

**PENGARUH FAKTOR MOTIVASI WISATA EDUKASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KAMPUNG INGGRIS PARE**

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh Gelar Magister
Pariwisata pada Program Studi Magister Pariwisata Sekolah Pascasarjana
Universitas Pendidikan Indonesia



Oleh:

Muhammad Aqil Haibatul Akbar

2208274

**PROGRAM STUDI MAGISTER PARIWISATA
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025**

**PENGARUH FAKTOR MOTIVASI WISATA EDUKASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KAMPUNG INGGRIS PARE**

Oleh
Muhammad Aqil Haibatul Akbar
S.T. ITENAS, 2014

Sebuah Tesis yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Pariwisata (M.Par.) pada Sekolah Pasca Sarjana

© Muhammad Aqil Haibatul Akbar
Universitas Pendidikan Indonesia
Februari 2025

Hak Cipta dilindungi Undang – Undang.
Tesis ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, di-*photocopy*, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

TESIS

MUHAMMAD AQIL HAIBATUL AKBAR

2208274

**PENGARUH FAKTOR MOTIVASI WISATA EDUKASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KAMPUNG INGGRIS PARE**

Disetujui dan disahkan oleh :

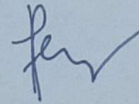
Pembimbing-1



Dr. Fitri Rahmafitria, M.Si.

NIP. 19741018 200812 2 001

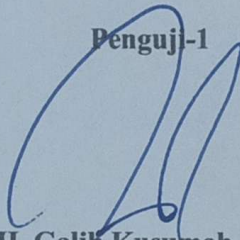
Pembimbing-2



Heri Puspito Diyah Setiyorini, PhD.

NIP. 19761031 200812 2 001

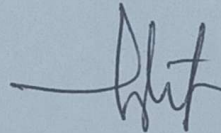
Penguji-1



Dr. A.H. Galih Kusumah, S.ST., M.M

NIP. 19810522 201012 1 006

Penguji-2



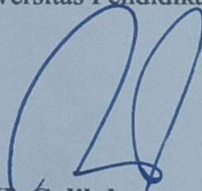
Dr. Gitasiswhara., SE.Par., M.M.

NIP. 19730510 200812 1 002

Ketua Program Studi Magister Pariwisata

Sekolah Pascasarjana

Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. A.H. Galih kusumah, S.ST, M.M.

NIP. 198105222010121006

ABSTRAK

Kampung Inggris Pare merupakan salah satu destinasi wisata edukasi yang menawarkan pengalaman yang unik dalam pembelajaran bahasa Inggris melalui pendekatan berbasis praktik. Keunggulan utama dari wisata Kampung Inggris Pare adalah lingkungan yang mendukung seperti *English Area*, di mana wisatawan diwajibkan menggunakan bahasa Inggris dalam interaksi sehari – hari, baik dengan sesama wisatawan maupun dengan masyarakat lokal. Oleh karena itu, daya tarik ini menjadi salah satu alasan utama wisatawan memilih Kampung Inggris Pare dibandingkan destinasi edukasi atau lembaga kursus bahasa Inggris lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi wisata edukasi dan motivasi belajar terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata edukasi Kampung Inggris Pare. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang sedang berkunjung dan belajar di Kampung Inggris Pare. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (T-Statistik = 2,198), terutama pada dimensi *Self-Development*, *Self-Actualize*, dan *Recognition*. Sementara itu, motivasi belajar menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung (T-Statistik = 1,264), meskipun dorongan intrinsik seperti keinginan untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris tetap relevan sebagai faktor pendukung. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa Kampung Inggris Pare telah berhasil memposisikan diri sebagai destinasi wisata edukasi yang memenuhi kebutuhan wisatawan untuk belajar bahasa Inggris secara intensif sekaligus menikmati pengalaman wisata. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengelola Kampung Inggris Pare dalam mengoptimalkan daya tarik destinasi melalui program-program berbasis pengembangan diri dan pengakuan sosial.

Kata Kunci : Motivasi Wisata, Motivasi Belajar, Keputusan Berkunjung, Kampung Inggris Pare, PLS-SEM.

