

**PENGARUH MOTIVASI, SIKAP DAN CITRA DESTINASI WISATA
TERHADAP INTENSI MENGUNJUNGI ULANG STUDI KASUS PADA
WISATA KEBUN RAYA BOGOR**

FEBRIANY HARYADINATA

8135132234



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATANIAGA

JURUSAN EKONOMI & ADMINISTRASI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2017

***THE EFFECTS OF MOTIVATION, ATTITUDE AND DESTINATION
IMAGE TOWARDS REVISIT INTENTION IN CASE STUDIES ON BOGOR
BOTANICAL GARDEN***

FEBRIANY HARYADINATA

8135132234



*Building
Future
Leaders*

***This Thesis is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor
of Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF ADMINISTRATION BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2017

ABSTRAK

FEBRIANY HARYADINATA, PENGARUH MOTIVASI, SIKAP DAN CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP INTENSI BERKUNJUNG ULANG STUDI KASUS PADA WISATA KEBUN RAYA BOGOR, Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juli 2017.

Tujuan saya melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel motivasi, sikap dan citra destinasi wisata terhadap niat dalam melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata Kebun Raya Bogor. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan terhitung sejak Januari 2017 sampai dengan Juni 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik kuesioner dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 240 responden yang terdiri dari orang-orang yang sedang berada di pintu keluar Kebun Raya Bogor (KRB) dengan menggunakan teknik pengambilan sampelnya adalah convenience sampling. Persamaan regresi yang dihasilkan dari data yang diperoleh adalah untuk variabel motivasi (X_1) terhadap niat berkunjung ulang (Y) sebesar $\hat{Y} = 15,57 + 0,6078X$, untuk variabel sikap (X_2) terhadap niat berkunjung ulang (Y) sebesar $\hat{Y} = 24,69 + 0,6818X$ dan untuk variabel citra destinasi (X_3) terhadap niat berkunjung ulang (Y) sebesar $\hat{Y} = 24,05 + 0,6111X$. Penelitian ini menggunakan uji persyaratan analisis yaitu menggunakan uji normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov) dengan menggunakan SPSS 16.0. Hasil pengujian dapat diketahui dengan melihat nilai *Asymp & Sig*. Nilai *Asymp & Sig* niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y) sebesar 0,750 nilai *Asymp & Sig* motivasi (X_1) sebesar 0,258 nilai *Asymp & Sig* sikap (X_2) sebesar 0,180 dan nilai *Asymp & Sig* citra destinasi (X_3) sebesar 0,101. Berdasarkan teori jika nilai *Asymp & Sig* lebih besar dari 0,05 maka data tersebut disimpulkan berdistribusi normal. Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dan heteroskedastisitas, sehingga dapat dikatakan bahwa persamaan regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi. Selanjutnya dilakukan uji t dan dihasilkan untuk variabel motivasi (X_1) nilai $t_{hitung} = 10,67 > t_{tabel} = 1,96$. Untuk variabel sikap (X_2) nilai $t_{hitung} = 10,20 > t_{tabel} = 1,96$ dan untuk variabel citra destinasi (X_3) nilai $t_{hitung} = 10,41 > t_{tabel} = 1,96$. Dengan demikian, dapat disimpulkan dari hasil perhitungan uji t tersebut maka terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara X_1 ke Y , X_2 ke Y dan X_3 ke Y . Koefisien determinasi yang diperoleh untuk variabel motivasi (X_1) sebesar 32.3% untuk variabel sikap (X_2) sebesar 30.4% dan untuk variabel citra destinasi (X_3) sebesar 31.3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y) ditentukan oleh motivasi (X_1), sikap (X_2) dan citra destinasi (X_3) sesuai dengan nilai koefisien determinasi pada masing-masing variabel.

Kata kunci : Niat berkunjung ulang, Motivasi, Sikap, Citra Destinasi, Kebun Raya Bogor

ABSTRACT

FEBRIANY HARYADINATA, THE EFFECTS OF MOTIVATION, ATTITUDE AND DESTINATION IMAGE TOWARDS REVISIT INTENTION IN CASE STUDIES ON TOUR BOGOR BOTANICAL GARDEN. Thesis, Jakarta: Study Program of Commerce Education, Departement of Economic and Administration, Faculty of Economic, Universitas Negeri Jakarta.

My aim to do this research is to know whether there is influence positively and significant from variable of motivation, attitude and destination image towards revisit intention in Bogor Botanical Garden. This research was conducted for 6 months starting from January 2017 until June 2017. The research method used is survey method with questionnaire technique with quantitative approach. The data used in this study as many as 240 respondents consisting of people who were at the exit of Bogor Botanical Gardens (KRB) by using sampling technique is convenience sampling. The regression equation resulting from the data obtained is for the motivation variable (X_1) on the re-visit intention (Y) of $\hat{Y} = 15.57 + 0.6078X$, for the attitude variable (X_2) on the re-visit intention (Y) of $\hat{Y} = 24,69 + 0.6818X$ and for destination image variable (X_3) to re-visit intention (Y) equal to $\hat{Y} = 24,05 + 0,6111X$. This study uses the test requirements analysis that is using the test of normality (Kolmogorov Smirnov Test) using SPSS 16.0. Test results can be seen by looking at the value of Asymp & Sig. The value of Asymp & Sig intention to re-visit the Bogor Botanical Gardens (Y) is 0.750 Asymp & Sig motivation (X_1) value of 0.258 Asymp value & Sig attitude (X_2) of 0.180 and Asymp & Sig value of destination image (X_3) of 0.101. Based on the theory if the value of Asymp & Sig is greater than 0.05 then the data is inferred normal distribution. The classical assumption test using multicollinearity test and heteroscedasticity test showed that there was no problem of multicollinearity and heteroscedasticity, so it can be said that a good and ideal regression equation can be fulfilled. Then t test and generated for the variable of motivation (X_1) t_{count} value $10.67 > t_{table}$ 1,96. For attitude variable (X_2) t_{count} 10.20 > t_{table} 1,96 and for destination image variable (X_3) t_{count} 10.41 > t_{table} 1,96. Thus, it can be concluded from the results of t test calculation then there is a positive and significant relationship between X_1 to Y , X_2 to Y and X_3 to Y . Coefficient of determination obtained for variable motivation (X_1) of 32.3% for attitude variable (X_2) Of 30.4% and for destination image variable (X_3) of 31.3%. It shows that the variable intention to re-visit Bogor Botanical Gardens (Y) is determined by motivation (X_1), attitude (X_2) and destination image (X_3) according to the coefficient of determination value on each variable.

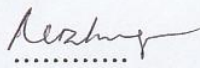
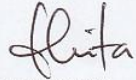
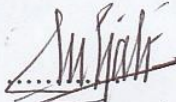
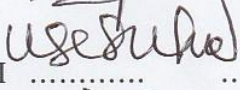
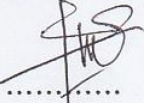
Keywords : *Revisit, Intention, Motivastion, Attitude, Destination Image, Bogor Botanical Garden*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Ketua Penguji		19 Juli 2017
2. <u>Dita Puruwita, S.Pd, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Penguji Ahli		19 Juli 2017
3. <u>Dra. Rohyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Sekretaris		19 Juli 2017
4. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP. 197002122008121001	Dosen Pembimbing I		19 Juli 2017
5. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Dosen Pembimbing II		19 Juli 2017

Tanggal Lulus : 18 Juli 2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 18 Juli 2017

Yang membuat pernyataan



Febriany Haryadinata

No.Reg. 8135132234

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Segala hasil yang dilakukan dengan usaha yang keras dan berdoa pasti tidak akan pernah mengecewakan, kerjakanlah semua tanggung jawab dengan sukacita dan tidak bersungut-sungut pasti Tuhan pasti akan memberikan segala sesuatu yang terbaik. Sementara ketika kita sedang melewati proses tersebut percayalah bahwa apapun yang sedang dihadapi tidak akan melebihi kemampuan umatNya. Seperti yang tertulis :

“Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai, Ia akan memberikan kepadamu jalan ke luar, sehingga kamu dapat menanggungnya” (1 Korintus 10:13).

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga, terutama mami dan papi yang sudah berdoa buat saya serta memberikan dukungan dan semangat untuk saya hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dan anugerah-Nya sehingga peneliti dapat diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun serta menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi, Sikap dan Citra Destinasi Wisata terhadap Intensi Mengunjungi Ulang studi kasus pada Wisata Kebun Raya Bogor”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Usep Suhud, Ph. D. selaku dosen pembimbing skripsi I yang telah memberikan pengetahuan yang baru bagi penulis, pengalaman luar biasa, berbeda dan berharga, serta kesabaran dan perhatian yang diberikan selama membimbing penulis dalam pembuatan skripsi dari awal sampai akhir penyusunan skripsi, semoga menjadi amal ibadah yang berkah bagi seluruh keluarga
2. Dr. Corry Yohana, MM selaku dosen pembimbing II dan selaku koordinator Program Studi Pendidikan TATA NIAGA yang telah memberikan arahan, semangat, saran selama penyusunan skripsi ini.

3. Dr. Dedi Purwana, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi Khususnya di Program Studi Pendidikan Tataniaga.
5. Kedua Orangtua Peneliti, Ibu Liliani Ayah Latief serta Kakak Enrico dan Adik Ferdinand Haryadinata.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan selama masa kuliah dan teman-teman satu bimbingan terutama untuk grup sibuk ngejar toga yang sudah memberikan semangat dan saran.

Peneliti menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran, kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan

Jakarta, Juli 2017

Febriany Haryadinata

DAFTAR ISI

ABSTRAK	III
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	V
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	VI
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Perumusan Masalah	11
E. Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	13
A. Deskripsi Konseptual.....	13
1. Niat Mengunjungi Ulang ke KRB.....	13
2. Motivasi	18
3. Sikap.....	24
4. Citra Destinasi Wisata.....	29

B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	34
C. Kerangka Teoretik.....	50
1. Motivasi terhadap niat mengunjungi ulang.....	51
2. Sikap terhadap niat mengunjungi ulang.....	53
3. Citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang.....	55
D. Perumusan Hipotesis	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
A. Tujuan Penelitian.....	57
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	57
a. Tempat Penelitian.....	57
b. Waktu Penelitian	58
C. Metode Penelitian	58
1. Metode.....	58
2. Konstelasi Hubungan antar Variabel.	59
D. Populasi dan Sampel.....	60
1. Populasi.....	60
2. Sampel.....	61
E. Teknik pengumpulan data.....	62
1. Niat Mengunjungi Ulang ke KRB.....	62
2. Motivasi	70
3. Sikap.....	74
4. Citra Destinasi Wisata.....	78
F. Teknik Analisis Data	83

1. Analisis Deskriptif	83
2. Pengujian Persyaratan Analisis	83
a. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	83
b. Uji Linieritas Regresi	84
c. Uji Asumsi Klasik.....	85
d. Uji Heteroskedastisitas	86
3. Uji Hipotesis.....	88
a. Analisis Regresi Linier	88
b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t)	89
c. Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	90
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	92
A. Deskripsi Data	92
1. Deskripsi Data Responden	92
a. Domisili.....	92
b. Jenis Kelamin & Usia.....	93
c. Jenis Kelamin & tingkat pendidikan	94
d. Jenis Kelamin & Status Pernikahan	95
e. Jenis Kelamin & Status Pekerjaan	96
f. Jumlah kunjungan dalam tiga tahun terakhir ke KRB.	97
2. Deskripsi Data Variabel	97
a. Variabel Niat Mengunjungi Ulang ke KRB (<i>Revisit Intention</i>).....	98
b. Variabel Motivasi (<i>Motivation</i>).....	102
c. Variabel Sikap (<i>Attitude</i>)	105

d. Variabel Citra Destinasi (<i>Destination Image</i>)	109
B. Pengujian Persyaratan Analisis	114
1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	114
2. Uji Linieritas Regresi	117
3. Uji Asumsi Klasik	120
4. Uji Heteroskedastisitas	122
C. Uji Hipotesis	126
1. Analisis Regresi Linier	126
2. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	131
3. Analisis Koefisien Determinasi (r^2)	134
D. Pembahasan	137
1. Motivasi terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB	137
2. Sikap terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB	140
3. Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB	143
BAB V KESIMPULAN & SARAN	147
A. Kesimpulan	147
B. Implikasi	151
C. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN	159
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	247

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 – Perbandingan jumlah pengunjung tahun 2015-2016.....	4
Tabel III.1– Kisi-kisi instrumen niat mengunjungi ulang ke KRB.....	64
Tabel III.2 – Skala Penilaian Instrumen.....	66
Tabel III.3 – Kisi – kisi instrumen motivasi	71
Tabel III.4 – Kisi-kisi instrumen sikap	75
Tabel III.5 – Kisi-kisi instrumen citra destinasi wisata.....	80
Tabel IV.1 – Domisili Responden.....	92
Tabel IV.2 – Jenis Kelamin & Usia Responden	93
Tabel IV.3 – Jenis Kelamin & Tingkat Pendidikan	94
Tabel IV.4 – Jenis Kelamin & Status Pernikahan.....	95
Tabel IV.5 – Jenis Kelamin & Status Pekerjaan	96
Tabel IV.6 – Jumlah kunjungan responden.....	97
Tabel IV.7 – Statistik Deskriptif Niat Berkunjung Ulang.....	98
Tabel IV.8 – Distribusi Frekuensi variabel Niat Berkunjung Ulang	99
Tabel IV.9 - Rata-rata hitung variabel niat berkunjung ulang	101
Tabel IV.10 – Statistik Deskriptif Motivasi.....	102
Tabel IV.11 – Distribusi Frekuensi variabel motivasi	103
Tabel IV.12 - Rata-rata hitung variabel motivasi.....	105
Tabel IV.13 - Statistik Deskriptif Variabel Sikap.....	106
Tabel IV.14 – Distribusi & Frekuensi Variabel Sikap.....	106
Tabel IV.15 - Rata-rata hitung variabel sikap.....	109

Tabel IV.16 – Statistik Deskriptif Citra Destinasi	110
Tabel IV.17 – Distribusi & Frekuensi Variabel Citra Destinasi	110
Tabel IV.18 - Rata-rata hitung Variabel Citra Destinasi.....	113
Tabel IV.19 – Pengujian Normalitas Kolmogorov Smirnov di SPSS	114
Tabel IV.20 – Uji Linieritas variabel motivasi terhadap <i>revisit</i>	118
Tabel IV.21 – Uji Linieritas sikap terhadap <i>revisit</i>	119
Tabel IV.22 – Uji Linieritas Citra Destinasi terhadap <i>revisit</i>	120
Tabel IV.23 – Uji Multikolinieritas variabel motivasi, sikap & citra destinasi ..	121
Tabel IV.24 – Hasil Uji Heterokedastisitas variabel X_1 , X_2 dan X_3	123
Tabel IV.25 – Hasil regresi variabel X_1 terhadap Y.....	127
Tabel IV.26 - Hasil regresi variabel X_2 terhadap Y	128
Tabel IV.27 - Hasil regresi variabel X_3 terhadap Y	129
Tabel IV.28 - Hasil uji koefisien regresi parsial variabel X_1 terhadap Y.....	131
Tabel IV.29 - Hasil uji koefisien regresi parsial variabel X_2 terhadap Y.....	132
Tabel IV.30 - Hasil uji koefisien regresi parsial variabel X_3 terhadap Y.....	133
Tabel IV.31 - Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y	134
Tabel IV.32 - Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y	135
Tabel IV.33 - Koefisien Determinasi X_3 terhadap Y	136
Tabel IV.34 - Hasil Analisis Koefisien Determinasi X_1, X_2, X_3 terhadap Y	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1- Kerangka Teoretik.....	50
Gambar III.1 – Konstelasi Variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y	60
Gambar IV.1 - Histogram Niat Berkunjung Ulang ke KRB (Y)	100
Gambar IV.2 - Histogram Motivasi (X_1)	104
Gambar IV.3 - Histogram Sikap (X_2)	108
Gambar IV. 4 - Histogram Citra Destinasi (X_3).....	112
Gambar IV.5 - <i>Normal Probability Plot</i> X_1 dengan Y	115
Gambar IV.6 - <i>Normal Probability Plot</i> X_2 dengan Y	116
Gambar IV.7- <i>Normal Probability Plot</i> X_3 dengan Y	117
Gambar IV.8– Pengujian Heterokedastisitas dengan model <i>Scatterplots</i>	125
Gambar IV.9 – Persamaan regresi digpen variabel X_1 terhadap Y	127
Gambar IV.10 - Persamaan regresi digpen variabel X_2 terhadap Y	129
Gambar IV.11 - Persamaan regresi digpen variabel X_3 terhadap Y	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	159
Lampiran 2 Surat Balasan	160
Lampiran 3 Matrix Variabel	161
Lampiran 4 Analisis KerangkaTeoretik	162
Lampiran 5 Data View Demografik <i>Pilot Study</i>	163
Lampiran 6 Data Responden Uji Coba	164
Lampiran 7 Kuesioner <i>Pilot Study</i> Variabel Y	167
Lampiran 8 Data Mentah <i>Pilot Study</i> Variabel Y	174
Lampiran 9 Hasil EFA & Reliabilitas Variabel Y	175
Lampiran 10 Kisi- Kisi Instrumen Variabel Y.....	177
Lampiran 11 Validasi Instrumen Variabel Y	178
Lampiran 12 Kuesioner <i>Pilot Study</i> Variabel X ₁	180
Lampiran 13 Data Mentah <i>Pilot Study</i> Variabel X ₁	184
Lampiran 14 Hasil EFA dan Reliabilitas Variabel X ₁	185
Lampiran 15 Kisi-Kisi Instrumen Variabel X ₁	187
Lampiran 16 Validasi Instrumen Variabel X ₁	188
Lampiran 17 Kuesioner <i>Pilot Study</i> Variabel X ₂	190
Lampiran 18 Data Mentah <i>Pilot Study</i> Variabel X ₂	194
Lampiran 19 Hasil EFA & Reliabilitas Variabel X ₂	195
Lampiran 20 Kisi-Kisi Instrumen Variabel X ₂	197
Lampiran 21 Validasi Instrumen Variabel X ₂	198

Lampiran 22 Kuesioner <i>Pilot Study</i> Variabel X_3	200
Lampiran 23 Data Mentah <i>Pilot Study</i> Variabel X_3	203
Lampiran 24 Hasil EFA & Reliabilitas Variabel X_3	204
Lampiran 25 Kisi-Kisi Instrumen Variabel X_3	206
Lampiran 26 Validasi Instrumen Variabel X_3	207
Lampiran 27 Hasil Demografik Sampel	208
Lampiran 28 Data Responden Sampel.....	208
Lampiran 29 Kuesioner Final Variabel Niat Berkunjung Ulang (Y).....	211
Lampiran 30 Data Mentah Final Variabel Niat Berkunjung Ulang (Y)	215
Lampiran 31 Proses perhitungan distribusi frekuensi variabel Niat Berkunjung Ulang (Y)	216
Lampiran 32 Statistik Deskriptif Niat Berkunjung Ulang (Y).....	217
Lampiran 33 Perhitungan Skor Dominan Indikator variabel Y	217
Lampiran 34 Kuesioner Final Variabel Motivasi (X_1).....	218
Lampiran 35 Data Mentah Final Variabel Motivasi (X_1)	221
Lampiran 36 Proses perhitungan distribusi frekuensi variabel Motivasi (X_1)....	222
Lampiran 37 Statistik Deskriptif Variabel Motivasi (X_1).....	223
Lampiran 38 Perhitungan Skor Dominan Indikator Motivasi (X_1).....	223
Lampiran 39 Kuesioner Final Variabel Sikap (X_2).....	224
Lampiran 40 Data Mentah Final Variabel Sikap (X_2)	227
Lampiran 41 Proses perhitungan distribusi frekuensi variabel Sikap (X_2).....	228
Lampiran 42 Statistik Deskriptif Variabel Sikap (X_2)	229
Lampiran 43 Perhitungan Skor Dominan Indikator Variabel Sikap (X_2)	229

Lampiran 44 Kuesioner Final Variabel Citra Destinasi (X_3).....	230
Lampiran 45 Data Mentah Final Variabel Citra Destinasi (X_3).....	232
Lampiran 46 Proses perhitungan distribusi frekuensi variabel X_3	233
Lampiran 47 Statistik Deskriptif Variabel Citra Destinasi (X_3)	234
Lampiran 48 Perhitungan skor dominan indikator variabel X_3	234
Lampiran 49 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	235
Lampiran 50 Uji Multikolinieritas	237
Lampiran 51 Uji Heterokedastisitas (Spearman's rho).....	237
Lampiran 52 Uji Linieritas variabel X_1 terhadap Y	238
Lampiran 53 Analisis Regresi variabel X_1 terhadap Y	239
Lampiran 54 Uji Linieritas Variabel X_2 terhadap Y	240
Lampiran 55 Analisis Regresi variabel X_2 terhadap Y	240
Lampiran 56 Uji Linieritas Variabel X_3 terhadap Y	241
Lampiran 57 Analisis Regresi Variabel X_3 terhadap Y	241
Lampiran 58 Tabel Uji t.....	243
Lampiran 59 Daftar Nama Responden Sampel.....	244

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Bidang pariwisata merupakan salah satu kekayaan di setiap wilayah di dunia. Melalui bidang pariwisata, pemerintah daerah dapat mempromosikan masing-masing daerahnya dengan tujuan untuk memperkenalkan objek-objek wisata yang menarik kepada masyarakat yang ada di luar daerahnya, selain memperkenalkan objek wisata yang menarik, pemerintah juga dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di daerah tersebut guna untuk memajukan daerahnya dan meningkatkan pendapatan daerah.

Pariwisata memiliki sejumlah dampak besar baik secara langsung maupun tidak langsung, yang paling sederhana adalah menjadi tambahan pendapatan bagi masyarakat destinasi setempat. Para wisatawan biasanya datang dengan sejumlah kebutuhan dan keinginan yang mereka tukar dengan uang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut¹.

Di Indonesia memiliki kemampuan dan sumber daya yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk di dalamnya adalah bidang pariwisata. Untuk dapat memperbaiki bidang pariwisata tersebut, perlu dilakukan pengembangan terkait objek-objek wisata dan hal lain yang

¹ Hasan Ali, "*Tourism Marketing*", Yogyakarta: CAPS (2015).p.138

dapat mempengaruhi perkembangan di bidang pariwisata. yang dimaksud dengan pengembangan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih diartikan sebagai merubah, memperbaiki dan melestarikan setiap sumber daya yang ada di setiap objek wisata, dimana sumber tersebut dirangkaikan menjadi satu daya tarik wisata.

