

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Kerajinan Bordir**

Dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia, disebutkan bahwa bordir merupakan hiasan rajutan benang yang bermediakan kain. Seni hiasan bordir pertama kali muncul pada zaman Byzantium tahun 330 setelah Masehi. Pada awal mulanya, para pembuat hiasan bordir merajut sendiri menggunakan tangan mereka. Namun seiring dengan perkembangan industri konveksi, mulailah bermunculan berbagai alat yang digunakan untuk mempermudah dalam membuat hiasan bordir. Alat yang digunakan untuk membuat hiasan bordir tersebut merupakan mesin jahit yang pengoperasiannya menggunakan kaki.

Pada tahun 1920, mesin jahit tersebut pertama kali masuk dan diperkenalkan di Indonesia. Seiring dengan berkembangnya zaman, dengan berbagai kreativitas yang muncul dari seni hiasan rajutan, mulailah dihasilkannya seni kerajinan bordir di Indonesia. Pada awalnya, hanya orang-orang tionghoa yang menguasai teknik membuat bordir pada waktu itu. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan motif yang dimunculkan dalam beberapa kerajinan bordir yang merupakan tanaman-tanaman khas negara Cina.

Seiring dengan berkembangnya kerajinan bordir di Indonesia, munculah sebuah perusahaan Amerika yang bernama Singer yang mempekerjakan penduduk asli Indonesia. Salah satu pegawai dari perusahaan bordir tersebut bernama Hj. Umayah yang merupakan penduduk asli Tasikmalaya. Dia belajar dalam membuat kerajinan bordir selama bekerja pada perusahaan tersebut.

Setelah menguasai bidang bordiran pada saat di Singer, pada tahun 1925 Hj. Umayah memiliki keinginan untuk membuka usaha sendiri dan memilih pulang ke kampung halamannya di Kota Tasikmalaya. Setelah kembali ke kampung halamannya di Kelurahan Tanjung, Kecamatan Kawalu, Hj. Umayah membuka usaha kecil-kecilan dengan menerima pesanan bordiran baik dari dalam Kota Tasikmalaya ataupun diluar Kota Tasikmalaya.

**Muhamad Irdan Rusyaman, 2013**

*PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA*

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

Disela-sela kegiatannya dalam usaha kerajinan bordir, Hj. Umayah mengajarkan cara-cara dalam membuat kerajinan bordir kepada kerabat dan warga sekitar daerahnya. Dengan bertambahnya pekerja yang berasal dari murid didiknya sendiri, Hj. Umayah dapat menerima pesanan untuk skala yang lebih besar. Tingginya tingkat kreatifitas warga Kota Tasikmalaya membuat kerajinan bordir menjadi lebih variatif dan dapat menarik konsumen lebih banyak lagi.

Industri bordiran Kota Tasikmalaya berkembang cukup pesat dan dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak khususnya untuk kaum perempuan. Daerah yang dikenal sebagai sentra kerajinan industri bordir terdapat di Kecamatan Kawalu, Kecamatan Mangkubumi, Kecamatan Cipedes, Kecamatan Cihideung, Kecamatan Indihiang, Kecamatan Tawang, dan Kecamatan Cibeureum.

Dengan adanya dukungan dari Pemerintah Kota Tasikmalaya, para pengusaha bordir mendapatkan lokasi di pasar Tanah Abang Jakarta sebagai pusat penjualan bordir khas Kota Tasikmalaya. Hal tersebut diharapkan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas lagi yang tidak mempunyai kesempatan untuk mengunjungi Kota Tasikmalaya secara langsung. Selain itu, masih banyak lokasi pemasaran kerajinan industri bordir Kota Tasikmalaya seperti Pasar Baru Bandung, Pasar Tegal Gubug Cirebon, Pasar Turi Surabaya, Pasar Klewer Solo, Yogyakarta, Bali, Lombok, Manado, Ujung Pandang, Banjarmasin, Balikpapan, Medan, Riau, Pulau Batam, Makasar, Pontianak, dan lain-lain.

Selain pasar nasional, bordir Kota Tasikmalaya juga telah menembus berbagai pasar internasional. Berbagai produk kerajinan bordir banyak diekspor ke Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Saudi Arabia, serta negara Timur Tengah lainnya. Meluasnya pasar bordir tidak terlepas dari harga bordir Kota Tasikmalaya yang relatif murah namun memiliki kualitas yang baik dan dapat diandalkan.

Sebelum menjadi industri kreatif utama Kota Tasikmalaya, kerajinan bordir kalah bersaing dengan kerajinan batik Kota Tasikmalaya. Perkembangan batik di Kota Tasikmalaya telah ada sejak jaman penjajahan Belanda. Dengan kualitas batik yang dimiliki, kerajinan ini menjadi produk unggulan utama Tasikmalaya

pada tahun 1930-an yang dimana dengan adanya sebuah wilayah yang bernama Mitra Batik. Kemudian pada tahun 1939, dibentuklah sebuah wadah usaha yang berbentuk koperasi yang bernama Koperasi Mitra Batik yang merupakan penggagas dari sistem koperasi di Indonesia.

Pada masa pendudukan Jepang hingga setelah proklamasi tahun 1947, perusahaan-perusahaan batik di Tasikmalaya mengalami kesulitan bahan baku terutama kain dan bahan cat lainnya. Sehingga pada periode tersebut banyak pabrik-pabrik batik yang terpaksa ditutup. Namun pada masa pendudukan Belanda yang dimana merupakan Agresi Militer kedua, perusahaan batik di Tasikmalaya kembali beroperasi dan mengalami masa kejayaannya karena terdapat pembagian pekerjaan dari pemerintah untuk distribusi. Pada masa ini, jumlah pabrik yang muncul mencapai 700 pabrik yang menghasilkan omset sebesar Rp. 7.000.000.00 setiap bulannya.

Pada tahun 1952, keadaan menjadi seperti sebelumnya yang dimana mengalami kemunduran yang diakibatkan oleh berkurangnya pesanan untuk kerajinan batik serta terjadi kelangkaan bahan baku. Selain itu, terjadi embargo karet yang dianggap menjadi berkurangnya pesanan terhadap kerajinan batik yang semula berasal dari Kalimantan, Medan, Jambi, dan sekitarnya. Pada saat terjadi embargo tersebut, pesanan batik hanya datang dari wilayah Bandung, Jakarta, dan Cirebon. Dengan demikian, terjadi banyak penutupan pabrik yang semula mencapai 700 pabrik dan diakibatkan hal tersebut hanya tersisa 259 pabrik dan jumlah tersebut terus berkurang setiap tahunnya.

Banyaknya pengusaha yang mengalami kebangkrutan, tidak membuat masyarakat Tasikmalaya berhenti dalam menghasilkan produk ekonomi kreatif unggulan. Dikarenakan tingginya tingkat kreatifitas masyarakat Tasikmalaya, sebagian besar dari pengusaha tersebut berpindah menjadi pengrajin bordir, pengrajin kelom geulis serta payung geulis. Sebagian besar dari mereka memilih bergabung dalam industri kerajinan bordir yang dimana melihat potensi dari kerajinan yang di prakarsai oleh Hj. Umayah. Ketiga kerajinan tersebut kemudian menjadi produk unggulan Kota Tasikmalaya. Namun dikarenakan kerajinan alas kaki atau kelom geulis menggunakan bahan yang berasal dari alam yaitu kayu

mahoni, bahan baku yang mereka pergunakan menjadi sulit untuk didapatkan. Hal yang sama dialami oleh kerajinan payung geulis yang dimana rangka yang digunakan untuk payung berasal dari kayu. Sehingga kedua industri tersebut mengalami kemunduran. Selain dengan adanya kelangkaan bahan baku, pada tahun 2001 terjadi pemekaran wilayah Kota Tasikmalaya yang memisahkan diri dari Kabupaten Tasikmalaya. Hal tersebut berdampak terhadap jumlah kelangsungan kerajinan kelom geulis dan payung geulis yang dikarenakan sentra kerajinan terdapat di wilayah Rajapolah yang menjadi terpisah dengan sentra kerajinan lainnya yang terdapat di Kota Tasikmalaya. Kedua hal tersebut, baik kelangkaan bahan baku ataupun pemekaran wilayah tidak berdampak terhadap kelangsungan kerajinan bordir. Hal tersebut dikarenakan bahan baku yang digunakan tidak bergantung terhadap sumber daya alam yang lama untuk diperbaharui. Kerajinan bordir mengandalkan kreatifitas dalam merajut benang dan membuat motif yang indah yang bermediakan kain. Selain itu, pemekaran wilayah yang terjadi tidak memberikan dampak apapun karena seluruh sentra kerajinan bordir berada pada wilayah Kota Tasikmalaya yang berpusat di Kecamatan Kawalu. Dengan demikian, kelangsungan dari kerajinan bordir terus mengalami peningkatan dan hingga saat ini telah menghasilkan 1.264 unit usaha dengan menyerap tenaga kerja sebesar 12.245 orang dengan nilai produksi mencapai 615 miliar rupiah.

