

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN MUDA KE OBJEK DAYA TARIK WISATA ALAM
KAWAH PUTIH**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort & Leisure*



Oleh:

**Bambang Nara Sujatnika
1206153**

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

2020

LEMBAR PENGESAHAN



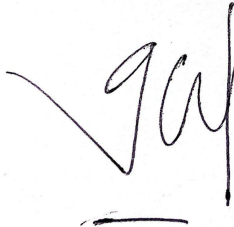
Bambang Nara Sujatnika
1206153

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN MUDA KE OBJEK DAYA TARIK WISATA ALAM KAWAH
PUTIH**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

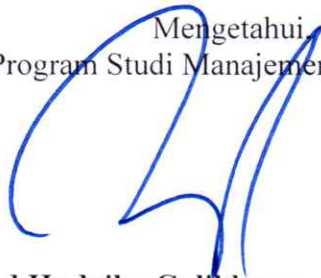


Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., S.I.KOM., M.SC.
NIP. 19871 224201 4 041



Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si.
NIP. 19880703 201504 2 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. Ahmad Hudaiby Galihkusumah, S.ST.Par., M.M.
NIP. 19810522 201012 1 006

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa pada penulisan skripsi ini beserta seluruh isinya yang berjudul "Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Muda ke Objek Daya Tarik Wisata Alam Kawah Putih" merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa skripsi ini ditulis dan disusun dengan tata cara penulisan yang sesuai dengan panduan dan kaidah keilmuan serta aturaturan yang berlaku. Atas pernyataan tersebut, saya siap menanggung resiko dan sanksi apabila di waktu yang akan datang ditemukan adanya penjiplakan dan/ atau segala bentuk pelanggaran lainnya.

Bandung, 20 April 2020
Yang Membuat Pernyataan

Bambang Nara Sujatnika
NIM. 1206153

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN MUDA KE OBJEK DAYA TARIK WISATA ALAM
KAWAH PUTIH**

ABSTRAK

Oleh

Bambang Nara Sujatnika

1206153

Penelitian ini mengidentifikasi faktor motivasi dan keputusan berkunjung wisatawan muda di Kawah Putih, guna menganalisis dan mengukur pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan muda ke Kawah Putih sebagai tujuan utama dari penelitian. Metode penelitian yang digunakan berdesain deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis regresi linear sederhana digunakan sebagai teknik analisis data pada penelitian ini. Data-data mengenai motivasi dan keputusan berkunjung sebagai variabel penelitian diperoleh melalui hasil observasi dan kuesioner yang telah disebar di lapangan kepada orang yang sedang melakukan kunjungan ke Kawah Putih. Dari hasil pengolahan data yang telah disebar kepada 100 orang responden menunjukkan bahwa motivasi berada pada kategori cukup dengan persentase skor 67,47% dan keputusan berkunjung berada pada kategori tinggi dengan persentase skor 70,47%. Berdasarkan besaran angka persamaan regresi, keputusan berkunjung akan bernilai 8,717 apabila tidak adanya motivasi, dan setiap kenaikan satu skala pada motivasi maka keputusan berkunjung akan meningkat sebesar 0,743. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi dengan sedang oleh motivasi sebesar 47%, sedangkan faktor lain yang tidak diteliti mempengaruhi keputusan berkunjung sebesar 53%.

Kata Kunci: Motivasi Wisata dan Keputusan Berkunjung

**THE INFLUENCE OF MOTIVATIONS TOWARD VISITING DECISIONS
OF YOUNG TOURISTS TO NATURAL TOURIST ATTRACTION KAWAH
PUTIH**

ABSTRACT

By

Bambang Nara Sujatnika

1206153

This study identified motivational factors and the visiting decisions of young tourists in Kawah Putih, to analyze and measure the influence of motivation on the decision of visiting young tourists to Kawah Putih as the main objective of the study. The research method used is descriptive and verification design with a quantitative approach. Simple linear regression analysis was used as a data analysis technique in this study. Data on motivation and decision to visit as research variables were obtained through observations and questionnaires distributed in the field to people who were visiting Kawah Putih. From the results of data processing that has been distributed to 100 respondents showed that the motivation was in the sufficient category with a percentage score of 67.47% and the decision to visit was in the high category with a percentage score of 70.47%. Based on the magnitude of the regression equation number, the decision to visit will be worth 8,717 if there is no motivation, and each increase in one scale on the motivation of the visit decision will increase by 0.743. The results of this study indicate that tourist visiting decisions are moderately influenced by motivation by 47%, while other factors not examined effect visiting decisions by 53%.