Salah satu contoh wilayah yang digunakan untuk bidang pariwisata di Indonesia yaitu di Provinsi Jawa Barat yang menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang dinilai sangat potensial, karena memiliki kekayaan wisata alam dan objek wisata budaya yang mampu menarik niat wisatawan sehingga dapat di pasarkan secara komersial. Salah satu objek wisata yang paling terkenal dan paling favorit di Jawa Barat adalah Kebun Raya Bogor yang terletak di Kota Bogor.

Kebun Raya Bogor atau selanjutnya akan disingkat dengan KRB adalah sebuah kebun botani besar dan tertua ke -13 di dunia dan menjadi salah satu lembaga botani bersejarah yang terletak di Kota Bogor. Luas KRB mencapai 87 hektare dan saat ini memiliki koleksi flora sekitar 15.000 jenis, diantaranya 215 famili, 1251 marga, 3.397 spesies dan 14.499 spesimen yang berasal dari berbagai macam negara di dunia².

KRB didirikan pada tanggal 18 Mei 1817 oleh Prof. Dr.C.G.C Reinwardt seorang botanis asal Jerman. Kebun raya ini memiliki sejarah singkat yakni pada awalnya merupakan sebuah hutan buatan yang telah ada sejak pemerintahan Prabu Siliwangi kerajaan Sunda sama halnya

² LIPI. (2016). Jumlah Koleksi Kebun Raya Bogor. <http://www.krbogor.lipi.go.id/id/Jumlah-Koleksi-Kebun-Raya-Bogor.html> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

dengan yang diceritakan di dalam Prasasti Batu Tulis. Selanjutnya pada awal tahun 1800-an, Gubernur Jenderal Thomas Stamford Raffles, yang telah mendiami Istana Bogor dan juga memiliki minat besar dengan tumbuh-tumbuhan, lalu beliau merasa tertarik untuk membuat halaman istana Bogor menjadi sebuah kebun yang cantik yang sekarang diberi nama KRB³.

Di sekitar destinasi ini tersebar pusat-pusat keilmuan yaitu *Herbarium Bogoriense*, Museum Zoologi, dan Gedung pusat konservasi yang di jadikan sebagai tempat untuk memberikan edukasi mengenai lingkungan fauna dan mengedukasi mengenai flora bagi peneliti dan akademis. Tempat-tempat tersebut didirikan sesuai dengan visi dan misi baru yang di bentuk pada tahun 2014 yaitu "Menjadi salah satu Kebun Raya terbaik di dunia dalam bidang konservasi dan penelitian tumbuhan tropika, pendidikan lingkungan dan pariwisata".

Selain digunakan untuk tujuan pendidikan dan penelitian, KRB juga merupakan salah satu destinasi yang sangat menarik bagi wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke Indonesia. Alasannya karena di sekitar kebun raya terdapat tempat-tempat menarik yang wajib dikunjungi dikarenakan nilai sejarahnya yang masih terasa kental. Tempat yang wajib dikunjungi oleh wisatawan ketika berkunjung ke destinasi tersebut antara lain : Wisma Tamu Nusa Indah, Taman Meksiko, Prasasti Monumen *Lady Raffles*, *Prasasti Reinwardt* & Pekarangan Belakang Istana Bogor, Patung

³Sejarah Kebun Raya Bogor. <http://www.krbogor.lipi.go.id/id/Sejarah-Kebun-Raya-Bogor.html> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

Tangan Dewa, Patung *The Little Mermaid* alias Si Duyung Kecil, Komplek Pemakaman Belanda Kuno, Koleksi Tanaman KRB, Griya Anggrek, Jembatan Gantung, Jalan Kenari II, Tanaman Teratai Air di Atas Danau, Tugu Teijsman & Taman Sudjana Kassan⁴.

KRB merupakan salah satu objek wisata yang memiliki fungsi sebagai pelestarian, pendayagunaan dan pengembangan potensi tumbuhan melalui kegiatan konservasi, penelitian, pendidikan, wisata serta meningkatkan kesadaran bagi masyarakat terhadap dunia tumbuhan dan lingkungan hidup. Sebagai salah satu obyek pariwisata, baik langsung maupun tidak langsung, Kebun raya ini juga memiliki peran dalam usaha meningkatkan devisa bagi negara. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya wisatawan domestik maupun wisatawan asing yang berkunjung tiap tahunnya. Tabel berikut adalah perbandingan jumlah wisatawan dari tahun 2015-2016 yang diperoleh peneliti dari pihak pengelola KRB.

Tabel I.1 – Perbandingan jumlah pengunjung tahun 2015-2016

Pengunjung berdasarkan tiket terjual	Tahun 2015	Tahun 2016
Hari Kerja	536.206	405.600
Hari Libur/Minggu	444.830	550.173
Total	981.036	955.773

Sumber: PKT KRB

⁴ Tempat menarik di kebun raya bogor, <http://www.krbogor.lipi.go.id/id/#.html> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

Pada tabel perbandingan jumlah pengunjung diatas, terjadi penurunan jumlah pengunjung dari tahun 2015 ke tahun 2016 sebanyak 25.263 pengunjung, tetapi pada tahun 2016 terjadi lonjakan pengunjung pada bulan Juli sebesar 148.146 dan bulan Desember sebesar 121.895. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan bertepatan dengan libur sekolah, libur lebaran, libur Natal dan tahun baru. Hal ini menunjukkan bahwa KRB menjadi salah satu tempat tujuan wisata yang baik, terutama untuk wisatawan domestik.

Harga tiket masuk bagi wisatawan yang ingin berkunjung pun juga terjangkau. Harga tiketnya adalah Rp 14.000 setiap orang. Harga tiket tersebut sudah termasuk biaya masuk Museum Zoologi. Namun, jika pengunjung hanya sekedar ingin mengunjungi Museum Zoologi (tidak mengunjungi KRB secara keseluruhan), pengunjung hanya perlu membayar tiket masuk Museum Zoologi sebesar Rp1.500,00 setiap orang⁵.

Selain banyak hal-hal yang menarik terkait objek wisata yang ada di dalam KRB, ternyata terdapat juga masalah yang dapat mempengaruhi rendahnya niat melakukan kunjungan ulang ke destinasi tersebut. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi niat berkunjung ulang seharusnya lebih diperhatikan oleh pihak KRB agar niat melakukan kunjungan berulang dapat meningkat.

⁵ Tiket dan jam layanan kebun raya bogor <http://www.krbogor.lipi.go.id/id/Tiket-dan-Jam-Layanan-Kebun-Raya-Bogor.html> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi niat berkunjung ulang bagi wisatawan adalah motivasi. Motivasi sebagai dasar atau landasan bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Motivasi yang biasanya digunakan bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata yang sama di waktu yang akan datang adalah ingin berlibur, ingin menghilangkan penat dari padatnya rutinitas atau bahkan ingin mencari hal-hal yang menarik di sekitar lingkungan tersebut. Sehingga dengan tingginya motivasi wisatawan maka niat wisatawan untuk melakukan kunjungan berulang juga akan meningkat. Namun sayangnya tidak semua wisatawan memiliki motivasi yang tinggi untuk berkunjung ke destinasi wisata yang sama di waktu mendatang sehingga dapat menyebabkan niat kunjungan berulang bagi wisatawan menjadi rendah.

Berdasarkan data pada tahun 2010 terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang signifikan sebesar 27,98% dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa daya tarik wisata pesaing baru di Kota Bogor. Wisatawan nusantara memiliki peranan yang sangat penting bagi perkembangan pariwisata Indonesia begitu juga dengan KRB karena 97,61% pengunjung merupakan wisatawan nusantara. Menurunnya jumlah kunjungan yang signifikan dapat mengganggu perkembangan KRB sebagai daya tarik wisata dan pusat konservasi

tanaman sehingga perlu diketahui motivasi wisatawan yang berkunjung seperti kebutuhan, keinginan dan tujuan berkunjung ke destinasi tersebut.⁶

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi niat berkunjung ulang bagi wisatawan adalah citra destinasi wisata. Biasanya bagi wisatawan yang sudah pernah berkunjung sebelumnya, lebih mengetahui bagaimana situasi dan kondisi yang ada di destinasi tersebut. Jika citra yang dipandang baik oleh wisatawan maka ada kemungkinan wisatawan akan melakukan kunjungan berulang di waktu yang akan datang dan sebaliknya jika setelah wisatawan berkunjung dan memiliki pandangan yang buruk mengenai suatu destinasi wisatamaka niat melakukan kunjungan ulang pun menjadi rendah.

KRB sebagai salah satu kebanggaan warga Bogor tengah mengalami masalah serius. Peralnya, tingkat kepadatan kendaraan yang dapat menyebabkan polusi dan eksploitasi air tanah yang dilakukan oleh bangunan hotel dan mall di sekitar wilayah tersebut membuat kondisi tanaman mengalami kerusakan⁷. Menurut pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, jumlah kepadatan kendaraan yang berada di sekitar jalan yang mengelilingi kawasan KRB juga sangat tinggi. Terlebih kemacetan yang sering terjadi di sekitarnya. Hal ini mengakibatkan tingkat polusi meningkat. Akibat dari meningkatnya polusi udara yang disebabkan

⁶ Hermansyah, D., & Waluya, B. (2016). Tourism and Hospitality Essentials Journal, Vol. II, No. 1, 2012-245 analisis faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan nusantara terhadap keputusan berkunjung ke kebun raya bogor (survei pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke kebun raya bogor). *Tourism & Hospitality Essentials Journal*, 2(1), pp.245-268.

⁷ Maulana, Y. (2013). Polusi & Eksploitasi Air Tanah Ancam Kebun Raya Bogor. <http://news.okezone.com/> website: <http://news.okezone.com/read/2013/11/21/501/900692/polusi-eksploitasi-air-tanah-ancam-kebun-raya-bogor> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

oleh asap kendaraan dapat membuat tumbuhan dan pohon-pohon yang tumbuh menjadi mati. Permasalahan tersebut terjadi sehingga dapat menimbulkan citra yang negatif di mata wisatawan karena kemacetan & polusi yang meningkat.

Faktor ketiga adalah pemeliharaan flora & fauna di lingkungan objek wisata. Pemeliharaan flora & fauna dibutuhkan agar wisatawan merasa tertarik untuk berkunjung kembali di waktu yang akan datang. Setiap wisatawan tentunya ingin merasakan keindahan dan keasrian setiap kali mereka berkunjung ke suatu destinasi wisata. Tetapi sebaliknya, jika keindahan & keasrian yang dirasakan oleh wisatawan tidak baik maka wisatawan pun merasa segan untuk berkunjung ulang kembali.

Menurut Indrawan, KRB juga memiliki masalah terkait populasi burung, yakni terus menurunnya jumlah jenis burung yang hidup di sana dari tahun ke tahun yang dipelihara oleh pihak pengelola. Alasan mengapa jumlah spesies burung tersebut menjadi berkurang dikarenakan kurangnya lahan terbuka hijau atau bahkan tidak adanya lagi lahan terbuka hijau yang digunakan sebagai tempat pemeliharaan spesies burung tersebut sehingga jumlah hewan menjadi menurun. Hal tersebut disebabkan oleh pemerintah Kota Bogor yang lebih mengutamakan pembangunan fasilitas umum yang digunakan secara komersial⁸.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi niat berkunjung ulang adalah sikap wisatawan. Sikap wisatawan sangat menentukan niat

⁸ Indrawan, A. F. (2016). Menengok Spesies Burung di Kebun Raya Bogor yang Terus Berkurang. <http://news.detik.com> website: <https://news.detik.com/berita/3110785/menengok-spesies-burung-di-kebun-raya-bogor-yang-terus-berkurang> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

kunjungan berulang ke suatu destinasi. sikap yang positif terhadap suatu objek dapat meningkatkan niat untuk berkunjung kembali & sebaliknya sikap yang negatif terhadap suatu objek dapat menyebabkan niat berkunjung kembali menjadi rendah. Peristiwa yang buruk yang pernah terjadi dapat menentukan sikap wisatawan di masa depan dalam menentukan niat nya untuk berkunjung ulang.

Selain itu, pernah juga terjadi peristiwa ribuan lebah menyerang para pengunjung yang sedang menikmati liburan di KRB. Insiden tersebut menyebabkan belasan pengunjung terpaksa dilarikan ke Rumah Sakit PMI kota Bogor akibat terkena sengatan binatang serangga. Saat peristiwa itu terjadi, rombongan dari taman kanak-kanak sedang mengikuti manasik haji di lingkungan tersebut. Ribuan lebah yang menyerang pengunjung terjadi karena adanya gesekan pada dahan-dahan pohon yang di akibatkan oleh angin kencang. Akibat dari gesekan tersebut, oleh lebah dianggap sebagai gangguan sehingga beralih menyerang pengunjung⁹.

Menurut Kepala Kepolisian Sektor Bogor Tengah Komisariss Victor Gatot H.S telah terjadi kecelakaan di dalam KRB yang mengakibatkan satu orang korban tewas di lokasi kejadian dan empat korban lain meninggal di Rumah Sakit PMI Bogor. Hal tersebut disebabkan oleh salah satu koleksi pohon damar jenis *Agathis* patah dan menimpa puluhan pekerja dari PT.Asalta Mandiri Agung yang tengah

⁹ Sudarno, A. (2016). Ribuan Lebah Sengat Belasan Anak di Kebun Raya Bogor. <http://news.liputan6.com/> website: <http://news.liputan6.com/read/2621815/ribuan-lebah-sengat-belasan-anak-di-kebun-raya-bogor> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

mengunjungi KRB¹⁰. Oleh karena itu, berdasarkan masalah-masalah yang sudah terjadi dapat berujung pada rendahnya niat mengunjungi ulang bagi wisatawan.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan diatas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang rendahnya niat mengunjungi ulang di wisata Kebun Raya Bogor.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang terdapat pada latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya niat mengunjungi ulang yaitu sebagai berikut :

1. Menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke KRB akibat dari motivasi wisatawan yang rendah.
2. Citra yang negatif bagi wisatawan terhadap KRB
3. Kurangnya pemeliharaan flora & fauna di KRB
4. Sikap wisatawan yang tidak baik akibat dari peristiwa buruk yang terjadi di KRB.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, ternyata masalah intensi mengunjungi ulang memiliki penyebab yang sangat luas. Oleh karena itu, berdasarkan uraian permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya,

¹⁰ Permana, M. S. (2015). 4 Orang Tewas di Kebun Raya Bogor Tertimpa Damar Keropos. <http://pemilu.tempo.co> website: <https://pemilu.tempo.co/read/news/2015/01/11/214634093/4-Orang-Tewas-di-Kebun-Raya-Bogor-Tertimpa-Damar-Keropos> (diakses pada tanggal 20 Desember 2016)

peneliti merasa tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi, Sikap dan Citra destinasi wisata terhadap Intensi mengunjungi ulang studi kasus pada wisata Kebun Raya Bogor”**

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pembatasan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa perumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Motivasi terhadap intensi mengunjungi ulang ke KRB?
2. Apakah terdapat pengaruh Sikap terhadap intensi mengunjungi ulang ke KRB?
3. Apakah terdapat pengaruh Citra terhadap intensi mengunjungi ulang ke KRB?

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan untuk tujuan penelitian, yaitu:

1. Teoretis

Untuk memperkaya penelitian yang ada di Indonesia sehingga dapat menambah serta memperluas kajian ilmu pemasaran pariwisata, khususnya mengenai faktor-faktor yang mendukung niat dalam melakukan kunjungan ulang ke KRB.

2. Praktis

- a. Bagi pihak pengelola KRB, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan dan bahan pertimbangan dalam mencapai tingkat kepuasan pengunjung yang lebih baik lagi sehingga niat dalam melakukan kunjungan ulang bagi pengunjung dapat meningkat dan terealisasi dengan baik.
- b. Bagi pihak pengelola seluruh Kebun Raya yang ada di Indonesia, diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai saran atau bahan masukan yang bertujuan untuk meningkatkan intensi kunjungan ulang bagi para wisatawan asing & domestik.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Niat Mengunjungi Ulang ke KRB

Suatu perilaku muncul akibat adanya niat. Niat mengunjungi ulang (*revisit intention*) terjadi ketika para wisatawan memperoleh kesan yang baik dan kepuasan dari pengalamannya pada saat pertama kali berkunjung dan akan memutuskan untuk berkunjung kembali di waktu yang akan datang.

Menurut Um *et al* yang dikutip dari buku karya Radzi *et al* mendefinisikan niat mengunjungi ulang sebagai “*Derived from tourist satisfaction as opposed to being an initiator of revisit decision making process*”¹¹. (Berawal dari kepuasan berwisata sebagai perlawanan yang menggagas sebuah proses dari pengambilan keputusan untuk melakukan kunjungan berulang).

Lain halnya dengan pendapat menurut Han Back & Barret dalam buku karya yang sama mendeskripsikan *revisit intention* sebagai “*Established likelihood to revisit derived from positive attitudes and perspective regarding the service provider*”¹². (Pembentukan kemungkinan untuk berkunjung ulang yang berasal

¹¹ Salleh Mohd Radzi, J Anuar, and N Sumarjan, "Theory and Practice in Hospitality and Tourism Research" (CRC Press, 2014).p.294

¹² *Ibid.*

dari sikap positif dan pandangan mengenai pelayanan di tempat wisata).

Berdasarkan pernyataan pendapat di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa niat mengunjungi ulang sebagai sebuah tindakan yang diakibatkan dari kepuasan berwisata dan sikap positif terhadap pandangan mengenai pelayanan di tempat wisata sehingga dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk melakukan kunjungan ulang.

Menurut Luoand & Hsieh dalam buku karya yang sama mendeskripsikannya dalam bidang pemasaran, menyatakan “*Revisit intention is similiar to the notion of repurchase that has grown to be important in the primary body of modern day marketing approaches*”¹³. (Niat berkunjung ulang sama dengan gagasan untuk melakukan pembelian kembali yang menjadi hal penting dalam pendekatan pemasaran modern).

Menurut Salleh *et al* dalam buku karya yang sama menuliskan bahwa “*Revisit intention is defined as likelihood and willingness to return to visit the same destination as well as to recommend to others*”¹⁴. (Niat mengunjungi ulang di definisikan sebagai suatu kemungkinan dan kesediaan untuk mengunjungi kembali ke suatu destinasi yang sama serta merekomendasikannya kepada orang lain).

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*

Berdasarkan teori di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa *revisit intention* adalah Suatu kesediaan bagi seseorang untuk mengunjungi kembali suatu destinasi yang sama dan dalam bidang pemasaran seperti melakukan pembelian berulang serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Menurut Hiromi Kamata yang dikutip dalam buku karya Alžbeta Kiráľová menuliskan bahwa “*Revisit Intention is after the travel tourist want to visit the destination again*”¹⁵. (Sebuah perjalanan yang telah dilakukan oleh wisatawan, kemudian wisatawan tersebut ingin mengunjungi perjalanan yang sama ke suatu destinasi kembali).

Lain halnya dengan pendapat menurut Zaharah & Nor yang dikutip dari buku karya Metin Kozak & Nazmi Kozak menuliskan bahwa “*Revisit intention is crucial, as this behavior will allow the industry to flourish and will eventually lead to prosperity for the particular heritage destination*”¹⁶. (Niat mengunjungi kembali merupakan faktor yang sangat penting karena perilaku tersebut akan memungkinkan sebuah industri pariwisata dapat berkembang sehingga dapat mengarah pada kesejahteraan bagi suatu destinasi wisata yang dikunjungi).

¹⁵ Kiráľová, Alžbeta. “*Driving Tourism through Creative Destinations and Activities*”. IGI Global 2016. p.44

¹⁶Metin Kozak & Nazmi Kozak, “*Aspects of Tourist Behavior*” (Cambridge Scholars 2013).p.181.

Berdasarkan pemaparan dari kedua pendapat diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa definisi dari *Revisit Intention* adalah perilaku wisatawan yang melakukan sebuah kunjungan kemudian wisatawan tersebut ingin mengunjungi kembali suatu destinasi yang sama di masa yang akan datang sehingga dapat berpengaruh terhadap kesejahteraan bagi suatu destinasi wisata yang dikunjungi.

Menurut pendapat dari Som & Bardaneh dalam buku karya yang sama menuliskan bahwa "*Revisit intention also enhances the international tourism flows to a particular country*"¹⁷. (Niat kunjungan ulang juga dapat meningkatkan arus pariwisata internasional bagi suatu negara tertentu yang dikunjungi oleh wisatawan).

Lain hal nya dengan pendapat menurut Sri Astuti, Christina & Tetty di dalamnya jurnalnya menuliskan bahwa "*Understanding revisit intention is one the fundamental issue for destination managers because repeat visitors could provide more revenue and minimize the costs*"¹⁸. (Maksud dari kunjungan ulang merupakan hal yang mendasar bagi para manajer suatu destinasi wisata karena pengunjung yang melakukan kunjungan berulang bisa memberikan lebih banyak pendapatan bagi destinasi yang dikunjungi serta meminimalkan biaya bagi pengunjung tersebut).

¹⁷ *Ibid.*,

¹⁸ Pratminingsih, Sri Astuti, Christina Lipuringtyas Rudatin, and Tetty Rimenta. "Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung-Indonesia." *International Journal of Innovation, Management and Technology* 5, no. 1 (2014): 19.

Berdasarkan pemaparan pendapat para ahli diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa niat kunjungan ulang merupakan suatu hal yang dapat meningkatkan arus pariwisata internasional jika wisatawan tersebut adalah wisatawan mancanegara yang mengunjungi suatu destinasi di negara yang bukan negara asal wisatawan tersebut maupun bagi para manajer di suatu destinasi wisata karena wisatawan yang melakukan kunjungan berulang dapat memberikan pendapatan yang lebih bagi suatu destinasi wisata yang dikunjungi dan juga dapat meminimalkan biaya bagi wisatawan tersebut.

Jadi, dari beberapa kesimpulan yang dibuat oleh peneliti, dapat disimpulkan secara singkat bahwa pengertian dari niat mengunjungi ulang adalah sebuah perilaku yang ditimbulkan akibat dari kepuasan berwisata dan sikap positif terhadap suatu destinasi sehingga orang tersebut bersedia untuk mengunjungi destinasi yang sama kembali di masa yang akan datang serta merekomendasikannya kepada orang lain sehingga dapat berpengaruh kepada kesejahteraan destinasi yang dikunjungi.

Menurut Baker & Crompton dalam Chung Hslen Lin, terdapat dua dimensi yang dapat mengukur variabel niat berkunjung ulang, yaitu :

1. *Intention to revisit*
2. *Intention to recommend*¹⁹

Indikator dari variabel niat berkunjung ulang adalah:

1. Niat seseorang untuk berkunjung ulang
2. Niat seseorang untuk merekomendasikan suatu destinasi kepada orang lain.

Maka dapat disimpulkan bahwa niat mengunjungi ulang dapat diukur dengan dua dimensi, yaitu dimensi pertama adalah *Intention to revisit* dengan indikator niat seseorang untuk berkunjung ulang dan dimensi kedua adalah *Intention to recommend* dengan indikator niat seseorang untuk merekomendasikan suatu destinasi kepada orang lain.