#### **4.1.2 Produk Kerajinan Bordir**

Berdasarkan tingginya kreatifitas masyarakat Kota Tasikmalaya ditambah dengan akulturasi budaya Kota Tasikmalaya yang terkenal religius dan dengan julukan Kota Santri, maka terciptalah berbagai produk-produk kerajinan bordir yang bernuansa Islami seperti kerudung, mukena, baju gamis, baju koko, hingga kopiah haji. Selain itu, dengan melihat kebutuhan pasar yang tertarik dengan hal-hal lainnya, maka muncul juga beberapa produk lainnya seperti kebaya, tunik, selendang, blus, rok, sprei, sarung bantal, dan taplak meja. Namun dengan berbagai produk yang diciptakan, terdapat ciri khas yang menjadi motif atau corak yang dimunculkan dalam kerajinan bordir Kota Tasikmalaya yaitu motif atau corak sukapura. Motif atau corak sukapura merupakan motif asli Kota

Tasikmalaya yang dimana lebih mengidentikkan dengan flora yang memiliki warna yang cerah. Gambar 4.1 berikut ini merupakan contoh dari produk kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.



Gambar 4.1

Produk Kerajinan Bordir Kota Tasikmalaya

#### 4.1.3 Kerajinan Bordir Sebagai Produk Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada bab 2, terdapat 3 jenis daya tarik wisata yang menjadi minat bagi wisatawan untuk berkunjung. Ketiga daya tarik wisata tersebut antara lain wisata alam, wisata budaya, dan wisata minat khusus. Kerajinan bordir termasuk kedalam wisata budaya yang menjadi daya tarik bagi Kota Tasikmalaya. Hal tersebut dikarenakan budaya merupakan hasil karya, cipta, dan karsa manusia. Dalam hal ini, kerajinan bordir merupakan hasil dari tingkat kreatifitas masyarakat Kota Tasikmalaya yang dikembangkan berdasarkan kearifan lokal Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan Peraturan Presiden No 92 tahun 2011 yang dikeluarkan pada tanggal 21 Desember tahun 2011, ekonomi kreatif menjadi fokus pemerintah untuk mengembangkan kepariwisataan nasional. Untuk merealisasikan hal itu, dibuatlah Peraturan Presiden tersebut dengan maksud agar pengelolaannya lebih terorganisir dan menjadikannya sebagai tugas dari Kementerian Pariwisata. Dengan demikian, maka terbentuklah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi

Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

*PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA*

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

Kreatif yang dipimpin oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dr. Mari Elka Pangestu.

Berdasarkan dari definisinya, ekonomi kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Berdasarkan hal tersebut, kerajinan bordir termasuk kedalam industri kreatif yang memafaatkan kreatifitas, keterampilan, serta bakat dari masyarakat Kota Tasikmalaya untuk menciptakan berbagai produk yang memiliki nilai tambah serta memberikan manfaat bagi Pendapatan Asli Daerah Kota Tasikmalaya sebesar 2 triliun rupiah pada tahun 2011. Dari industri kerajinan bordir tersebut memiliki dampak positif lainnya seperti penyerapan tenaga kerja dan peningkatan taraf hidup masyarakatnya.

Walaupun kepariwisataan dan ekonomi kreatif Kota Tasikmalaya memiliki kelompok usahanya masing-masing, tetapi kedua sektor tersebut memiliki keterikatan dan saling mendukung serta memperkuat keberadaan usaha itu masing-masing. Dengan kata lain, dengan dikembangkannya ekonomi kreatif kerajinan bordir Kota Tasikmalaya akan memperkuat sektor pariwisata Kota Tasikmalaya. Begitu pula sebaliknya, dengan meningkatnya sektor pariwisata Kota Tasikmalaya maka akan memperkuat keberlangsungan sektor ekonomi kreatif Kota Tasikmalaya.

#### **4.2 Karakteristik Wisatawan yang Mengunjungi Sentra Kerajinan Bordir di Kota Tasikmalaya.**

Dari hasil analisis data sebanyak 100 kuesioner yang disebarakan pada responden, peneliti mendapatkan gambaran umum mengenai profil wisatawan yang mengunjungi berbagai sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya. Dalam profil responden ini peneliti akan menjelaskan mengenai data demografi dari wisatawan seperti jenis kelamin, pekerjaan, kota asal, dan jumlah penghasilan, juga beberapa pertanyaan terbuka yang telah diajukan peneliti di dalam kuesioner yang berhubungan dengan citra kerajinan bordir dan juga motivasi berkunjung wisatawan.

#### 4.2.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Data yang pertama diperoleh dalam penelitian ini yaitu mengenai jenis kelamin wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan di Kota Tasikmalaya. Data yang diperoleh tersebut kemudian dianalisis lebih lanjut. Berikut ini merupakan hasil dari analisis yang dilakukan:



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.2

#### Jenis Kelamin Wisatawan

Dari gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa berdasarkan 100 responden wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan bordir 52% diantaranya merupakan wanita, sedangkan sisanya sebanyak 48% merupakan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya merupakan wanita.

#### 4.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Setelah menganalisis jenis kelamin wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya, selanjutnya peneliti akan menganalisis jenis pekerjaan dari wisatawan itu sendiri. Berikut ini merupakan jenis pekerjaan dari 100 responden:



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.3

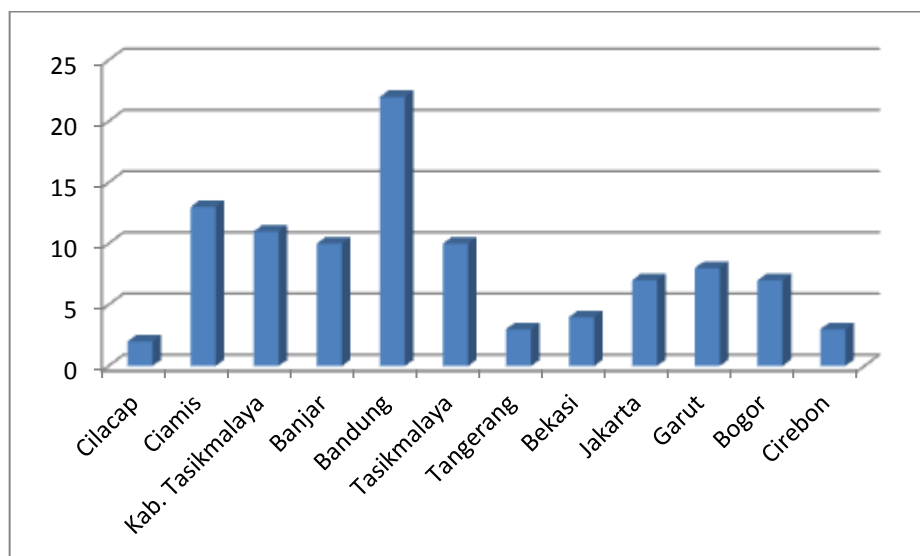
#### Jenis Pekerjaan Wisatawan

Dari gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden, sebanyak 2% merupakan pelajar yang dikategorikan sebagai pelajar SD, SMP, dan SMA. Selain itu, 13% lainnya merupakan mahasiswa yang termasuk dalam kategori diploma dan sarjana, 35% lainnya merupakan wiraswasta yang dimana wisatawan mempunyai usaha sendiri dan tidak bekerja dalam instansi manapun. Selain itu, 38% lainnya merupakan pegawai yang terdiri dari pegawai di instansi swasta ataupun instansi pemerintah. Kemudian yang terakhir, sebanyak 12% wisatawan mempunyai jenis pekerjaan lainnya diluar dari pilihan yang telah diberikan dan mereka diantaranya merupakan ibu rumah tangga ataupun pensiunan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya merupakan pegawai baik itu pegawai pemerintah ataupun pegawai swasta.

#### 4.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kota Asal

Setelah menganalisis mengenai profil wisatawan berdasarkan jenis pekerjaan yang dimiliki, selanjutnya penulis akan menganalisis profil wisatawan berdasarkan kota asal wisatawan. Berikut ini merupakan hasil dari analisis tersebut:





Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.4

#### Kota Asal Wisatawan

Apabila dianalisis berdasarkan kota asal wisatawan, terdapat beragam kota yang menjadi daerah asal wisatawan. Hal tersebut dapat demikian karena dalam pertanyaan yang diberikan kepada responden bersifat terbuka kemudian dikelompokkan oleh penulis berdasarkan dari jawaban responden. Dari 100 responden yang diteliti, dapat dilihat pada gambar 4.3 bahwa wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir kota Tasikmalaya lebih banyak berasal dari Bandung. Wisatawan yang berasal dari Bandung sebanyak 22 orang, kemudian yang berasal dari Ciamis sebanyak 13 orang, wisatawan yang berasal dari Kabupaten Tasikmalaya sebanyak 11 orang, wisatawan yang berasal dari Kota Banjar dan Kota Tasikmalaya masing-masing sebanyak 10 orang, wisatawan yang berasal dari Garut sebanyak 8 orang, wisatawan yang berasal dari Jakarta dan Bogor masing-masing sebanyak 7 orang, wisatawan yang berasal dari Bekasi sebanyak 4 orang, wisatawan yang berasal dari Tangerang dan Cirebon masing-masing sebanyak 3 orang, sedangkan paling sedikit wisatawan yang berasal dari Cilacap sebanyak 2 orang.

