

**PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WAHOO WATERWORLD**



SKRIPSI

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

Oleh:

Risyad Muhammad Saabiq

2106555

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

2025

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WAHOO WATERWORLD

Oleh:

Risyad Muhammad Saabiq

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi salah satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Risyad Muhammad Saabiq 2025

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

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

LEMBAR PENGESAHAN

Risyad Muhammad Saabiq

2106555

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WAHOO WATERWORLD

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing



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

NIP. 19791215 200812 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



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

NIP. 19791215 200812 2 002

PENGARUH MOTIVASI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WAHOO WATERWORLD

ABSTRAK

Risyad Muhammad Saabiq

2106555

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana motivasi wisatawan memengaruhi keputusan mereka dalam mengunjungi Wahoo Waterworld, salah satu destinasi wisata air terbesar di Jawa Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan regresi linear sederhana. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 wisatawan yang pernah mengunjungi Wahoo Waterworld, berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari populasi pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Semakin tinggi motivasi wisatawan, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk memutuskan berkunjung. Implikasi dari penelitian ini dengan meningkatkan layanan fasilitas, memaksimalkan strategi promosi, memperbaiki pengalaman pengunjung, dan membangun reputasi yang baik, pengelola dapat menarik lebih banyak wisatawan, sehingga dapat meningkatkan daya tarik Wahoo Waterworld sebagai destinasi wisata unggulan.

Kata kunci: Motivasi wisatawan, Keputusan berkunjung, Destinasi wisata, Wahoo Waterworld

THE INFLUENCE OF TOURIST MOTIVATION ON VISITING DECISIONS AT WAHOO WATERWORLD

ABSTRACT

Risyad Muhammad Saabiq

2106555

This study aims to analyze how tourist motivation influences their decision to visit Wahoo Waterworld, one of the largest water tourism destinations in West Java. The research method used is a quantitative approach with descriptive analysis and simple linear regression. Data were collected through questionnaires distributed to 100 tourists who had visited Wahoo Waterworld, based on calculations using Slovin's formula to determine a representative sample size from the visitor population. The results show that tourist motivation significantly influences their decision to visit. The higher the tourist's motivation, the greater the likelihood that they will decide to visit. The implications of this study suggest that by improving facilities, maximizing promotional strategies, enhancing visitor experiences, and building a good reputation, the management can attract more tourists, thus increasing the appeal of Wahoo Waterworld as a premier tourist destination.

Keywords: *Tourist motivation, Visit decision, Tourism destination, Wahoo Waterworld*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Teori Push and Pull	8
2.2 Motivasi Wisatawan.....	8
2.3 Keputusan Berkunjung.....	9
2.4 Penelitian Terdahulu	10
2.5 Kerangka Pemikiran.....	13
2.6 Hipotesis.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Desain Penelitian.....	16
3.2 Lokasi Penelitian	16
3.3 Populasi dan Sampel	17
3.3.1 Populasi	17
3.3.2 Sampel.....	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	18

3.5	Operasional Variabel.....	18
3.6	Uji Instrumen	20
3.6.1	Uji Validitas	21
3.6.2	Uji Reliabilitas	22
3.7	Uji Asumsi Klasik	23
3.7.1	Uji Normalitas	23
3.7.2	Uji Heteroskedastisitas.....	23
3.7.3	Uji Linearitas.....	23
3.8	Teknik Analisis Data.....	24
3.8.1	Analisis Deskriptif	24
3.8.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	25
3.8.2.1	Model Persamaan Regresi.....	25
3.8.2.2	Uji t (Parsial)	26
3.8.2.3	Uji F (Simultan)	27
3.8.2.4	Uji Koefisien Determinasi.....	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	29
4.2	Profil Responden.....	31
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Domisili	34
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	37
4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Partner Berkunjung	38
4.2.8	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	39
4.3	Analisis Deskriptif	39
4.3.1	Analisis Deskriptif Motivasi Wisatawan	40
4.3.2	Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung	43
4.4	Uji Asumsi Klasik	45
4.4.1	Uji Normalitas	45
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.4.3	Uji Linearitas.....	47
4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana	48
4.5.1	Model Persamaan Regresi.....	48
4.5.2	Uji t (Parsial)	49
4.5.3	Uji F (Simultan)	49
4.5.4	Uji Koefisien Determinasi.....	50
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.6.1	Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif Motivasi Wisatawan	51

