its existence, therefore the decision to visit becomes an urgency in this study. The purpose of this study was to obtain an overview and influence of the tourist motivation dimension on the decision to visit Ragunan Wildlife Park. The research method used to determine the effect of each tourist motivation dimension on visiting decisions is the quantitative method of path analysis. The research was conducted by taking a sample of 160 tourists and processing the data using SPSS for Windows software. The research that has been done suggests that tourist motivation has a significant simultaneous influence on the decision to visit Ragunan Wildlife park.

Keywords: Tourist Motivation, Visit Decision, Ragunan Wildlife

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung** (Survei terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan Pasca Pandemi COVID-19). dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang menderang ini.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk mengetahui gambaran motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Ragunan, serta untuk mengetahui pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka dari itu sumbangan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberi sumbangan bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata khususnya dalam motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung

Bandung, Agustus 2023

Penulis
Ira Oktafa

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia. Penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik apabila tanpa adanya dukungan, bimbingan, serta bantuan dari beberapa pihak. Atas segala motivasi serta bantuan yang telah penulis terima, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Taufik Abdullah, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, bimbingan serta masukan yang sangat bermanfaat selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Rijal Khaerani, S.Si., M.Stat selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan, mendukung dan memberikan motivasi yang sangat berpengaruh kepada penulis selama penyusunan skripsi.
6. Ibu Dr. Rini Andari, S.Pd., S.E.Par., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan saran selama menjalani perkuliahan di Manajemen Pemasaran Pariwisata.
7. Seluruh pengajar di lingkungan Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yaitu Yeni Yuniawati, SPd., M.M, Prof. Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak. MBA, Dr. Gitasiswhara, SE., HP. Diyah Setiyorini, M.M, Oce Ridwanudin, SE., MM., Rijal

Khaerani, M.Stat. Par. serta pengajar lainnya dan staff administrasi yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan dukungan sangat bermanfaat kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.

8. Sahabat penulis Arsha Dwiya Winata dan Raisya Renata Indri Astuti, yang merupakan *support system* penulis yang memberikan motivasi untuk melanjutkan skripsi.
9. Teman-teman tersayang Alvin Bhilkis Ramadhanti, Risna Melawati, Kalinda Halimah Gardara, Marisya Istiani dan Nuri Lilis Ariska Br Siregar yang telah berteman baik dengan penulis selama masa perkuliahan
10. Keluarga Bapak Sumardi, Keluarga Bapak Warli, Keluarga Saiful Bahri, Keluarga Muti'ah, Keluarga Burhan yang sudah membantu membiayai perkuliahan saya.
11. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Terkhusus penulis sampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya untuk kedua orang tua penulis, Bapak Darlan dan Mama Nur Sasih, terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, dorongan, bantuan, kesabaran, nasihat, serta doa yang tak henti-hentinya dipanjatkan untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi dan perkuliahan ini dengan baik, juga kepada adik penulis Muchammad Adam Wijaya yang telah memberikan dukungan, doa dan bantuan dalam pengerjaan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat atas kebaikan dan doa yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, serta mendapatkan balasan dan pahala dari Allah SWT. Aamiin Allahumma Aamiin

Bandung, Agustus 2023

Penulis

Ira Oktafa

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
PERNYATAAN TENTANG KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME ...	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Pendekatan Teori yang Digunakan	11
2.1.2 Konsep Keputusan Berkunjung.....	14
2.1.2.1 Definisi Keputusan Berkunjung	14
2.1.2.2 Pengukuran Keputusan Berkunjung.....	15
2.1.2.3 Model Keputusan Berkunjung	20
2.1.3 Konsep Motivasi Wisatawan.....	21
2.1.3.1 Definisi Motivasi Wisatawan	21
2.1.3.2 Dimensi Motivasi Wisatawan	23
2.1.3.3 Model Motivasi Wisatawan	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3 Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37