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya merupakan wisatawan yang berasal dari Bandung.

Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA

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

#### 4.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jumlah Pendapatan

Bagian terakhir dalam menganalisis profil wisatawan di penelitian ini yaitu menganalisis mengenai jumlah pendapatan wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya. Berikut ini merupakan hasil analisis tersebut:



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.5

#### Pendapatan Wisatawan

Berdasarkan jawaban dari 100 responden, jumlah pendapatan wisatawan dalam satu bulan dapat dilihat pada tabel 4.4. Sebanyak 49% wisatawan mengatakan bahwa pendapatan mereka lebih dari Rp. 3.000.000,00 perbulan yang dimana apabila dikaitkan terhadap pekerjaan mereka yang didominasi oleh wiraswasta serta beberapa merupakan pegawai. Sedangkan sebanyak 25% mengatakan pendapatan mereka sebesar Rp. 2.000.000,00 hingga Rp. 3.000.000,00 perbulannya dan didominasi oleh para pegawai baik itu pegawai swasta ataupun instansi pemerintah. Kemudian sebanyak 16% mengatakan bahwa mereka memiliki pendapatan sebesar Rp. 1.000.000,00 hingga Rp 2.000.000,00 perbulannya dan didominasi oleh pekerjaan lainnya seperti pensiunan serta sebagian mahasiswa. Kemudian yang terakhir, sebanyak 10% mengatakan pendapatan mereka kurang dari Rp. 1.000.000,00 perbulannya yang dimana kebanyakan dari mereka merupakan mahasiswa dan pelajar.

Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA

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

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar wisatawan yang mengunjungi sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya berpenghasilan lebih dari Rp. 3.000.000,00 dalam satu bulannya.

### **4.3 Hasil dan Pembahasan**

#### **4.3.1 Tanggapan Wisatawan Mengenai Citra Kerajinan Bordir Kota Tasikmalaya.**

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen atau variabel bebas yaitu citra dari kerajinan bordir. Citra yang diteliti tersebut memiliki beberapa subvariabel yang menjadi acuan dalam penelitian ini. Beberapa subvariabel tersebut yaitu aspek *cognitive*, *affective*, serta aspek *conative*. Terdapat beberapa indikator yang kemudian menjadi pernyataan yang harus diisi oleh responden dari ketiga subvariabel tersebut. Indikator-indikator tersebut akan dianalisis berdasarkan subvariabelnya. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis antara lain dengan menentukan nilai maksimum dan nilai minimum dari setiap subvariabel, menentukan skor ideal, menentukan skor total setiap subvariabel dan persentasenya, menjumlahkan skor setiap indikator untuk mengetahui nilai total subvariabel dan persentasenya, setelah itu tahapan yang terakhir yaitu menentukan garis kontinumnya. Berikut ini merupakan ketentuan-ketentuan dalam perhitungan skor-skor tersebut.

- a. Skor Ideal = Nilai Maksimum x Jumlah Responden
- b. Skor per Indikator = Banyaknya responden pemilih x Skor pertanyaan
- c. Total Skor = Jumlah skor setiap indikator

##### **4.3.1.1 Cognitive**

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan citra *cognitive* yaitu keseluruhan dari apa yang diketahui oleh wisatawan mengenai kerajinan bordir. Keseluruhan yang diketahui tersebut merupakan kesadaran, pengetahuan, dan kepercayaan wisatawan terhadap kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Dengan demikian, tabel 4.1 berikut ini merupakan jawaban wisatawan mengenai ketiga hal tersebut.

Tabel 4.1  
Hasil Analisis *Cognitive*

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Jumlah	Skor Total
		5	4	3	2	1		
1	Kesadaran wisatawan terhadap kerajinan bordir sebagai industri kreatif Kota Tasikmalaya.	52	47	1	0	0	100	451
		52%	37,6%	0,6%	0%	0%	100%	90,2%
2	Pengetahuan Wisatawan mengenai produk kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.	32	59	9	0	0	100	423
		32%	47,2%	5,4%	0%	0%	100,0%	84,6%
3	Kepercayaan wisatawan terhadap kualitas kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.	60	37	3	0	0	100	457
		60%	29,6%	1,8%	0%	0%	100,0%	91,4%
<b>Total Skor</b>								1331
<b>Persentase Skor</b>								<b>88,73%</b>

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka dalam aspek ini yang akan dianalisis yaitu mengenai kesadaran wisatawan terhadap kerajinan bordir Kota Tasikmalaya, pengetahuan wisatawan mengenai produk kerajinan bordir Kota Tasikmalaya, serta kepercayaan wisatawan terhadap kualitas kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa berdasarkan jawaban 100 responden, indikator kesadaran wisatawan terhadap kerajinan bordir sebagai industri kreatif Kota Tasikmalaya memiliki skor total 451 yang dimana sebagian besar mengatakan bahwa mereka sangat menyadari bahwa kerajinan bordir merupakan industri kreatif Kota Tasikmalaya. Pada indikator pengetahuan wisatawan, skor total yang diperoleh yaitu sebesar 423 yang dimana sebagian besar menyatakan mereka mengetahui mengenai produk-produk kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Pada subvariabel *cognitive*, indikator pengetahuan terhadap produk-produk kerajinan bordir memiliki skor yang paling kecil. Kemudian indikator kepercayaan wisatawan memiliki skor total tertinggi yaitu sebesar 457 yang dimana sebagian besar memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Setelah menghitung skor total dari setiap indikator, maka tahap selanjutnya yaitu memasukan skor tersebut kedalam garis kontinum dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut ini:

- a. Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 3 \times 100 = 1500$

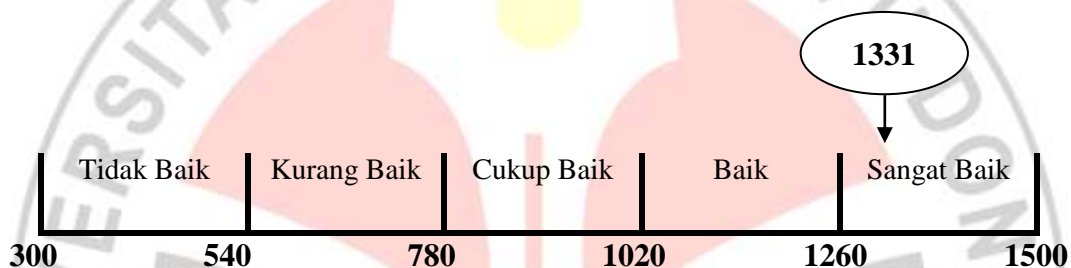
Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA

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

- b. Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 3 \times 100 = 300$
- c. Jarak Interval =  $(\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}) : 5$   
 $= (1500 - 300) : 5$   
 $= 240$
- d. Persentase Skor =  $([\text{total skor}] : \text{nilai maksimum}) \times 100\%$   
 $= (1331 : 1500) \times 100\%$   
 $= 88,73\%$

Setelah melakukan perhitungan, maka dapat dilihat nilai indeks maksimum dan minimumnya sebagai bahan acuan untuk menentukan interval setiap batasannya. Berikut ini merupakan garis kontinum dari subvariabel *cognitive*,



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.6

#### Garis Kontinum *Cognitive*

Berdasarkan gambar 4.5, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan mengenai subvariabel *cognitive* berada pada tingkatan sangat baik. Hal tersebut memberikan arti bahwa pada dasarnya citra *cognitive* mengenai kerajinan bordir yang tertanam dalam benak wisatawan sangatlah baik. Apabila dikaitkan dengan karakteristik wisatawan yang ada, subvariabel *cognitif* dinilai baik karena sebagian besar wisatawan merupakan perempuan yang dimana mereka lebih memiliki kebiasaan untuk berinteraksi dengan sesamanya mengenai *fashion*. Disamping itu apabila melihat dari kota asal wisatawan yang sebagian besar berasal dari Bandung dapat berpengaruh terhadap sangat baiknya subvariabel ini karena di Bandung terdapat beberapa lokasi yang memperjualkan kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.

#### 4.3.1.2 *Affective*

Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dengan aspek *affective* yaitu perasaan yang muncul dan dimiliki oleh wisatawan terhadap kerajinan bordir Kota

Tasikmalaya yang dimana dapat berbentuk perasaan puas ataupun ketertarikan wisatawan terhadap corak dan motif dalam kerajinan bordir.

