

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN GENERASI MILENIAL
DAN Z DALAM MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA *HERITAGE*
TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

Oleh
Muhammad Akbar Pratama
2105707

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025**

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN GENERASI MILENIAL
DAN Z DALAM MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA *HERITAGE*
TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR**

Oleh
Muhammad Akbar Pratama
2105707

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

© Muhammad Akbar Pratama
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2025

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 SKRIPSI

Muhammad Akbar Pratama
2105707

**ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN GENERASI MILENIAL DAN Z DALAM
MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA *HERITAGE* DI TAMAN WISATA CANDI
BOROBUDUR**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Ahmad Hudaiby Galihkusumah, S.ST., M.M

NIP. 19810522 201012 1 006

Pembimbing II



Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc

NIP. 9202004 199303 1 81081

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



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

NIP. 19791215 200812 2 002

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul ‘Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Generasi Milenial dan Z Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata *Heritage* Taman Wisata Candi Borobudur’ ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku di dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan tersebut, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya.

Bandung, Agustus 2025

Muhammad Akbar Pratama

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pariwisata yang telah ditempuh selama masa kuliah di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia dengan judul **Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Generasi Milenial dan Z Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata *Heritage* Taman Wisata Candi Borobudur.**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini baik dalam dukungan moral maupun material. Terutama kepada dosen-dosen yang telah membimbing peneliti dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Peneliti berharap melalui proses penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi pembaca.

Bandung, Agustus 2025

Muhammad Akbar Pratama

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan rahmatnya sehingga skripsi ini dengan judul ‘Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Generasi Milenial dan Z Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata *Heritage* Taman Wisata Candi Borobudur’ dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

Selama menempuh pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia khususnya pada program studi Manajemen Resort dan Leisure, peneliti menerima banyak bimbingan, arahan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak sehingga peneliti bisa sampai pada tahap ini dan dapat menyelesaikan skripsi. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan penuh dengan rasa hormat, peneliti hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rizky Satriady dan Yuni Supriatin selaku kedua orang tua peneliti yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini, dan telah memperjuangkan anaknya untuk melanjutkan pendidikan ke yang lebih tinggi.
2. Hj. Ida Hamidah selaku nenek saya yang telah mendukung, memberikan motivasi, dan bimbingan dari awal perkuliahan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE. selaku ketua program studi Manajemen Resort dan Leisure. Peneliti mengucapkan terima kasih atas bimbingan serta dukungan yang telah diberikan selama perkuliahan kepada Mahasiswa Manajemen Resort dan Leisure. Terima kasih atas semua dedikasinya yang tiada hentinya untuk membantu kami dari awal hingga akhir perkuliahan.
4. Bapak Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., S.I.Kom., M.Sc. selaku wali dosen. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah membimbing serta memberikan ilmu dan motivasi selama perkuliahan.

5. Bapak Dr. Ahmad Hudaiby Galihkusumah, S.ST., M.M & Bapak Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan motivasi, arahan, serta bimbingan dengan penuh keikhlasan dalam memberikan bimbingan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi.
6. Kepada Bapak dan Ibu dosen pengajar dan staf program studi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat kepada peneliti selama masa perkuliahan.
7. Kepada seluruh rekan-rekan Manajemen Resort dan Leisure angkatan 2021 yang sudah berjuang bersama-sama dari awal perkuliahan dan sampai pada tahap menyelesaikan skripsi.
8. Kepada seluruh rekan-rekan DPM KM MRL yang sudah memberikan pengalaman dan pembelajaran organisasi selama perkuliahan.
9. Keluarga Besar Putra Putri Bumi Siliwangi Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan saya pengalaman yang berkesan, serta memberikan motivasi, dukungan, dan memberikan saya kesempatan untuk terus berkembang selama masa perkuliahan.
10. Rekan Sobat Turu Mokaku: Muhammad Jidan Andika Fatturohman dan Nada Dwiyyasyah yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
11. Harashta Haifa Zahra – Puteri Indonesia 2024 & Miss Supranational 2024 yang telah menjadi inspirasi dan penyemangat bagi penulis selama menyelesaikan skripsi.
12. Kepada seluruh responden yang sudah terlibat dalam proses skripsi ini, terima kasih sudah meluangkan waktu dan juga memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN GENERASI MILENIAL DAN Z DALAM MENGUNJUNGI DESTINASI WISATA *HERITAGE* TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR

Oleh:

Muhammad Akbar Pratama

2105707

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan pada lima tahun terakhir. Maka dari itu perlu adanya pemahaman terkait motivasi wisatawan khususnya terhadap generasi Milenial dan generasi Z dalam merancang strategi dan mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata *heritage* di Taman Wisata Candi Borobudur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dengan melalui penyebaran kuesioner kepada 205 responden yang merupakan wisatawan nusantara. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis faktor dengan bantuan software SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dari 32 elemen yang analisis menghasilkan delapan faktor baru, diantaranya Faktor *Facilities & Accessibility*, Faktor *Relaxation & Social*, Faktor *Historical Value & Popularity*, Faktor *History Education*, Faktor *Natural Attraction & Freedom*, Faktor *Travel Experience & Self-Recovery*, Faktor *Intergenerational Cultural Education*, dan Faktor *Outdoor Activities & Social Connections*. Faktor *Attractiveness & Accesibility* menjadi faktor yang paling dominan di antara kedelapan faktor kebaruan yang terbentuk karena memiliki nilai *eigenvalues* tertinggi.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Motivasi Wisatawan, Wisatawan, Generasi Milenial , Generasi Z, Wisata *Heritage*, Candi Borobudur

ABSTRACT

ANALYSIS OF MOTIVATIONAL FACTORS OF MILLENNIAL AND GENERATION Z TOURISTS IN VISITING HERITAGE TOURISM DESTINATIONS AT BOROBUDUR TEMPLE TOURISM PARK

By :

Muhammad Akbar Pratama

2105707

This research is motivated by the significant fluctuations in tourist visits to Borobudur Temple over the past five years. Therefore, it is necessary to understand tourist motivation, particularly among the Millennial and Generation Z cohorts, in order to design effective strategies and enhance the quality of the visitor experience. The purpose of this study is to analyze the motivational factors that influence tourists in visiting the heritage tourism destination at Borobudur Temple Tourism Park. This study employs a quantitative approach using a descriptive method by distributing questionnaires to 205 respondents, all of whom are domestic tourists. Data analysis was conducted using factor analysis techniques with the assistance of SPSS version 26. The results of this study show that out of 32 analyzed elements, eight new factors were identified, namely: Facilities & Accessibility, Relaxation & Social, Historical Value & Popularity, History Education, Natural Attraction & Freedom, Travel Experience & Self-Recovery, Intergenerational Cultural Education, and Outdoor Activities & Social Connections. Among these, the Attractiveness & Accessibility factor emerged as the most dominant, as it had the highest eigenvalue.

Keywords: *Factor Analysis, Tourist Motivation, Tourists, Millennial Generation, Generation Z, Heritage Tourism, Borobudur Temple*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Kajian Teori	9
2.1.1 Wisata <i>Heritage</i>	9
2.1.2 Daya Tarik Wisata <i>Heritage</i>	10
2.1.3 Wisatawan	12
2.1.4 Karakteristik Wisatawan	12
2.1.5 Motivasi Wisatawan	13
2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan ke Candi Borobudur	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17

2.3. Kerangka Pemikiran Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Lokasi Penelitian	22
3.2 Desain Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4.1 Studi Literatur	24
3.4.2 Kuesioner	25
3.5 Variabel Penelitian	25
3.6 Instrumen Penelitian.....	30
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas	32
3.7.1 Uji Validitas.....	32
3.7.2 Uji Realibilitas	34
3.8 Teknik Analisis Data	35
3.8.1 Analisis Faktor.....	35
3.8.2 Uji Asumsi pada Analisis Faktor	36
3.8.3 Proses Dasar Analisis Faktor	37
BAB IV PENEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum	39
4.1.1 Profil Perusahaan	39
4.1.1.1 Profil Destinasi Candi Borobudur	39
4.1.1.2 Sejarah Candi Borobudur (Periode 780-830 M).....	40
4.1.1.3 Sejarah Candi Borobudur (Periode 830-928 M).....	40