2. Motivasi

Seseorang yang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal yang mendorong perjalanan. Motivasi tersebut terbentuk karena adanya kebutuhan atau keinginan dari manusia itu sendiri.

¹⁹ Yeni Yuniawati and Ajeng Dewi Indriyani Finardi, "Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu," *Tourism & Hospitality Essentials Journal* 6, no. 1 (2016).

Menurut teori dari Ferguson di dalam buku karya Mowforth *et al* mendefinisikan motivasi sebagai “*The internal states of the organism that lead to the instigation, persistence, energy, and direction of behavior*”²⁰. (Suatu pernyataan yang berasal dari dalam diri seseorang yang dapat menimbulkan sebuah dorongan, ketekunan, kekuatan dan arah perilaku).

Pernyataan tersebut juga di dukung oleh pendapat menurut Chaplin dalam buku karya yang sama sebagai “*Motivation as a concept which accounts for factors within the organism which arouse, maintain, and channel behaviour toward a goal*”²¹. (Motivasi sebagai sebuah konsep yang bertanggung jawab atas faktor dalam diri seseorang yang menggugah, mempertahankan dan menyalurkan perilaku terhadap suatu tujuan).

Berdasarkan pendapat para ahli, kesimpulan yang dibuat oleh peneliti mengenai motivasi adalah suatu pernyataan yang muncul dalam diri seseorang sehingga dapat menimbulkan sebuah dorongan, ketekunan, kekuatan yang dapat menghasilkan perilaku yang terarah terhadap suatu tujuan.

²⁰ Martin Mowforth and Ian Munt, "Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World" (Routledge, 2015).p.5.

²¹ *Ibid.*,

Menurut pendapat dari Victor Vroom yang dicantumkan di dalam buku karya Vilas S.Bagad menuliskan "*Motivation is the process of initiating and directing behavior*"²². (Motivasi adalah suatu proses untuk memulai dan mengarahkan perilaku).

Menurut teori dari Holzer & Wagner yang dicantumkan dalam buku karya Mowforth *et al* menyatakan

*Motivation is the precondition for targeted decision making and action and consequently also the main starting point of influence strategies which are supposed to lead to increased efficiency*²³.

Artinya Motivasi adalah prasyarat untuk pengambilan keputusan dan tindakan yang berakibat pada awal mula titik utama strategi yang seharusnya berpengaruh dan mengarah pada peningkatan efisiensi.

Di jelaskan juga teori menurut Robbins & Timothy yang mendefinisikan motivasi sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan,arah dan ketekunan seseorang dalam upaya untuk mencapai tujuan²⁴.

Berdasarkan pendapat di atas, peneliti menyimpulkan motivasi sebagai suatu proses dan syarat mengenai kekuatan, arah dan ketekunan seseorang dalam bertindak dan mengambil suatu keputusan yang dapat berpengaruh terhadap perilaku seseorang untuk mencapai suatu tujuan.

²² Vilas S.Bagad, "*Industrial Management*" (Pune: Technical Publications Pune, 2008).p.75

²³ Mowforth and Munt.*op cit* p.6

²⁴ Stephen P Robbins and Timothy A Judge, "*Perilaku Organisasi Edisi 16,*" (2015).p.127

Menurut J. Christopher Holloway & Claire Humphreys yang menyatakan

*The motivation to travel is aimed at achieving a broad objective, such as getting away from the routine and stress of the workplace in order to enjoy different surroundings and a healthy environment*²⁵.

Artinya Motivasi untuk berwisata adalah untuk menjauh dari rutinitas dan stress di tempat kerja sehingga dapat menikmati lingkungan yang sehat dan berbeda dari biasanya.

Sedangkan menurut pendapat dari Sri Astuti Pratminingsih, Christina Lipuringtyas Rudatin, and Tetty Rimenta di dalam jurnalnya mereka menuliskan bahwa *“Motivation is the processes that leads people to behave as they do, and the processes begin when a need arises that a consumer wishes to satisfy”*²⁶. (Motivasi adalah sebuah proses yang dapat menyebabkan seseorang dapat berperilaku ketika munculnya suatu kebutuhan dan orang tersebut ingin memenuhi kebutuhan tersebut).

Berdasarkan pernyataan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi berwisata adalah dasar dari proses seseorang untuk berperilaku ketika muncul suatu kebutuhan berwisata seperti ingin menjauh dari rutinitas dan stress di tempat kerja sehingga dapat menikmati lingkungan yang sehat dan berbeda dari biasanya di tempat wisata.

²⁵ Humphreys, J.Christopher Holloway & Claire. *“The Business of Tourism”*. Ninth ed.p.70 England Pearson, 2012. p.70

²⁶ Pratminingsih, Sri Astuti, Christina Lipuringtyas Rudatin, and Tetty Rimenta., *op cit*

Menurut teori dari Robbins dalam buku karya Timotius Duha, mencantumkan bahwa motivasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu²⁷.

Menurut Murray & Wijono dalam buku karya yang sama mendefinisikan motivasi sebagai sebuah faktor yang mengakibatkan munculnya memberi arah dan menginterpretasikan perilaku seseorang²⁸.

Menurut Gibson dalam buku karya yang sama mendefinisikan motivasi sebagai suatu konsep yang kita gunakan jika kita menguraikan kekuatan. Kekuatan yang bekerja di dalam diri individu untuk memulai dan mengarahkan perilaku²⁹.

Menurut Timotius pengertian motivasi sebagai hal yang diberikan seseorang atau tuntutan keadaan seseorang untuk bersemangat, melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu yang dapat berguna bagi kepentingan dan kebaikan orang tersebut³⁰.

Berdasarkan pernyataan pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa definisi motivasi adalah sebuah faktor yang mengakibatkan munculnya keinginan untuk melakukan sesuatu

²⁷ Timotius Duha, "*Perilaku Organisasi*" (Deepublish, 2016).p.186

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

yang sesuai dengan kemampuan untuk bertindak sehingga dapat memuaskan kebutuhan individu

Dari kesimpulan yang telah dibuat peneliti, dapat dirangkumkan bahwa pengertian motivasi secara singkat adalah suatu proses yang mendasar dalam berwisata sehingga dapat membentuk sebuah perilaku yang sesuai dengan kemampuan untuk bertindak yang muncul dari dalam diri seseorang untuk dapat memuaskan kebutuhan individu.

Menurut teori dari Crompton yang ditulis dalam buku karya Jaime A. Seba mencantumkan motivasi memiliki dua dimensi, yaitu :

1. *Intrinsic (push.) Push motivations* dapat diartikan sebagai “*correspond to a tourist’s desire and emotional frame of mind*”.(Sesuai dengan keinginan wisatawan dan kerangka emosional yang berasal dari dalam pikiran).
2. *Extrinsic (pull). Pull motivations* diartikan sebagai “*represent the attributes of the destination to be visited*”³¹ (Mewakili atribut tujuan yang akan dikunjungi).

Teori dari McIntosh dalam buku karya Christopher & Claire membentuk motivasi wisatawan menjadi empat kategori yaitu :

1. *Physical motivators* seperti mengurangi stress, melarikan diri dari rutinitas sehari-hari, menyegarkan diri, meningkatkan kesehatan fisik, untuk berolahraga dan menikmati kesenangan.
2. *Cultural motivators* seperti memiliki rasa ingin tahu tentang negeri asing dan orang-orang, mengembangkan minat sejarah atau budaya, menghadiri acara-acara kebudayaan & menjelajahi lokal musik, cerita rakyat, gaya hidup, seni.

³¹ Jaime A Seba, "Tourism and Hospitality: Issues and Developments" (Apple Academic Press, 2011).p.57

3. *Interpersonal motivators* seperti mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan teman dan keluarga & mencari teman baru.
4. *Status and prestige motivators* seperti memperoleh status dan pengakuan dari orang lain, mengejar hobi sendiri & pengembangan diri³².

Jadi kesimpulan yang dibuat oleh peneliti berdasarkan teori dari ahli di atas adalah motivasi terdiri dari dua dimensi yaitu *push factors* dan *pull factors*. Indikator dari *push factors* adalah *physical motivators* dan *status and prestige motivators* seperti penghargaan diri, penyegaran diri, dan keinginan diri sedangkan untuk indikator dari *pull motivators* adalah *cultural motivators* dan *interpersonal motivators* seperti kepribadian, sosial dan budaya, hobi dan kesenangan dan kenyamanan

3. Sikap

Sikap mengarah pada perilaku dan merujuk pada derajat di mana seseorang memiliki evaluasi *favorable* atau *unfavorable* terhadap penilaian perilaku setelah berkunjung ke suatu destinasi dan evaluasi tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam berkunjung ulang di waktu yang akan datang.

Menurut pendapat dari Lippa yang dicantumkan dalam buku karya Jose & Craig mendefinisikan sikap sebagai “*A learned evaluative response, directed at specific objects, which is relatively enduring and influences and motivates our behavior toward these*

³² .J.Christopher Holloway & Claire Humphreys, "The Business of Tourism, Ninth ed". (England Pearson, 2012).p.72

objects”³³. (Sebuah respon evaluatif yang di arahkan kepada objek tertentu yang dapat memotivasi dan mempengaruhi perilaku seseorang terhadap suatu objek).

Menurut Deaux, Danc &Wrightsmen dalam buku karya yang sama menuliskan “*In fact, attitudes play a meditating role in turning our values into action*”³⁴. (Sikap berperan dalam mengubah nilai-nilai menjadi suatu tindakan),

Kerangka pemikiran tersebut juga di dukung dengan pendapat Menurut Stephen.R &Timothy mengatakan bahwa sikap adalah pernyataan-pernyataan evaluatif baik yang menyenangkan atau tidak menyenangkan mengenai objek, orang ataupun peristiwa³⁵.

Berdasarkan pemaparan menurut teori para ahli di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa sikap merupakan sebuah pernyataan maupun respon evaluatif menyenangkan ataupun tidak menyenangkan terhadap suatu objek atau peristiwa tertentu sehingga dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku.

Lain hal nya dengan pendapat menurut J. Christopher Holloway & Claire Humphreys yang menuliskan bahwa

*Attitude is a mix of our emotional feelings about the destination and our rational evaluation of its merits, both of which together will determine whether or not we consider it a possible venue for a holiday*³⁶.

³³ José B Ashford and Craig LeCroy, "Human Behavior in the Social Environment: A Multidimensional Perspective" (Nelson Education, 2009).p.109

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Robbins, Stephen P, and Timothy A Judge. "Perilaku Organisasi Edisi 16." (2015).p.43

³⁶ Humphreys, J.Christopher Holloway & Claire. "The Business of Tourism. Ninth ed".England Pearson, 2012.p.82

Artinya sikap adalah gabungan dari perasaan dan emosional yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu destinasi serta penilaian orang tersebut secara rasional sehingga manfaat dari keduanya akan menentukan layak atau tidak bagi orang tersebut dalam mengunjungi destinasi tersebut yang digunakan untuk berlibur.

Menurut Martin & Ajzen mendefinisikan sikap sebagai “*A latent disposition or tendency to respond with some degree of favorableness or unfavorableness to a psychological object*”³⁷. (Kecenderungan untuk merespons ukuran dari rasa menyukai ataupun tidak menyukai terhadap suatu objek psikologis).

Berdasarkan pernyataan para ahli di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa sikap adalah gabungan respon perasaan dan emosional dalam bentuk rasa menyukai ataupun tidak menyukai yang dirasakan seseorang terhadap suatu objek destinasi wisata dan sebagai faktor penentu layak atau tidak objek tersebut untuk dikunjungi.

Menurut Kruglanski *et al* dalam buku karya Martin & Ajzen menuliskan pengertian sikap sebagai “*The evaluative response itself*”³⁸. (Hasil evaluasi yang berasal dari sebuah respons).

Menurut Tobias & Michaela dalam bukunya mendefinisikan sikap sebagai “*A summary evaluation of an object of thought*”³⁹.

³⁷ Martin Fishbein and Icek Ajzen, "*Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*" (Taylor & Francis, 2011).p.76

³⁸ *Ibid.*

(Hasil evaluasi dalam bentuk ringkasan dari sebuah objek pemikiran).

Menurut Heather & Ryan dalam bukunya menuliskan pengertian sikap sebagai “*Attitudes represents an individual positive or negative evaluation of performing a behaviour*”⁴⁰. (Sikap merupakan hasil evaluasi individu yang berupa positif ataupun negatif untuk menunjukkan sebuah perilaku).

Berdasarkan teori di atas, pengertian sikap adalah hasil evaluasi yang dikeluarkan dalam bentuk respon positif ataupun negatif dari sebuah objek pemikiran sehingga menghasilkan suatu perilaku.

Dari beberapa kesimpulan yang di buat oleh peneliti maka dapat disimpulkan secara ringkas definisi dari sikap adalah hasil evaluasi yang dikeluarkan dalam bentuk gabungan respon positif atau negatif, perasaan dan emosional yang dirasakan seseorang terhadap suatu objek yang dapat menimbulkan sebuah perilaku.

Ajzen menyatakan bahwa sikap memiliki tiga komponen utama, yang digunakan untuk mengukur indikator, yakni

1. *Cognitive responses are responses that reflect perceptions of and thoughts about the attitude object* (Artinya respons kognitif adalah sebuah tanggapan yang mencerminkan persepsi dan pemikiran terhadap suatu objek sikap).
2. *Affective responses are responses from which attitudes can be inferred has to do with evaluations of and feelings toward the attitude object* (Artinya respons afektif adalah tanggapan yang berkaitan dengan evaluasi dan perasaan terhadap suatu objek sikap).

³⁹ Tobias Vogel; Michaela Wanke, "Attitudes and Attitude Change", vol. 2 (Psychology Press, 2016). p.2

⁴⁰ Heather Hausenblas and Ryan E Rhodes, "Exercise Psychology" (Jones & Bartlett Publishers, 2016).p.113

3. *Conative responses are behavioral inclinations, intentions, commitments and actions with respect to the attitude object*⁴¹. (Artinya suatu kecenderungan untuk berperilaku, niat, komitmen dan tindakan yang berhubungan dengan objek sikap).

Didukung juga pernyataan menurut Robbins & Timothy terdapat tiga komponen utama dari sikap, yaitu :

1. Komponen kognitif (*cognitive component*) adalah sebuah kepercayaan tentang suatu hal.
2. Komponen afektif (*affective component*) adalah segmen perasaan atau emosional dari satu sikap yang direfleksikan ke dalam suatu pernyataan.
3. Komponen perilaku (*behavioural component*) adalah maksud dari berperilaku dalam cara tertentu terhadap seseorang atau sesuatu⁴².

Menurut penelitian Usep Suhud, terdapat 10 pernyataan untuk mengukur variabel sikap, antara lain :

- *Enjoyable – unenjoyable*
- *Invaluable – valuable*
- *Uninteresting – interesting*
- *Desirable – undesirable*
- *Unpleasant – pleasant*
- *Unforgettable – forgettable*
- *Unreasonable – reasonable*
- *A charity project – a business project*
- *Suitable for all age groups – suitable only for certain age group*
- *Advantageous – disadvantageous*⁴³.

Artinya

- Menyenangkan – tidak menyenangkan
- Tidak bernilai – bernilai
- Tidak menarik – menarik
- Diinginkan – tidak diinginkan
- Tidak menggembirakan – menggembirakan
- Tidak dapat dilupakan – mudah dilupakan

⁴¹ Icek Ajzen, "Attitudes, Personality, and Behavior" (McGraw-Hill Education (UK), 2005).p.4

⁴² Robbins and Judge. *op cit* pp.43-44

⁴³ Usep Suhud, "A Moment to Give, No Moment to Take: A Mixed-Methods Study on Volunteer Tourism," (2013).p.181

- Tidak beralasan – beralasan
- Proyek amal – proyek bisnis
- Cocok untuk semua usia – cocok hanya untuk usia tertentu
- Menguntungkan – tidak menguntungkan

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga dimensi yang dimiliki oleh sikap. Dimensi pertama adalah kognitif (*Cognitive component*) dengan indikator kepercayaan (*beliefs*), pengetahuan (*knowledge*), & pendapat (*perceptions*), Dimensi kedua adalah afektif (*Affective component*) dengan indikator perasaan (*feelings*) & Dimensi ketiga adalah Conative dengan indikator perilaku atau tindakan (*action taken*).

4. Citra Destinasi Wisata

Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk menjadi salah satu dari faktor motivasi atau faktor pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi wisata. Citra destinasi yang berasal dari penilaian wisatawan dapat berbeda-beda antara satu orang dengan orang lainnya.

Menurut Ali Hasan citra destinasi adalah kumpulan dari sejumlah keyakinan, ide dan kesan bahwa orang merasa memiliki destinasi itu. Citra tersebut akan dipersepsikan bervariasi oleh orang yang berbeda⁴⁴.

Pendapat tersebut juga di dukung oleh teori menurut Fakeye & Crompton dalam buku karya Hung & Li yang menuliskan bahwa

⁴⁴ Hasan Ali, "Tourism Marketing" Yogyakarta: CAPS (2015).p.139

*“Destination image represents the image of a destination in the mind of the tourist”*⁴⁵. (Citra destinasi mewakili gambaran dari sebuah destinasi yang ada di dalam pikiran wisatawan).

Berdasarkan pemaparan para ahli di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa definisi dari citra destinasi adalah kumpulan gambaran yang berasal dari keyakinan, ide dan kesan yang muncul dari dalam pikiran wisatawan terhadap sebuah destinasi.

Menurut teori dari Dichter dalam buku karya I Gusti Bagus mengenai pandangan tentang citra destinasi adalah konsep sebagai sebuah gambaran yang menerangkan kualitas atau kesan gabungan yang tertanam pada benak seseorang⁴⁶.

Teori di atas juga di tambahkan menurut Becherel dalam bukunya yang berjudul “Pemasaran Pariwisata Internasional” menuliskan bahwa pencitraan nama destinasi sebagai persepsi dan asosiasi (baik dan buruk) di dalam benak konsumen⁴⁷.

Dari pernyataan dari para ahli di dukung juga dengan teori dari Lawson & Bovy dalam buku karya I Gusti Bagus yang mendefinisikan citra destinasi sebagai sebuah ekspresi tentang sebuah pengetahuan, keyakinan diri, prasangka, hayalan dan

⁴⁵ Kam Hung and Xiang Robert Li, *“Chinese Consumers in a New Era: Their Travel Behaviors and Psychology”* (Routledge, 2016).p.76.

⁴⁶ I Gusti Bagus Rai Utama, *“Pengantar Industri Pariwisata”* (Deepublish, 2016).p.169

⁴⁷ Vellas Francois and Lionel Becherel, *“Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategis,”* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia Anggota IKAPI DKI, 2008). p.266

pikiran emosional seorang individu tentang objek atau tempat tertentu⁴⁸.

Berdasarkan teori mengenai definisi citra destinasi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa citra destinasi adalah sebuah persepsi, kesan, gambaran dan asosiasi baik atau buruk yang berasal dari pengetahuan, keyakinan diri, prasangka, hayalan, maupun pikiran emosional individu yang tertanam dalam benak seseorang terhadap suatu objek atau tempat tertentu.

Menurut teori dari Crompton dalam buku karya Hung & Li mencantumkan definisi dari citra destinasi wisata adalah "*Destination image as a tourist's beliefs, knowledge, and impressions of a particular destination*"⁴⁹. (Citra destinasi sebagai sebuah keyakinan, pengetahuan dan kesan dari wisatawan terhadap suatu destinasi wisata).

Pernyataan tersebut juga di tambahkan oleh pendapat menurut Sirgy & Su dalam buku karya yang sama menyatakan "*Destination image is tourists' positive evaluation of a destination*"⁵⁰. (Citra destinasi adalah hasil evaluasi yang positif yang berasal dari wisatawan terhadap suatu destinasi).

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa citra destinasi adalah hasil evaluatif yang positif yang dihasilkan melalui sebuah keyakinan, pengetahuan dan kesan

⁴⁸ Utama.*loc cit.*,p.169

⁴⁹ Hung and Li. *op cit* p.77

⁵⁰ *Ibid.*

wisatawan yang melekat terhadap suatu destinasi wisata sebagai salah satu produk wisata.

Menurut teori dari Kotler *et al* dalam buku karya I Gusti Bagus mendefinisikan citra destinasi sebagai keyakinan, ide dan kesan seseorang tentang sebuah tempat⁵¹.

Dari teori Kotler dalam buku karya yang sama ditambahkan juga pendapat menurut Parentau, citra destinasi adalah prasangka positif atau negatif yang dimiliki oleh seorang pelanggan atau penyalur tentang sebuah produk atau destinasi⁵².

Menurut pendapat Alexander dalam buku karya Christopher & Claire mendefinisikan citra destinasi sebagai

*The Destination image is created from a variety of sources of information, making it necessary to promote the destination in a way which appeals to the customer's expectations, giving the customer what they know rather than contradicting their beliefs*⁵³.

Artinya citra destinasi wisata dibentuk dari berbagai sumber informasi sehingga perlu untuk mempromosikan suatu destinasi dengan cara yang menarik dan sesuai dengan harapan pengunjungnya, memberikan pelayanan kepada pengunjung sesuai dengan apa yang mereka ketahui dan bukan yang bertentangan dengan apa yang sudah dipercayakan.

⁵¹ Utama.,*op cit* p.170.

⁵² *Ibid.*

⁵³ Humphreys, J.Christopher Holloway & Claire. “*The Business of Tourism. Ninth ed*”. England Pearson, 2012.p.81

Berdasarkan teori-teori diatas, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi wisata adalah Sebuah prasangka positif maupun negatif yang berasal dari keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap sebuah tempat destinasi yang juga dapat dibentuk melalui sumber informasi sehingga perlu bagi sebuah destinasi untuk mempromosikan destinasinya dengan cara yang menarik kepada pengunjung serta mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengunjung.

Setelah peneliti membuat beberapa kesimpulan berdasarkan teori dari para ahli di atas, peneliti dapat membuat kesimpulan secara singkat mengenai citra destinasi wisata adalah hasil evaluatif yang berupa sekumpulan gambaran, persepsi, kesan dan prasangka positif ataupun negatif yang berasal dari ide, pengetahuan, keyakinan maupun pikiran emosional individu terhadap suatu objek destinasi wisata.