ABSTRACT

Kampung Inggris Pare is an educational tourism destination that offers a unique experience in learning English through a practice-based approach. The main advantage of Kampung Inggris Pare tourism is a supportive environment such as the English Area, where tourists are required to use English in daily interactions, both with fellow tourists and with the local community. Therefore, this attraction is one of the main reasons tourists choose Kampung Inggris Pare compared to other educational destinations or English language course institutions. This study aims to analyze the effect of educational tourism motivation and learning motivation on tourists' decisions to visit Kampung Inggris Pare educational tourism destinations. This research uses descriptive and quantitative methods with the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. Data were obtained through distributing questionnaires to tourists who were visiting and studying at Kampung Inggris Pare. The results showed that tourism motivation has a significant influence on visiting decisions (T-Statistic = 2.198), especially in the dimensions of Self-Development, Self-Actualize, and Recognition. Meanwhile, learning motivation shows an insignificant influence on visiting decisions (T-Statistic = 1.264), although intrinsic drives such as the desire to improve English language skills remain relevant as a supporting factor. This study confirms that Kampung Inggris Pare has successfully positioned itself as an educational tourism destination that meets the needs of tourists to learn English intensively while enjoying the tourist experience. The findings provide important implications for the management of Kampung Inggris Pare in optimizing the attractiveness of the destination through programs based on self-development and social recognition.

Keyword : Tourism Motivation, Learning Motivation, Visiting Decision, Kampung Inggris Pare, PLS-SEM

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
2.1. Wisata Edukasi.....	11
2.2. Keputusan Berkunjung Wisatawan	12
2.3. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung.....	12
2.4. Faktor Motivasi Wisata Edukasi	13
2.5. <i>Travel Career Pattern</i>	14
2.6. <i>Serious Leisure</i>	15
2.6.1. Aspek dan Karakteristik Serious Leisure	16
2.6.2. Konsep dan Model Teori Serious Leisure	17
2.7. Analisis Bibliometric Penelitian.....	17
2.8. Hipotesis Penelitian.....	20
2.8.1. Hipotesis Tingkat Kedua	20
2.8.2. Hipotesis Tingkat Pertama	21
2.9. Kerangka Penelitian	21
2.9.1. Diagram Hubungan Variabel Penelitian.....	22
2.9.2. Alur Penelitian.....	23

BAB III METODE PENELITIAN	DAFTAR ISI	25
3.1. Desain Penelitian		25
3.2. Metode Penelitian		26
3.3. Objek dan Subjek Penelitian		26
3.4. Prosedur Pengumpulan Data		27
3.4.1. Sumber Data		27
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data		28
3.5. Teknik Analisis Data		29
3.5.1. Analisis Deskriptif		30
3.5.2. Metode PLS-SEM		30
3.6. Operasional Instrument Penelitian		33
3.6.1. Operasionalisasi Variabel Motivasi Wisata		33
3.6.2. Operasionalisasi Variabel Motivasi Belajar		37
3.6.3. Operasionalisasi Variabel Keputusan Berkunjung		39
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1. Gambaran Umum Penelitian		40
4.1.1. Lokasi Penelitian		40
4.1.2. Daya Tarik Edukasi di Kampung Inggris Pare		41
4.1.3. Karakteristik Responden		48
4.2. Gambaran Umum Variabel		51
4.2.1. Motivasi Wisata (MW)		51
4.2.2. Motivasi Belajar Intrinsik (MBI)		61
4.2.3. Motivasi Belajar Ekstrinsik (MBE)		62
4.2.4. Keputusan Berkunjung (KB)		64
4.3. Analisis Data		65
4.3.1. Pengujian Measurement Model (<i>Outer Model</i>)		65
4.3.2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)		76
4.4. Pembahasan		84
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		88
5.1. Simpulan		88
5.2. Implikasi		89
5.3. Rekomendasi		90
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Suasana Diskusi di Asrama	7
Gambar 1. 2 Suasana Praktek Langsung Bahasa Inggris	7
Gambar 2. 1 Indikator dari Faktor Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung	14
Gambar 2. 2 Arsitektur Pendekatan Motivasi Wisata	15
Gambar 2. 3 Network Visualization VOSViewer	18
Gambar 2. 4 Density Visualization VOSViewer.....	19
Gambar 2. 5 Hubungan Variabel Penelitian.....	22
Gambar 2. 6 Alur Penelitian.....	24
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	25
Gambar 3. 2 Tahapan Penerapan Metode PLS-SEM.....	31
Gambar 4. 1 Fasilitas Utama Kampung Inggris Pare	44
Gambar 4. 2 Lembaga Kursus World English Pare	44
Gambar 4. 3 Layanan World English Pare.....	45
Gambar 4. 4 Warung Makan di Kampung Inggris Pare.....	47
Gambar 4. 5 Evaluasi Convergent Validity ke-1	66
Gambar 4. 6 Evaluasi Convergent Validity ke-2	68
Gambar 4. 7 Evaluasi Convergent Validity ke-3	70
Gambar 4. 8 Konsep Motivasi Wisata Edukasi.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Penelitian Terdahulu.....	4
Tabel 3. 1 Skala Likert Penelitian	28
Tabel 3. 2 Evaluasi Model Reflektif.....	31
Tabel 3. 3 Evaluasi Inner Model	32
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Motivasi Wisata	34
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Motivasi Belajar	38
Tabel 3. 6 Operasionalisasi Variabel Keputusan Berkunjung.....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	48
Tabel 4. 2 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Novelty.....	52
Tabel 4. 3 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Escape/Relax	53
Tabel 4. 4 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Relationship.....	54
Tabel 4. 5 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Nature	55
Tabel 4. 6 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Self Development.....	56
Tabel 4. 7 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Self-Actualize.....	57
Tabel 4. 8 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Nostalgia	58
Tabel 4. 9 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Romance.....	58
Tabel 4. 10 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel Recognition.....	59
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Wisata	60
Tabel 4. 12 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Motivasi Belajar Intrinsik	61
Tabel 4. 13 Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Tanggapan Responden terhadap Motivasi Belajar Ekstrinsik.....	63