4.1.1.4 Sejarah Candi Borobudur (Periode 928-1300)	40
4.1.1.5 Sejarah Candi Borobudur (Periode 1814).....	41
4.1.1.6 Sejarah Candi Borobudur (Periode 1907-1911)	41
4.1.1.7 Sejarah Candi Borobudur (Periode 1973-1983)	41
4.1.1.8 Sejarah Candi Borobudur (Periode 1983-sekarang)	41
4.1.1.9 Kondisi Umum Taman Wisata Candi Borobudur.....	41
4.1.1.10 Letak Geografis Taman Wisata Candi Borobudur	42
4.1.1.11 Aksesibilitas Taman Wisata Candi Borobudur	43
4.1.1.12 Daya Tarik Taman Wisata Candi Borobudur	43
4.2 Karakteristik Wisatawan	46
4.2.1 Karakteristik Wisatawan berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia	48
4.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Penghasilan	51
4.2.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah.....	52
4.2.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	53
4.2.8 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pola Kunjungan.....	54
4.2.9 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi.....	55
4.3 Analisis Faktor	56
4.3.1 Uji Asumsi Analisis Faktor.....	56
4.3.2 Ekstraksi Faktor	59
4.3.3 Rotasi Faktor.....	67
4.3.4 Penentuan Nama Faktor.....	73
4.4 Pembahasan	75

4.4.1 Faktor <i>Facilities & Accessibility</i> (Fasilitas & Aksesibilitas).....	75
4.4.2 Faktor <i>Relaxation & Social Relations</i> (Relaksasi dan Hubungan Sosial)	77
4.4.3 Faktor <i>Historical Value & Popularity</i> (Nilai Historis dan Popularitas)	79
4.4.4 Faktor <i>History Education</i> (Edukasi Sejarah)	80
4.4.5 Faktor <i>Natural Attraction & Freedom</i> (Daya Tarik Alam dan Kebebasan)	81
4.4.6 Faktor <i>Travel Experience & Self-recovery</i> (Pengalaman perjalanan dan Pemulihan diri).....	83
4.4.7 Faktor <i>Intergenerational Cultural Education</i> (Pendidikan Budaya Antar Generasi).....	84
4.4.8 Faktor <i>Outdoor Activities & Social Connections</i> (Aktivitas Luar Ruangan dan Koneksi Sosial).....	85
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Rekomendasi	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Maps Candi Borobudur.....	28
Gambar 4.1 Logo TWC.....	43
Gambar 4.2 Peta Kawasan Candi Borobudur.....	47
Gambar 4.3 Peta Wisata Candi Borobudur.....	50
Gambar 4.4 Karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin.....	51
Gambar 4.5 Karakteristik wisatawan berdasarkan usia.....	52
Gambar 4.6 Karakteristik wisatawan berdasarkan pendidikan terakhir.....	53
Gambar 4.7 Karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan.....	54
Gambar 4.8 Karakteristik wisatawan berdasarkan penghasilan.....	55
Gambar 4.9 Karakteristik wisatawan berdasarkan asal daerah.....	56
Gambar 4.10 Karakteristik wisatawan berdasarkan frekuensi kunjungan.....	57
Gambar 4.11 Karakteristik wisatawan berdasarkan pola kunjungan.....	58
Gambar 4.12 Karakteristik wisatawan berdasarkan sumber informasi.....	59
Gambar 4.13 Diagram scree plot.....	68
Gambar 4.14 Stupa Candi Borobudur.....	80
Gambar 4.15 Aktivitas di Candi Borobudur.....	82
Gambar 4.16 Museum Karmawibhanga Borobudur.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating Kunjungan ke Taman Wisata Candi Berdasarkan <i>Review</i>	2
Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan ke Candi Borobudur.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Alat ukur skala ordinal.....	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas.....	39
Tabel 4.1 Hasil KMO-MSA dan Bartlett's Test of Sphericity.....	61
Tabel 4.2 Hasil Anti-Image Correlation Matrices.....	61
Tabel 4.3 Hasil Uji Communalities.....	64
Tabel 4.4 Hasil Total Variance Explained.....	67
Tabel 4.5 Hasil Component Matrix.....	69
Tabel 4.6 Hasil Roated Component Matrix.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2 Buku Bimbingan.....	100
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner.....	103
Lampiran 4 SK Pembimbing.....	126

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, D. P., Sukmadinata, R., & Gunawan, S. (2020). The Role of Smart Tourism in Enhancing Generation Z Travel Experience in Cultural Destinations. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 6(3), 33-44.
- Al-Haj, M., & Basher Aref, M. (2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management* vol.15, 1-10.
- Allison Ruby Reid-Cunningham, M. (2008). Maslow's Theory of Motivation and Hierarchy of Human Needs: A Critical Analysis. *School of Social Welfare*, 5.
- Arianti, F., & Paramadita, P. Z. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Candi Borobudur, Kabupaten Magelang. *Repository FPEB UNDIP*, 25-30.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bappenas. (2020). *Pengembangan Destinasi Pariwisata Super Prioritas Borobudur*. Jakarta: PPN/Bappenas.
- Centre, U. W. (1991). Borobudur Temple Compounds. Retrieved from <https://whc.unesco.org/>.
- Chen, C., Huang, W., & Petrick, J. (2016). Holiday recovery experiences, tourism satisfaction and life satisfaction—Is there a relationship? *Tourism Management*, 53, 140–147. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.017>.
- Coban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: The case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222-232.

