

NO. DAFTAR FPIPS: 3060/UN40.F2.8/PT/2022

PENGARUH *TOURIST MOTIVATION* TERHADAP *VISIT DECISION*

(Survei terhadap Wisatawan Nusantara dalam Kunjungan ke Desa Adat
Penglipuran Bali)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata
pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



Oleh
Yoga Fatwa R
1606757

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

LEMBAR HAK CIPTA
PENGARUH *TOURIST MOTIVATION* TERHADAP *VISIT DECISION*
(Survei terhadap wisatawan Nusantara dalam kunjungan ke Desa Adat
Penglipuran Bali)

Oleh
Yoga Fatwa R.
1606757

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
Fakultas Ilmu Pendidikan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

©Yoga Fatwa R, 2022
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *TOURIST MOTIVATION* TERHADAP *VISIT DECISION*

(Survei terhadap wisatawan Nusantara dalam kunjungan ke Desa Adat
Penglipuran Bali)

Skripsi ini disetujui dan disahkan
oleh:

Pembimbing 1



Yeni Yuniawati, S.Pd., MM
NIP. 19810608 200604 2001

Pembimbing 2



Oce Ridwanudin, SE., MM
NIP. 19810407 201012 1 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata



Yeni Yuniawati, S.Pd., MM
NIP. 19810608 200604 2001

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis



Yoga Fatwa R.
NIM. 1606757

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh *Tourist Motivation* terhadap *Visit Decision* (Survei terhadap wisatawan Nusantara dalam kunjungan ke Desa Adat Penglipuran Bali) 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 dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Januari 2022

Yang Membuat Pernyataan



Yoga Fatwa R.

NIM. 1606757

ABSTRAK

Yoga Fatwa R. (1606757), “Pengaruh *Tourist Motivation* terhadap *Visit Decision*” (Survei terhadap wisatawan Nusantara dalam kunjungan ke Desa Adat Penglipuran Bali) di bawah bimbingan Yeni Yuniawati, S.Pd., MM dan Oce Ridwanudin, SE., M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *tourist motivation* terhadap *visit decision* di Desa Adat Penglipuran Bali. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *tourist motivation* yang terdiri dari beberapa sub-dimensi yaitu *scenery and exotic experience, culture, relaxation, self-actualization, physical refreshment, dan pleasure seeking/fantasy* serta yang menjadi variabel terikat (Y) adalah *visit decision*. Metode yang digunakan adalah survei menggunakan judgmental sampling dengan jumlah responden sebanyak 130 terdiri dari wisatawan individu yang melakukan kunjungan wisatawan ke Desa Adat Penglipuran Bali. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS for Windows 26.0. *Scenery and exotic places, culture, dan relaxation* memiliki nilai tertinggi. Sedangkan *self-actualization, physical refreshment, dan pleasure seeking/fantasy* memiliki nilai terendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel *tourist motivation* memberi pengaruh signifikan pada *visit decision* di Desa Adat Penglipuran Bali. Namun secara terpisah hanya tiga sub dimensi dari variabel *tourist motivation* yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Kata kunci— *tourist motivation, visit decision*

ABSTRACT

Yoga Fatwa R. (1606757), “The Influence of Tourist Motivation on Visit Decisions” (Survey of Nusantara tourist during a visit to the Penglipuran Traditional Village in Bali) under the guidance of Yeni Yuniawaati, S.Pd., MM and Oce Ridwanudin, Se., M.M.

The purpose of this study was to determine how the influence of tourist motivation on the decision to visit the Penglipuran Traditional Village in Bali. The independent variable (X) in this study is the motivation of tourist which consists of several sub-dimensions namely scenery and exotic places, culture, relaxation, self-actualization, physical refreshment, and pleasure seeking/fantasy and the determining variable (Y) is visit decision. The method used is a survey using judgment sampling with a total of 130 respondents consisting of individual tourist who visit the Penglipuran Traditional Village in Bali. The data analysis technique used is multiple regression using the IBM SPSS for Windows 26.0 assistance program. Scenery and exotic places, culture, and relaxation are the highest value. Meanwhile, self-actualization, physical refreshment, and pleasure seeking/fantasy had the lowest value. The result showed that together the variables of tourist motivation had a significant influence on the decision to visit the Penglipuran Traditional Village in Bali. However, separately only three sub-dimensions of the tourist motivation variable have a significant effect on visiting decisions.