Keywords: *Motivation and Visiting Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan anugerah serta berkah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Muda ke Objek Daya Tarik Wisata Alam Kawah Putih”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata yang penulis tempuh selama mengikuti studi di Program Studi Manajemen Resort & Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia ini. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan pada skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu serta berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Bandung, April 2020
Penulis,

Bambang Nara Sujatnika
NIM. 1206153

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah Subhanahu Wata'ala karena atas limpahan rahmat serta pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih dan apresiasi tertinggi kepada seluruh individu, pihak atau lembaga yang telah banyak membantu selama proses pengerjaan skripsi ini . Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Orangtua penulis, Bapak Agus Mulyana dan Ibu Imas I. atas doa dan perjuangan merekalah penulis dapat terus termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari langkah dalam menyelesaikan pendidikan.
2. Bapak Dr. Ahmad Hudaiby Galih Kusumah, S.ST.Par., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure sekaligus sebagai dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, kesabaran, keikhlasan, dan saran-saran yang diberikan kepada penulis, dalam proses menempuh perkuliahan, sehingga penulis bisa melanjutkan untuk menulis skripsi ini.
3. Bapak Reiza Miftah W, S.ST.Par, M.Sc selaku dosen pembimbing I, terimakasih atas bimbingan, kesabaran, keikhlasan, dan saran-saran yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis bisa terus memperbaiki skripsi ini.
4. Ibu Ghoitsa Rohmah Nurazizah S.Par., M.Si. selaku dosen pembimbing II, terimakasih atas bimbingan, kesabaran, keikhlasan, dan saran-saran yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis bisa terus memperbaiki skripsi ini.
5. Kepada seluruh dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik dalam ataupun di luar kegiatan perkuliahan.
6. Bapak Rahmat, S.H dan Ibu Nurul yang telah memberikan bantuan selama penulis berkuliah di Management Resort Leisure.

7. Keluarga besar yang telah memberi sumbangsih besar baik finansial dan moral bagi penulis selama menyelesaikan perkuliahan. Terimakasih atas segala doa, nasehat, dukungan dan motivasi yang diberikan.
8. Keluarga besar mahasiswa dan alumni MRL, khususnya MRL 2012 yang selalu memberikan doa dan dukungan selama perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat di keluarga besar DNA coffee & roastery dan keluarga besar TMN corp. yang selalu memberikan segala bentuk dukungan moril dan materil kepada penulis demi terselesaikannya proses perkuliahan hingga skripsi ini.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Signifikasi Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1 Konsep Motivasi Wisatawan	7
2.1.2 Keputusan Berkunjung.....	9
2.1.3 Wisatawan.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Lokasi Penelitian.....	20
3.2 Desain Penelitian	20
3.3 Populasi dan Sampel	20
3.3.1 Populasi.....	20
3.3.2 Sampel.....	21
3.4 Variabel Penelitian.....	22
3.4.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	22
3.4.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	23
3.5 Instrumen Penelitian	24
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.6.1 Data Primer	25
3.6.2 Data sekunder.....	26
3.7 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	26
3.7.1 Uji Validitas	26
3.7.2 Uji Realibilitas	29