Menurut teori Gartner dalam buku karya Hung & Li menjelaskan mengenai tiga dimensi dari citra destinasi, yakni :

1. *Cognitive image is defined as an intellectual evaluation of the known attributes or understanding of the product.* (keyakinan dan informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi).
2. *Affective image is related to the underlying motives for selecting the destination.* (motif yang mendasari wisatawan untuk memilih suatu destinasi).
3. *Conative image is analogous to behavior because it is the action component*⁵⁴. (beranalogi dengan perilaku karena komponen tindakan).

⁵⁴ Hung and Li. *op cit* p.77

Berdasarkan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi memiliki tiga dimensi yaitu *cognitive image*, *affective image* & *conative image*. Indikator dari *cognitive image* adalah pendapat dan pengetahuan. Indikator dari *affective image* adalah fasilitas, suasana dan lingkungan destinasi. Indikator dari *conative image* adalah perilaku dan karakteristik.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Sri Astuti, Christina & Tetty Rimenta (2014) melakukan penelitian yang berjudul “Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia”. International Journal of Innovation, Management and Technology. DOI : 10.7763.

Dalam jurnal ini penulis membahas tentang niat kunjungan ulang sebagai salah satu faktor penting bagi pertumbuhan industri pariwisata. Banyak Faktor yang mempengaruhi niat kunjungan ulang bagi wisatawan, salah satunya adalah motivasi wisatawan dan citra destinasi wisata.

Maksud dari di buatnya jurnal ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh dari citra destinasi wisata dan motivasi dari wisatawan terhadap kepuasan wisata dan niat melakukan kunjungan ulang.

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah apakah motivasi dan citra destinasi wisata merupakan salah satu indikator dari kepuasan

wisatawan dan niat melakukan kunjungan ulang. Hal utama yang dibahas pada penelitian ini adalah sejauh mana wisatawan berpendapat mengenai citra sebuah destinasi wisata dan motivasi wisatawan serta pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan dan niat melakukan kunjungan kembali.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *convenience sampling*. Penelitian ini dilakukan ketika musim liburan dengan tempat penelitian di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Bandung merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di wilayah sekitar pegunungan yang menawarkan wisata rekreasi, kegiatan *outdoor*, hiburan dan petualangan bagi pengunjungnya. Bandung juga merupakan wilayah yang dapat meningkatkan popularitas di mata pengunjungnya karena merupakan salah satu pilihan terbaik bagi wisatawan untuk berlibur serta mendapatkan kesempatan untuk berelaksasi di Indonesia tanpa harus berkunjung ke luar negeri.

Populasi yang digunakan oleh peneliti adalah wisatawan asing yang berkunjung ke Bandung selama bulan Desember 2012 hingga Januari 2013. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang nantinya diisi oleh responden. Semua responden didekati secara pribadi oleh peneliti dalam waktu dua bulan di daerah tujuan wisata. Penelitian ini di tulis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengunjungi ulang wisatawan ke suatu destinasi. Berdasarkan penelitian, motivasi

dan citra destinasi merupakan variabel terpenting terhadap niat mengunjungi ulang sehingga hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi merupakan salah satu alasan terpenting dari niat berkunjung ulang dan berpengaruh juga terhadap kepuasan wisatawan dan citra destinasi. Citra destinasi secara positif dan signifikan berhubungan dengan niat mengunjungi ulang dan berpengaruh juga terhadap kepuasan wisatawan dan terdapat pengaruh yang positif & signifikan antara kepuasan wisatawan dengan niat mengunjungi ulang.

Sedangkan tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah pengaruh motivasi, sikap & citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang studi kasus pada wisata KRB. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah motivasi, sikap & citra destinasi wisata yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey & kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan tertentu terhadap pemilihan responden. Responden yang dipilih oleh peneliti hanya berdasarkan pengunjung yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang ada di luar lingkungan KRB. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala likert 6 untuk menguji instrumen. Realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan

rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data menggunakan *software* SPSS 16.0. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah motivasi, sikap & citra diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB.

2. Fani, Jasman & Mukhlis (2014) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk dan Bauran Promosi Wisata terhadap Citra (*Image*) Destinasi dan dampaknya pada Niat Wisatawan untuk Melakukan Kunjungan Ulang ke Provinsi Aceh”. Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala. ISSN : 2302-0199.

Hal yang melatar belakangi penelitian ini dikarenakan peneliti ingin menguji apakah industri pariwisata di Aceh mampu mendorong wisatawan aceh yang sudah pernah berkunjung untuk berniat melakukan kunjungan ulang kembali atau tidak Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk dan bauran promosi wisata terhadap citra destinasi wisata di Aceh yang dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 170 orang yang rata-rata respondennya merupakan wisatawan yang sedang atau pernah melakukan kunjungan wisata di Provinsi Aceh.

Peneliti menggunakan lokasi penelitian disekitar tempat wisata, yaitu di kawasan Kota Banda Aceh, Kabupaten Aceh Besar, dan Kota Sabang. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS 18.0 dan skala Likert dengan lima rentangan untuk menganalisis dan mengolah data. Menurut peneliti, salah satu upaya untuk menciptakan

citra (*image*) destinasi yang positif agar dapat dikenal oleh masyarakat luas yaitu dengan cara melakukan promosi. Promosi tersebut seharusnya bisa menjadi salah satu alat agar dapat membentuk citra yang baik bagi pengunjungnya sehingga niat untuk berkunjung ke tempat wisata yang ada di Kota Aceh semakin meningkat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk atraksi, sarana&prasarana dan bauran promosi wisata berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap citra destinasi dan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke provinsi Aceh. Hasil pengujian hipotesis selanjutnya, secara parsial menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan berulang ke provinsi Aceh.

Sedangkan tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah pengaruh motivasi, sikap & citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang studi kasus pada wisata KRB. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah motivasi, sikap & citra destinasi wisata yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey& kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan tertentu terhadap pemilihan responden. Responden yang dipilih oleh peneliti hanya berdasarkan pengunjung yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang ada di luar

lingkungan KRB. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala likert 6 untuk menguji instrumen. Realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data menggunakan *software* SPSS 16.0. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah motivasi, sikap & citra diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB.

3. Yen-Nee Goh (2015) melakukan penelitian yang berjudul “*Investigating Revisit Intentions for the Boutique Hotels of Penang-A UNESCO World Heritage Site*”. *Asian Social Science*. ISSN 1911-2017.

Penelitian ini membahas tentang pertumbuhan terhadap jumlah dan variasi *Boutique* hotel yang ada di Penang dan daerah tujuan wisata. Tujuan tersebut telah terdaftar sebagai situs warisan dunia UNESCO. Sejak saat itu, jumlah *Boutique* hotel dan kunjungan wisatawan terus meningkat.

Pada penelitian ini, peneliti meneliti faktor-faktor penentu niat melakukan kunjungan ulang pelanggan *Boutique* hotel. Variabel yang diteliti oleh peneliti adalah *attitude*, *subjective norm*, *Perceived Behavioural Control*, *overall image*, dan *customer satisfaction* terhadap *revisit intention*. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat 78 kuesioner yang menunjukkan sikap, norma subjektif dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap niat pengunjung melakukan kunjungan ulang. Peneliti menggunakan kuesioner untuk

mengumpulkan data. Selain menggunakan kuesioner, peneliti juga menggunakan metode wawancara dan metode survey. Metode survey ini dilakukan dengan cara peneliti mengunjungi setiap *Boutique* hotel untuk menjelaskan tujuan diadakannya survey tersebut kepada manajer hotel dan kemudian mengumpulkan informasi dengan menyebarkan kuesioner kepada tamu hotel. Penelitian tersebut dilakukan dari bulan Januari 2013 sampai dengan Maret 2013.

Penelitian ini menggunakan metode *drop off dan pick up*. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *convenience sampling*. Teknik tersebut efektif dilakukan dikarenakan untuk menghemat biaya yang dikeluarkan oleh peneliti. Ada 12 *Boutique hotel* yang terletak di *George Town*, Penang yang dijadikan sebagai objek penelitian oleh peneliti. Dari 300 kuesioner yang disebar oleh peneliti, hanya 78 kuesioner yang valid atau sekitar 26 % dari jumlah kuesioner. Terdapat 23,1 % responden yang berasal dari Malaysia dan 64,1% responden memilih warisan UNESCO sebagai alasan utama mereka untuk menginap di *Boutique* hotel. Dalam menguji dan menganalisis hubungan antar variabel, uji validitas dan reliabilitas dianalisis menggunakan *Smart PLS 2.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *attitude*, *subjective norm*, dan *customer satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *revisit intention* sedangkan *perceived behavioural control & overal image* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

Sedangkan tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah pengaruh motivasi, sikap & citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang studi kasus pada wisata KRB. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah motivasi, sikap & citra destinasi wisata yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey & kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan tertentu terhadap pemilihan responden. Responden yang dipilih oleh peneliti hanya berdasarkan pengunjung yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang ada di luar lingkungan KRB. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala likert 6 untuk menguji instrumen. Realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data menggunakan *software* SPSS 16.0. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah motivasi, sikap & citra diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB.

4. **Tun & Athapol (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand”. Journal of Economics, Business and Management. DOI : 10.7763.**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kepuasan, daya tarik wisata, citra destinasi wisata dan motivasi wisatawan terhadap niat mengunjungi ulang. Populasi dalam penelitian ini adalah 400 wisatawan asing yang pernah berkunjung ke Bangkok. Teknik sampling yang digunakan adalah convenience sampling dengan menggunakan kuesioner sebagai data yang digunakan pada penelitian ini. Penyebaran kuesioner dilakukan dalam bentuk online dan tatap muka secara langsung.

Kuesioner yang dibagikan secara langsung didistribusikan di daerah wisata utama, pusat perbelanjaan, universitas dengan program internasional dan bandara internasional. Misalnya, daerah wisata utama termasuk *WatPhraKaew* dan *Wat Pho*, pusat perbelanjaan di *Central World* dan *Siam Paragon*, universitas dengan program internasional terdiri dari Universitas *Thammasart* dan *Chulalongkorn University*, dan bandara internasional terdiri dari Bandara Internasional *Don Mueang* dan Bandara Internasional *Suvarnabhumi*. Pengumpulan data kuesioner dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu selama September-Oktober tahun 2013.

Jumlah sampel yang valid sebanyak 189 sample dan diasumsikan ada 7 % terjadi kesalahan sampling. Teknik analisis data yang

digunakan adalah dengan menggunakan uji reliabilitas Alpha Cronbach dengan menggunakan analisis deskriptif. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah kepuasan, daya tarik wisata, citra destinasi wisata dan motivasi wisatawan diduga memiliki pengaruh terhadap *revisit intention*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dan berganda untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat melakukan kunjungan ulang secara signifikan. Hasil dari penelitian ini, mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi niat wisatawan asing untuk melakukan kunjungan berulang ke Bangkok. Faktor pertama adalah kepuasan yang dirasakan seperti akomodasi, perbelanjaan dan sikap dari orang-orang Taiwan. Faktor kedua adalah motivasi wisatawan seperti untuk berekreasi dan relaksasi. Faktor ketiga adalah citra destinasi secara keseluruhan. Ketiga faktor di atas secara positif berhubungan dengan niat untuk melakukan kunjungan berulang.

Sedangkan tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah pengaruh motivasi, sikap & citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang studi kasus pada wisata KRB. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah motivasi, sikap & citra destinasi wisata yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey & kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini

menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan tertentu terhadap pemilihan responden. Responden yang dipilih oleh peneliti hanya berdasarkan pengunjung yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang ada di luar lingkungan KRB. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala likert 6 untuk menguji instrumen. Realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data menggunakan *software* SPSS 16.0. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah motivasi, sikap & citra diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB.

5. Hyelin,et.al (2015) melakukan penelitian yang berjudul “*Nature based tourism : motivation and subjective well being*”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. ISSN : 1054-8408

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami perilaku dari wisata pendaki melalui *tourist motivation, personal values, subjective well-being* terhadap *revisit intention*. Pada penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan bukti secara teoretis dan empiris hubungan dari keempat variabel tersebut. Peneliti menggunakan sampel yang diambil dari wisatawan yang ada di Korea Selatan dan menggunakan EFA (*Exploratory Factor Analysis*) untuk menyelidiki hubungan yang relevan antar variabe, peneliti menggunakan pendekatan SEM (*Structural Equation Modeling*).

Peneliti memiliki lokasi penelitian di Olle Trail yang berlokasi di pulau Jeju, 130 km sebelah selatan dari Korean Peninsula. Lokasi tersebut menjadi warisan wisata alam pertama yang ada di Korea dan yang akan ditambahkan ke UNESCO (*United Nations Educational Scientific and Cultural Organization*) sebagai daftar warisan dunia. Sejak tahun 2008, Olle Trail yang ada di pulau Jeju sudah menjadi tempat wisata terkenal dengan penduduk setempat dan pengunjung yang berpartisipasi dalam ekowisata.

Data yang digunakan pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner terstruktur yang disebar di tempat lokasi penelitian yaitu di Olle Trail kepulauan Jeju Korea Selatan. Data tersebut dikumpulkan berasal dari target populasi yang dipilih oleh peneliti termasuk survey dan pertanyaan screening di awal. Peneliti memilih sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan pendaki yang melakukan perjalanan terutama untuk mendaki dan yang pernah berpartisipasi dalam mendaki lebih dari dua jam sehari untuk mengamati dan menikmati keindahan pemandangan alam akan dilibatkan pada penelitian ini. Jadi, sampel yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini diperoleh dari berbagai individu yang mengunjungi Olle Trail di kepulauan Jeju Korea Selatan. Penyebaran kuesioner dilakukan oleh peneliti selama dua bulan, yaitu di bulan Juli dan Agustus 2010.

Kuesioner disebar secara acak untuk calon responden yang sedang berada di lokasi penelitian. Bagi para calon responden, peneliti menjelaskan secara singkat mengenai tujuan yang dilakukan untuk melakukan penelitian ini dan memberikan souvenir secara gratis seperti pulpen & minuman bagi seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Peneliti menyebarkan 500 kuesioner dan ada 430 kuesioner yang dapat digunakan pada penelitian ini. SEM digunakan untuk menguji variabel yang diusulkan oleh peneliti dan menjelaskan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui kuesioner. Data yang diusulkan diuji juga dengan menggunakan *Maximum Likelihood* dengan penilaian menggunakan aplikasi software AMOS untuk mengukur hubungan antara keempat variabel secara teoretis berdasarkan pada penelitian empiris sebelumnya. Menurut peneliti prosedur SEM sangat cocok untuk menguji model yang diusulkan oleh peneliti. Peneliti juga menggunakan aplikasi SPSS versi 17.0 sebelum melakukan analisis utama, distribusi normal dari variabel yang diteliti dan hasil dari peneliti melakukan penelitian ini adalah peneliti mengindikasikan niat mengunjungi ulang dipengaruhi oleh *tourist motivation* dan *subjective well-being*. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa *revisit intention* dipengaruhi oleh *tourist motivation* dan *subjective well-being*. Selanjutnya, motivasi turis pendaki dan *personal values* diprediksi berasal dari *subjective well-being*.

Sedangkan tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah pengaruh motivasi, sikap & citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang studi kasus pada wisata KRB. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah motivasi, sikap & citra destinasi wisata yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey & kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan tertentu terhadap pemilihan responden. Responden yang dipilih oleh peneliti hanya berdasarkan pengunjung yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang ada di luar lingkungan KRB. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala likert 6 untuk menguji instrumen. Realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data menggunakan *software* SPSS 16.0. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah motivasi, sikap & citra diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB.

6. Feng & Chih (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Influence of the Sports Tourism Attractiveness, Motivation and Experience on Revisit Intentions”. Journal of Social Sciences & Humanities Research. ISSN : 2456-5547.

Penelitian ini meneliti hubungan antara daya tarik pariwisata, pengalaman wisata, motivasi wisatawan, dan niat untuk mengunjungi ulang berwisata dalam program berbasis sport-pariwisata yang ada di Taiwan. Analisis statistik dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian, yang dikembangkan atas dasar kerangka penelitian yang diusulkan. Penelitian ini difokuskan pada meneliti enam olahraga yaitu berlayar, berselancar, trekking di sungai, kano, bungee jumping, dan mendaki gunung. Peneliti menggunakan *convenience sampling* untuk mencari populasi dan sampel dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan oleh peneliti adalah wisatawan lokal yang berwarga negara Taiwan dan yang pernah berpartisipasi dalam program pariwisata setidaknya satu olahraga yang ada di daftar olahraga yang telah dibuat oleh peneliti. Peneliti menggunakan metode kuesioner berbasis wawancara dalam pengumpulan data. Sebelum peneliti melakukan wawancara terhadap responden, peneliti menjelaskan terlebih dahulu tujuan diadakannya penelitian kepada responden. Setelah dijelaskan dan mendapat persetujuan dari responden, peneliti baru bisa mewawancarai responden sebagai bahan data yang akan diteliti oleh peneliti. Sebanyak 300 kuesioner wawancara telah disebar kepada responden dan yang bisa dijadikan sebagai sumber data sebanyak 295 kuesioner.

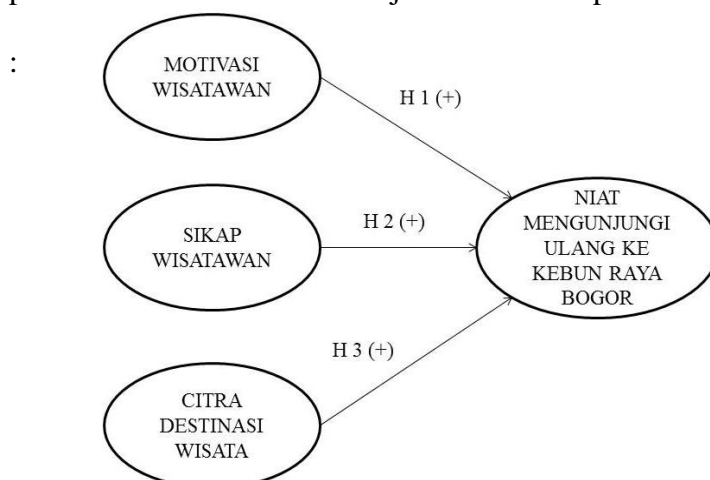
Penelitian ini menggunakan aplikasi PLS (*Partial Least Square*) Graph 3.0 yang tujuannya untuk menguji tingkat signifikansi jalur dalam model struktural. Peneliti menganggap cocok dalam menggunakan PLS untuk menguji model yang dibuat oleh peneliti. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah motivasi wisatawan dan pengalaman wisatawan secara langsung dipengaruhi oleh niat mengunjungi ulang. Oleh karena itu, niat mengunjungi ulang berwisata dalam penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan yang memiliki pengalaman yang memuaskan dan adanya rasa aman ketika mereka berpartisipasi dalam program pariwisata olahraga. Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa pengalaman berwisata dan motivasi wisatawan secara langsung berpengaruh terhadap niat melakukan kunjungan ulang. Atraksi wisata secara langsung berpengaruh terhadap motivasi wisatawan dan motivasi wisatawan secara langsung juga berpengaruh terhadap pengalaman berwisata.

Sedangkan tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah pengaruh motivasi, sikap & citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang studi kasus pada wisata KRB. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah motivasi, sikap & citra destinasi wisata yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey & kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam

penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan tertentu terhadap pemilihan responden. Responden yang dipilih oleh peneliti hanya berdasarkan pengunjung yang sedang berada di lingkungan KRB baik itu di dalam KRB maupun di luar KRB. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala likert 6 untuk menguji instrumen. Realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data menggunakan *software* SPSS 16.0. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah motivasi, sikap & citra diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB.

C. Kerangka Teoretik

Berdasarkan kerangka berfikir masing-masing variabel yang telah dijelaskan di atas, maka dapat di buat suatu model sebagai kerangka pemikiran teoretis untuk menjawab masalah penelitian, sebagai berikut



Gambar II.1- Kerangka Teoretik

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi niat mengunjungi ulang ke KRB. Dalam penelitian ini, faktor yang dijadikan variabel penelitian oleh peneliti diantaranya variabel motivasi, sikap dan citra destinasi terhadap *revisit intention*. Hubungan ketiga variabel ini dideskripsikan sebagai berikut:

1. Motivasi terhadap niat mengunjungi ulang

Menurut Muljadi, motivasi atau dorongan orang untuk melakukan perjalanan akan menimbulkan permintaan-permintaan berupa jasa pariwisata yang disediakan oleh masyarakat, sehingga permintaan akan jasa pariwisata tersebut juga akan meningkat apabila terjadi peningkatan jumlah orang yang melakukan perjalanan⁵⁵.

Menurut teori dari Rittichainuwat Qu & Leong yang dicantumkan dalam buku "*Advances in Hospitality and Leisure*" menyatakan bahwa "*An individual's travel motivations, destination image and destination inhibitors had further impacted a tourist's intention to revisit the destination*"⁵⁶. (Motivasi perjalanan seseorang, citra destinasi wisata dan penghambat suatu destinasi memiliki dampak lebih lanjut terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi tersebut).

Menurut Lau & McKercher dalam sumber yang sama mengutarakan bahwa "*The previous experience with a destination had a strong influence on a tourist's motivation to revisit a destination*"⁵⁷.

⁵⁵ Muljadi A.J, "*Kepariwisata dan Perjalanan*" (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2012).p.6

⁵⁶ Budi Guntoro & Tak Kee Hui, "*Advances in Hospitality and Leisure*", vol. 9 (UK: Emerald Group Publishing, 2013).p.34

⁵⁷ *Ibid.*

(Pengalaman sebelumnya di suatu destinasi memiliki pengaruh yang kuat sebagai salah satu motivasi wisatawan untuk mengunjungi kembali ke suatu destinasi).

Menurut Hsu & Lam dalam jurnal karya Hyelin Kim *et al* menghubungkan variabel motivasi terhadap *revisit intention* dengan menyatakan “*Since motivation is an initial driving force of behaviour, tourist motivation will affect revisit intention*”⁵⁸. (Sejak motivasi sebagai pendorong dalam berperilaku, motivasi berwisata akan mempengaruhi niat berkunjung ulang).

Dalam sumber yang sama, pendapat tersebut juga di tambahkan oleh Lin yang menyatakan “*That specific tourism motivations, such as cuisine experiences affect revisit intention*”⁵⁹. (Motivasi pariwisata secara spesifik seperti merasakan pengalaman mempengaruhi niat melakukan kunjungan ulang).

Dari kelima teori penghubung di atas mengenai motivasi terhadap niat mengunjungi ulang maka dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa motivasi dan niat mengunjungi ulang memiliki hubungan yang erat, hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengalaman sebelumnya sebagai salah satu motivasi yang paling mendasar untuk mendorong dan menentukan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata kembali di masa yang akan datang.