Keywords— tourist motivation, decision to visit

KATA PENGANTAR

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Sidang dan mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata – Universitas Pendidikan Indonesia. Tujuan dari skripsi ini yaitu untuk mencari pengaruh antara *tourist motivation* terhadap *visit decision* di Desa Adat Penglipuran Bali. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis memohon maaf apabila masih banyak kesalahan kritik dan saran dari teman-teman pembaca akan sangat berguna bagi perbaikan penelitian ini kedepannya.

Bandung, Januari 2022

Yoga Fatwa R.

UCAPAN TERIMA KASIH

Berkat rahmat dan karunia Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr. Agus Mulyana M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia dan selaku dosen pembimbing I atas segala keikhlasan, ketelitian dan kesungguhan beliau dalam membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Oce Ridwanudin, SE., M.M, selaku pembimbing II atas saran dan masukan baik secara teoritis dan praktis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Firman Aziz, M.Pd. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan motivasi selama menjalani perkuliahan ini.
6. Bapak Taufik Abdullah, SE., M.M.Par, HP. Diyah Setiyorini, M.M, Ibu Rini Andari, SE.Par., M.M, Bapak Gitasiswhara, SE.Par., M.M, Ibu Dewi Pancawati N, S.Pd., M.M dan seluruh dosen-dosen di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata atas segala ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI atas segala ilmu dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Pihak Desa Adat Penglipuran Bali yang telah memberikan bantuan dan izin sehingga penelitian ini dapat selesai tanpa hambatan yang berarti.
9. Seluruh keluarga terutama Mama, Papa, Kakak, dan Adik dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, tiada hentinya memberikan

- kasih sayang, mencintai dan memberikan semangat serta tak hentinya mendoakan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Adriel Muhammad Derian, Dinda Elmanda, Ilhaam Alfano, Shofa Nurafina, Bagas Riadhi, Pawestyagi Pamungkas dan Nur Khalizah yang selalu mendengarkan curahan hati dikala mumet dengan skripsi.
 11. Salma Khairunnisa, Ghani Fadhilah, Raken Giadhi Awangga, Gamma Pradana, Bayu Fachrezi dan Rafi Muhammad yang selalu mengingatkan saya untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
 12. Regitha Jauhari, Sekar Dinda, dan Dany Fakhur yang selalu menemani dikala ada revision menyerang
 13. Biarizq Salsabila Nasywa yang dulu mengingatkan untuk menyelesaikan studi di Manajemen Pemasaran Pariwisata
 14. Teman-teman MPP angkatan 2016 atas segala suka duka yang dilalui bersama selama masa perkuliahan.
 15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut serta membantu penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga segala bantuan dari seluruh pihak mendapat balasan berlipat ganda oleh Allah SWT.

Bandung, Januari 2022

Yoga Fatwa R.

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Konsep Variabel <i>Visit Decision</i>	9
2.1.1.2 Definisi-definisi <i>Visit Decision</i>	10
2.1.1.3 Dimensi/indikator/unsur-unsur variable <i>Visit Decision</i>	11
2.1.1.4 Model Konsep variable <i>Visit Decision</i>	12
2.1.2 Konsep Variabel <i>Tourist Motivation</i>	13
2.1.2.1 Konsep Variabel <i>Tourist Motivation</i> dalam kajian <i>Consumer Behavior</i>	13
2.1.2.2 Definisi-definisi <i>Tourist Motivation</i>	14
2.1.2.3 Dimensi/indikator/unsur-unsur variable <i>Tourist Motivation</i> ...	16
2.1.2.4 Model Konsep variable <i>Tourist Motivation</i>	18
2.1.3 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kerangka Pemikiran	19

2.3	Hipotesis	22
BAB III.....		24
METODOLOGI PENELITIAN		24
3.1	Objek Penelitian	24
3.2	Metode Penelitian.....	25
3.2.1	Jenis dan Metode yang Digunakan	25
3.2.2	Operasional Variabel.....	26
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	35
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	36
3.2.4.1	Populasi.....	36
3.2.4.2	Sampel	37
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	38
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	39
3.2.6.1	Rencana Pengujian Validitas	39
3.2.6.2	Rencana Pengujian Reabilitas.....	43
3.2.7	Analisis Data	45
3.2.7.1	Analisis Data Deskriptif.....	45
3.2.7.2	Analisis Data Verifikatif.....	47
3.2.7.3	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	47
3.2.7.4	Analisis Data Berganda	48
3.2.8	Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV		55
PEMBAHASAN		55
4.1	Profil, karakteristik dan Pengalaman Konsumen	55
4.1.1	Profil Perusahaan	55
4.1.1.1	Identitas Perusahaan	55
4.1.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	55
4.1.1.3	Produk dan Jasa yang ditawarkan.....	56
4.1.2	Karakteristik dan Pengalaman Wisatawan Desa Adat Penglipuran Bali	57