3.1	Objek Penelitian	37
3.2	Metodologi Penelitian	37
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	37
3.2.2	Operasional Variabel.....	38
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	46
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	47
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN		66
4.1	Profil Perusahaan, Karakteristik dan Pengalaman	66
4.1.1	Profil Perusahaan	66
4.1.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden dikaitkan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	67
4.1.2.1	Keterkaitan Jenis Kelamin dan Usia dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	68
4.1.2.2	Keterkaitan Pekerjaan dan Pendidikan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	69
4.1.2.3	Keterkaitan Pekerjaan dan Penghasilan Per-Bulan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan.....	70
4.1.2.4	Keterkaitan Sumber Informasi dan Frekuensi Kunjungan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	71
4.1.2.5	Keterkaitan Teman Berkunjung dan Durasi Kunjungan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	72
4.1.2.6	Keterkaitan Asal Daerah dan Durasi Kunjungan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	73
4.1.2.7	Keterkaitan Asal Daerah dan Durasi Kunjungan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	74
4.2	Hasil Penelitian	75
4.2.1	Hasil Penelitian Gambaran Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	75
4.2.2	Hasil Penelitian Gambaran Motivasi Wisatawan ke Tamana Margasatwa Ragunan	79

4.2.3	Hasil Penelitian Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung.....	87
4.3	Pembahasan Penelitian.....	93
4.3.1	Gambaran Keputusan Berkunjung.....	93
4.3.2	Gambaran Motivasi Wisatawan.....	94
4.3.3	Gambaran Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung.....	94
4.4	Implikasi Hasil Penemuan Penelitian.....	95
4.4.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik.....	94
4.4.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	94
4.4.3	Implikasi Hasil Penelitian Motivasi Wisatawan dan Keputusan Berkunjung pada Konsentrasi Pemasaran Destinasi Pariwisata Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Rekomendasi.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....		102
LAMPIRAN.....		109

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Taman Margasatwa Ragunan Tahun 2019 - 2022	5
1.2	Ulasan Negatif Wisatawan Taman Margasatwa Ragunan	6
2.1	Definisi Keputusan Berkunjung Menurut Beberapa Ahli	14
2.2	Indikator Keputusan Berkunjung Menurut Beberapa Ahli.....	15
2.3	Definisi Motivasi Wisatawan Menurut Beberapa Ahli	21
2.4	Indikator Motivasi Wisatawan Menurut Para Ahli	23
3.1	Operasional Variabel.....	39
3.2	Jenis Dan Sumber Data	46
3.3	Hasil Pengujian Validitas	51
3.4	Hasil Pengujian Realibilitas	57
3.5	Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert	59
3.6	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	64
4.1	Keterkaitan Jenis Kelamin dan Usia dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	68
4.2	Keterkaitan Pekerjaan dan Pendidikan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	70
4.3	Keterkaitan Pekerjaan dan Penghasilan Per-Bulan Dengan Keputusan Berkunjung Ke Taman Margasatwa Ragunan	71
4.4	Keterkaitan Sumber Informasi dan Frekuensi Kunjungan Taman Margasatwa Ragunan dengan Keputusan Berkunjung Ke Taman Margasatwa Ragunan	72
4.5	Keterkaitan Teman Berkunjungan dan Durasi Kunjungan dengan Keputusan Berkunjung Ke Taman Margasatwa Ragunan.....	73
4.6	Keterkaitan Asal Daerah dan Durasi Kunjungan dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	75
4.7	Keterkaitan Kesan Baik Selama Berkunjung dan Niat untuk Melakukan Kunjungan	