3.8 Teknik Analisis Data.....	30
3.8.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	30
3.8.2 Teknik Analisis Data Verifikatif.....	33
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	38
4.2 Profil Wisatawan.....	40
4.2.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	41
4.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
4.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan	42
4.2.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	43
4.2.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Daerah Asal	43
4.2.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung.....	44
4.2.8 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	44
4.2.9 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan <i>Partner</i> Berkunjung.....	45
4.3 Tanggapan dan Gambaran Respondenden Mengenai Motivasi ke Objek Daya Tarik Wisata Alam Kawah Putih	45
4.3.1 Novelty.....	45
4.3.2 Escape/ relax	46
4.3.3 Relationship (strengthen)	47
4.3.4 Relationship (security)	48
4.3.5 Nature.....	49
4.3.6 Autonomy	50
4.3.7 Self-development (hot-site involvement).....	51
4.3.8 Self-development (personal development)	52
4.3.9 Stimulation	53
4.3.10 Self-actualized.....	54
4.3.11 Isolation.....	55
4.3.12 Nostalgia	56
4.3.13 Romance	57
4.3.14 Recognition	58
4.3.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Motivasi ke Objek Daya Tarik Wisata Alam Kawah Putih	59
4.4 Tanggapan dan Gambaran Responden Mengenai Keputusan Berkunjung ke Objek Daya Tarik Wisata Alam Kawah Putih.....	60
4.4.1 Pemilihan Produk dan Jasa	60
4.4.2 Pemilihan Merek	61

4.4.3 Pemilihan Saluran Pembelian	62
4.4.4 Pemilihan Waktu Kunjungan	63
4.4.5 Jumlah Pembelian	64
4.4.6 Metode Pembayaran.....	65
4.4.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Y (Keputusan Berkunjung)	66
4.5 Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Muda ke Obyek Daya Tarik Wisata Alam Kawah Putih	67
4.5.1 Uji Normalitas.....	68
4.5.2 Uji Linieritas	68
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5.4 Uji Regresi Linear.....	69
4.5.5 Uji Koefisien Determinasi	70
4.5.6 Uji Hipotesis	71
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Rekomendasi.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Nusantara ke ODTW Alam Unggulan di Kabupaten Bandung	3
Tabel 3.1 Operasional Variabel Bebas (X)	23
Tabel 3.2 Operasional Variabel Terikat (Y)	24
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert.....	25
Tabel 3.4 Jenis dan Sumber Data.....	26
Tabel 3.5 Kriteria Nilai r	27
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X).....	28
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	29
Tabel 3.8 Kriteria Nilai α	30
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Variabel Motivasi (X) dan Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	30
Tabel 3.10 Pedoman Koefisien Determinasi.....	36
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Novelty</i>	45
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Escape/ relax</i>	46
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Relationship (strengthen)</i>	47
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Relationship (security)</i>	48
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Nature</i>	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Autonomy</i>	50
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Self-development (hot-site involvement)</i>	51
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Self-development (personal development)</i>	52
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Stimulation</i>	53
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Self-actualized</i>	54
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Isolation</i>	55
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Nostalgia	56
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Romance</i>	57
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Recognition</i>	58
Tabel 4.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Motivasi.....	59
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Produk dan Jasa.....	60
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Merek	61
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Saluran Pembelian.....	62
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Waktu Kunjungan	63
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Jumlah Pembelian.....	64
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Metode Pembayaran	65
Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung	66
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.24 Hasil Uji Linieritas.....	68
Tabel 4.25 Hasil Persamaan Regresi Linier Sederhana	69
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 3.1: Garis Kontinum.....	33
Gambar 4.1 Atraksi Utama Kawah Putih	38
Gambar 4.2 Akses Menuju Kawah Putih.....	38
Gambar 4.3 Sunan Ibu <i>Sunrise Point</i>	39
Gambar 4.4 Dermaga Ponton.....	39
Gambar 4.5 Cantigi Skywalk.....	40
Gambar 4.6: Jenis Kelamin.....	41
Gambar 4.7: Usia	41
Gambar 4.8: Pendidikan Terakhir	42
Gambar 4.9: Pekerjaan.....	42
Gambar 4.10: Penghasilan	43
Gambar 4.11: Daerah Asal.....	43
Gambar 4.12: Tujuan Berkunjung	44
Gambar 4.13: Jumlah Kunjungan	44
Gambar 4.14: <i>Partner</i> Berkunjung	45
Gambar 4.15 Garis Kontinum Faktor <i>Novelty</i>	46
Gambar 4.16 Garis Kontinum Faktor <i>Escape/ Relax</i>	47
Gambar 4.17 Garis Kontinum Faktor <i>Relationship (strengthen)</i>	48
Gambar 4.18 Garis Kontinum Faktor <i>Relationship (security)</i>	49
Gambar 4.19 Garis Kontinum Faktor <i>Nature</i>	50
Gambar 4.20 Garis Kontinum Faktor <i>Autonomy</i>	51
Gambar 4.21 Garis Kontinum Faktor <i>Self-development (hot-site involvement)</i> ...	52
Gambar 4.22 Garis Kontinum Faktor <i>Self-development (personal development)</i>	53
Gambar 4.23 Garis Kontinum Faktor <i>Stimulation</i>	54
Gambar 4.24 Garis Kontinum Faktor <i>Self-actualized</i>	55
Gambar 4.25 Garis Kontinum Faktor <i>Isolation</i>	56
Gambar 4.26 Garis Kontinum Faktor Nostalgia	56
Gambar 4.27 Garis Kontinum Faktor <i>Romance</i>	57
Gambar 4.28 Garis Kontinum Faktor <i>Recognition</i>	58
Gambar 4.29 Garis Kontinum Variabel X (Motivasi)	60
Gambar 4.30 Garis Kontinum Pemilihan Produk dan Jasa.....	61
Gambar 4.31 Garis Kontinum Pemilihan Merek	62
Gambar 4.32 Garis Kontinum Pemilihan Saluran Pembelian.....	63
Gambar 4.33 Garis Kontinum Pemilihan Waktu Kunjungan	64
Gambar 4.34 Garis Kontinum Jumlah Pembelian	65
Gambar 4.35 Garis Kontinum Metode Pembayaran	66
Gambar 4.36 Garis Kontinum Variabel Y (Keputusan Berkunjung).....	67
Gambar 4.37 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Gambar 4.38 Kurva Uji Hipotesis X Terhadap Y	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian	82
LAMPIRAN 2: Karakteristik Wisatawan Muda.....	88
LAMPIRAN 3: Tabulasi Kuesioner Variabel Motivasi (X).....	92
LAMPIRAN 4: Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	97
LAMPIRAN 5: Surat Izin Penelitian	102