4.6.2 Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung	52
4.6.3 Pembahasan Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung.....	53
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Wisatawan Kabupaten Bandung Barat.....	2
Gambar 1.2 Peta Aksesibilitas menuju Kota Baru Parahyangan	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 4.1 Peta Kota Baru Parahyangan.....	29
Gambar 4.2 Pintu Masuk Wahoo Waterworld.....	30
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Domisili	34
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Gambar 4.8 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	37
Gambar 4.9 Responden Berdasarkan Partner Berkunjung.....	38
Gambar 4.10 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	19
Tabel 3.2 Uji Validitas X (Motivasi Wisatawan).....	21
Tabel 3.3 Uji Validitas Y (Keputusan Berkunjung).....	22
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Wahoo Waterworld	40
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Wahoo Waterworld	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji t (Parsial)	49
Tabel 4.8 Hasil Uji F (Simultan).....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	62
Lampiran 2 - Surat Izin Penelitian	65
Lampiran 3 - Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 4 - Tabulasi Data.....	68
Lampiran 5 – Dokumentasi Lapangan	71
Lampiran 6 - Hasil Uji Normalitas.....	72
Lampiran 7 - Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Lampiran 8 - Hasil Uji Linearitas	72
Lampiran 9 - Hasil Uji F (Simultan)	73
Lampiran 10 - Hasil Uji t (Parsial).....	73

DAFTAR PUSTAKA

- Anzani, R. S., Rahmiati, F., Chairy, C., & Purwanto, P. (2022). The Effect Of Travel Risk Perception And Destination Image On Visit Decision In The New Normal. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 15(1), 95-110.
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v15i1.10686>
- Ardiansyah, I., & Iskandar, H. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk Jakarta. 7(2).
- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Modeling Domestic Tourism: Motivations, Satisfaction And Tourist Behavioral Intentions. *Heliyon*, 6(9), E04839.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.E04839>
- Conterius, A. L. F., Bire, R. B., & Nasar, A. (2021). Tourist Motivation And Perception Of Three Favorite Tourist Attractions In Kupang Regency: Study On Baumata Pond, Tablolong Beach And Mount Fatuleu. *International Conference On Applied Science And Technology On Social Science (Icast-Ss 2020)*, Padang, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210424.016>
- Cui, L., Wang, Y., Chen, W., Wen, W., & Han, M. S. (2021). Predicting Determinants Of Consumers' Purchase Motivation For Electric Vehicles: An Application Of Maslow's Hierarchy Of Needs Model. *Energy Policy*, 151, 112167.
<https://doi.org/10.1016/j.enpol.2021.112167>
- Fadilla, H. (2024). Pengembangan Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia.

- Furidha, B. W. (2024). Comprehension Of The Descriptive Qualitative Research Method: A Critical Assessment Of The Literature. *Journal Of Multidisciplinary Research*, 1-8. <https://doi.org/10.56943/Jmr.V2i4.443>
- Gowri, S. M. (2024). A Simple Introduction To Linear Regression In Nursing Research. *Indian Journal Of Continuing Nursing Education*, 25(2), 98-101. https://doi.org/10.4103/Ijcn.Ijcn_147_24
- Herman, G. V., Tătar, C. F., Staşac, M. S., & Cosman, V. L. (2023). Exploring The Relationship Between Tourist Perception And Motivation At A Museum Attraction. *Sustainability*, 16(1), 370. <https://doi.org/10.3390/Su16010370>
- Lestari, N., & Herfianti, M. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (Jems)*, 4(2), 516-532. <https://doi.org/10.36085/Jems.V4i2.5492>
- Lingga, S., & Kemala, Z. (2022). Analisis Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Lamajang. *Manajemen Dan Pariwisata*, 1(1), 66-75. <https://doi.org/10.32659/Jmp.V1i1.200>
- Maghrifani, D., Sneddon, J., & Liu, F. (2024). Personal Values And Travel Motivations: The Moderating Effects Of Visit Experience, Gender And Age. *Journal Of Hospitality And Tourism Insights*, 7(5), 3091-3109. <https://doi.org/10.1108/Jhti-07-2023-0458>
- Mahaputra, D. G. K., & Setiawan, P. Y. (2019). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung. *E-Jurnal*

Manajemen Universitas Udayana, 8(12), 7326.