Tabel 4.2  
Hasil Analisis *Affective*

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Jumlah	Skor Total
		5	4	3	2	1		
1	Kepuasan wisatawan terhadap kualitas yang dimiliki kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.	52	44	4	0	0	100	448
		52%	35,2%	2,4%	0%	0%	100%	89,6%
2	Ketertarikan wisatawan terhadap motif ataupun corak kerajinan bordir Kota Tasikmalaya .	41	49	10	0	0	100	431
		41%	39,2%	6%	0%	0%	100,0%	86,2%
<b>Total Skor</b>							879	
<b>Persentase Skor</b>								<b>87,9%</b>

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan mengenai citra *affective*, maka yang menjadi indikator dalam subvariabel ini yaitu kepuasan wisatawan terhadap kualitas kerajinan bordir Kota Tasikmalaya dan ketertarikan wisatawan terhadap motif ataupun corak yang ditampilkan dalam kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa hasil analisis menunjukkan kepuasan wisatawan terhadap kerajinan bordir memiliki skor total sebesar 448 yang dimana sebagian besar wisatawan mengatakan sangat puas terhadap kualitas kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Selain itu, berdasarkan tingkat ketertarikan wisatawan terhadap corak atau motif kerajinan bordir Kota Tasikmalaya skor totalnya yaitu 431 yang dimana sebagian besar mengatakan bahwa mereka sangat tertarik terhadap corak atau motif yang dimunculkan dalam produk-produk kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Setelah mengetahui skor total dari kedua indikator tersebut, maka selanjutnya memasukkan kedalam garis kontinum dengan ketentuan sebagai berikut ini:

- Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 2 \times 100 = 1000$
- Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 2 \times 100 = 200$
- Jarak Interval =  $(\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}) : 5$   
 $= (1000 - 200) : 5$

Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

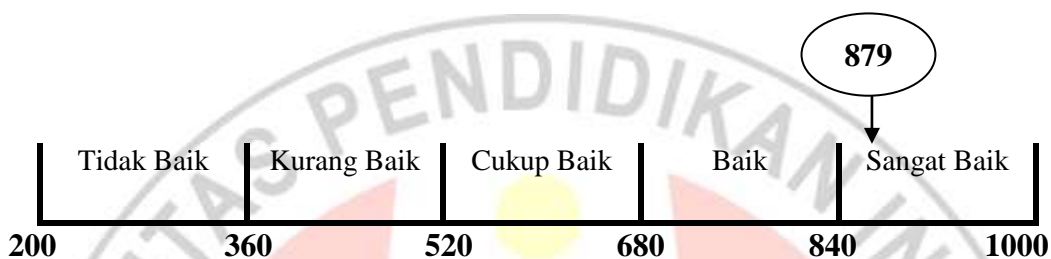
PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA

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

$$= 160$$

$$\begin{aligned} \text{d. Persentase Skor} &= ([\text{total skor}] : \text{nilai maksimum}) \times 100\% \\ &= (879 : 1000) \times 100\% \\ &= 87,9\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, maka garis kontinum dari subvariabel *affective* seperti pada gambar 4.6 berikut ini:



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.7

#### Garis Kontinum *Affective*

Pada gambar 4.6 dapat dilihat garis kontinum dari subvariabel *affective* berada pada posisi sangat baik dengan nilai 879. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa perasaan yang timbul dari diri wisatawan sangatlah baik terhadap kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Perasaan tersebut berbentuk rasa puas terhadap kualitas kerajinan bordir dan perasaan ketertarikan yang tinggi wisatawan terhadap motif atau corak pada kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.

#### 4.3.1.3 *Conative*

Pada penelitian ini, yang dimaksudkan dengan komponen *conative* yaitu sebuah penggerak kepada perilaku membeli atau berkunjung setelah aspek *cognitive* dan *affective* dilalui. *Conative* dapat dianggap sebuah kemungkinan untuk membeli dan melakukan kunjungan selanjutnya. Berikut ini merupakan hasil dari analisis terhadap komponen *conative*

Tabel 4.3  
Hasil Analisis *Conative*

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Jumlah	Skor Total
		5	4	3	2	1		
1	Keputusan wisatawan membeli kerajinan bordir Kota Tasikmalaya berdasarkan apa yang telah diketahui dan dirasakan.	39	49	17	0	0	100	417
		39%	39,2%	10,2%	0%	0%	100%	83,4%
2	Keputusan wisatawan untuk mengunjungi kembali sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya .	49	43	7	1	0	100	440
		49%	34,4%	4,2%	0,4%	0%	100,0%	88%
<b>Total Skor</b>								857
<b>Persentase Skor</b>								<b>85,7%</b>

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

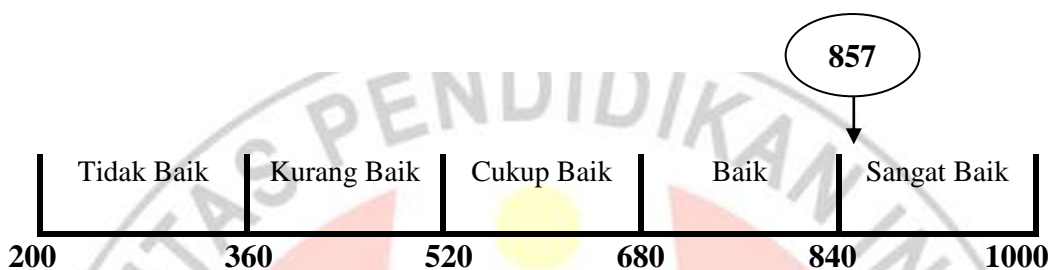
Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *conative* merupakan perilaku untuk membeli ataupun berkunjung kembali setelah aspek *cognitive* dan *conative* dilalui, maka yang menjadi indikator dalam subvariabel ini yaitu tingkat keputusan membeli berdasarkan apa yang telah diketahui dan dirasakan mengenai kerajinan bordir Kota Tasikmalaya serta keputusan berkunjung kembali ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya. Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa keputusan wisatawan membeli berdasarkan pengetahuan dan perasaan yang ada terhadap kerajinan bordir memiliki skor total sebesar 417 dengan sebagian besar mengatakan bahwa mereka setuju terhadap pernyataan tersebut. Kemudian keputusan untuk mengunjungi kembali memiliki skor total sebesar 440 yang dimana sebagian besar dari wisatawan sangat setuju untuk kembali lagi ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya. Berdasarkan skor total tersebut, maka berikut ini merupakan perhitungan komponen *conative* citra kerajinan bordir untuk diaplikasikan dalam garis kontinum.

- a. Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 2 \times 100 = 1000$
- b. Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 2 \times 100 = 200$
- c. Jarak Interval =  $(\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}) : 5$   
 $= (1000 - 200) : 5$   
 $= 160$



$$\begin{aligned}
 \text{d. Persentase Skor} &= ([\text{total skor}] : \text{nilai maksimum}) \times 100\% \\
 &= (857 : 1000) \times 100\% \\
 &= 85,7\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka berikut ini merupakan garis kontinum dari komponen *conative* dari citra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.8

#### Garis Kontinum *Conative*

Pada gambar 4.7 dapat dilihat bahwa skor dari komponen *conative* sebesar 857, sehingga berada pada posisi sangat baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wisatawan sangat mengakui keputusan mereka membeli berdasarkan apa yang mereka ketahui dan mereka rasakan mengenai kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Selain itu, wisatawan menyatakan bahwa mereka akan berkunjung kembali ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya.

#### 4.3.1.4 Rekapitulasi Citra Kerajinan Bordir

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat diketahui bahwa terdapat tiga subvariabel mengenai citra dalam penelitian ini. Ketiga subvariabel tersebut diantaranya *cognitif*, *affective*, dan *conative*. Selanjutnya, penulis akan memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai hasil penelitian variabel citra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui skor keseluruhan citra serta subvariabel mana yang memiliki skor total tertinggi bagi wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya. Berikut ini merupakan rekapitulasi skor total citra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.

Tabel 4.4  
Hasil Analisis Citra

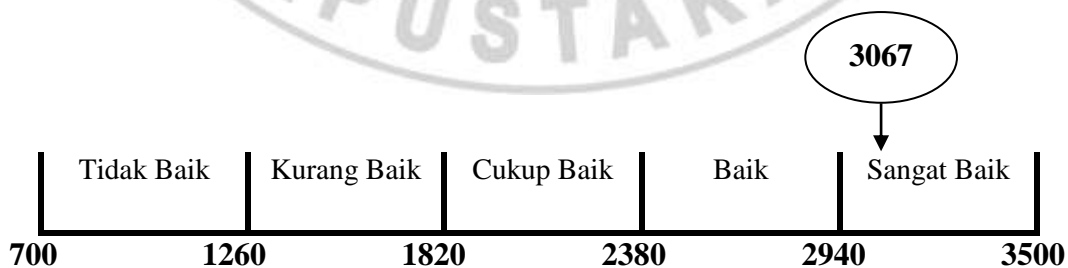
No	Subvariabel	Skor Total	Persentase	Keterangan
1	<i>Cognitive</i>	1331	88,73%	Sangat Baik
2	<i>Affective</i>	879	87,90%	Sangat Baik
3	<i>Conative</i>	857	85,70%	Sangat Baik
<b>Total Skor</b>		<b>3067</b>		
<b>Persentase Skor</b>		<b>87,63%</b>		

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Pada tabel 4.4 dapat dilihat mengenai skor total dari setiap indikator pada subvariabel citra dari kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa skor mengenai citra kerajinan bordir sebesar 3067. Selanjutnya hasil tersebut akan dimasukkan kedalam garis kontinum dengan ketentuan sebagai berikut ini.

- Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 7 \times 100 = 3500$
- Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 7 \times 100 = 700$
- Jarak Interval =  $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$   
 $= (3500 - 700) : 5$   
 $= 560$
- Persentase Skor =  $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$   
 $= (3067 : 3500) \times 100\%$   
 $= 87,628\%$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka berikut ini merupakan garis kontinum dari variabel citra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.9  
Garis Kontinum Citra

Secara keseluruhan, skor total yang diperoleh dari citra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya sebesar 3067. Skor total tersebut diperoleh dari jawaban 100 responden yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya dengan jumlah pernyataan sebanyak 7 butir mengenai citra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Berdasarkan perhitungan diatas, skor total dari variabel citra yaitu sebesar 3067 dengan skor ideal sebesar 3500. Dengan demikian, variabel citra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya dapat disimpulkan berada pada posisi yang sangat baik. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra mengenai kerajinan bordir Kota Tasikmalaya dinilai sangatlah baik bagi wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya.

Apabila dilihat berdasarkan skor total dari setiap subvariabel, pada dasarnya semua subvariabel dari citra kerajinan bordir berada pada posisi yang sangat baik. Komponen *cognitive* memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 1331 dengan persentase 88,73%. Pada subvariabel *cognitive* tersebut, sebagian besar wisatawan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas kerajinan bordir serta kesadaran wisatawan terhadap kerajinan bordir sebagai industri kreatif Kota Tasikmalaya sangat tinggi. Namun, tingkat pengetahuan wisatawan mengenai produk-produk kerajinan bordir memiliki skor terkecil pada subvariabel ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, walaupun sebagian besar wisatawan menilai komponen *cognitive* dari citra kerajinan bordir sangat tinggi, pengetahuan mereka mengenai produk-produk kerajinan bordir dinilai masih kurang.

Selanjutnya pada subvariabel *affective*, skor total secara keseluruhan berada pada posisi yang sangat baik dengan skor total sebesar 879 dengan persentase sebesar 87,90. Pada subvariabel *affective*, sebagian besar wisatawan merasa sangat puas terhadap kualitas yang dimiliki oleh produk kerajinan bordir Kota Tasikmalaya. Namun apabila dikaji lebih lanjut, tingkat kepuasan wisatawan ini dinilai masih kurang apabila dibandingkan dengan tingkat kepercayaan yang dimiliki. Dapat dilihat pada penjelasan sebelumnya bahwa kepercayaan wisatawan lebih besar dibandingkan dengan kepuasan yang mereka dapatkan. Selain itu, sebagian besar wisatawan pun sangat tertarik dengan motif ataupun corak yang ditampilkan dalam kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.

Kemudian untuk subvariabel yang terakhir dari citra kerajinan bordir yaitu komponen *conative* yang memiliki skor total 857 dengan persentase sebesar 85,7%. Pada subvariabel ini, sebagian wisatawan mengatakan mereka membeli kerajinan bordir berdasarkan apa yang mereka ketahui dan mereka rasakan terhadap kerajinan bordir. Selain itu, sebagian besar wisatawan mengatakan akan berkunjung kembali ke sentra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.

#### **4.3.2 Tanggapan Wisatawan Mengenai Motivasi Berkunjung ke Sentra Kerajinan Bordir di Kota Tasikmalaya.**

Dalam penelitian ini, motivasi berkunjung merupakan variabel dependen atau variabel terikat yang akan diteliti. Seperti yang telah dijelaskan pada bab 2, teori motivasi berkunjung wisatawan menggunakan teori Iso-Ahola yang dikembangkan oleh Snepenger et.al (2006) yang menyebutkan bahwa dalam motivasi berkunjung terdapat 4 aspek yang menjadi motif dari wisatawan untuk berkunjung. Keempat aspek tersebut yang menjadi subvariabel dalam variabel motivasi berkunjung antara lain *personal escape*, *personal seeking*, *interpersonal escape*, *interpersonal seeking*. Dalam subbab ini penulis akan menjelaskan hasil penelitian mengenai motivasi berkunjung wisatawan ke sentra kerajinan di Kota Tasikmalaya. Dalam menjelaskan hasil penelitian tersebut, penulis akan menjelaskan setiap subvariabel dari motivasi berkunjung yang diteliti.

##### **4.3.2.1 *Personal Escape***

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan *personal escape* yaitu keinginan berwisata yang muncul dari dalam diri wisatawan dengan maksud untuk keluar dari kebiasaan mereka dalam kegiatan sehari-hari ataupun kebiasaan dalam berbelanja mereka. Sehingga yang menjadi indikator dalam subvariabel ini yaitu motivasi berkunjung dengan maksud untuk relaksasi, motivasi berkunjung dengan maksud untuk berbelanja produk yang berbeda dari kebiasaan berbelanja sebelumnya, serta motivasi berkunjung dengan maksud untuk menghilangkan suasana hati yang buruk.

Tabel 4.5  
Hasil Analisis *Personal Escape*

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Jumlah	Skor Total
		5	4	3	2	1		
1	Keinginan untuk relaksasi dengan cara berbelanja kerajinan bordir.	20	55	25	0	0	100	395
		20%	44%	15%	0%	0%	100%	79%
2	Keinginan untuk berbelanja produk kerajinan bordir yang berbeda dari biasanya .	33	41	25	1	0	100	406
		33%	32,8%	15%	0,4%	0%	100,0%	81,2%
3	Ingin menghilangkan suasana hati yang buruk dengan cara berbelanja kerajinan bordir.	20	49	30	1	0	100	388
		20%	39,2%	18%	0,4%	0%	100,0%	77,6%
<b>Total Skor</b>								1189
<b>Persentase Skor</b>								<b>79,27%</b>

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa skor tertinggi dalam subvariabel ini yaitu motivasi berkunjung wisatawan karena keinginan untuk berbelanja kerajinan bordir yang berbeda dari kebiasaan mereka dengan skor total sebesar 406 dengan persentase sebesar 81,2%. Hal tersebut dapat demikian karena sebagian besar wisatawan berasal dari luar Kota Tasikmalaya yang dimana mereka tidak bisa mendapatkan kerajinan bordir secara langsung di tempat asal mereka. Selain itu, sebagian wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir pun merupakan wanita yang dimana yang lebih memperhatikan masalah kualitas dari suatu produk. Hal ini sesuai dengan yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa sebagian besar wisatawan menyatakan sangat puas terhadap kualitas kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.

Selain indikator tersebut, motivasi berkunjung karena keinginan untuk relaksasi berada pada posisi kedua dengan skor total sebesar 395 dan persentasenya sebesar 79%. Kemudian motivasi berkunjung wisatawan karena keinginan untuk menghilangkan suasana hati yang sedang buruk berada pada posisi terendah dengan skor total sebesar 388 dan persentasenya sebesar 77.6%. Berdasarkan data yang diperoleh tersebut, maka selanjutnya akan dilakukan perhitungan untuk memasukkan kedalam garis kontinum dengan ketentuan sebagai berikut ini:

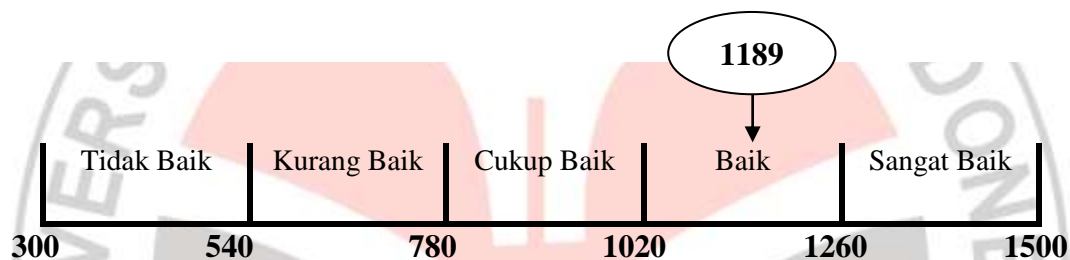
Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA

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

- a. Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 3 \times 100 = 1500$
- b. Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 3 \times 100 = 300$
- c. Jarak Interval =  $(\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}) : 5$   
 $= (1500 - 300) : 5$   
 $= 240$
- d. Persentase Skor =  $([\text{total skor}] : \text{nilai maksimum}) \times 100\%$   
 $= (1189 : 1500) \times 100\%$   
 $= 79,27\%$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka garis kontinum dari subvariabel *personal escape* adalah sebagai berikut ini:



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.10

#### Garis Kontinum *Personal Escape*

Pada gambar 4.9 dapat dilihat bahwa skor total yang dimiliki dari subvariabel *personal escape* sebesar 1189 dengan skor ideal sebesar 1500. Dengan demikian, *personal escape* berada pada posisi baik. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar wisatawan melakukan kunjungan ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya berdasarkan keinginan yang berasal dari dalam diri untuk keluar dari kegiatan sehari-hari dan keluar dari kebiasaan berbelanja seperti biasanya.