⁵⁸ Hyelin Kim et al., "Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well-Being," *Journal of Travel & Tourism Marketing* 32, no.1 (2015).p.7

⁵⁹ *Ibid.*p.7

2. Sikap terhadap niat mengunjungi ulang

Menurut J. Christopher Holloway & Claire Humphreys dalam bukunya menuliskan bahwa *“We may still retain a positive attitude towards going there because we have an interest in seeing some of its attractions or learning about its culture⁶⁰”*. (Wisatawan yang masih mempertahankan sikap positif nya terhadap kunjungannya ke suatu destinasi dikarenakan wisatawan tersebut memiliki ketertarikan untuk melihat beberapa atraksi wisata atau belajar mengenai kebudayaan yang ada di destinasi wisata tersebut).

Penulis menyimpulkan bahwa pengunjung yang memiliki sikap positif terhadap suatu destinasi yang dikunjungi disebabkan oleh pengunjung yang memiliki ketertarikan untuk mempelajari atraksi dan budaya di suatu destinasi wisata yang telah dikunjunginya.

Menurut Yen-Nee Goh dalam jurnalnya menuliskan hubungan antara sikap terhadap niat berkunjung ulang seperti berikut

The author argued that customers' positive attitude strengthens their revisit intention. That positive attitude towards the experience, expects family and friends to approve, and if he or she has sufficient resources to undertake the revisit⁶¹.

Artinya sikap positif yang dimiliki oleh pengunjung dapat memperkuat niat dalam melakukan kunjungan ulang Sikap positif tersebut terhadap pengalaman, mengharapkan keluarga dan teman untuk

⁶⁰ Humphreys.op cit p.82

⁶¹ Goh, Yen-Nee. "Investigating Revisit Intentions for the Boutique Hotels of Penang-a Unesco World Heritage Site." Asian Social Science 11, no. 4 (2015)

menyetujui dan jika pengunjung tersebut memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan kunjungan berulang.

Menurut Lee *et al* dalam buku “*Strategic Marketing in Tourism Service*” menyatakan hubungan sikap dengan niat mengunjungi ulang dalam bidang pemasaran sebagai

*Repeat purchase or recommendations to other people are most usually referred to as consumer loyalty in the marketing literature. In fact, customer loyalty is subdivided into two distinct types. The first of these are behaviour factors, which are due to strong loyalty and repeat purchases, etc. The second are attitude factors, which include brand preference, commitment, and intention to buy*⁶²

Artinya pembelian berulang atau merekomendasikan kepada orang lain disebut sebagai loyalitas konsumen dalam bidang pemasaran. Loyalitas konsumen dibagi menjadi dua jenis. Pertama adalah faktor perilaku mampu mempengaruhi loyalitas dan pembelian berulang secara kuat. Kedua adalah sikap yang termasuk ke dalam referensi merk, komitmen dan niat untuk membeli.

Dari ketiga teori penghubung variabel sikap terhadap niat mengunjungi ulang di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara sikap dengan niat mengunjungi ulang, hal tersebut dapat dilihat dari sikap positif terhadap kunjungan wisatawan ke suatu destinasi dapat mempengaruhi wisatawan tersebut untuk berniat mengunjungi ulang kunjungannya di waktu yang akan datang.

⁶² Rodoula H Tsiotsou and Ronald E Goldsmith, "Strategic Marketing in Tourism Services" (Emerald Group Publishing, 2012).p.188

3. Citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang

Menurut Chen *et al* dalam buku karya Hung & Li menuliskan “*Destination image is positively related to revisit intention*”⁶³. (Citra destinasi wisata secara positif berhubungan dengan niat mengunjungi ulang).

Menurut pendapat Chon & Chi dalam buku karya I Gusti Bagus, citra destinasi mempengaruhi proses pemilihan destinasi bagi wisatawan di masa yang akan datang sebagai konsekuensi evaluasi yang telah dilakukannya⁶⁴.

Menurut Christopher & Claire dalam bukunya menghubungkan citra destinasi dengan niat berkunjung ulang sebagai “*Destinations depend on their image for their success in attracting tourists even if that image is frozen in time and no longer represents a true picture of the place*”⁶⁵.(suatu destinasi tergantung pada citra untuk menjadikan kesuksesan dalam menarik wisatawan meskipun citra membeku dalam waktu dan tidak lagi menampilkan gambaran atau kesan yang sebenarnya dari tempat tersebut).

Menurut teori dari Bigne *et al* dalam buku karya James A.Seba menyatakan bahwa “*Returning intentions and recommending intentions are influenced by tourism image and quality variables of the destination*”⁶⁶. (Niat berkunjung kembali dan niat merekomendasikan

⁶³ Hung and Li.*op cit* p.76

⁶⁴ Utama, I Gusti Bagus Rai. “*Pengantar Industri Pariwisata*”. Yogyakarta Deepublish, 2016.p.126

⁶⁵ Humphreys. *op cit* p.203

⁶⁶ James A. Seba. (2012).”*Tourism and Hospitality : Issues and Developments*”, (Canada : Apple Academic Press).p.57

dipengaruhi oleh citra pariwisata dan kualitas dari tujuan suatu destinasi wisata).

Menurut Victor & Rebecca dalam bukunya menghubungkan citra destinasi dengan *revisit intention* sebagai “*Destination images are not necessarily based on experience or fact but they are usually very powerful motivators in leisure travel decisions*”⁶⁷. (Citra destinasi tidak selalu berdasarkan pada pengalaman dan fakta tetapi menjadi salah satu motivasi yang kuat dalam pengambilan keputusan perjalanan).

Berdasarkan kelima teori pendukung di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara citra destinasi terhadap *revisit intention* hal tersebut dapat dibuktikan dengan citra destinasi wisata yang positif dapat menjadi salah satu motivasi yang kuat bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan berulang di waktu yang akan datang.

D. Perumusan Hipotesis

H1 : Motivasi akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi mengunjungi ulang ke KRB.

H2 : Sikap akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi mengunjungi ulang ke KRB.

H3 : Citra akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi mengunjungi ulang ke KRB.

⁶⁷ Hawkins.op cit p.73

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliabel) tentang pengaruh motivasi, sikap dan citra terhadap intensi pengunjung dalam melakukan kunjungan ulang ke Kebun Raya Bogor.

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan motivasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif dan signifikan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pintu keluar KRB dan di luar lingkungan KRB. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena banyak nya responden yang sedang duduk-duduk dan beristirahat di sekitaran pintu keluar dan dapat juga memudahkan peneliti untuk menjangkaunya.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2017 sampai dengan Juni 2017.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian⁶⁸.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan yang bersifat kuantitatif atau statistik.

Menurut Kerlinger dalam buku karya Sugiyono mengemukakan bahwa penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis⁶⁹.

Menurut Ronny, dalam bukunya menuliskan metode survey dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden.

⁶⁸Noor, Juliansyah, " *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*", 2011 p.254

⁶⁹Sugiyono, " *Metode Penelitian Administrasi* " Bandung: Alfabeta, 2012.p.7

Responden akan mengisi kuesioner yang diberikan kemudian mengembalikannya kembali kepada peneliti setelah diisi⁷⁰.

Menurut Kuncoro dalam bukunya menuliskan pengertian metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Pendekatan ini berangkat dari data yang diproses dan disajikan menjadi informasi yang berharga. Pemrosesan dan manipulasi data mentah menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang merupakan jantung dari analisis kuantitatif⁷¹.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka peneliti memilih untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode survey dengan hanya memfokuskan beberapa variabel saja. Hubungan antar variabel yang akan diteliti disebut sebagai model penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti memilih variabel motivasi, sikap dan citra sebagai variabel bebas dan niat melakukan kunjungan ulang sebagai variabel terikatnya.

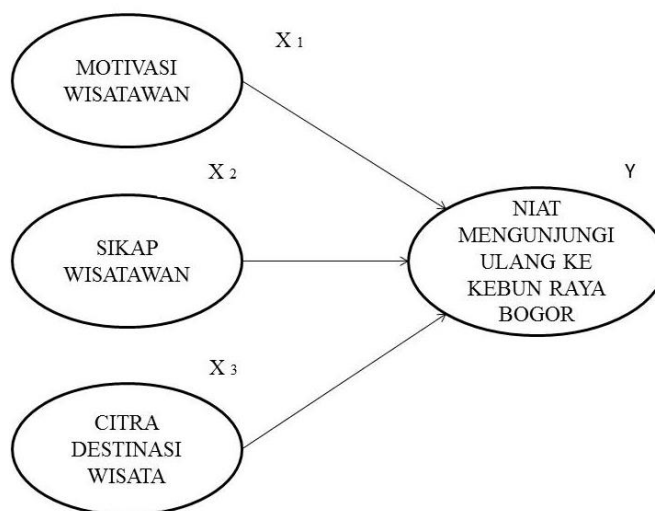
2. Konstelasi Hubungan antar Variabel.

Berdasarkan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel X_1 (Motivasi Wisatawan), X_2 (Sikap Wisatawan) dan X_3 (Citra Destinasi Wisata) terhadap variabel Y (Niat Mengunjungi Ulang ke KRB) secara parsial. Adapun

⁷⁰Ronny Kountur "*Menguasai Riset Pemasaran Cara Mudah & Praktis*" (Jakarta: PPM Manajemen 2008),p.69

⁷¹Mudrajad Kuncoro,"*Metode Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*" (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011).p.3

konstelasi hubungan antar variabel X_1 , X_2 , X_3 dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar III.2 – Konstelasi Variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y .

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Noor, populasi adalah sekelompok subjek atau data dengan karakteristik tertentu yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian⁷².

Teori Noor juga di dukung oleh teori menurut Sugiyono yang menjelaskan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya⁷³.

⁷² Noor.*op cit*, p.147

⁷³ Sugiyono..*op cit*, p.90

Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sedang berada di pintu keluar KRB atau orang-orang yang sedang berada di luar lingkungan KRB.

2. Sampel

Menurut Noor, pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi⁷⁴.

Selain itu, teori dari Sugiyono mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁷⁵. Menurut Sugiyono, teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian⁷⁶.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *convenience sampling*. Menurut Sanusi, *Convenience Sampling* adalah cara pemilihan sampel yang berdasarkan pada kemudahan. Misalnya, ingin meneliti tentang minat konsumen dalam mengonsumsi produk barang tertentu dengan menanyakan kepada siapa saja yang lewat di depan supermarket⁷⁷. Jumlah sampel yang diambil oleh peneliti

⁷⁴ Noor.*op cit*, pp.148-149

⁷⁵ Sugiyono.,*op cit*.,p.91

⁷⁶ *Ibid*.p.91

⁷⁷ Anwar Sanusi, "*Metodologi Penelitian Bisnis: Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*" Jakarta: Salemba Empat (2011).p.94

berdasarkan teori nilai *factor loading* sebesar 0.40 dengan minimal jumlah sampel sebanyak 200⁷⁸.

Jadi kesimpulannya peneliti memilih untuk menggunakan *convenience sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dengan jumlah sampel sebanyak 240. Alasan peneliti menggunakan *convenience sampling* dikarenakan sampel tersebut merupakan siapa saja orang-orang yang sudah pernah berkunjung ke KRB minimal satu kali dan yang memiliki niat untuk melakukan kunjungan kembali ke KRB di waktu yang akan datang.

E. Teknik pengumpulan data

Penelitian ini meneliti tiga variabel yaitu motivasi (X_1), sikap (X_2), dan citra destinasi wisata (X_3) terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB (Y). Adapun instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Niat Mengunjungi Ulang ke KRB.

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan pendapat para ahli maka niat mengunjungi ulang dapat disimpulkan sebagai sebuah perilaku yang ditimbulkan akibat dari kepuasan berwisata dan sikap positif terhadap suatu destinasi sehingga orang tersebut bersedia untuk mengunjungi destinasi yang sama kembali di masa yang akan datang serta merekomendasikannya

⁷⁸ Hair *et al* "Multivariate Data Analysis" United States: Pearson (2014) p.115

kepada orang lain sehingga dapat berpengaruh kepada kesejahteraan destinasi yang dikunjungi.

b. Definisi Operasional

Niat mengunjungi ulang dapat diukur dengan dua dimensi, yaitu dimensi pertama adalah *Intention to revisit* dengan indikator niat seseorang untuk berkunjung ulang dan dimensi kedua adalah *Intention to recommend* dengan indikator niat seseorang untuk merekomendasikan suatu destinasi kepada orang lain.

c. Kisi-Kisi Instrumen *Revisit Intention*

Kisi-kisi instrumen niat mengunjungi ulang KRB yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel niat mengunjungi ulang KRB.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen niat mengunjungi ulang KRB dapat dilihat pada tabel kisi-kisi instrumen niat mengunjungi ulang KRB. Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian. Kisi-Kisi instrumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III.2– Kisi-kisi instrumen niat mengunjungi ulang ke KRB.

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Intentions to revisit</i>	Niat seseorang untuk melakukan kunjungan berulang di waktu yang akan datang	2		2	4		4	
		4		10	12		12	
		10		16	13		13	
		12		18	17		17	
		13		20	19		19	
		16			21		21	
		17			22		22	
		18						
		19						
		20						
		21						
		22						
		<i>Intentions to recommend</i>	Niat seseorang untuk merekomendasikan suatu destinasi wisata kepada orang lain.	1			1	
3					3		3	
5					5		5	
6				24	6		6	
7					7		7	
8				25	8		8	
9					9		9	
11					11		11	
14					14		14	
15					15		15	
23					23		23	
24								
25								

Sumber: Diolah oleh peneliti (2017)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu dari enam alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Menurut Sanusi, skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Pengukuran dengan menggunakan skala *likert* mencerminkan skala interval. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan⁷⁹.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert 6. Menurut jurnal "*Quality of Psychology Test Between Likert Scale 5 and 6 Points*" membandingkan antara 5 *point* skala *likert* dengan 6 *point* skala *likert*. Dan hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa "*According to the reliability value as a whole, the Likert's scale 6 points gave the reliability by Cronbach's Alpha Coefficient higher than the Likert's scale 5 points*"⁸⁰.(Berdasarkan nilai reliabilitas secara keseluruhan, skala *Likert* 6 *point* memberikan keandalan dengan koefisien *Cronbach Alpha* lebih tinggi daripada skala *Likert* 5 *point*).

⁷⁹ Sanusi., *op cit.*,p.59

⁸⁰ Rungson Chomeya, "*Quality of Psychology Test between Likert Scale 5 and 6 Points*," *Journal of Social Sciences* 6, no. 3 (2010).

Menurut Sukardi berdasarkan pengalaman masyarakat di Indonesia, ada kecenderungan responden memberikan pilihan jawaban pada kategori tengah, sehingga peneliti tidak mendapatkan informasi yang pasti. Maka dari itu para peneliti dianjurkan untuk membuat skala *Likert* dengan kategori pilihan genap. Misalnya 4 pilihan, 6 pilihan atau 8 pilihan⁸¹. Menurut pendapat di atas, maka alasan peneliti menggunakan skala *Likert 6 point* adalah untuk menghindari jawaban ragu-ragu atau netral dari responden serta dapat memudahkan peneliti untuk mendapatkan data & informasi yang pasti dari responden.. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel III.3 – Skala Penilaian Instrumen

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	6	1
2.	Setuju (S)	5	2
3.	Sedikit Setuju (SDS)	4	3
4.	Sedikit Tidak Setuju (SDTS)	3	4
5.	Tidak Setuju (TS)	2	5
6	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	6

⁸¹Sukardi, "*Metodologi Penelitian Pendidikan*" (Jakarta: Bumi Aksara 2013).p.47

d. Validasi Instrumen *Revisit Intention*

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel niat mengunjungi ulang KRB sebagaimana telah tercantum pada tabel. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang sudah pernah berkunjung sebelumnya ke KRB minimal satu kali. Pengolahan data untuk uji coba awal di analisis menggunakan *Factor analysis* dengan ketentuan nilai *factor loading* sebesar 0,40 dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Menurut Alexander T. Basilevsky, *factor analysis* digunakan sebagai “*to estimate the number of factors or dimensions required to obtain an adequate fit*”⁸². (*Factor analysis* digunakan untuk memperkirakan jumlah faktor atau dimensi yang dibutuhkan sehingga untuk memperoleh kecocokan yang memadai).

Validitas akan tercapai apabila indikator-indikator dari sebuah variabel tertentu mengelompok pada satu komponen dengan nilai *factor loading* sebesar batasan yang telah ditentukan berdasarkan jumlah sampel penelitian.

⁸² Alexander T Basilevsky, "*Statistical Factor Analysis and Related Methods: Theory and Applications*", vol. 418 (John Wiley & Sons, 2009),p.221

Menurut Syamsul & Fahkry dalam buku “Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS” menjelaskan bahwa, koefisien validitas $>0,30$ dapat dipertimbangkan untuk level minimal. *Loading* kurang lebih $0,40$ akan lebih baik dan $>0,50$ signifikan secara praktikal⁸³.

Selanjutnya, di hitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian totalnya.

Reliabilitas kuesioner dapat diukur dengan metode *Cronbach Alpha* (α) sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{N}{N-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Dimana :

α = Tingkat reliabilitas dengan Cronbach Alpha

N= Banyaknya pertanyaan di dalam suatu kuesioner

Si^2 = Variance dari skor masing-masing pertanyaan

St^2 = Variance dari total skor kuesioner.

⁸³ Syamsul Bahri and Fahkry Zamzam, "Model Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-Amos," Yogyakarta: Deepublish (2014).p.34

Variance dari skor masing-masing pertanyaan diperoleh dengan cara :

$$S_i^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(x_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

Dimana :

X_i = Skor suatu pertanyaan dari responden ke i

\bar{X} = Skor rata-rata dari suatu pertanyaan untuk seluruh responden

n = Banyaknya responden

Sedangkan variance dari total skor kuesioner diperoleh dengan cara :

$$S_t^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(y_i - \bar{y})^2}{n-1}$$

Dimana :

y_i = Total skor masing-masing kuesioner dari responden ke i

\bar{y} = Rata-rata total skor untuk seluruh responden

n = Banyaknya responden⁸⁴

Dari pendapat para ahli di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa suatu variabel dapat dikatakan valid jika nilai koefisiennya lebih dari 0,40 dan dikatakan reliabel jika nilai lebih tinggi dari 0,60. Berdasarkan hasil perhitungan validasi dan reliabilitas terdapat pada lampiran 11

⁸⁴Ronny Kountur *op cit.*, pp.86-87

2. Motivasi

a. Definisi Konseptual

Menurut definisi yang disampaikan oleh para ahli maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa motivasi wisatawan adalah suatu proses yang mendasar dalam berwisata sehingga dapat membentuk sebuah perilaku yang sesuai dengan kemampuan untuk bertindak yang muncul dari dalam diri seseorang untuk dapat memuaskan kebutuhan individu.

b. Definisi Operasional

Motivasi terdiri dari dua dimensi yaitu *push factors* dan *pull factors*. Indikator dari *push factors* adalah *physical motivators* dan *status and prestige motivators* seperti penghargaan diri, penyegaran diri, dan keinginan diri sedangkan untuk indikator dari *pull motivators* adalah *cultural motivators* dan *interpersonal motivators* seperti kepribadian, sosial dan budaya, hobi dan kesenangan dan kenyamanan

c. Kisi-Kisi Instrumen Motivasi

Kisi-kisi instrumen motivasi yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi

dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen motivasi dapat dilihat pada tabel kisi-kisi instrumen motivasi, Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian.

Responden dapat memilih salah satu dari enam alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Tabel III.4 – Kisi – kisi instrumen motivasi

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Push factor</i>	Penyegaran diri	1		1	2		2	
		2			3		3	
		3			4		4	
		4			5		5	
		5			8		8	
	Keinginan diri	11		23	11		11	
		12			12		12	
		23						
	Penghargaan Diri	13			13		13	
		14			14		14	
		16			16		16	
		17			17		17	
		19			19		19	
<i>Pull Factor</i>	Kepribadian, Sosial dan Budaya	6			6		6	
		15			15		15	
		22			22		22	
		24			24		24	
		25			25		25	
		26			26		26	

		27			27		27
		28			28		28
		29			29		29
	Hobi dan Kesenangan	9			9		9
		21			21		21
		20			20		20
	Kenyamanan	7			7		7
		10			10		10
		18			18		18

Sumber: Diolah oleh peneliti (2017)

d. Validasi Instrumen Motivasi

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel motivasi sebagaimana telah tercantum pada tabel. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang sudah pernah berkunjung sebelumnya minimal satu kali. Pengolahan data untuk uji coba awal di analisis menggunakan *Factor analysis* dengan ketentuan nilai *factor loading* sebesar 0,40 dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Selanjutnya, di hitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian totalnya.

Reliabilitas kuesioner dapat diukur dengan metode *Cronbach*

Alpha (α) sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{N}{N-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Dimana :

α = Tingkat reliabilitas dengan Cronbach Alpha

N= Banyaknya pertanyaan di dalam suatu kuesioner

Si^2 = Variance dari skor masing-masing pertanyaan

St^2 = Variance dari total skor kuesioner.

Variance dari skor masing-masing pertanyaan diperoleh dengan

cara :

$$Si^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(x_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

Dimana :

X_i = Skor suatu pertanyaan dari responden ke i

\bar{X} = Skor rata-rata dari suatu pertanyaan untuk seluruh responden

n = Banyaknya responden

Sedangkan variance dari total skor kuesioner diperoleh dengan

cara :

$$St^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(y_i - \bar{y})^2}{n-1}$$

Dimana :

y_i = Total skor masing-masing kuesioner dari responden ke i

\bar{y} = Rata-rata total skor untuk seluruh responden

n = Banyaknya responden⁸⁵

Berdasarkan hasil perhitungan validasi dan reliabilitas terdapat pada lampiran 16.

3. Sikap

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan kesimpulan yang dibuat oleh peneliti definisi sikap wisatawan adalah hasil evaluasi yang dikeluarkan dalam bentuk gabungan respon positif atau negatif, perasaan dan emosional yang dirasakan seseorang terhadap suatu objek yang dapat menimbulkan sebuah perilaku.

b. Definisi Operasional

Terdapat tiga dimensi yang dimiliki oleh sikap. Dimensi pertama adalah kognitif (*Cognitive component*) dengan indikator kepercayaan (*beliefs*), pengetahuan (*knowledge*), & pendapat (*perceptions*), Dimensi kedua adalah afektif (*Affective component*) dengan indikator perasaan (*feelings*) & Dimensi ketiga adalah Conative dengan indikator perilaku atau tindakan (*action taken*).

⁸⁵Ronny Kountur *op cit.*, pp.86-87

c. Kisi-Kisi Instrumen Sikap

Kisi-kisi instrumen sikap yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen motivasi dapat dilihat pada tabel kisi-kisi instrumen motivasi, Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian.