<https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I12.P21>

Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda. Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan, 14(3), 333-342. <https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342>

Martaleni, M., Hadiyati, E., Isna Pertiwi, Y., & Nyoman Kerti Yasa, 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)

Nasution, M. N. A., Syaiful, H., Wibowo, A. E., & Silitonga, F. (2022). Peranan Motivasi Sebagai Faktor Pendorong Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara.

Nicolau, J. L., Rodríguez-Sánchez, C., & Ruiz-Moreno, F. (2024). A Motivation-Based Study To Explain Accommodation Choice Of Senior Tourists: Hotel Or Airbnb. International Journal Of Hospitality Management, 123, 103911. <https://doi.org/10.1016/J.Ijhm.2024.103911>

Puspawigati, A., & Indah Sari, F. N. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Menganti Kabupaten Kebumen. Jurnal Pariwisata, 10(2), 117-124. <https://doi.org/10.31294/Par.V10i2.16267>

- Richards, G., & Morrill, W. (2020). Motivations Of Global Millennial Travelers. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 14(1), 126-139. <https://doi.org/10.7784/Rbtur.V14i1.1883>
- Rights, J. D., & Sterba, S. K. (2020). New Recommendations On The Use Of R-Squared Differences In Multilevel Model Comparisons. *Multivariate Behavioral Research*, 55(4), 568-599. <https://doi.org/10.1080/00273171.2019.1660605>
- Robustin, T. P. (2020). Attraction And Word Of Mouth In A Visit Decision. <https://doi.org/10.30741/Adv.V4i1.604>
- Salim, E., Ali, H., & Yulasmi, Y. (2023). Visiting Decision Model: Products, Prices, And Digital Marketing Through Consumer Satisfaction Visiting Decision In Tourism In Solok Regency. *International Journal Of Social Science And Business*, 7(2), 313-325. <https://doi.org/10.23887/Ijssb.V7i2.53320>
- Sari, L. C., Jayendra, P. S., & Widhyandanta, I. G. S. A. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Dalam Pembentukan Keputusan Kunjungan Di Destinasi Wisata Goa Gajah. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 3(8), 1352-1356. <https://doi.org/10.22334/Paris.V3i8.852>
- Simanjuntak, N. M., & Djumrianti, D. (2020). Motivasi Dan Persepsi Pengunjung Pedestrian Sudirman Palembang.
- Suci Nurul Fadiya & Adek Kurnia Fiza. (2024). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Taman Panorama Baru Kota

- Bukittinggi. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 59-69.
<https://doi.org/10.54066/Jikma.V2i4.2306>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sunarya, F. R. (2022). Urgensi Teori Hirarki Kebutuhan Dari Abraham Maslow Dalam Sebuah Organisasi. *Salam: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 9(2), 647-658.
<https://doi.org/10.15408/Sjsbs.V9i3.25916>
- Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1). <https://doi.org/10.31869/Ip.V7i1.2281>
- Widayati, C. C., Ali, H., & Permana, D. (2020). The Role Of Destination Image On Visiting Decisions Through Word Of Mouth In Urban Tourism In Yogyakarta. *International Journal Of Innovation*, 12(3).
- Wulandani, N. L. K. L. (2023). Motivasi Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kebun Raya Bedugul Pada Masa Pandemi. *Jurnal Education And Development*, 11(2), 427-431. <https://doi.org/10.37081/Ed.V11i2.4379>
- Yunitasari, M. D., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Monumen Rawgede Di Masa Pandemi Covid-19. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1057.
<https://doi.org/10.33087/Jmas.V7i2.580>
- Zaitul, Z., Novianti, N., & Ilona, D. (2022). Tourism Governance: Village-Based Tourism Criteria In Indonesia. *Geojournal Of Tourism And Geosites*, 41(2), 415-421. <https://doi.org/10.30892/Gtg.41211-845>