	Ulang dengan Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	76
4.8	Tanggapan Responden terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	77
4.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	80
4.10	Tanggapan Responden terhadap <i>Animals</i>	81
4.11	Tanggapan Responden terhadap <i>Escape</i>	83
4.12	Tanggapan Responden terhadap <i>Relaxation</i>	84
4.13	Tanggapan Responden terhadap <i>Relationship Building</i>	86
4.14	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Wisatawan Ke Taman Margasatwa Ragunan	86
4.15	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrom. Smirnov	89
4.16	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	89
4.17	Hasil Pegujian Asumsi Multikolinearitas.....	90
4.18	Hasil Pegujian Asumsi Autokorelasi.....	91
4.19	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	91
4.20	Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi	92
4.21	Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	93
4.22	Hasil Uji Secara Parsial (Uji T).....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	<i>Model of Consumer Decision Making</i>	12
2.2	Model Keputusan Berkunjung	20
2.3	Model Motivasi Wisatawan	28
2.4	Kerangka Pemikiran Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung.....	33
2.5	Paradigma Penelitian Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung.....	34
3.1	Regresi Linear Berganda.....	62
4.1	Logo Taman Margasatwa Ragunan.....	68
4.2	Garis Kontinum Variabel Keputusan Berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan	81
4.3	Garis Kontinum Variabel Motivasi Wisatawan ke Taman Margasatwa Ragunan	89
4.4	Diagram Struktur Hipotesis.....	95

DAFTAR PUSTAKA

- Adetola, B. O., & Adedire, O. P. (2018). Visitors' motivation and willingness to pay for conservation in selected zoos in southwest Nigeria. *Journal of Applied Sciences and Environmental Management*, 22(4), 531. <https://doi.org/10.4314/jasem.v22i4.16>
- Aditi, B., Ardianto, R., & Fachruraz. (2023). The Impact Of Digital Promotion And The Quality Of Go- Food Application Services On Purchase Decisions. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 428–436.
- Adityo, P. W. (2021, June). *TM Ragunan Ditutup Sampai Batas Waktu yang Belum Ditentukan*. Kompas.Com.
- Akhirson, A. (2022). The Implementation of Health Protocols in Facing Pandemic Covid-19 at Ragunan Wildlife Park. *Ilomata International Journal of Social Science*, 3(2), 182–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.52728/ijss.v3i2.411>
- Alyani Lanti. (2021). Pengaruh Jumlah Kunjungan, Lama Tinggal Dan Belanja Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata Di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(2), 209–221.
- Anggraeni, V., & Astini, R. (2020). The Influence of Motivation, Destination Image & Destination Trust which had an Impact on Millennials' Visit Decision to The National Museum. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 5(10), 506–511. <https://doi.org/10.36348/sjbms.2020.v05i10.001>
- Apriyanti, M. E. (2023). Government Strategy to Recover the Tourism Sector Affected by the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 4(1), 90–106. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.04.01.11>
- Ardiansyah, I., & Anita, T. L. (2019). The effect of Tourism Motivation On Visiting Decision In Jakarta History Museum in Kawasan Kota Tua Jakarta. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(May), 1–10.
- Arikunto. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atmojo, M. E., & Fridayani, H. D. (2021). An Assessment of Covid-19 Pandemic Impact on Indonesian Tourism Sector. *Journal of Governance and Public Policy*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.18196/jgpp.811338>
- Bawole, A. J., Lumanaw, B., & Rudy S. Wenas. (2021). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Denpasar. *Jurnal EMBA*, 9, 579–588. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2020.v08.i02.p03>
- Belinda, A., Beatrice, I., & Sulo, T. (2021). An Influence of Social Distance on Tourist Decision-Making Process: a Case of Tourists Visiting the Maasai Mara National Game Reserve. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 8(1), 51–61. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2021.814>
- Bobadilla, J., Ortega, F., Gutiérrez, A., & Alonso, S. (2020). Classification-based Deep Neural Network Architecture for Collaborative Filtering Recommender Systems. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*, 6(1), 68–77. <https://doi.org/10.9781/ijimai.2020.02.006>
- Budhiartha, I. N. (2022). ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) DAN MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI JAM. *Jurnal Menata*, 1(2), 46–52.
- Carvache Franco, M., Carrascosa López, C., & Carvache Franco, W. (2022). Market Segmentation by Motivations in Ecotourism: Application in the Posets-Maladeta Natural Park, Spain. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9). <https://doi.org/10.3390/su14094892>