Responden dapat memilih salah satu dari enam alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Tabel III.5 – Kisi-kisi instrumen sikap

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Cognitive component</i>	Kepercayaan (<i>beliefs</i>)	2 3 4 15		2	3 4 15		3 4 15	

	Pengetahuan (<i>knowledge</i>)	1 6 7 8 9 14			1 6 7 8 9 14		1 6 7 8 9 14	
	Pendapat (<i>perceptions</i>)	5 10 11 12 13 18		5 13	10 11 12 18		10 11 12 18	
<i>Affective component</i>	Perasaan/emosional (<i>feelings</i>)	16 19 20 21 22 23		19	16 20 21 22 23		16 20 21 22 23	
<i>Behavioural component</i>	Tindakan untuk berperilaku	17 24 25 26		25	17 24 26		17 24 26	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2017)

d. Validasi Instrumen Sikap

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel sikap sebagaimana telah tercantum pada tabel. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang

sudah pernah berkunjung sebelumnya minimal satu kali. Pengolahan data untuk uji coba awal di analisis menggunakan *Factor analysis* dengan ketentuan nilai *factor loading* sebesar 0,40 dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Selanjutnya, di hitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian totalnya.

Reliabilitas kuesioner dapat diukur dengan metode *Cronbach Alpha* (α) sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{N}{N-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Dimana :

α = Tingkat reliabilitas dengan Cronbach Alpha

N= Banyaknya pertanyaan di dalam suatu kuesioner

Si^2 = Variance dari skor masing-masing pertanyaan

St^2 = Variance dari total skor kuesioner.

Variance dari skor masing-masing pertanyaan diperoleh dengan

cara :

$$Si^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(x_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

Dimana :

X_1 = Skor suatu pertanyaan dari responden ke i

\bar{X} = Skor rata-rata dari suatu pertanyaan untuk seluruh responden

n = Banyaknya responden

Sedangkan variance dari total skor kuesioner diperoleh dengan cara :

$$St^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(y_1 - \bar{y})^2}{n-1}$$

Dimana :

y_1 = Total skor masing-masing kuesioner dari responden ke i

\bar{y} = Rata-rata total skor untuk seluruh responden

n = Banyaknya responden⁸⁶

Berdasarkan hasil perhitungan validasi dan reliabilitas terdapat pada lampiran 21.

4. Citra Destinasi Wisata

a. Definisi Konseptual

Berdasarkan kesimpulan yang dibuat oleh peneliti maka pengertian dari citra destinasi wisata adalah hasil evaluatif yang berupa sekumpulan gambaran, persepsi, kesan dan prasangka positif ataupun negatif yang berasal dari ide, pengetahuan,

⁸⁶Ronny Kountur *op cit.*, pp.86-87

keyakinan maupun pikiran emosional individu terhadap suatu objek destinasi wisata.

b. Definisi Operasional

Citra destinasi memiliki tiga dimensi yaitu *cognitive image*, *affective image* & *conative image*. Indikator dari *cognitive image* adalah pendapat dan pengetahuan. Indikator dari *affective image* adalah fasilitas, suasana dan lingkungan destinasi. Indikator dari *conative image* adalah perilaku dan karakteristik.

c. Kisi-Kisi instrumen Citra Destinasi wisata.

Kisi-kisi instrumen sikap yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen motivasi dapat dilihat pada tabel kisi-kisi instrumen motivasi, Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian.

Responden dapat memilih salah satu dari enam alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Tabel III.6 – Kisi-kisi instrumen citra destinasi wisata.

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Cognitive image</i>	Pendapat	5			5		5	
		16			16		16	
		21			21		21	
		22			22		22	
	Pengetahuan	24			24		24	
		8			8		8	
		9			9		9	
		10			10		10	
	Fasilitas	11			11		11	
		14		19	14		14	
		15		25	15		15	
		17			17		17	
<i>Affective image</i>		18			18		18	
		19			20		20	
		20			23		23	
		23						
	Suasana & Lingkungan destinasi	25						
		1		7	1		1	
		2			2		2	
		7			12		12	
	Perilaku	12			13		13	
		13						
		6		6	26		26	
		26			27		27	
<i>Conative image.</i>	Karakteristik	27						
		3			3		3	
		4			4		4	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2017)

d. Validasi Instrumen Citra Destinasi Wisata.

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel citra destinasi sebagaimana telah tercantum pada tabel. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang sudah pernah berkunjung sebelumnya minimal satu kali. Pengolahan data untuk uji coba awal di analisis menggunakan *Factor analysis* dengan ketentuan nilai *factor loading* sebesar 0,40 dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Selanjutnya, di hitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian totalnya.

Reliabilitas kuesioner dapat diukur dengan metode *Cronbach Alpha*

(α) sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{N}{N-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Dimana :

α = Tingkat reliabilitas dengan Cronbach Alpha

N= Banyaknya pertanyaan di dalam suatu kuesioner

S_i^2 = Variance dari skor masing-masing pertanyaan

St^2 = Variance dari total skor kuesioner.

Variance dari skor masing-masing pertanyaan diperoleh dengan cara :

$$S_i^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(x_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

Dimana :

X_i = Skor suatu pertanyaan dari responden ke i

\bar{X} = Skor rata-rata dari suatu pertanyaan untuk seluruh responden

n = Banyaknya responden

Sedangkan variance dari total skor kuesioner diperoleh dengan

cara :

$$St^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(y_i - \bar{y})^2}{n-1}$$

Dimana :

Y_i = Total skor masing-masing kuesioner dari responden ke i

\bar{y} = Rata-rata total skor untuk seluruh responden

n = Banyaknya responden⁸⁷.

Berdasarkan hasil perhitungan validasi dan reliabilitas terdapat pada lampiran 26.

⁸⁷Ronny Kountur *op cit.*, pp.86-87

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sanusi, teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya. Data yang dikumpulkan tersebut ditentukan oleh masalah penelitian yang sekaligus mencerminkan karakteristik tujuan studi, apakah untuk eksplorasi, deskripsi atau untuk menguji hipotesis⁸⁸.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang dilakukan peneliti untuk menggambarkan setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner antara lain berupa penyajian data melalui tabel atau grafik yang diolah per variabel.

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang kita gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji Kolmogorov-Smirnov (KS)⁸⁹.

Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

⁸⁸ Sanusi. *op cit* p.115

⁸⁹ Imam Ghozali. "Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17". (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2009). p.113

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis grafik (normal probability), yaitu:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Langkah pengerjaan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menggunakan SPSS 16, dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Klik *Analyze* → *Nonparametric Test* → *1-Samples K-S*
- 2) Klik dan masukkan variabel kedalam *Test Variable List*
- 3) Klik *OK*⁹⁰.

b. Uji Linieritas Regresi

Menurut Singgih Santoso, linieritas adalah keadaan dimana hubungan antara variabel *dependent* dengan variabel *independent* bersifat linier (garis lurus) dalam kisaran variabel *independent* tertentu⁹¹.

Langkah pengujian uji linieritas dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Input data kedalam lembar kerja SPSS
- 2) Klik menu *Analyze* → *Compare Means* → *Means*
- 3) Masukkan variabel Y pada kolom *Dependent List* dan variabel X pada kolom *Independent List*

⁹⁰ Victorianus Aries Siswanto. “*Belajar Sendiri SPSS 22*”. (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2015). p.87

⁹¹ Syamsul Bahri, and Fahkry Zamzam. *op., cit.* p.29

- 4) Klik *Option* lalu *checklist* pada kolom *Test of Linearity*
- 5) Klik *Continue* lalu klik *Ok*⁹².

Dasar pengambilan keputusan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov, yaitu:

- 1) Jika nilai linieritas $< 0,05$ maka hubungan linier
- 2) Jika nilai linieritas $> 0,05$ maka hubungan non linier⁹³

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas⁹⁴.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas⁹⁵.

Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel manakah yang dijelaskan oleh variabel terikat lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

⁹² Suyono, "Analisis Regresi untuk Penelitian", (Yogyakarta: Deepublish, 2015), pp.62-65.

⁹³ Syamsul Bahri, and Fahkry Zamzam. *loc. cit.*p.30

⁹⁴ Bambang Suharjo, "Statistika Terapan disertai contoh Aplikasi dengan SPSS" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), p.120

⁹⁵ Imam Ghozali. *op cit.* p.25

Jadi, nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Semakin kecil nilai *Tolerance* dan semakin besar nilai VIF, maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Nilai yang dipakai jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Langkah kerja uji multikolinearitas menggunakan SPSS 16, dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Klik *Analyze* → *Regression* → *Linier*
- 2) Masukkan variabel Y pada kotak *Dependent*
- 3) Masukkan semua variabel X pada kotak *Independent(s)*
- 4) Klik *Statistics*
- 5) Pada *Regression Statistic*: aktifkan *Covariance Matrix* dan *Collinearity Diagnostcs*.
- 6) Klik *Continue*
- 7) Abaikan pilihan lain, klik *Ok*⁹⁶.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu penyimpangan asumsi OLS dalam bentuk varians gangguan estimasi yang dihasilkan oleh estimasi OLS tidak bernilai konstan. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas menggunakan metode grafik. Metode grafik dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

⁹⁶ Victorianus Aries Siswanto. *op. cit.*, p.94

Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu X dan \hat{Y} (Y yang telah diprediksi ZPRED) dan sumbu Y adalah residual atau SRESID ($\hat{Y}-Y$) yang telah di stidentized⁹⁷.

Langkah kerja uji multikolinearitas menggunakan SPSS 16, dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Klik *Analyze* → *Regression* → *Linier*
- 2) Masukkan variabel Y pada kotak *Dependent*
- 3) Masukkan semua variabel X pada kotak *Independent(s)*
- 4) Klik *Statistics*
- 5) Pada *Residual*: aktifkan *Unstandardized*.
- 6) Klik *Continue*
- 7) Klik *Plots*: masukkan *SRESID* pada kolom Y dan *ZPRED* pada kolom X
- 8) Abaikan pilihan lain, klik *Ok*⁹⁸.

Dasar analisis:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, meluas kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

⁹⁷ Duwi Priyatno, "Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS" (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p.73

⁹⁸ Victorianus Aries Siswanto. *op. cit.*, p.89

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, secara titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau model homoskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier

Dalam analisis regresi, akan dikembangkan sebuah *estimating equation* (persamaan regresi). Yaitu suatu formula yang mencari nilai variabel *dependent* dari nilai variabel *independent* yang diketahui. Menurut Singgih Santoso, “analisis regresi digunakan untuk tujuan peramalan, dimana dalam model tersebut ada sebuah variabel *dependent* dan variabel *independent*”⁹⁹.

Persamaan regresi pada linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana :

Y= variabel *dependent*

X= variabel *independent*

a= titik potong (*intercept*)

b= koefisien regresi (*slope*)

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum x^2) - (\sum X)^2}$$

⁹⁹ Singgih Santoso, “Panduan Langkah Menguasai SPSS 16”, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008) p. 273

$$a = \frac{\sum Y - b (\sum X)}{n}$$

Dasar pengambilan keputusan pengujian pada analisis regresi linier, dirumuskan sebagai berikut:

- a. $H_0: b = 0$ (tidak ada hubungan linear antara kedua variabel)
- b. $H_1: b \neq 0$ (ada hubungan linear antara kedua variabel)

Langkah pengujian analisis regresi linier menggunakan SPSS

16.0 dijabarkan sebagai berikut:

- a. Klik *Analyze* → *Regression* → *Linier*
- b. Masukkan variabel Y pada kotak *Dependent*
- c. Masukkan semua variabel X pada kotak *Independent(s)*
- d. Klik *Statistics*
- e. Pastikan *Estimate* dan *Model Fit* diaktifkan.
- f. Klik *Continue*
- g. Abaikan pilihan lain, klik *OK*¹⁰⁰

b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t)

Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t) Menurut Santoso, “Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen”¹⁰¹. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji t) dengan menggunakan SPSS versi 16.0

¹⁰⁰ *Ibid.*, pp.275-278

¹⁰¹ *Ibid.*, p.379

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak¹⁰².

Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{\beta_n}{S\beta_n}$$

Dimana :

t : mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (df).

β_n : koefisien regresi masing-masing variabel.

$S\beta_n$: standar error masing-masing variabel

c. Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel-variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah hanya berkisar antara 0 sampai 1 ($0 < r < 1$) yang dijelaskan dalam ukuran persentase. Nilai r^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat¹⁰³.

¹⁰² *Ibid*

¹⁰³ *Ibid.*

Dibawah ini uji koefisien determinasi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{\Sigma(\hat{Y}_1 - \bar{Y})^2}{\Sigma(Y_1 - \bar{Y})^2}$$

Dimana:

r^2 = Koefisien determinasi

\hat{Y}_1 = Jumlah variabel Y

\bar{Y} = Jumlah total kuadrat variabel Y¹⁰⁴

¹⁰⁴ Herjanto, Eddy, "Manajemen Operasi edisi 3" Grasindo Jakarta 2008 p.100

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Data Responden

Peneliti mendeskripsikan karakteristik data dari 240 orang yang pernah mengunjungi KRB minimal satu kali yang dijadikan responden. Berikut adalah karakteristik data responden yang akan dideskripsikan.

a. Domisili

Tabel IV.7 – Domisili Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jakarta	101	42.1	42.1	42.1
Bogor	43	17.9	17.9	60.0
Depok	27	11.2	11.2	71.2
Tangerang	34	14.2	14.2	85.4
Bekasi	28	11.7	11.7	97.1
Di luar JABODETABEK	7	2.9	2.9	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan data domisili responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang berdomisili di Jakarta sebanyak 101 orang, jumlah responden yang berdomisili di Bogor sebanyak 43 orang, jumlah responden yang berdomisili di Depok sebanyak 27 orang, jumlah responden yang berdomisili di Tangerang sebanyak 34 orang, jumlah responden yang berdomisili di Bekasi sebanyak 28 orang dan jumlah responden yang berdomisili di luar Jabodetabek sebanyak 7 orang.

b. Jenis Kelamin & Usia

Tabel IV.8 – Jenis Kelamin & Usia Responden

		Usia							Total
		< 18	18 – 23	24 - 29	30 - 35	36 – 41	42 – 47	48-53	
Jenis Kelamin : Laki-laki	7	31	17	13	9	5	1	1	84
:Perempuan	5	90	26	18	8	6	3		156
Total	12	121	43	31	17	11	4	1	240

Sumber: Diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan data responden di atas, terkait jenis kelamin dan usia dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dengan rentang usia kurang dari 18 tahun sebanyak 12 orang yang terdiri dari 7 laki-laki dan 5 perempuan, jumlah responden dengan rentang usia 18 – 23 tahun sebanyak 121 orang yang terdiri dari 31 laki-laki dan 90 perempuan, jumlah responden dengan rentang usia 24-29 tahun sebanyak 43 orang yang terdiri

dari 17 laki-laki & 26 perempuan, jumlah responden dengan rentang usia 30 -35 tahun sebanyak 31 orang yang terdiri dari 13 laki-laki dan 18 perempuan, jumlah responden dengan rentang usia 36-41 tahun sebanyak 17 orang yang terdiri dari 9 laki-laki dan 8 perempuan, jumlah responden dengan rentang usia 42-47 tahun sebanyak 11 orang yang terdiri dari 5 laki-laki dan 6 perempuan, jumlah responden dengan rentang usia 48-53 tahun sebanyak 4 orang yang terdiri dari 1 laki-laki dan 3 perempuan dan jumlah responden dengan rentang usia 60-65 tahun sebanyak 1 orang laki-laki.

c. Jenis Kelamin & tingkat pendidikan

Tabel IV.9 – Jenis Kelamin & Tingkat Pendidikan

	Tingkat Pendidikan					Total
	< SLTA	SMA/ Sederajat	Diploma	S1	S-2/S-3	
Jenis Kelamin Laki-laki	7	40	8	26	3	84
Perempuan	5	95	16	35	5	156
Total	12	135	24	61	8	240

Sumber data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan data responden di atas terkait jenis kelamin dengan tingkat pendidikan dapat di simpulkan bahwa jumlah responden yang berlatar belakang pendidikan kurang dari SLTA sebanyak 12 orang yang terdiri dari 7 laki-laki dan 5 perempuan, jumlah responden yang berlatar belakang pendidikan SMA & sederajat sebanyak 135 orang yang terdiri

dari 40 laki-laki dan 95 perempuan, jumlah responden yang berlatar belakang pendidikan diploma sebanyak 24 orang yang terdiri dari 8 laki-laki dan 16 perempuan, jumlah responden yang berlatar belakang pendidikan Strata 1 sebanyak 61 orang yang terdiri dari 26 laki-laki dan 35 perempuan dan jumlah responden yang berlatar belakang pendidikan Strata 2- Strata 3 sebanyak 8 orang yang terdiri dari 3 laki-laki dan 5 perempuan.

d. Jenis Kelamin & Status Pernikahan

Tabel IV.10 – Jenis Kelamin & Status Pernikahan

	Belum Menikah	Status Pernikahan			Total
		Menikah	Bercerai	Pasangan Meninggal	
Jenis Kelamin Laki-laki	57	26	0	1	84
Perempuan	114	41	1	0	156
Total	171	67	1	1	240

Sumber data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan data responden di atas terkait jenis kelamin dan status pernikahan dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang belum menikah sebanyak 171 orang yang terdiri dari 57 laki-laki dan 114 perempuan, jumlah responden yang sudah menikah sebanyak 67 orang yang terdiri dari 26 laki-laki dan 41 perempuan, jumlah responden yang sudah bercerai sebanyak 1 orang perempuan dan jumlah responden yang pasangannya sudah meninggal sebanyak 1 orang laki-laki.

e. Jenis Kelamin & Status Pekerjaan

Tabel IV.11 – Jenis Kelamin & Status Pekerjaan

	Status_Pekerjaan		Memiliki Usaha Sendiri	Keluar dari pekerjaan dan sedang mencari pekerjaan baru	Keluar dari pekerjaan tetapi tidak sedang mencari pekerjaan baru	Pelajar/ Mahasiswa	Tidak dapat bekerja	Total	
	Bekerja	Mahasiswa sambil bekerja							
Jenis_Kelamin	Laki-laki	29	12	8	2	1	32	0	84
	Perempuan	59	19	6	0	3	67	2	156
Total		88	31	14	2	4	99	2	240

Sumber data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan data responden di atas terkait jenis kelamin dan status pekerjaan maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang sudah bekerja sebanyak 88 orang yang terdiri dari 29 laki-laki dan 59 perempuan, jumlah responden yang masih berstatus mahasiswa sambil bekerja sebanyak 31 orang yang terdiri dari 12 laki-laki dan 19 perempuan, jumlah responden yang memiliki usaha sendiri sebanyak 14 orang terdiri dari 8 laki-laki dan 6 perempuan, jumlah responden yang keluar dari pekerjaannya dan sedang mencari pekerjaan baru sebanyak 2 laki-laki, jumlah responden yang sudah keluar dari pekerjaannya dan tidak sedang mencari pekerjaan baru sebanyak 4 orang yang terdiri dari 1 laki-laki dan 3 perempuan, jumlah responden yang masih berstatus pelajar atau mahasiswa sebanyak 99 orang yang terdiri dari 32 laki-laki dan 67

perempuan serta jumlah responden yang tidak dapat bekerja sebanyak 2 perempuan.

f. Jumlah kunjungan dalam tiga tahun terakhir ke KRB.

Tabel IV.12 – Jumlah kunjungan responden

	Jumlah Kunjungan				Total
	Sekali	2x	3x	>3x	
Kunjungan responden ke KRB dalam 3 tahun terakhir (2015-2017)	77	83	41	39	240
Total	77	83	41	39	240

Sumber data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan data responden di atas terkait jumlah kunjungan responden ke KRB minimal satu kali dalam waktu tiga tahun terakhir terhitung dari tahun 2015- 2017 dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang berkunjung satu kali sebanyak 77 orang, jumlah responden yang berkunjung ke KRB 2 kali sebanyak 83 orang, jumlah responden yang berkunjung ke KRB 3 kali sebanyak 41 orang dan jumlah responden yang berkunjung ke KRB lebih dari 3 kali sebanyak 39 orang.

2. Deskripsi Data Variabel

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel bebas, antara lain motivasi (X1), sikap(X2) dan citra destinasi wisata (X3) serta satu variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang ke KRB (Y). Analisis statistik deskriptif menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian. Deskripsi

masing-masing variabel disajikan dalam bentuk skor rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, varians dan distribusi frekuensi. Untuk penjelasan nilai dari masing-masing variabel dapat dirincikan pada tabel sebagai berikut :

a. Variabel Niat Mengunjungi Ulang ke KRB (*Revisit Intention*).

Data yang terdapat pada variabel *Revisit Intention* diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *Likert* 1-6 oleh 240 responden yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang telah mengunjungi KRB minimal satu kali. Berikut hasil pengolahan data yang peneliti lakukan menggunakan SPSS 16.0

Tabel IV.13 – Statistik Deskriptif Niat Berkunjung Ulang

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
<i>Revisit</i>	240	34.00	105.00	71.0667	13.96543	195.033
Valid N (listwise)	240					

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh oleh peneliti mengenai niat berkunjung ulang ke KRB, dapat diketahui bahwa nilai minimum sebesar 34, nilai tertinggi sebesar 105 dan nilai rata-rata sebesar 71.0667. Untuk nilai *Variance* pada variabel *revisit intention* sebesar 195.033 serta nilai dari *Standard Deviation* sebesar 13.97.

Pada deskriptif data dan distribusi frekuensi untuk variabel *revisit intention* dapat dilihat pada tabel berikut dimana dari hasil data yang

diolah oleh peneliti menyatakan bahwa rentang skor sebesar 71, banyaknya kelas ada 9 dan panjang kelas interval ada 8. Untuk lebih jelas, tabel IV.15 akan menjelaskan mengenai distribusi dan frekuensi untuk variabel *revisit intention*.