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-Behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, *84*, 888–918.
- Arikunto, S. (2005). *Prosedur Penelitian*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Ary, D., Jacobs, L. C., & Rasavich, A. (1982). “Pengantar Penelitian Pendidikan”, dalam Arikunto, S. (2005). *Prosedur Penelitian*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Buchari, Alma. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Boukas, N. (2013). Youth visitors’ satisfaction in Greek Cultural Heritage destinations: The case of Delphi. *Tourism Planning and Development*, *10*(3), 285-306.
- Carr, N. (1988). The young tourist: A case of neglected research. *Tourism and Hospitality Research*, *4*(4), 307-318.
- Cha, S., McCleary, K. W., & Uysal, M. (1995). Travel motivation of Japanese overseas travelers: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Travel Research*, *34*(1), 33-39.
- Chen, J. S., Johnson, C., & Labben, T. G. (2013). Cross-cultural examination of decision elements: Youth tourism in Anatolia, Switzerland. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, *24*(2), 162-172.
- Cohen, E. (1984). “Toward a sociology of international tourism”, dalam Pitana, I Gde., & Putu, G. Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, *6*(4), 408-424.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, *4*, 184-194.
- Dann, G. M. S. (1981). Tourism motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, *8*(2), 189-219.
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, *31*(4), 547-552.