- Chan, C. S., Yuen, S. K., Duan, X., & Marafa, L. M. (2018). An analysis of push–pull motivations of visitors to Country Parks in Hong Kong. *World Leisure Journal*, 60(3), 191–208. <https://doi.org/10.1080/16078055.2018.1496527>
- Chang, L. H., Stylos, N., Yeh, S. S., & Tung, Y. Y. (2015). How do motivation, pre-visit information search and destination image affect post-visit behavioural intention? The case of an island destination. *European Journal of Tourism Research*, 9(January), 8–23.
- Chanprasert, S., Chumme, P., & Kaewchur, P. (2021). Tourists ' Behavior and Factors Affecting their Decision for Visiting Ayothaya Floating Market , Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12, 2966–2974.
- Chen, C. C., Chen, C. W., & Tung, Y. C. (2018). Exploring the consumer behavior of intention to purchase green products in Belt and Road countries: An empirical analysis. *Sustainability*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/su10030854>
- Chen, L., & Chen, W. (2015). Push e pull factors in international birders ' travel. *Tourism Management*, 48, 416–425. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.011>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Method : 12th Edition*.
- Desyinta, N. (2020, September). Jakarta PSBB, Ragunan Tutup Sementara Mulai 14 September. *Bisnis.Com*.
- Dian, M., & Nazir, I. R. (2022). Analisis Strategi Pengelolaan Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Trave*, 36(2), 1–9.
- Dixit, S. K., Lee, K., Loo, P. T., & Lee, K. (2019). Consumer behavior in hospitality and tourism. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 29(2), 151–161. <https://doi.org/10.1080/21639159.2019.1577159>
- Djunaid, I. S., & Mikhael. (2021). Pengaruh Motivasi Pendorong dan Motivasi Penarik terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Perjuangan Bogor. *Journal of Tourism National University (Turn Journal)*, 1(1).
- Dwiatmojo, R. (2021). Analysis of Tourist Motivation in Deciding to Visit Pampang Cultural Tourism Village , Samarinda , East Kalimantan. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(5), 1485–1491.
- Fajrin, N. K., & Mulia, D. (2020). Factors that Affect Tourist to Visit Kalibiru Tourist Village. *6th Annual International Conference on Management Research (AICMaR 2019)*, 132, 139–142.
- Fitroh, S. K. A., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42(2), 18–25.
- Guridno, E., & Guridno, A. (2020). Covid-19 Impact: Indonesia Tourism in New Normal Era. *International Journal of Management and Humanities*, 4(11), 31–34. <https://doi.org/10.35940/ijmh.k1049.0741120>
- Ha, N. T., Song, N. Van, Thuy, V. T. T., Huan, N. T., Luong, N. Van, & Quang, H. V. (2022). Influencing Factors on Customers ' Decision to Visit Agritourism Farms : A Case Study in Viet Nam. *Agricultural Sciences*, 13, 566–579. <https://doi.org/10.4236/as.2022.134038>
- Hakim, D. H., & Mulia, D. (2019). The Effect of Tourism Attractiveness, Travel Motivation, e-WOM on Visit Decision and Satisfaction. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI) ISSN*, 8(09), 23–29. www.ijbmi.org
- Han, H., & Sean, S. (2018). Role of motivations for luxury cruise traveling, satisfaction, and involvement in building traveler loyalty. *International Journal of Hospitality*