#### 4.3.2.2 *Interpersonal Escape*

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dari subvariabel *interpersonal escape* yaitu motivasi berkunjung berdasarkan keinginan untuk melarikan diri dari konflik yang muncul dari dalam diri yang diakibatkan oleh faktor eksternal. Sehingga yang menjadi indikator pertama dalam subvariabel ini yaitu motivasi berkunjung untuk menghindari orang-orang yang mengganggu di tempat

Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA

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

berbelanja biasanya. Selain itu, indikator kedua yaitu motivasi berkunjung dengan maksud keinginan untuk mengikuti *trend* orang lain di lingkungannya dalam menggunakan produk-produk bordir. Berikut ini merupakan hasil pengolahan data yang telah diperoleh dari jawaban wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya.

Tabel 4.6

Hasil Analisis *Interpersonal Escape*

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Jumlah	Skor Total
		5	4	3	2	1		
1	Keinginan untuk menghindari orang-orang (pengrajin, penjual, atau pembeli) yang mengganggu di tempat berbelanja sebelumnya.	23	31	31	14	1	100	361
		23%	24,8%	18,6%	5,6%	0,2%	100%	72,2%
2	Keinginan untuk mengikuti <i>trend</i> menggunakan bordir di lingkungan asal.	13	42	27	14	4	100	346
		13%	33,6%	16,2%	5,6%	0,8%	100,0%	69,2%
<b>Total Skor</b>								707
<b>Persentase Skor</b>								<b>70,7%</b>

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

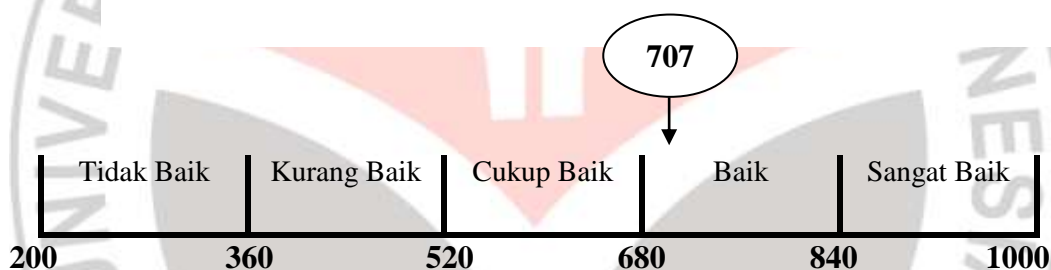
Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa skor total tertinggi dalam subvariabel ini yaitu motivasi berkunjung wisatawan berdasarkan keinginan untuk menghindari orang-orang yang mengganggu di tempat berbelanja sebelumnya dengan skor total sebesar 361 dan persentasenya sebesar 72,2%. Hasil tersebut dapat dikarenakan sebagian besar wisatawan merupakan wanita yang memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap kualitas pelayanan dan kenyamanan. Selain itu, sebagian besar wisatawan berpenghasilan diatas Rp. 3.000.000 menyebabkan mereka tidak memperlmasalahkan mengenai harga dari produk tersebut, namun terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung mereka seperti kesan yang didapat pada saat berbelanja.

Kemudian indikator motivasi berkunjung berdasarkan keinginan untuk mengikuti *trend* orang lain di lingkungannya dalam menggunakan produk-produk bordir berada pada posisi terendah dalam subvariabel ini dengan skor total sebesar 346 dan persentasenya sebesar 69,2%. Setelah menganalisis mengenai kedua

indikator tersebut, maka penulis akan melakukan perhitungan untuk dimasukkan kedalam garis kontinum dengan ketentuan sebagai berikut ini:

- Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 2 \times 100 = 1000$
- Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 2 \times 100 = 200$
- Jarak Interval =  $(\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}) : 5$   
 $= (1000 - 200) : 5$   
 $= 160$
- Persentase Skor =  $([\text{total skor}] : \text{nilai maksimum}) \times 100\%$   
 $= (707 : 1000) \times 100\%$   
 $= 70,7\%$

Setelah melakukan perhitungan tersebut, maka berikut ini merupakan garis kontinum dari subvariabel *interpersonal escape*.



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.11

#### Garis Kontinum *Interpersonal Escape*

Pada gambar 4.10 dapat dilihat bahwa skor total dari subvariabel *interpersonal escape* yaitu sebesar 707 dengan skor ideal sebesar 1000. Berdasarkan perhitungan diatas, maka subvariabel *interpersonal escape* berada dalam posisi yang baik. Dengan demikian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar wisatawan mengatakan bahwa mereka berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya karena keinginan untuk melarikan diri ataupun menjauh dari konflik yang muncul dalam diri yang diakibatkan oleh faktor-faktor eksternal di lingkungan asalnya.



### 4.3.2.3 Personal Seeking

Dalam variabel penelitian ini, yang dimaksud dengan *personal seeking* yaitu motivasi berkunjung yang dimiliki wisatawan dengan maksud keinginan untuk mendapatkan hasil yang positif bagi sisi psikologis wisatawan itu sendiri melalui cara berwisata di lingkungan yang berbeda. Berikut ini merupakan jawaban dari responden mengenai motivasi *personal seeking*.

Tabel 4.7  
Hasil Analisis *Personal Seeking*

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Jumlah	Skor Total
		5	4	3	2	1		
1	Keinginan untuk menceritakan pengalaman berbelanja di sentra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.	23	45	31	1	0	100	390
		23%	36%	18,6%	0,4%	0%	100%	78%
2	Keinginan untuk membuat diri senang dengan cara berbelanja kerajinan bordir.	14	54	27	5	0	100	377
		14%	43,2%	16,2%	2%	0%	100,0%	75,4%
3	Keinginan untuk merasakan pengalaman berbelanja yang baru di sentra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.	20	46	32	2	0	100	384
		20%	36,8%	19,2%	0,8%	0%	100,0%	76,8%
<b>Total Skor</b>								1151
<b>Persentase Skor</b>								<b>76,73%</b>

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

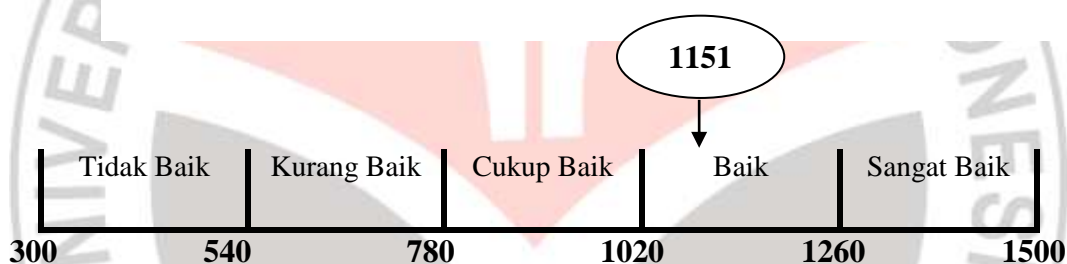
Pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa motivasi berkunjung dengan maksud keinginan untuk menceritakan pengalaman berbelanja mendapatkan skor tertinggi dengan total skor sebesar 390 dan persentasenya sebesar 78%. Hasil tersebut dapat dikarenakan oleh sebagian besar wisatawan yang merupakan pegawai baik itu pegawai swasta ataupun pegawai pemerintah. Hal tersebut dapat dikatakan demikian, karena mereka memiliki kesempatan yang lebih besar untuk bercerita kepada rekan kerja mereka tentang pengalaman yang mereka dapatkan.

Keinginan untuk merasakan pengalaman berbelanja yang baru di Kota Tasikmalaya berada pada posisi kedua dengan skor total sebesar 384 dan persentasenya sebesar 76,8%. Kemudian indikator keinginan untuk membuat diri senang dengan cara berbelanja kerajinan bordir memiliki skor total sebesar 377

dengan persentase sebesar 75,4%. Berdasarkan skor tersebut, maka hasilnya akan dimasukkan kedalam garis kontinum dengan ketentuan sebagai berikut ini:

- a. Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 3 \times 100 = 1500$
- b. Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 3 \times 100 = 300$
- c. Jarak Interval =  $(\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}) : 5$   
 $= (1500 - 300) : 5$   
 $= 240$
- d. Persentase Skor =  $([\text{total skor}] : \text{nilai maksimum}) \times 100\%$   
 $= (1151 : 1500) \times 100\%$   
 $= 76,73\%$

Setelah melakukan perhitungan diatas, maka garis kontinum dari motivasi *personal seeking* adalah sebagai berikut ini.