- Crompton, J. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 408-424.
- Damayanti, R., & Puspitasari, A. (2024). Kajian potensi daya tarik wisata heritage di Indonesia. *Jurnal Kajian Ruang*, 4(1), 13-34.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research* 4(4), 184-194.
- Dann, G. (1981). Tourism Motivations: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 187-219.
- Deepak, C. (2010). Student motivations:A heritage tourism perspective. *Anatolia*, 249–269.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org>.
- Fotis, J., Buhalis, D., & Rossides, N. (2012). Social media use and impact during the holiday travel planning process. *Information and Communication Technologies in Tourism 2012*, 13–24. https://doi.org/10.1007/978-3-7091-1142-0_2.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com>.
- Glover, P. (2011). Generation Y’s future tourism demand: Some opportunities and challenges. In: Robinson, P. et al. (Eds), *Research Themes for Tourism*.
- Hasanah, F., & Yulianita, N. (2021). Motivasi Berwisata Generasi Milenial di Situs Warisan Budaya Indonesia. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 5(2), 94-104.
- Howe, N. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage Books.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.

- Huang, L., Li, M., & Cai, L. (2019). Exploring Generation Z's Preferences for Nature-Based Tourism Activities: The Role of Active Participation and Social Interaction. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28.
- Irawan, A., & Haryanto, J. (2019). Understanding Millennials Tourist Motivation in Heritage Tourism. *Journal of Tourism Studies* 24(1), 45-58.
- Iso-Ahola, S. (1982). Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 256-262.
- Kastenholz, E. C. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience—The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207–214. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.009>.
- Kerlinger, & Fred, N. (1973). *Foundation Behavioral Research*. Holt: Rinehart.
- Kim, M. J., Lee, C., & Jung, T. (2020). Exploring consumer behavior in virtual reality tourism using an extended stimulus–organism–response model. *Journal of Travel Research*, 59(1), 69-89.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson.
- Kumajas, H. A., Lengkong, P. K., & Wenas, S. R. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi, Disiplin Kerja, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Journal Influence of organisational*, 1-9.
- Kuntari, E., & Lasally, A. (2021). Daya tarik destinasi heritage dan persepsi pengunjung terhadap museum. *Jurnal Tourism and Economic*, 162-163.
- Kusuma, A. &. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Religi ke Candi Borobudur. *Jurnal Kepariwisata*, 33-47.
- McCain, G., & Ray, N. (2003). Legacy tourism: The search for personal meaning in heritage travel. *Tourism Management* 24(6), 713–717. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-8).

- Neal, J., Sirgy, M., & Uysal, M. (1999). The role of tourism in enhancing quality of life. *Journal of Travel Research*, 38(1), 100–107. <https://doi.org/10.1177/004728759903800111>.
- Nihayah, N. (2024). Diambil kembali dari Wow! Selama 2023, 1,4 Juta Wisatawan Kunjungi Candi Borobudur: <https://radarjogja.jawapos.com/jawa-tengah/653684157/wow-selama-2023-14-juta-wisatawan-kunjungi-candi-borobudur>
- Nugroho, R. (2021). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Wisatawan ke Destinasi Heritage. *Jurnal Media dan Pariwisata*, 45-58.
- Nurhidayat, M., & Firmansyah, R. (2021). Pengaruh Sosial Media dan Rekomendasi Sosial Terhadap Keputusan Berwisata Generasi Milenial. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(1), 35–45.
- Pan, T., & Ryan, C. (2007). Mountain areas and visitor preferences—A study of Daisetsuzan National Park, Hokkaido, Japan. *Tourism Management*, 28(6), 1406–1416.
- Pine, B., & Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: A conceptual framework for research. *Tourism Management*, 27(1), 113–123. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.003>.
- Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research* 30 (1), 238-254 [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00064-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00064-6).
- Prasetyo, A., & Arifin, B. (2022). Millennials' Travel Behavior: Social Bonding and Experience Sharing in Cultural Tourism. *Tourism and Culture Review*, 8(1), 41-56.