- Management*, 70(October 2017), 75–84. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.024>
- Harcar, T., & Karadag, E. (2022). Impact of Country of Origin and National Identity on Air Travel Purchase Decisions for Prospective Buyers : The Case of American Travelers. *Journal of Global Business Insights*, 7(1), 16–32. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.7.1.1175>
- Hsu, C., Lee, W., & Chen, W. (2016). How to catch their attention ? Taiwanese flashpackers inferring their travel motivation from personal development and travel experience travel motivation from personal development and travel experience. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, May. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1182038>
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2017). The effects of social commerce design on consumer purchase decision-making: An empirical study. *Electronic Commerce Research and Applications*, 25, 40–58. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2017.08.003>
- Hurriyati, R. (2015). An Analysis of Place Branding to Enhance the Image of Bandung City and its Implications toward the Decisions to Visit Tourism Destination. *Jurnal Pendidikan Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 8(1).
- Husein, U. (2008). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. *Jakarta. PT Rajagrafindo Persada*.
- Isbn, P., & Author, C. (2022). *This work is licensed under a Oluwaseyi and Oluwaseyi, Oluwaseyi 2022 87. 14(4)*.
- Jang, Y., Chen, C. C., & Miao, L. (2019). Last-minute hotel-booking behavior: The impact of time on decision-making. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38(August 2018), 49–57. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.11.006>
- Jiang, S., Scott, N., Tao, L., & Ding, P. (2018). Chinese tourists' motivation and their relationship to cultural values. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research ISSN: https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1504312*
- Jordaan, Y., Giselle, M., & Du Plessis, M. (2014). Motivators to visit the National Zoological Gardens of South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3(1). <http://www.ajhtl.com>
- Juliandi, A., Irfan, Manurung, S., & Satriawan, B. (2018). *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Kara, N. S., & Mkwizu, K. H. (2020). Demographic factors and travel motivation among leisure tourists in Tanzania. *International Hospitality Review*, 34(1), 81–103. <https://doi.org/10.1108/ihr-01-2020-0002>
- Karanikola, P., Tampakis, S., & Georgios, T. (2014). The public zoo as recreation and environmental education area : Visitor ' s perceptions and management implications. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 10(January).
- Knežević, M., Žučko, I., & Ljuština, M. (2016). Who is visiting the Zagreb zoo: Visitors' characteristics and motivation. *Sociologija i Prostor*, 54(2), 169–184. <https://doi.org/10.5673/sip.55.2.4>
- Kong, W. H., & Chang, T. Z. (Donald). (2016). Souvenir Shopping, Tourist Motivation, and Travel Experience. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 17(2), 163–177. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1115242>
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. In *Pearson* (Seventh).
- Kusumawati, A., Rahayu, K. S., & Putra, E. W. (2022). Antecedents customer decision to visit Yogyakarta as special regions in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2050062>
- Lee, S., Chua, B., & Han, H. (2016). Role of service encounter and physical environment

- performances , novelty , satisfaction , and affective commitment in generating cruise passenger loyalty. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, May. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1182039>
- Lee, S., Quintal, V., & Phau, I. A. N. (2017). Investigating The Push And Pull Factors Between Visitors ' Motivations Of Fringe And Urban Parks. *Tourism Analysis*, 22(May), 389–406. <https://doi.org/https://doi.org/10.3727/108354217X14955605216122>
- Leung, D. (2021). Tourists' motives and perceptions of destination card consumption. *Tourism Recreation Research*, 46(1), 39–51.
- Liang, Q., Liao, X., & Shang, J. (2020). A multiple criteria approach integrating social ties to support purchase decision. *Computers and Industrial Engineering*, 147(July), 106655. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2020.106655>
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). Marketing Research an Applied Approach Fifth Edition. In *The Marketing Book: Seventh Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- Martaleni, M., Hadiyati, E., Pertiwi, Y. I., & Kerti Yasa, N. N. (2021). Role of tourist motivation as mediating variable on visitor decisions at Indonesian tourism village. *Innovative Marketing*, 17(3), 88–98. [https://doi.org/10.21511/im.17\(3\).2021.07](https://doi.org/10.21511/im.17(3).2021.07)
- Meiliana, S., & Dewantara, Y. F. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Museum Sumpah Pemuda. *Journal FAME*, 3(2).
- Mellish, S., Pearson, E. L., McLeod, E. M., Tuckey, M. R., & Ryan, J. C. (2019). What goes up must come down: an evaluation of a zoo conservation-education program for balloon litter on visitor understanding, attitudes, and behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1393–1415. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1625908>
- Michael, N., Wien, C., & Reisinger, Y. (2017). Push and pull escape travel motivations of Emirati nationals to Australia. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 11(3), 274–296. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2016-0039>
- Michael R. Solomon. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having and Being. In *Pearson*.
- Mkhize, B. N. (2020). Who visits a nature based urban attraction and why? An exploratory study of the motivations to visit the Pretoria Zoo in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(2), 1–14.
- Murray, B. H. (2018). *Consumer Behaviour* (Second Can). Nelson Education Ltd.
- Muskitta, C. G., Ulaen, T., & Pangaribuan, C. H. (2022). The Influence of the Korean Wave Phenomenon on Male Customer Purchase Decisions for Korean Skincare Products in Indonesia The Influence of the Korean Wave Phenomenon on Male Customer Purchase Decisions for Korean Skincare Products in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 05(September), 209–224. <https://doi.org/10.36782/jemi.v5i3.2382>
- Mutanga, C. N., Vengesayi, S., Chikuta, O., Muboko, N., & Gandiwa, E. (2017). Travel motivation and tourist satisfaction with wildlife tourism experiences in Gonarezhou and Matusadona National Parks, Zimbabwe. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 20(August 2016), 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.08.001>
- Novarlia, I. (2022). Tourist Attraction , Motivation , and Prices Influence on Visitors ' Decision to Visit the Cikandung Water Sources Tourism Object. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 25400–25409.
- Ogunjinmi, A. A., & Oboh, B. (2018). Assessment of Visitors' Profiles , Motivation and Awareness of Safety Rules in Zoos in South-Western Nigeria. *Applied Tropical Agriculture*, 22(1), 78–85.
- Preko, A., Doe, F., & Dadzie, S. A. (2019). The future of youth tourism in Ghana: motives,