Tabel 4. 14 Nilai Rata-Rata dan Standar DeviasiTanggapan Responden terhadap Keputusan Berkunjung	64
Tabel 4. 15 Hasil Evaluasi Loading Factor ke-1	66
Tabel 4. 16 Hasil Evaluasi Loading Factor ke-2	68
Tabel 4. 17 Hasil Evaluasi Loading Factor ke-3	70
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Average Variance Extracted Tingkat Kedua	72
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Average Variance Extracted Tingkat Pertama.....	72
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Uji Composite Reliability Tingkat Kedua	74
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Uji Composite Reliability Tingkat Pertama.....	74
Tabel 4. 22 Hasil Analisis Cronbach Alpha Tingkat Kedua	75
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Cronbach Alpha Tingkat Pertama.....	76
Tabel 4. 24 Hasil Analisis R-Square	77
Tabel 4. 25 Hasil Analisis Path Coefficient	78
Tabel 4. 26 Hasil Analisis T-Statistics Variabel Laten Tingkat Kedua	79
Tabel 4. 27 Hasil Analisis T-Statistics Variabel Laten Tingkat Pertama (Motivasi Wisata).....	80
Tabel 4. 28 Hasil Analisis T-Statistics Variabel Laten Tingkat Pertama (Motivasi Belajar)	82
Tabel 4. 29 Hasil Analisis PLS Predictive LV Summary	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Tugas Dosen Pembimbing.....	96
Lampiran 2. Bukti Asistensi Bimbingan Tesis.....	98
Lampiran 3. Gambar Dokumentasi Penelitian.....	103
Lampiran 4. Peta Kampung Inggris Pare (Sumber: BPS Kab. Kediri)	106
Lampiran 5. Hasil Tanggapan Kuesioner Responden (Motivasi Wisata)	107
Lampiran 6. Hasil Tanggapan Kuesioner Responden (Motivasi Belajar).....	112
Lampiran 7. Hasil Tanggapan Kuesioner Responden (Keputusan Berkunjung)	113
Lampiran 8. Hasil Analisis Perhitungan Fornell-Larcker Criterion	115
Lampiran 9. Hasil Analisis Evaluasi Cross Loading.....	116