- Pratiwi, D. (2021). Analisis Motivasi Wisatawan dalam Mengunjungi Destinasi Heritage di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 45-58.
- Prentice, R. (1993). *Tourism and Heritage Attractions*. Routledge.
- Priporas, C., & Strauss, W. (2017). Generation Z consumers' expectations of travel services. *Journal of Travel Research* 56(7), 1034-1048.
- Purwanto. (2004). *Analisis Faktor: Konsep, Prosedur Uji dan Interpretasi*. Surakarta: STAIN.
- Putri, A. Y., & Setiawan, H. (2023). Travel Behavior of Young Domestic Tourists Visiting Cultural Heritage in the Post-Pandemic Era. *Tourism and Culture Journal*, 7(1), 19–29.
- Putri, A., & Nugraha, M. (2022). Post-Pandemic Travel Motivation Among Generation Z: A Study on Self-Healing Tourism. *Tourism and Society Journal*, 5(1), 44-58.
- Raffles, T. (1817). *The History of Java*. London: Black, Parbury, and Allen.
- Rahman, A., Zahari, M., & Zolkafli, M. (2016). Exploring Gen Y motivation in heritage tourism engagement. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts* 8 (2), 74-87.
- Rahmawati, D., & Kurniawan, T. (2019). Wisata Budaya sebagai Media Pendidikan Antar Generasi di Situs Warisan Dunia. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 24(3), 245–256.
- Rahmawati, I., & Suhud, U. (2020). Motivasi Healing: Studi pada Wisatawan Milenial di Destinasi Heritage Budaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 101-112.
- RI, K. K. (2024). Infografis Tata Kelola Kompleks Candi Borobudur. Diambil kembali dari <https://jdih.maritim.go.id>
- Ricards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 12-21.

- Riski, G. A., & Wulandari, G. A. (2024). Analisa motivasi wisatawan pada Bali walking tour. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 4(1).
- Roimanson. (2017). *Metodologi Penelitian*. Scinito.
- Sasongko, G., Kameo, D. D., Siwi, V. N., Wahyudi, Y., & Huruta, A. D. (2025). The Effect of Service Quality and Heritage Tourism on Tourist Loyalty: The Case of Borobudur Temple. *Heritage* , 77.
- Soekmono, R. (1976). *Candi: Fungsi dan Pengertiannya*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Sotiriadis, M. (2017). Sharing tourism experiences in social media: A literature review and a set of suggested business strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (29), 179-225.
- Statistik, B. P. (2021). *Statistik Pariwisata Indonesia 2021*. Jakarta: BPS.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulami, E., Yuniati, N., & Damiasih, D. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi kunjungan wisatawan ke Candi Borobudur Magelang. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(4), 1565–1577.
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriyadi, R., & Hakim, L. (2021). Price Fairness, Perceived Value, and Satisfaction on Heritage Tourism among Millennials. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 75-86.
- Susanti, E., & et, a. (2022). Dampak Infrastruktur dan Fasilitas terhadap Kunjungan Wisata di Candi Borobudur. *Tourism Research*, 78-92.

- Tambunan, L. D. (2016). MRS. Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta, 1-6.
- Timothy, D. &. (2003). Heritage Tourism. Pearson Education.
- Timothy, D., & Boyd, S. (2006). Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/17438730608668462>.
- Tu, H, & M. (2020a). Sustainable heritage management: Exploring dimensions of pull and push factors. *Sustainability (Switzerland)*, 18-20.
- TWCB. (2024). Taman Wisata Candi Borobudur (TWCB). Diambil kembali dari Taman Wisata Candi Borobudur (TWCB): <https://borobudur.injourneydestination.id/>
- Widiandri, N. K., & Nugroho, S. (2021). Motivasi Pengunjung Melakukan Leisure and Recreation Di Daya Tarik Wisata. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), 158-164.
- Widodo, W., Sari, D., & Hermawan, H. (2023). Reconnecting Through Heritage: Motivasi Wisatawan Muda Pasca Pandemi di Destinasi Spiritual Budaya. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 12(1), 11-21.
- Woodward, M. (1989). *Islam in Java: Normative Piety and Mysticism in the Sultanate of Yogyakarta*. University of Arizona Press.
- Wulandari, A., & Santoso, A. (2021). Pengaruh Pengalaman Wisata Emosional Terhadap Niat Kunjungan Ulang pada Destinasi Budaya. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 79-90.
- Yoeti, O. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yuniarti, S., & Pratama, G. (2021). Edukasi Budaya untuk Generasi Milenial Melalui Kegiatan Wisata Heritage. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(1), 57–68.