- satisfaction and behavioural intentions. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 5–21. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2016-0059>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2016th ed.). ZIFATAMA PUBLISHING.
- Rahmafritria, F., & Misran. (2018). Disaster risk and travel decision of Middle Eastern tourists to natural destination in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 179(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/179/1/012006>
- Ramdani, D., & Adiatma, D. (2018). Pengaruh Atraksi Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Ciwidey dan Pangalengan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18, 060–065.
- Rita, P., Brochado, A., Dimova, L., & Brochado, A. (2018). Current Issues in Tourism Millennials ' travel motivations and desired activities within destinations : A comparative study of the US and the UK. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1439902>
- Riyadi, S., & Nurmahdi, A. (2022). The Effect of Destination Image, Electronic Word of Mouth and Service Quality on Visiting Decisions and Their Impact on Revisit Interest. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(9), 1244–1263. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v1i9.141>
- Ruan, J., Hu, X., Huo, X., Shi, Y., Chan, F. T. S., Wang, X., Manogaran, G., Mastorakis, G., Mavromoustakis, C. X., & Zhao, X. (2019). An IoT-based E-business model of intelligent vegetable greenhouses and its key operations management issues. *Neural Computing and Applications*. <https://doi.org/10.1007/s00521-019-04123-x>
- Salem, M. Z. (2018). Effects of perfume packaging on Basque female consumers purchase decision in Spain. *Management Decision*, 56(8), 1748–1768. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2017-0363>
- Samuel, Rahadian, W. R., Utami, N. R., & Maulana, F. (2022). Pengaruh Kesadaran Akan Destinasi Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Hademen Camp, Megamendung, Kabupaten Bogor. *Journal of Hospitality and Tourism*, 1, 33–49.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (Twelfth Ed). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016a). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016b). *Research Methods for Business*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sinh, N. H., & Anh, N. T. P. (2020). Push and pull factors impacting visitors' loyalty: A case of Saigon Zoo and Botanical Gardens. *Journal of Science Ho Chi Minh City Open University*, 10(2), 120–135. <https://doi.org/10.46223/hcmcoujs.econ.en.10.1.224.2020>
- Sinh, N. H., & Hoa, H. T. (2022). An investigation of factors impacting visitors to a botanic park : Factor analysis of push and pull framework. *Journal of Science*, 12(2), 115–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.en.12.2.2156.2022>
- Siswanto, H. E., Alvianna, S., Roedjinandari, N., & Hidayatullah, S. (2022). *Dampak Sosial Media Marketing dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Museum 10 November Kota Surabaya Tak perlu diragukan lagi , hampir di seluruh bagian dari negara Indonesia memiliki sebagai pusat perekonomian di Jawa Timur . Seminar Nasional Kepariwisataaan*.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta*, cv. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/04/kunjungan-ke-obyek-wisata-unggulan-jakarta-merosot-85-pada-2020>
- Sukaris, & Aries Candra Setyawan. (2020). Antecedents of Visiting Decisions on Artificial Travel Destinations : Millennial Generation Perspectives Sukaris Aries Candra Setyawan.