4.1.2.1	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia..	57
4.1.2.2	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Tinggal	58
4.1.2.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	58
4.1.2.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan perbulan	59
4.1.3	Karakteristik dan Pengalaman Wisatawan Desa Adat Penglipuran Bali	59
4.1.3.1	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Desa Adat Penglipuran Bali.....	60
4.1.3.2	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Teman Kunjungan ke Desa Adat Penglipuran Bali.....	60
4.1.3.3	Pengalaman Wisatawan Desa Adat Penglipuran Bali Berdasarkan Sumber Informasi	61
4.1.3.4	Pengalaman Wisatawan Desa Adat Penglipuran Bali Berdasarkan Lama Berkunjung	61
4.1.3.5	Pengalaman Wisatawan Desa Adat Penglipuran Bali Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan.....	62
4.2	Pelaksanaan <i>Tourist Motivation</i> di Desa Adat Penglipuran Bali	62
4.2.1	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Scenery and Exotic Experience</i> ...	63
4.2.2	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Culture</i>	64
4.2.3	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Relaxation</i>	65
4.2.4	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Self-actualization</i>	66
4.2.5	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Physical Refreshment</i>	67
4.2.6	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Pleasure seeking/fantasy</i>	69
4.2.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Tourist Motivation</i> di Desa Adat Penglipuran Bali	70
4.3	Gambaran <i>Visit Decision</i> di Desa Adat Penglipuran Bali	72
4.3.1	Tanggapan Wisatawan Desa Adat Penglipuran Bali terhadap <i>Visit Decision</i>	72
4.3.2	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Visit Decision</i> di Desa Adat Penglipuran Bali	76

4.4	Pengaruh <i>Tourist Motivation</i> terhadap <i>Visit Decision</i> di Desa Adat Penglipuran Bali	77
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Regresi.....	78
4.4.1.1	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas	78
4.4.1.2	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	79
4.4.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas	79
4.4.1.4	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi	80
4.4.1.5	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas.....	81
4.4.2	Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi	82
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	82
4.4.4	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)....	83
4.4.5	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Tourist Motivation</i> terhadap <i>Visit Decision</i>	85
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
4.5.1	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Tourist Motivation</i>	86
4.5.2	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Visit Decision</i>	86
4.5.3	Pengaruh <i>Tourist Motivation</i> terhadap <i>Visit Decision</i>	87
4.6	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	88
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	88
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	88
	BAB V.....	90
	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Rekomendasi	91
	DAFTAR PUSTAKA	93
	LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	2
TABEL 1.2	4
TABEL 1.3	6
TABEL 2.1	10
TABEL 2.2	15
TABEL 2.3	16
TABEL 2.4	18
TABEL 3.1	27
TABEL 3.2	35
TABEL 3.3	36
TABEL 3.4	37
TABEL 3.5	39
TABEL 3.6	40
TABEL 3.7	45
TABEL 3.8	47
TABEL 4.1	57
TABEL 4.2	58
TABEL 4.3	58
TABEL 4.4	59
TABEL 4.5	60
TABEL 4.6	60
TABEL 4.7	61
TABEL 4.8	61
TABEL 4.9	62
TABEL 4.10	63
TABEL 4.11	64
TABEL 4.12	65
TABEL 4.13	66
TABEL 4.14	67
TABEL 4.15	69
TABEL 4.16	70

TABEL 4.17	72
TABEL 4.18	76
TABEL 4.19	78
TABEL 4.20	79
TABEL 4.21	80
TABEL 4.22	81
TABEL 4.23	81
TABEL 4.24	82
TABEL 4.25	83
TABEL 4.26	83

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	12
GAMBAR 2.2	12
GAMBAR 2.3	18
GAMBAR 2.4	21
GAMBAR 2.5	22
GAMBAR 3.1	49
GAMBAR 4.1	55
GAMBAR 4.2	72
GAMBAR 4.3	77