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.12

#### Garis Kontinum *Personal Seeking*

Pada gambar 4.11 dapat dilihat bahwa skor total dari *personal seeking* sebesar 1151 dengan skor ideal sebesar 1500. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan *personal seeking* berada pada posisi yang baik. Hal itu mengindikasikan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya memiliki motivasi berkunjung berdasarkan keinginan untuk merasakan hal yang positif bagi dirinya sendiri dengan cara berbelanja kerajinan bordir Kota Tasikmalaya.

#### 4.3.2.4 *Interpersonal Seeking*

Pada penelitian ini, yang dimaksud dengan *interpersonal seeking* yaitu motivasi berkunjung berdasarkan keinginan untuk mendapatkan hasil yang positif bagi kehidupan bersosial wisatawan itu sendiri melalui cara berwisata di

lingkungan yang berbeda. Berikut ini merupakan hasil yang diperoleh berdasarkan jawaban responden yang mengunjungi sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya.

Tabel 4.8  
Hasil Analisis *Interpersonal Seeking*

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Jumlah	Skor Total
		5	4	3	2	1		
1	Keinginan untuk bersama orang-orang yang memiliki kesukaan yang sama terhadap bordir.	29	47	20	3	1	100	400
		29%	37,6%	12%	1,2%	0,2%	100%	80%
2	Keinginan untuk membuat teman atau keluarga menjadi lebih dekat dengan cara berbelanja bersama.	17	33	43	7	0	100	360
		17%	26,4%	25,8%	2,8%	0%	100,0%	72%
3	Keinginan untuk bertemu orang-orang (pengrajin, penjual, atau pembeli) yang baru.	28	44	27	1	0	100	399
		28%	35,2%	16,2%	0,4%	0%	100,0%	79,8%
<b>Total Skor</b>								1159
<b>Persentase Skor</b>								<b>77,27%</b>

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan sebelumnya, pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa motivasi berkunjung berdasarkan keinginan untuk bersama orang-orang yang memiliki kesukaan yang sama terhadap kerajinan bordir memiliki skor tertinggi dengan skor total sebesar 400 dan persentasenya sebesar 80%. Pada dasarnya, indikator ini berada pada posisi yang sangat baik pada subvariabel ini. Hal tersebut dapat dikarenakan sebagian besar wisatawan yang berkunjung merupakan wanita yang dimana mereka lebih suka untuk berbagi pengetahuan terhadap apa yang mereka sukai.

Keinginan untuk bertemu orang-orang yang baru berada pada peringkat selanjutnya dengan skor total sebesar 399 dan persentasenya sebesar 79,8%. Selanjutnya keinginan untuk membuat teman atau keluarga menjadi lebih dekat dengan cara berbelanja bersama memiliki skor terkecil dalam subvariabel ini dengan skor total sebesar 360 dan persentasenya sebesar 72%. Berdasarkan hasil tersebut maka selanjutnya akan dilakukan perhitungan untuk dimasukkan kedalam garis kontinum dengan ketentuan sebagai berikut ini:

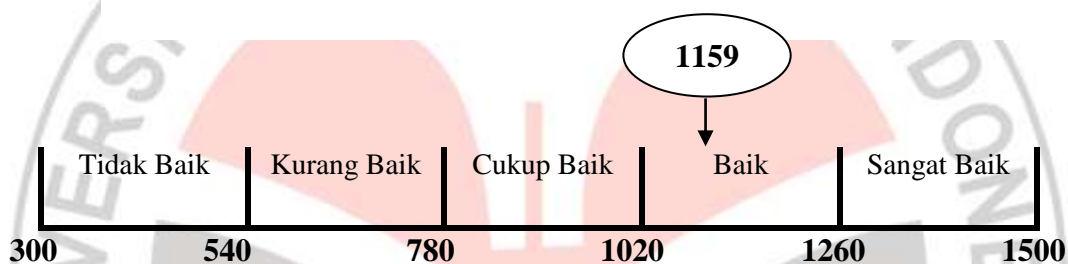
Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA

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

- a. Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 3 \times 100 = 1500$
- b. Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 3 \times 100 = 300$
- c. Jarak Interval =  $(\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}) : 5$   
 $= (1500 - 300) : 5$   
 $= 240$
- d. Persentase Skor =  $([\text{total skor}] : \text{nilai maksimum}) \times 100\%$   
 $= (1159 : 1500) \times 100\%$   
 $= 77,267\%$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka garis kontinum dari subvariabel *interpersonal seeking* adalah sebagai berikut ini:



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.13

#### Garis Kontinum *Interpersonal Seeking*

Pada gambar 4.12 dapat dilihat bahwa skor total dari motivasi *interpersonal seeking* wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir Kota Tasikmalaya sebesar 1159. Dengan demikian, *interpersonal seeking* berada pada posisi yang baik. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya memiliki keinginan untuk memperoleh manfaat yang positif bagi kehidupan bersosial mereka melalui berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya.

#### 4.3.2.5 Rekapitulasi Motivasi Berkunjung

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa variabel motivasi dalam penelitian ini terdiri dari 4 subvariabel yang diteliti. Penelitian tersebut dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana motivasi yang dimiliki oleh wisatawan dalam mengunjungi sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya berdasarkan keempat subvariabel tersebut. Setelah itu dapat diketahui pula

Muhamad Irdan Rusyaman, 2013

PENGARUH CITRA KERAJINAN BORDIR TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE SENTRA KERAJINAN BORDIR DI KOTA TASIKMALAYA

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

kategori mana yang menjadi posisi dari motivasi berkunjung wisatawan melalui garis kontinumnya. Untuk mengetahui bagaimana motivasi berkunjung wisatawan ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya secara keseluruhan, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.9  
Hasil Analisis Motivasi Berkunjung

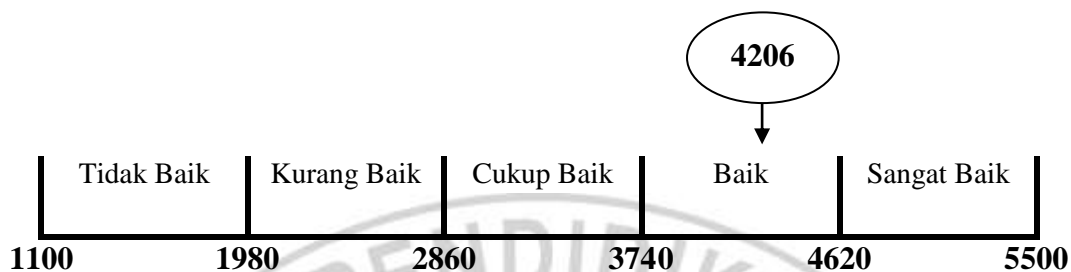
No	Subvariabel	Skor Total	Persentase	Keterangan
1	<i>Personal Escape</i>	1189	79,27%	Baik
2	<i>Interpersonal Escape</i>	707	70,70%	Baik
3	<i>Personal Seeking</i>	1151	76,73%	Baik
4	<i>Interpersonal Seeking</i>	1159	77,27%	Baik
<b>Total Skor</b>		<b>4206</b>		
<b>Persentase Skor</b>		<b>76,47%</b>		

Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Pada tabel 4.9 dapat dilihat bagaimana motivasi berkunjung wisatawan ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya berdasarkan subvariabel yang ada. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa motivasi berkunjung memiliki skor total sebesar 4206. Skor total tersebut kemudian akan dimasukkan kedalam garis kontinum yang perhitungannya sebagai berikut ini.

- a. Nilai Indeks Maksimum =  $5 \times 11 \times 100 = 5500$
- b. Nilai Indeks Minimum =  $1 \times 11 \times 100 = 1100$
- c. Jarak Interval =  $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$   
 $= (5500 - 1100) : 5$   
 $= 880$
- d. Persentase Skor =  $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$   
 $= (4206 : 5500) \times 100\%$   
 $= 76,472\%$

Berdasarkan dari hasil perhitungan tersebut, maka berikut ini merupakan garis kontinum dari wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya.



Sumber : Hasil pengolahan data (2013)

Gambar 4.14

#### Garis Kontinum Motivasi Berkunjung

Pada gambar 4.13 dapat dilihat bahwa motivasi berkunjung wisatawan ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya memiliki skor total sebesar 4206 dengan persentasenya sebesar 76,47% dari skor idealnya yaitu sebesar 5500. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dilihat motivasi berkunjung wisatawan berada pada kategori baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi yang dimiliki wisatawan untuk berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya dinilai baik.

