

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI YANG MENDORONG WISATAWAN NUSANTARA UNTUK BERKUNJUNG KE KERATON RATU BOKO**

**Oleh**  
**Evi Triani**  
**NIM 1506652**

Dalam penelitian ini, penulis ingin menganalisis faktor-faktor motivasi yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke salah satu daya tarik wisata *cultural-heritage* di Yogyakarta, Indonesia. Motivasi wisatawan merupakan faktor dari dalam diri yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, karena adanya keinginan wisatawan itu sendiri serta adanya daya tarik yang ditawarkan oleh destinasi wisata. Dengan teridentifikasinya motivasi wisatawan saat berkunjung ke suatu daya tarik wisata, maka kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh wisatawanpun akan diketahui, sehingga akan memudahkan pengelola dalam memfokuskan usaha pemasaran wisata berdasarkan pada kebutuhan dan keinginan wisatawan yang dapat dipasarkan melalui berbagai program pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor motivasi yang terbentuk yang mendorong wisatawan nusantara untuk berkunjung ke Keraton Ratu Boko dan menganalisis faktor dominan dari faktor-faktor tersebut dan menginterpretasikannya. Jumlah kunjungan yang masih dalam kategori rendah menjadi alasan utama bagi penulis untuk melakukan penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan instrumen penelitian berupa kuisioner. Setelah data terkumpul, lalu dianalisis dengan menggunakan metode analisis faktor. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat 12 faktor baru yang terbentuk yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata *cultural-heritage*. Faktor-faktor tersebut diantaranya yaitu *self-fulfillment, escape, services quality, educational motivation, local hospitality, cultural experience, social esteem, natural setting, leisure activities, heritage value, novelty seeking, dan information*. Dengan teridentifikasinya faktor-faktor motivasi ini, diharapkan dapat membantu pengelola dalam menentukan program pemasaran yang sesuai sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Evi Triani, 2019

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI YANG MENDORONG WISATAWAN  
NUSANTARA UNTUK BERKUNJUNG KE KERATON RATU BOKO**

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

**Kata Kunci :**

**Analisis faktor, motivasi wisatawan, daya tarik wisata *cultural-heritage***

Evi Trianie, 2019

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI YANG MENDORONG WISATAWAN  
NUSANTARA UNTUK BERKUNJUNG KE KERATON RATU BOKO**

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

***ABSTRACT***  
***ANALYSIS OF MOTIVATION FACTORS THAT ENCOURAGES  
DOMESTIC TOURISTS TO VISIT RATU BOKO PALACE***

***By***

**Evi Triani  
NIM 1506652**

*This study is conducted to analyse the motivation factors that encourage tourists to visit one of the cultural-heritage tourist attractions in Yogyakarta, Indonesia. Travel motivation is an internal factor that encourages tourists to travel, because there is tourist's desire and the attraction offered by tourist destinations. By identifying tourists motivation, the needs and the desires of tourists will be known, so it will be easier for managers to focus on tourism marketing based on the needs and desires of tourists that can be marketed through various marketing programs. The purpose of this study is to identify and analyse the motivational factors are formed that encourage tourists to visit the Ratu Boko Palace and analyse the dominant factors of these factors and interpret them. The low number of visits is the main reason for the researcher to conduct this research. The methodology of this research is quantitative descriptive, through questionnaire as a research instrument. After the data is collected, then the data is analysed using the factor analysis method. The results of this study conclude that there are 12 new factors that encourage tourists to visit cultural-heritage tourist attractions. These factors are self-fulfilment, escape, service quality, educational motivation, local hospitality, cultural experience, social esteem, natural settings, leisure activities, heritage values, novel seeking, and information. In addition, the researcher hopes that this research could help managers in determining the appropriate marketing program so that it can increase the number of tourist visits.*

***Keywords:***

***Factor analysis, tourist motivation, cultural-heritage tourist attraction***