- Driver, B. L., & Knopf, R. C. (1977). Personality, outdoor recreation and expected consequences. *Environment and Behavior*, 9(2), 169-1.
- Du Cros, H., & Jingya, L. (2013). Chinese youth tourists views on local culture. *Tourism Planning & Development*, 10(2), 187-204
- Eusebio, C., & Carneiro, M. J. (2015). How diverse is the youth tourism market?: An activity-based segmentation study. *TOURISM*, 63(3), 295-316.
- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, 21(2), 283–301.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajiyeva, L. A. (2018). The study of consumer preferences of young tourists. *Journal of Economic Theory and Practice and Social Issues*, 64(3), 37-46.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). “Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions”, dalam Decrop, Alain. (2006). *Vacation Decision Making*. Oxfordshire: Cabi Publishing.
- Horak, S., & Weber, S. (2000). Youth tourism in Europe: Problems and prospects. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 37-44.
- Ismayanti. (2010). “Pengantar Pariwisata”, dalam Sari, D. (2018). *Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Jang, S. & Cai, L. (2012). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13, 304-324.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Linh, N. T. K. (2015). Student and youth travel: Motivation, needs and decision-making process. A case study from Vietnam. *The Journal of Developing Area*, 49(5), 293-307.

- Morrison, M. Allastair (2009). *Hospitality and Travel Marketing*. New York: Delmar
- Oktadiana, H., Pearce, P. L., & Pusiran, A. K., & Agarwal, M. (2017). Travel Career Patterns: The motivations of Indonesian and Malaysian Muslim Tourists. *Tourism Culture & Communication*, 17(4), 231-248.
- Pearce, P. L. (1982). "The Social Psychology of Tourist Behavior", dalam Oktadiana, H., Pearce, P. L., & Pusiran, A. K., & Agarwal, M. (2017). Travel Career Patterns: The motivations of Indonesian and Malaysian Muslim Tourists. *Tourism Culture & Communication*, 17(4), 231-248.
- Pearce, P. L., & Lee, U. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237.
- Pitana, I Gde., & Putu, G. Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pizam, A., & Mansfeld, Y. (1999). "Consumer behavior in tavel and tourism", dalam Do, T. H. N & Shih, W. (2016). Destination decision-making process based on a hybrid MCDM combining DEMATEL and ANP: The case of Vietnam as a destination. *Modern Economy Journal*, 7(9).
- Plog, S. C. (1972). "Why destination areas rise and fall in popularity", dalam Griffith, D. A., & Albanese, P. J. (1996). An examination of Plog's psychographic travel model within a student population. *Journal of Travel Research*, 34(4), 47-51.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif: Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media.
- Song, H., & Bae, S. Y. (2018). Understanding the travel motivation and patterns of international students in Korea: Using the Theory of Travel Career Pattern. *Asia Pacific Journal o ,llf Tourism Research*, 23(2), 133-145.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tunjungsari, K. R. (2018). Karakteristik dan persepsi wisatawan mancanegara di kawasan Sanur dan Canggu, Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), 108-121.
- Uysal, M. & Jurovski, C. (1994). The Testing of Push and Pull Factors. *Annals of Touris Research*, 21(4), 844-846.

- Uysal, M., Li, X., & Sirakaya-Turk, E. (2008). "Push-pull dynamics in travel decisions", dalam Oh, H., & Pizam, A. (Eds), *Handbook of Hospitality Marketing Management*. 413-439.
- UNWTO. (2011). The Power of Youth Travel, AM Reports, Vol 2. [online] Tersedia:
<http://www2.unwto.org/publication/am-reports-volume-2-power-youth-travel>, Diakses pada [20.11.2019].1
- Valle, P. D., Silva, J. A., Mendes, J., & Guerreiro, M. (2006). "Tourist satisfaction and destination loyalty intension: A structural and categorical analysis", dalam Ermawati, F., & Prihandono, D. (2018). The influence of destination image, push and pull travel motivation towards tourist loyalty through tourist satisfaction. *Management Analysis Journal*, 7(4), 414-425.
- Wardiyanta (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Washburne, R. (1978). Black under-participation in wildland recreation: Alternative explanations. *Leisure Science*, 1(2), 175-189.
- Wu, M. Y., & Pearce, P. L. (2014). Chinese recreational vehicle users in Australia: An ethnographic study of tourist motivation. *Tourism Management*, 43, 22-35.
- 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(1), 197-211.