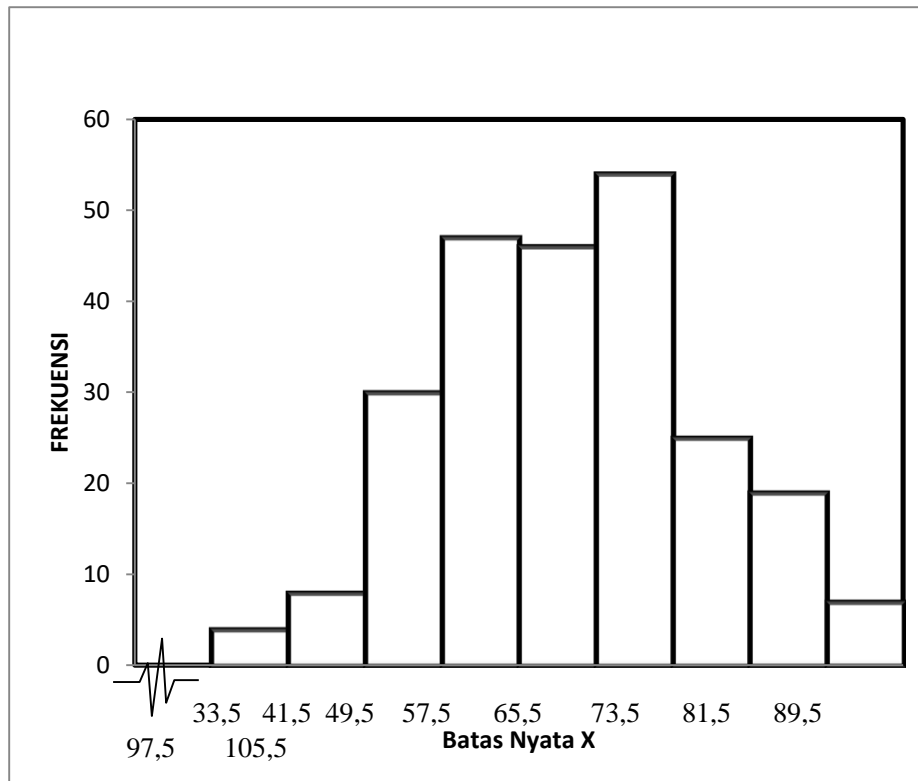
Tabel IV.14 – Distribusi Frekuensi variabel Niat Berkunjung Ulang

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
34	-	41	33,5	41,5	4	1,7%
42	-	49	41,5	49,5	8	3,3%
50	-	57	49,5	57,5	30	12,5%
58	-	65	57,5	65,5	47	19,6%
66	-	73	65,5	73,5	46	19,2%
74	-	81	73,5	81,5	54	22,5%
82	-	89	81,5	89,5	25	10,4%
90		97	89,5	97,5	19	7,9%
98		105	97,5	105,5	7	2,9%
Jumlah					240	100%

Sumber data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk nilai frekuensi absolut yang tertinggi sebesar 54 yang terletak pada interval ke-6 yang memiliki kelas interval antara 74-81 dengan nilai frekuensi relatif sebesar 22.5%. Sedangkan untuk nilai frekuensi absolut terendahnya sebesar 4 yang terletak pada interval ke-1 yang memiliki kelas interval antara 34-41 dengan nilai frekuensi relatif sebesar 1,7%.

Grafik histogram berikut akan menjelaskan data distribusi frekuensi absolut untuk variabel niat berkunjung ulang ke KRB.



Gambar IV.3 - Histogram Niat Berkunjung Ulang ke KRB (Y)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, peneliti membuat tabel rata-rata hitung skor, yang menjabarkan skor rata-rata dan persentase skor indikator dari variabel niat mengunjungi ulang ke KRB, seperti yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV.15 - Rata-rata hitung variabel niat berkunjung ulang

Dimensi	Indikator	Jumlah Pernyataan	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Intention to revisit</i>	Niat seseorang untuk melakukan kunjungan berulang di waktu yang akan datang	7	940,6	50%
<i>Intention to recommend</i>	Niat seseorang untuk merekomendasikan suatu destinasi wisata kepada orang lain.	11	952,0	50,30%
Total Skor			1892,6	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pada tabel perhitungan rata-rata skor dari variabel niat berkunjung ulang di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa untuk persentase tertinggi terdapat pada dimensi *intention to revisit* yaitu sebesar 50% dan sisanya terdapat pada dimensi *intention to recommend* sebesar 50% sehingga dapat dikatakan bahwa dimensi *intention to revisit* dan *intention to recommend* memiliki pengaruh yang sama besar pada variabel niat berkunjung ulang ke KRB.

b. Variabel Motivasi (*Motivation*)

Data yang terdapat pada variabel motivasi diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *Likert* 1-6 oleh 240 responden yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang telah mengunjungi KRB minimal satu kali. Berikut hasil pengolahan data yang peneliti lakukan menggunakan SPSS 16.0

Tabel IV.16 – Statistik Deskriptif Motivasi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Motivasi	240	50.00	124.00	91.3125	13.06782	170.768
Valid N (listwise)	240					

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh oleh peneliti mengenai variabel motivasi, dapat diketahui bahwa nilai minimum sebesar 50, nilai tertinggi sebesar 124 dan nilai rata-rata sebesar 91,3125. Untuk nilai *Variance* pada variabel *revisit intention* sebesar 170.768 serta nilai dari *Standard Deviation* sebesar 13,06782.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi dari variabel motivasi akan dijelaskan pada tabel berikut

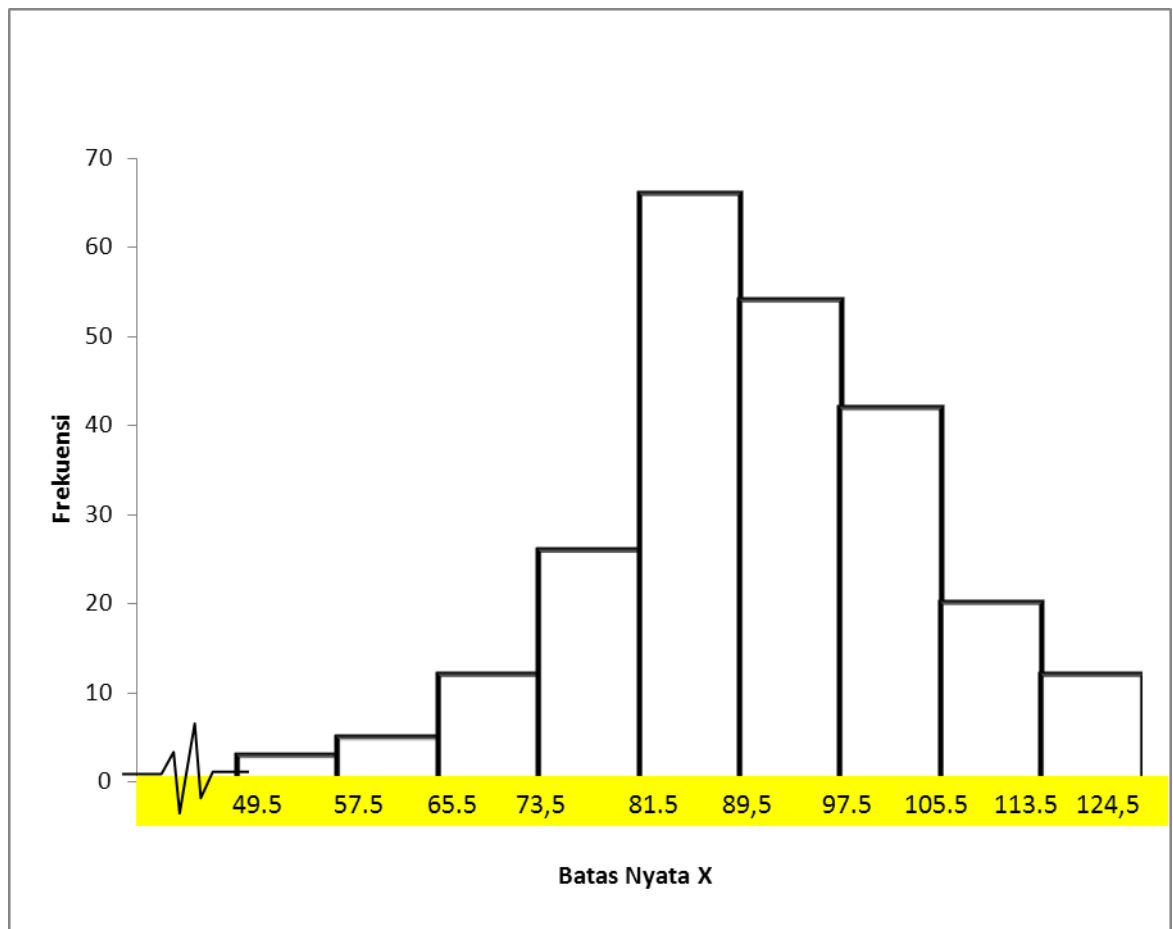
Tabel IV.17 – Distribusi Frekuensi variabel motivasi

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
50	-	57	49,5	57,5	3	1,3%
58	-	65	57,5	65,5	5	2,1%
66	-	73	65,5	73,5	12	5,0%
74	-	81	73,5	81,5	26	10,8%
82	-	89	81,5	89,5	66	27,5%
90	-	97	89,5	97,5	54	22,5%
98	-	105	97,5	105,5	42	17,5%
106	-	113	105,5	113,5	20	8,3%
114		124	113,5	124,5	12	5,0%
Jumlah					240	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa untuk variabel motivasi memiliki nilai frekuensi absolut tertinggi sebesar 66 yang terletak pada interval ke-5. Rentang kelas pada interval ke-5 dimulai dari nilai 82-89 dengan nilai frekuensi relatif sebesar 27,5%. Sedangkan untuk nilai frekuensi absolut terendahnya sebesar 3 yang terletak pada interval ke -1. Rentang kelas pada interval ke-1 dimulai dari nilai 50-57 dengan nilai frekuensi relatif sebesar 1,3%.

Grafik histogram berikut akan menjelaskan data distribusi dan frekuensi absolut dari variabel motivasi



Gambar IV.4 - Histogram Motivasi (X₁)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, peneliti membuat tabel rata-rata hitung skor, yang menjabarkan skor rata-rata dan persentase skor indikator dari variabel motivasi, seperti yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV.18 - Rata-rata hitung variabel motivasi

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Push Factor</i>	Penyegaran diri	5	799,4	17%
	Keinginan diri	2	775,5	16%
	Penghargaan Diri	5	795,6	16,68%
<i>Pull Factor</i>	Kepribadian, Sosial dan Budaya	9	872,1	18%
	Hobi dan Kesenangan	3	755,3	16%
	Kenyamanan	3	771,3	16,17%
Total Skor			4769,3	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pada tabel perhitungan rata-rata skor dari variabel motivasi di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa untuk persentase tertinggi terdapat pada indikator kepribadian, sosial dan budaya yaitu sebesar 18% dan persentase terendah terdapat pada dua indikator yang bernilai sama yakni keinginan diri dan hobi&kesenangan sebesar 16% sehingga dapat dikatakan bahwa indikator kepribadian, sosial dan budaya yang lebih dominan dari variabel motivasi.

c. Variabel Sikap (*Attitude*)

Data yang terdapat pada variabel sikap diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *Likert* 1-6 oleh 240 responden yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang telah mengunjungi

KRB minimal satu kali. Berikut hasil pengolahan data yang peneliti lakukan dengan menggunakan SPSS 16.0

Tabel IV.19 - Statistik Deskriptif Variabel Sikap

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Sikap	240	37.00	97.00	68.0167	11.29778	127.640
Valid (listwise)	N 240					

Sumber; Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh oleh peneliti mengenai variabel sikap, dapat diketahui bahwa nilai minimum sebesar 37, nilai maksimum sebesar 97 dan nilai rata-rata sebesar 68.0167. Untuk nilai *Variance* pada variabel sikap sebesar 127.640 serta nilai dari *Standard Deviation* sebesar 11.29778.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel sikap akan dijelaskan pada tabel berikut

Tabel IV.20 – Distribusi & Frekuensi Variabel Sikap

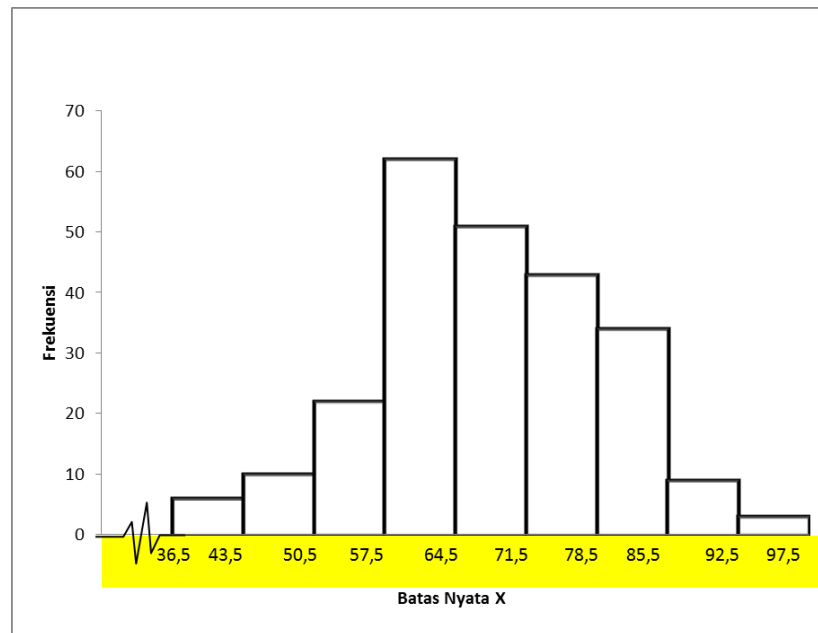
Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
37	-	43	36,5	43,5	6	2,5%
44	-	50	43,5	50,5	10	4,2%
51	-	57	50,5	57,5	22	9,2%
58	-	64	57,5	64,5	62	25,8%
65	-	71	64,5	71,5	51	21,3%
72	-	78	71,5	78,5	43	17,9%
79	-	85	78,5	85,5	34	14,2%

86	-	92	85,5	92,5	9	3,8%
93		97	92,5	97,5	3	1,3%
Jumlah					240	100%

Sumber: Data Diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa untuk variabel sikap memiliki nilai frekuensi absolut tertinggi sebesar 62 yang terletak pada interval ke-4. Rentang kelas pada interval ke-4 dimulai dari nilai 58-64 dengan nilai frekuensi relatif sebesar 25,8%. Sedangkan untuk nilai frekuensi absolut terendahnya sebesar 3 yang terletak pada interval ke-9. Rentang kelas pada interval ke-9 dimulai dari nilai 93-97 dengan nilai frekuensi relatif sebesar 1,3%.

Grafik histogram berikut akan menjelaskan data distribusi frekuensi absolut untuk variabel sikap.



Gambar IV.5 - Histogram Sikap (X₂)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, peneliti membuat tabel rata-rata hitung skor, yang menjabarkan skor rata-rata dan persentase skor indikator dari variabel sikap, seperti yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV.21 - Rata-rata hitung variabel sikap

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Cognitive component</i>	Pengetahuan	6	776,8	19,95%
	Pendapat	4	760,0	20%
	Kepercayaan	3	806,3	21%
<i>Affective component</i>	Perasaan	5	775,6	20%
<i>Behavioural component</i>	Perilaku	3	775,3	20%
Total Skor			3894,1	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pada tabel perhitungan rata-rata skor dari variabel sikap di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa untuk persentase tertinggi terdapat pada indikator kepercayaan yaitu sebesar 21% dan persentase terendah terdapat pada indikator pengetahuan sebesar 19,95% sehingga dapat dikatakan bahwa indikator kepercayaan yang lebih dominan dari variabel sikap.

d. Variabel Citra Destinasi (*Destination Image*)

Data yang terdapat pada variabel citra destinasi diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *Likert* 1-6 oleh 240 responden yang sedang berada di pintu keluar KRB dan yang telah mengunjungi KRB minimal satu kali. Berikut hasil pengolahan data yang peneliti lakukan dengan menggunakan SPSS 16.0

Tabel IV.22 – Statistik Deskriptif Citra Destinasi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Citra Valid (listwise)	240	41.00	105.00	76.9375	12.78009	163.331

Sumber; Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh oleh peneliti mengenai variabel citra destinasi, dapat diketahui bahwa nilai minimum sebesar 41, nilai maksimum sebesar 105 dan nilai rata-rata sebesar 76.9375. Untuk nilai *Variance* pada variabel sikap sebesar 163.331 serta nilai dari *Standard Deviation* sebesar 12.78009.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel citra destinasi akan dijelaskan pada tabel berikut

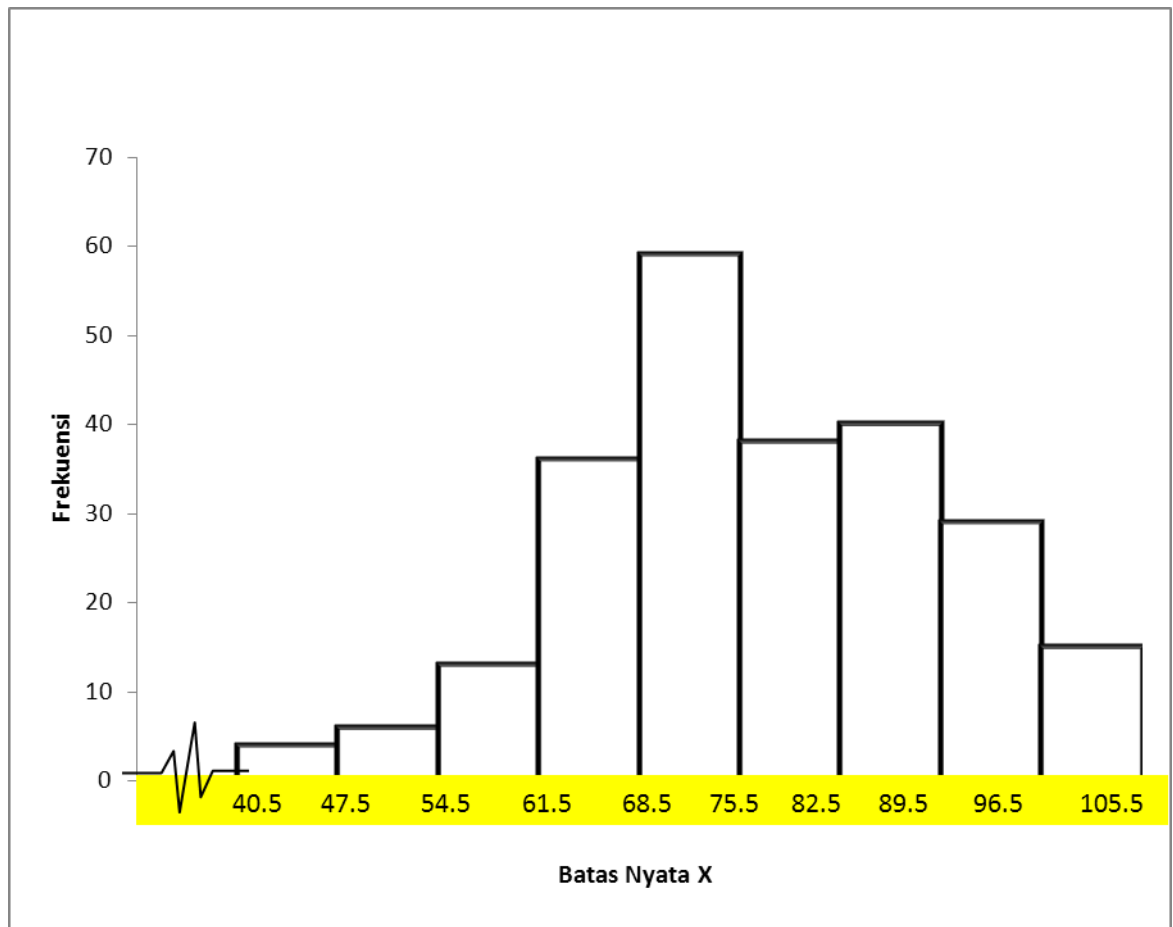
Tabel IV.23 – Distribusi & Frekuensi Variabel Citra Destinasi

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
41	-	47	40,5	47,5	4	1,7%
48	-	54	47,5	54,5	6	2,5%
55	-	61	54,5	61,5	13	5,4%
62	-	68	61,5	68,5	36	15,0%
69	-	75	68,5	75,5	59	24,6%
76	-	82	75,5	82,5	38	15,8%
83	-	89	82,5	89,5	40	16,7%
90	-	96	89,5	96,5	29	12,1%
97		105	96,5	105,5	15	6,3%
Jumlah					240	100%

Sumber: Data Diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa untuk variabel citra destinasi memiliki nilai frekuensi absolut tertinggi sebesar 59 yang terletak pada interval ke-5. Rentang kelas pada interval ke-5 dimulai dari nilai 69-75 dengan nilai frekuensi relatif sebesar 24,6%. Sedangkan untuk nilai frekuensi absolut terendahnya sebesar 4 yang terletak pada interval ke -1. Rentang kelas pada interval ke-1 dimulai dari nilai 41-47 dengan nilai frekuensi relatif sebesar 1,7%.

Grafik histogram berikut akan menjelaskan data distribusi frekuensi absolut untuk variabel citra destinasi.



Gambar IV. 6 - Histogram Citra Destinasi (X₃)

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, peneliti membuat tabel rata-rata hitung skor, yang menjabarkan skor rata-rata dan persentase skor indikator dari variabel citra destinasi seperti yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV.24 - Rata-rata hitung Variabel Citra Destinasi

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Cognitive image</i>	Pendapat	5	797,4	16,50%
	Pengetahuan	4	779,0	16%
<i>Affective image</i>	Fasilitas	6	805,8	17%
	Suasana & Lingkungan destinasi	4	813,8	17%
<i>Conative image.</i>	Perilaku	2	823,0	17%
	Karakteristik	2	813	16,83%
Total Skor			4832,0	100,00%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pada tabel perhitungan rata-rata skor dari variabel citra destinasi di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa untuk persentase tertinggi terdapat pada tiga indikator yang bernilai sama, yakni fasilitas, suasana & lingkungan, dan perilaku yaitu sebesar 17% dan persentase terendah terdapat pada indikator pengetahuan sebesar 16% sehingga dapat dikatakan bahwa indikator fasilitas, suasana&lingkungan dan perilaku yang lebih dominan dari variabel citra destinasi.

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Dalam uji normalitas Kolmogorov Smirnov digunakan oleh peneliti untuk menguji data yang diperoleh apakah sudah berdistribusi normal atau belum. Pengujian normalitas Kolmogorov-Smirnov bisa disebut signifikan apabila dari hasil data yang diolah oleh peneliti sebanyak 240 orang akan berdistribusi normal jika nilai signifikasinya $>0,05$ dan jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi secara normal.

Tabel berikut adalah hasil olah data dengan menggunakan pengujian normalitas Kolmogorov-Smirnov terkait variabel niat mengunjungi ulang sebagai variabel terikatnya serta variabel motivasi, sikap dan citra destinasi wisata sebagai variabel bebasnya

Tabel IV.25 – Pengujian Normalitas Kolmogorov Smirnov di SPSS

		<i>Revisit</i>	Motivasi	Sikap	Citra
N		240	240	240	240
Normal Parameters ^a	Mean	71.0667	91.3125	68.0167	76.9375
	Std. Deviation	1.39654	1.30678	1.12978	1.27801
Most Extreme Differences	Absolute	.044	.065	.071	.079
	Positive	.044	.065	.071	.079
	Negative	-.034	-.061	-.062	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.676	1.012	1.097	1.222
Asymp. Sig. (2-tailed)		.750	.258	.180	.101

a. Test distribution is Normal.