- IRJ: Innovation Research Journal Antecedents*, 1(1), 1–9.
- Sulistio, T. D., Fitriana, R., & Melisa, L. (2021). The Influence of Words of Mouth and Sapta Pesona on the Decision to Visit Natsepa Beach. *Enrichment: Journal of Management*, 11(2), 334–337. <https://www.enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/99>
- Tata, S. V., Prashar, S., & Gupta, S. (2020). An examination of the role of review valence and review source in varying consumption contexts on purchase decision. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(June 2018), 101734. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.003>
- Tatiani, S. D., & Andjarwati, A. L. (2021). The Influence Of E-WOM and Risk Perception On The Decision To Visit Bojonegoro Starfruit Garden Agrotourism During The Covid_19 Pandemic. *Journal of Business and Management Review*, 3(4), 323–337. <https://doi.org/10.47153/jbmr34.3672022>
- Utami, B. S. A., & Kafabih, A. (2021). Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi COVID 19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 383–389. <http://jdep.upnjatim.ac.id/index.php/jdep/article/view/121>
- Wen, J., Meng, F., Ying, T., & Belhassen, Y. (2019). A study of segmentation of cannabis-oriented tourists from China based on motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(1), 36–51. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1584608>
- Wijaya, S., Wahyudi, W., Kusuma, C. B., & Sugianto, E. (2018). Travel motivation of Indonesian seniors in choosing destination overseas. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 12(2), 185–197. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-09-2017-0095>
- Woodside, A. G. (2017). Solving The Core Theoretical Issues In Consumer Behavior. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality Research*, 13, 141–168. <https://doi.org/10.1108/S1871-317320170000013008>
- Xie, L., & Ritchie, B. W. (2019). The motivation, constraint, behavior relationship: A holistic approach for understanding international student leisure travelers. *Journal of Vacation Marketing*, 25(1), 111–129. <https://doi.org/10.1177/1356766717750421>
- Yan, N., & Halpenny, E. (2019). The role of cultural difference and travel motivation in event participation: A cross-cultural perspective. *International Journal of Event and Festival Management*, 10(2), 155–173. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-05-2018-0033>
- Yildirim, K., Yildirim Kaya, N. N., & Olmus, F. (2020). The effects of indoor plants on customers' shopping decisions in a restaurant environment. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(12), 1301–1314. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-02-2020-0053>
- Yousaf, A., Amin, I., & Santos, J. A. C. (2018). Tourist's Motivations to Travel: A Theoretical Perspective on the Existing Literature. *Tourism and Hospitality Management*, 24, 197–211. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>
- Yuan, X., Li, D., Mohapatra, D., & Elhoseny, M. (2018). Automatic removal of complex shadows from indoor videos using transfer learning and dynamic thresholding. *Computers and Electrical Engineering*, 70, 813–825. <https://doi.org/10.1016/j.compeleceng.2017.12.026>
- Yunitasari, M. D., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Motivasi dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Monumen Rawgede di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 1057–1064. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.580>
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*.

Zhao, J., Xue, F., Khan, S., & Khatib, S. F. A. (2021). Consumer behaviour analysis for business development. *Aggression and Violent Behavior*, \. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2021.101591>

Website:

<https://ragunanzoo.jakarta.go.id/language/id/>