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A. M., Shneikat, B. H. T., & Oday, A. (2014). Motivational factors for educational tourism: A case study in Northern Cyprus. *Tourism Management Perspectives*, 11, 58–62. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.04.002>
- Amalia Chusna, S., Pradipta, M. P. Y., & Sadiarti Budiningtyas, E. (2022). Pengembangan Agrowisata Merah Jambu Berbasis Wisata Edukasi Di Kabupaten Karanganyar. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 3(2), 113–120. <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v3i2.643>
- ANGGRAENI, A. (2019). *Korelasi Motivasi dengan Kompetensi Membaca Peserta Kursus di Kampung Inggris Pare Kabupaten Kediri*. Universitas Gadjah Mada.
- Candra, B. E., & Kuspriyanto. (2018). PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MENGELOLA “KAMPUNG INGGRIS” KECAMATAN PARE KABUPATEN KEDIRI (Studi Kasus “Kampung Inggris” Kecamatan Pare Kabupaten Kediri). *Swara Bhumi E-Journal Pendidikan Geografi FIS Unesa*, 5, 137–142.
- Djunaid, I. S., & Mikhael. (2021). The Effect of Push Motivation and Pull Motivation on Visiting Decisions at The Struggle Museum of Bogor. *Turn Journal*, 1(2), 20–37. www.kemdikbud.go.id
- Farida, F., & Lestari, E. (2023). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Tua Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 13430–13439.
- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian untuk manajemen dan akuntansi*.
- Fitroh, S. K. Ai., Djamhur, H., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung. *Administrasi Bisnis*, 42(2), 18–25.
- Gaffar, V. (2011). Pengaruh Strategi Positioning Museum Terhadap Kunjungan Wisata Edukasi Di Kota Bandung (Survey Segmen Pasar Generasi Y). *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 1(1), 15. <https://doi.org/10.17509/thej.v1i1.1878>
- Hamonangan, R. P. (2021). Daya Tarik Kampung Inggris Pare Sebagai Tujuan

- Pembelajaran Bahasa. *Jurnal Gama Societa*, 3(2), 7.
<https://doi.org/10.22146/jgs.63893>
- Ilmawan, K. F., Baiquni, M., & Widyaningsih, Y. A. (2023). Pengembangan Paket Wisata Berdasarkan Segmentasi Psikografis Wisatawan Pendaki Gunung Indonesia di Kawasan Konservasi Annapurna, Nepal. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 13(April), 31–51.
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(3), 536–546.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>
- Lintang Adedari, Ratih Novi Listyawati, & Nunung Nuring Hayati. (2023). Evaluasi Kawasan Eduwisata Kampung Inggris Pare Menurut Pengunjung Di Kabupaten Kediri. *Jurnal Plano Buana*, 4(1), 35–44.
<https://doi.org/10.36456/jpb.v4i1.7610>
- MC Garabet. (2017). *Travel preferences and tourism motivations – a comparison between Chinese and Romanian students in North Jutland*. 1–62.
- Meiliana, S., & Dewantara, Y. F. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Museum Sumpah Pemuda. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(2).
<https://doi.org/10.30813/fame.v3i2.2486>
- Miller, K. A., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1988). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. *Contemporary Sociology*, 17(2), 253.
- Muttaqin, F. (2022). Pengaruh Push, Pull, and Mooring Effect Terhadap Switching Intention Konsumen Mobile Legends: Bang Bang Pada League of Legends: Wild Rift. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2121–2132.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.311>
- Pearce, P. L. (2005). Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes. *Channel*

View.

- Pearce, P. L., & Lee, U.-I. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226–237.
- Rahadi, D. R. (2023). Pendekatan Teori Maslow Pada Sektor Usaha Kecil Pasca Covid-19 Di Indonesia. *Lentera Jurnal Manajemen*, 01(01). <https://lenterajurnalmanajemen.com/index.php/home/article/view/5>
- Setiadi, N. J., & Konsumen, P. (2003). Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. *Jakarta: Prenada Media*.
- Stebbins, R. . (2015). Serious Leisure: A Perspective for Our Time. In *Routledge* (pp. 1–3).
- Sudaryono, P. K. (2014). Dalam Perspektif Pemasaran. *Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia*.
- Suwena, I. K., Widyatmaja, I. G. N., & Atmaja, M. J. (2010). *Pengetahuan dasar ilmu pariwisata*. Udayana University Press.
- Tan, V., & Ardiansyah, I. (2023). *The Influence of Tourist Motivation on Visiting Decisions in the National Monument Area (MONAS)*. 20(1).
- Tanaya, G. J., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Motivasi Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Angkut Batu (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2016). *Riset Manajemen*, 9(17), 67–83.
- Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, & M.Herdi Maitama. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (Jaapi)*, 2(1), 115–123. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v2i1.733>
- Witt, S. (n.d.). F & Mountinho, Luiz. 1994. *Tourism Maketing And Management. Second Edition. Prentice Hal International*.