Apabila dilihat berdasarkan setiap subvariabel yang ada dari motivasi berkunjung, *personal escape* memiliki skor total tertinggi sebesar 1189. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan mengatakan bahwa mereka berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya karena keinginan untuk keluar dari kebiasaan mereka baik dalam kegiatan sehari-hari mereka ataupun dari kebiasaan berbelanja mereka sebelumnya. Hal tersebut dapat dikarenakan karena sebagian besar dari responden merupakan pegawai yang dimana memiliki keinginan untuk keluar dari keseharian pekerjaan mereka. Selain itu, sebagian besar wisatawan juga berasal dari luar Kota Tasikmalaya yang melakukan kunjungan dengan maksud untuk keluar dari kebiasaan mereka dalam berbelanja melalui kunjungan ke lingkungan yang diluar dari lingkungan asal mereka.

Kemudian posisi selanjutnya ditempati variabel *interpersonal seeking* dengan skor total sebesar 1159. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya melakukan kunjungan dengan memiliki keinginan untuk mendapatkan nilai yang positif bagi kehidupan bersosial mereka baik itu untuk berkumpul bersama orang-orang yang memiliki kesukaan yang sama terhadap kerajinan bordir, untuk membuat keluarga atau teman menjadi lebih dekat melalui berbelanja dan berkunjung bersama, serta keinginan untuk bertemu orang-orang yang baru baik itu pengrajin, penjual, ataupun pembeli kerajinan bordir.

Subvariabel *personal seeking* berada pada posisi selanjutnya dengan skor total sebesar 1151. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya memiliki motivasi berkunjung dengan keinginan untuk mendapatkan hasil yang positif bagi dirinya sendiri baik itu dalam bentuk aktualisasi diri dengan cara menceritakan pengalaman berbelanja yang didapat, untuk menyenangkan dirinya, serta keinginan untuk mendapatkan pengalaman berbelanja yang baru.

Subvariabel *interpersonal escape* memiliki skor nilai terkecil dengan skor sebesar 707. Walaupun memiliki skor total paling kecil, subvariabel ini tetap berada pada posisi yang baik. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya memiliki motivasi berkunjung untuk menghindari konflik dari dalam dirinya yang diakibatkan oleh faktor eksternal. Motivasi tersebut dapat berbentuk keinginan untuk menghindari orang-orang yang mengganggu di tempat berbelanja sebelumnya baik itu pengrajin, penjual, ataupun pembeli kerajinan bordir. Selain itu, motivasi lainnya yaitu keinginan untuk mengikuti *trend* orang lain di lingkungannya dalam menggunakan kerajinan bordir.

#### **4.4 Pengaruh Citra Kerajinan Bordir Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan ke Sentra Kerajinan Bordir di Kota Tasikmalaya.**

Pada pembahasan selanjutnya, dalam penelitian ini akan diketahui bagaimana pengaruh antara Citra (X) kerajinan bordir terhadap Motivasi Berkunjung (Y)

wisatawan ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya dengan beberapa tahap seperti yang akan dibahas berikut ini.

#### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang dijadikan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Dalam pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan *software* SPSS ver. 20. Berikut ini merupakan hasil pengujian tersebut.

Tabel 4.10

#### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Motivasi
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3.8239
	Std. Deviation	.38907
	Absolute	.082
Most Extreme Differences	Positive	.082
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.824
Asymp. Sig. (2-tailed)		.505

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, jika signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal dan jika hasilnya sebaliknya maka data terdistribusi tidak normal. Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini sebesar 0,505 yang dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang ada berdistribusi normal.

#### 4.4.2 Uji Korelasi

Pada penelitian ini, uji korelasi dilakukan untuk mengetahui bagaimanakah hubungan antara citra (X) dengan motivasi (Y) dan untuk mengetahui seberapa besarkah hubungan tersebut. Pengujian korelasi dalam penelitian ini



menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan software SPSS ver. 20. Berikut ini merupakan hasil dari pengujian korelasi antara Citra dengan Motivasi Berkunjung.

Tabel 4.11  
Korelasi Pearson

		Citra	Motivasi
Citra	Pearson Correlation	1	.528**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Motivasi	Pearson Correlation	.528**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.11 di atas diperoleh nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,528. Apabila melihat pedoman interpretasi koefisien korelasi oleh Arikunto seperti yang telah dijelaskan pada bab 3, maka hasil korelasi sebesar 0,528 ini berada pada hubungan yang cukup kuat. Dapat disimpulkan bahwa, antara variabel Citra (X) terhadap variabel Motivasi Berkunjung (Y) memiliki hubungan yang cukup kuat.

#### 4.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Setelah menganalisis mengenai hubungan antara Citra dan Motivasi Berkunjung, tahapan selanjutnya yaitu untuk mengetahui mengenai pengaruh antara Citra terhadap Motivasi Berkunjung. Untuk mengetahui pengaruh antara Citra terhadap Motivasi Berkunjung dalam penelitian ini akan menggunakan rumus analisis regresi linier sederhana dengan ketentuan sebagai berikut ini:

$$Y = a + bX$$

Keterangan : Y = Motivasi Berkunjung

X = Citra Kerajinan Bordir

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dalam melakukan analisis dengan rumus tersebut, penulis menggunakan *software* SPSS ver. 20. Setelah memasukan data rata-rata jawaban tiap responden dari butir-butir pertanyaan yang diberikan, maka akan diketahui *output* dari pengaruh Citra terhadap Motivasi Berkunjung seperti berikut ini:

Tabel 4.12  
Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.164	.303		3.837	.000
	Citra	.378	.090	.391	4.208	.000

a. Dependent Variable: Motivasi

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear sederhana melalui *software* SPSS ver. 20 maka di dapatkan *output* seperti dalam tabel 4.12 diatas. Berdasarkan rumus regresi linear sederhana yaitu  $Y = a + bX$  maka berdasarkan hasil *ouput* SPSS hasil model regresi yaitu  $Y = 1.164 + 0.378X$ . Nilai konstanta (a) memiliki arti bahwa ketika Citra (X) bernilai 0, maka Motivasi Berkunjung bernilai positif sebesar 1.164. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa ketika Citra meningkat 1, maka Motivasi Berkunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.378. Maka dapat dikatakan bahwa Citra bernilai positif. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa antara Citra dengan Motivasi Berkunjung memiliki pengaruh yang positif. Dengan kata lain, apabila Citra semakin baik maka Motivasi Berkunjung akan semakin baik juga sebaliknya apabila Citra semakin buruk maka Motivasi Berkunjung menjadi semakin buruk.

#### 4.4.4 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk melihat persentase seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh Citra terhadap Motivasi Berkunjung. Koefisien determinasi ( $r^2$ ) dapat dilihat pada tabel *model summary* hasil *output* SPSS yang dilakukan pada pengujian regresi. Berikut ini merupakan hasil dari *output* tersebut:

Tabel 4.13  
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.391 <sup>a</sup>	.153	.144	.74754

a. Predictors: (Constant), Citra

Dari hasil tabel 4.13 diatas diketahui bahwa besarnya  $r^2$  adalah 0,391. Kemudian dimasukkan ke dalam rumus koefisien determinasi yaitu:

$$\begin{aligned} kd &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,528)^2 \times 100\% \\ &= 39,1\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tersebut, maka dalam penelitian ini besarnya pengaruh Citra terhadap Motivasi Berkunjung adalah sebesar 39,1% sedangkan sisanya sebesar 60,9% merupakan pengaruh dari variabel lainnya yang tidak diteliti. Apabila melihat pedoman interpretasi koefisien determinasi oleh Sugiyono seperti yang telah dijelaskan pada bab 3, maka hasil koefisien determinasi sebesar 39,1% ini berada pada pengaruh yang rendah. Dapat disimpulkan bahwa, antara variabel Citra (X) terhadap variabel Motivasi Berkunjung (Y) memiliki pengaruh yang rendah.

#### 4.4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah yang sesuai dengan model analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana. Setelah dilakukan analisis koefisien determinasi maka kemudian dilakukan pengujian hipotesis untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang tinggi atau tidak antara kedua variabel yaitu variabel Citra (X) dengan Motivasi Berkunjung (Y). Dengan melihat tabel koefisien regresi maka akan diketahui nilai  $t$  dalam pengujian hipotesis. Adapun koefisien regresinya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14  
Koefisien Regresi

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.164	.303		3.837	.000
	Citra	.378	.090	.391	4.208	.000

a. Dependent Variable: Motivasi

Berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, didapatkan bahwa citra (X) memiliki hubungan yang signifikan dengan motivasi berkunjung. Hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 4,208. Dengan  $\alpha = 5\%$  dan  $dk = n - 2 = 98$  diperoleh nilai t tabel sebesar 1,6606. Dalam pengujian hipotesis ini hipotesis awal peneliti adalah:

$H_0$  → Citra tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi Berkunjung.

$H_1$  → Citra mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi Berkunjung.

Dengan kriteria pengujian:

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hit} > t_{tab}$ , terima dalam hal lainnya.

Setelah melakukan perhitungan maka berdasarkan tabel 4.16, diperoleh nilai t hitung sebesar 4,208. Karena nilai t hitung (4,208) > t tabel (1,6606), maka  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan dari citra kerajinan bordir terhadap motivasi berkunjung wisatawan ke sentra kerajinan bordir di Kota Tasikmalaya.