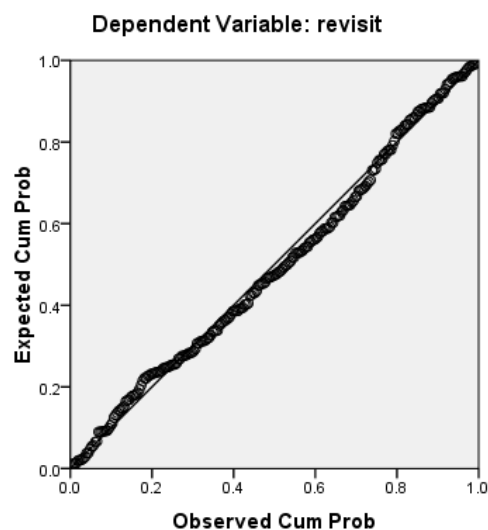
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil olah data untuk pengujian normalitas Kolmogorov-Smirnov di atas dapat disimpulkan bahwa hasil perolehan nilai signifikansi dari variabel niat berkunjung ulang (*revisit*) sebesar 0,750, untuk variabel motivasi nilai signifikansinya sebesar 0,258, untuk variabel sikap nilai signifikansinya sebesar 0,180 dan untuk variabel citra nilai signifikansinya sebesar 0,101.

Dari hasil data di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa nilai secara keseluruhan dari masing-masing variabel bernilai lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data dari masing-masing variabel sudah berdistribusi normal.

Berikut akan digambarkan grafik *Normal Probability Plot* dari masing-masing variabel

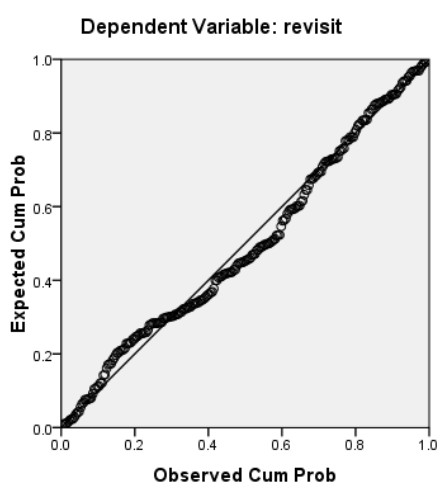
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar IV.7 - Normal Probability Plot X_1 dengan Y

Berdasarkan grafik di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa secara garis besar data untuk variabel motivasi terhadap niat berkunjung ulang sudah mengikuti arah garis lurus (diagonal) maka dapat dikemukakan bahwa data di atas sudah berdistribusi secara normal.

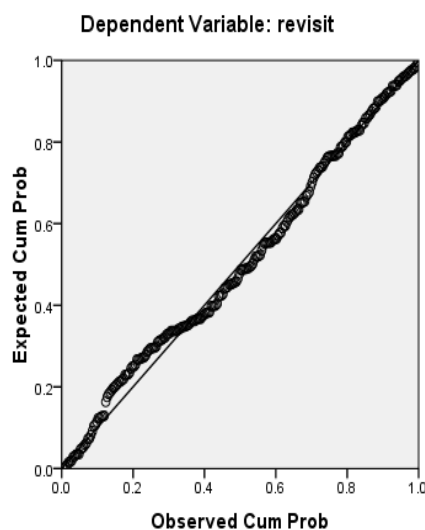
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar IV.8 - Normal Probability Plot X_2 dengan Y

Berdasarkan grafik di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa secara garis besar data untuk variabel sikap terhadap niat berkunjung ulang sudah mengikuti arah garis lurus (diagonal) maka dapat dikemukakan bahwa data di atas sudah berdistribusi secara normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Gambar IV.9- Normal Probability Plot X_3 dengan Y

Berdasarkan grafik di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa secara garis besar data untuk variabel citra destinasi terhadap niat berkunjung ulang sudah mengikuti arah garis lurus (diagonal) maka dapat dikemukakan bahwa data di atas sudah berdistribusi secara normal.

2. Uji Linieritas Regresi

Pada uji linieritas bertujuan untuk menganalisis model regresi apakah sudah bersifat linear atau tidak. Syarat suatu model regresi sudah bersifat linier dapat diketahui dengan melihat nilai dari signifikansi *linearity* dan nilai *deviation from linearity*. Jika nilai signifikansi *linearity* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,05 dan nilai *deviation from linearity* lebih besar atau lebih kecil dari 0.05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut sudah bersifat linier dan apabila nilai signifikansi *linearity* dari suatu variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat

diambil kesimpulan bahwa model regresi nya tersebut tidak linier.

Tabel berikut merupakan hasil pengujian linieritas dari masing-masing variabel dengan menggunakan *software* SPSS 16.0

Tabel IV.26 – Uji Linieritas variabel motivasi terhadap *revisit*

ANOVA Table (Revisit – Motivasi)						
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Revisit Motivasi	* Between Groups (Combined)	24653.357	56	440.239	3.669	.000
	Linearity	15076.793	1	15076.793	125.642	.000
	Deviation from Linearity	9576.564	55	174.119	1.451	.036
Within Groups		21959.576	183	119.998		
Total		46612.933	239			

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil pengujian variabel motivasi terhadap niat mengunjungi ulang, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *linearity* nya sebesar 0.000 dan nilai dari *deviation from linearity* sebesar 0.36. maka dapat peneliti simpulkan bahwa nilai signifikansi *linearity* nya lebih kecil dari 0.05 dan nilai *deviation from linearity* nya lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan model regresi dari variabel motivasi terhadap niat berkunjung ulang sudah bersifat linier.

Tabel IV.27 – Uji Linieritas sikap terhadap *revisit*

ANOVA Table (revisit – sikap)

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Revisit Sikap	* Between Groups (Combined)	22619.137	49	461.615	3.655	.000
	Linearity	14180.432	1	14180.432	112.291	.000
	Deviation from Linearity	8438.705	48	175.806	1.392	.062
	Within Groups	23993.796	190	126.283		
	Total	46612.933	239			

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil pengujian linieritas dari variabel sikap terhadap niat mengunjungi ulang dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *linearity* sebesar 0.000 dan nilai dari *deviation from linearity* sebesar 0.62. maka dapat peneliti simpulkan bahwa nilai signifikansi *linearity* nya lebih kecil dari 0.05 dan nilai dari *deviation from linearity* nya lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan model regresi dari variabel sikap terhadap niat berkunjung ulang sudah bersifat linier.

Tabel IV.28 – Uji Linieritas Citra Destinasi terhadap *revisit*

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Revisit * Between Groups (Combined)	21449.702	53	404.711	2.992	.000
Citra Linearity	14579.051	1	14579.051	107.765	.000
Deviation from Linearity	6870.652	52	132.128	.977	.526
Within Groups	25163.231	186	135.286		
Total	46612.933	239			

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil pengujian linieritas dari variabel citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *linearity* sebesar 0.000 dan nilai dari *deviation from linearity* sebesar 0.526 maka dapat peneliti simpulkan bahwa nilai signifikansi *linearity* nya lebih kecil dari 0.05 dan nilai *deviation from linearity* lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan model regresi dari variabel citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang sudah bersifat linier.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas, tujuan peneliti menggunakan uji ini adalah untuk mengetahui model regresi yang diuji oleh peneliti apakah terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila

dalam suatu regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas atau yang disebut dengan tidak adanya hubungan atau korelasi terhadap sesama variabel bebas.

Adapun syarat dalam melakukan uji multikolinieritas ini adalah dengan mengukur berdasarkan nilai dari *tolerance* dan nilai VIF. Nilai *tolerance* dan nilai VIF tercantum pada kolom *Collinearity Statistics*. Suatu model regresi dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* nya lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF nya lebih kecil dari 10,0 dan apabila suatu model regresi dapat dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* nya lebih kecil atau sama dengan 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10,0. Berikut adalah tabel hasil uji multikolinieritas dari masing-masing variabel

Tabel IV.29 – Uji Multikolinieritas variabel motivasi, sikap & citra destinasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.871	5.279		3.007	.003		
Motivasi	.293	.160	.274	1.833	.068	.124	8.065
Sikap	.101	.179	.082	.564	.573	.133	7.535
Citra	.280	.114	.257	2.450	.015	.253	3.949

a. Dependent Variable: revisit

Sumber: Data diolah oleh peneliti(2017)

Berdasarkan hasil data pada tabel di atas, dapat peneliti simpulkan sebagai berikut

1. Motivasi

Berdasarkan hasil dari uji multikolinieritas di atas, untuk variabel motivasi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,124 dan nilai VIF sebesar 8,065. Dalam hal ini, nilai *tolerance* tersebut lebih besar

dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,0 maka dapat dikatakan bahwa variabel motivasi tidak terjadi multikolinieritas.

2. Sikap

Berdasarkan hasil dari uji multikolinieritas di atas, untuk variabel sikap memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,133 dan nilai VIF sebesar 7,535. Dalam hal ini, nilai *tolerance* tersebut lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,0 maka dapat dikatakan bahwa variabel sikap tidak terjadi multikolinieritas.

3. Citra Destinasi

Berdasarkan hasil dari uji multikolinieritas di atas, untuk variabel citra destinasi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,253 dan nilai VIF sebesar 3,949. Dalam hal ini, dapat dikatakan nilai *tolerance* tersebut lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,0 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel citra destinasi tidak terjadi multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui suatu model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam hal ini, uji heterokedastisitas dengan spss 16.0 menggunakan uji *Spearman's rho*. Adapun syarat dalam melakukan uji heterokedastisitas dapat diukur dari nilai signifikansinya. Apabila nilai taraf signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi heterokedastisitas. Sedangkan jika nilai taraf

signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut positif terjadi heterokedastisitas. Berikut adalah tabel hasil uji heterokedastisitas dari masing-masing variabel sebagai berikut

Tabel IV.30 – Hasil Uji Heterokedastisitas variabel X₁, X₂ dan X₃

			Motivasi	Sikap	Citra	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Motivasi	Correlation Coefficient	1.000	.925**	.845**	.047
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.468
		N	240	240	240	240
	Sikap	Correlation Coefficient	.925**	1.000	.838**	.069
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.284
		N	240	240	240	240
	Citra	Correlation Coefficient	.845**	.838**	1.000	.117
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.069
		N	240	240	240	240
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.047	.069	.117	1.000
		Sig. (2-tailed)	.468	.284	.069	.
		N	240	240	240	240

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

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan *software* SPSS 16.0 yang terdapat pada tabel di atas, dapat di analisis bahwa untuk variabel motivasi nilai signifikansi yang terdapat pada kolom *Unstandardized Residual* sebesar 0,468, untuk variabel sikap nilai signifikansinya sebesar 0,284 dan untuk

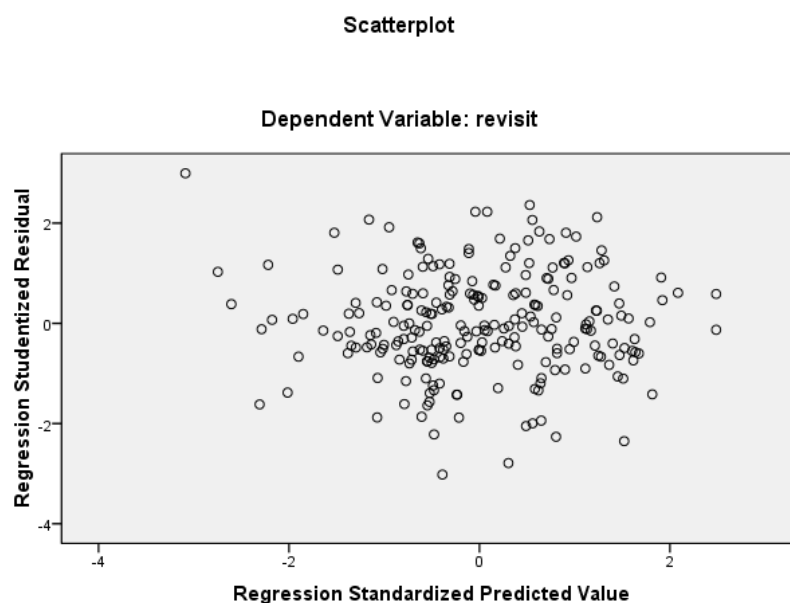
variabel citra destinasi nilai signifikansinya sebesar 0,069. Dari hasil nilai yang diperoleh dari masing-masing variabel dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan nilai signifikansi masing-masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

Selain menggunakan uji heterokedastisitas, peneliti juga dapat menggunakan *scatterplots* untuk menguji apakah masing-masing variabel terjadi heterokedastisitas atau tidak.

Adapun langkah untuk melihat pola gambar *scatterplots* yang tidak terjadi heterokedastisitas, jika:

- Titik-titik data penyebar terletak di atas dan di bawah atau hanya di sekitar angka
- Titik-titik data tidak mengumpul dalam satu sisi, seperti hanya di atas atau di bawah
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk suatu pola bergelombang dan meluas kemudian menyempit dan meluas kembali
- Penyebaran pada titik-titik data tidak berpola.

Hasil *scatterplots* dari empat variabel yang di uji oleh peneliti dapat digambarkan sebagai berikut



Gambar IV.10– Pengujian Heterokedastisitas dengan model *Scatterplots*

Berdasarkan hasil pengujian heterokedastisitas dengan menggunakan model *Scatterplots* di atas dapat diketahui bahwa:

- Titik-titik data penyebar di atas dan dibawah atau di sekitar angka 0
- Titik-titik tidak mengumpul diatas atau dibawah saja
- Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang meluas kemudian menyempit dan meluas kembali
- Penyebaran titik-titik data tidak berpola

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa data dari keempat variabel yang diuji peneliti tidak terjadi heteroskedastistas, sehingga model regresi dapat dikatakan sudah baik.

C. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier yang digunakan untuk menguji persamaan regresi dari masing-masing variabel. Analisis regresi yang digunakan oleh peneliti adalah analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Adapun variabel yang diuji oleh peneliti adalah pengaruh motivasi (X_1) terhadap niat berkunjung ulang (Y), pengaruh sikap (X_2) terhadap niat berkunjung ulang (Y) dan pengaruh citra destinasi (X_3) terhadap niat berkunjung ulang (Y).

Hasil dari analisis regresi sederhana membentuk sebuah persamaan matematika untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y. Bentuk persamaan dapat digambarkan sebagai berikut

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

\hat{Y} = Variabel dependen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Berikut adalah hasil uji regresi sederhana dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel IV.31 – Hasil regresi variabel X_1 terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.568	5.256		2.962	.003
	Motivasi	.608	.057	.569	10.667	.000

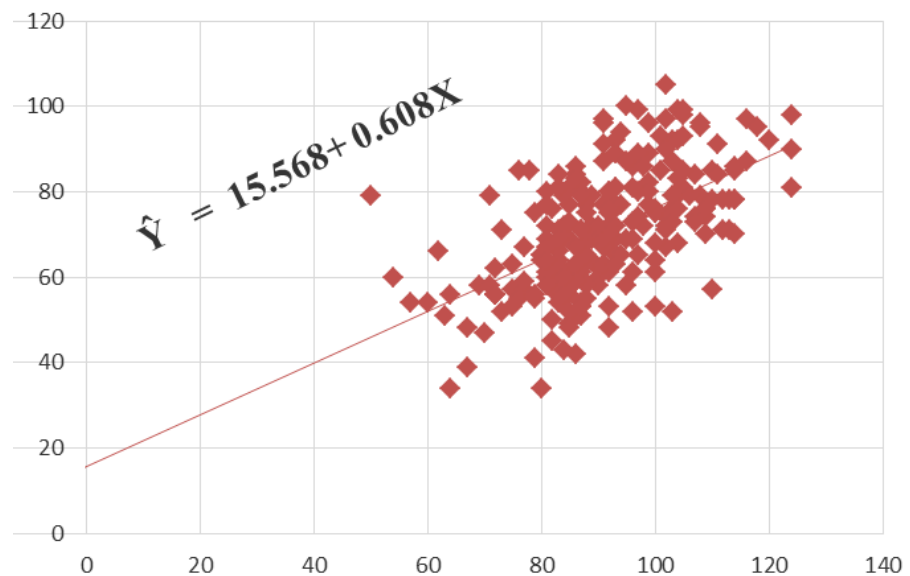
a. *Dependent Variable: revisit*

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa hasil analisis regresi linier sederhana dari variabel motivasi terhadap niat berkunjung ulang dapat dibentuk sebuah persamaan sebagai berikut

$$\hat{Y} = 15.568 + 0.608X_1$$

Dari persamaan diatas dapat dibuat persamaan regresi yang di interpretasikan dalam gambar digpen sebagai berikut:



Gambar IV.11 – Persamaan regresi digpen variabel X_1 terhadap Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan yang dihasilkan sebesar 15.568 sehingga dapat dikatakan jika nilai dari variabel $X_1 = 0$ maka nilai dari niat berkunjung ulangnya sebesar 15.568. Nilai regresi dari X_1 sebesar 0,608 menunjukkan bahwa jika variabel motivasi mengalami kenaikan 1% dengan konstanta 15.568 maka niat berkunjung ulang juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.608%.

Tabel IV.32 - Hasil regresi variabel X_2 terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.693	4.608		5.359	.000
	Sikap	.682	.067	.552	10.201	.000

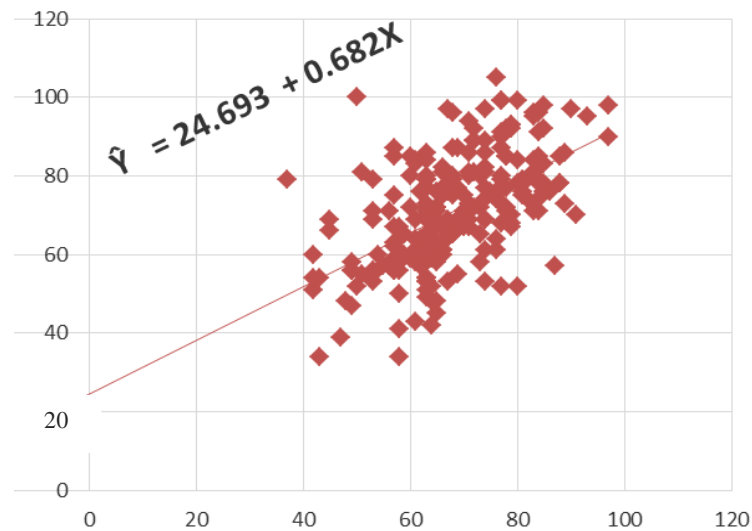
a. *Dependent Variable: revisit*

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa hasil analisis regresi linier sederhana dari variabel sikap terhadap niat berkunjung ulang dapat dibentuk sebuah persamaan sebagai berikut

$$\hat{Y} = 24.693 + 0.682X_2$$

Dari persamaan diatas, dapat dibuat persamaan regresi yang diinterpretasikan dalam gambar digpen sebagai berikut:



Gambar IV.12 - Persamaan regresi digpen variabel X_2 terhadap Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan yang dihasilkan sebesar 24.693 sehingga dapat dikatakan jika nilai dari variabel $X_2 = 0$ maka nilai dari niat berkunjung ulang nya sebesar 24.693. Nilai regresi dari X_2 sebesar 0,682 menunjukkan bahwa jika variabel sikap mengalami kenaikan 1% dengan konstanta 24.693 maka niat berkunjung ulang juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.682%.

Tabel IV.33 - Hasil regresi variabel X_3 terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.048	4.579		5.251	.000
	Citra	.611	.059	.559	10.408	.000

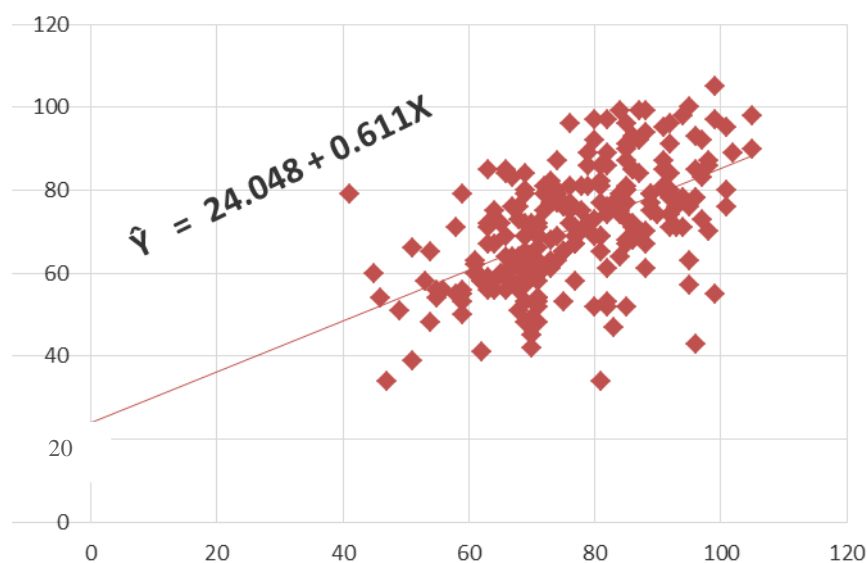
a. *Dependent Variable: revisit*

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa hasil analisis regresi linier sederhana dari variabel citra terhadap niat berkunjung ulang dapat dibentuk sebuah persamaan sebagai berikut

$$\hat{Y} = 24.048 + 0.611X_3$$

Dari persamaan diatas, dapat dibuat grafik persamaan regresi yang di interpretasikan dalam grafik digpen sebagai berikut:



Gambar IV.13 - Persamaan regresi digpen variabel X_3 terhadap Y

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan yang dihasilkan sebesar 24.048 sehingga dapat dikatakan jika nilai dari variabel $X_3 = 0$ maka nilai dari niat berkunjung ulang nya sebesar 24.048. Nilai regresi dari X_3 sebesar 0,611 menunjukkan bahwa jika variabel sikap mengalami kenaikan 1% dengan konstanta 24.048 maka niat berkunjung ulang juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.611%.

2. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Pada uji koefisien regresi parsial digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas yang diuji oleh peneliti memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap variabel terikatnya dengan nilai taraf signifikansinya minimal 0.05.

Adapun syarat dalam menguji koefisien regresi parsial ini ditentukan dengan cara

- H_0 akan diterima jika nilai dari t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} , yang artinya variabel bebas yang diuji peneliti secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.
- H_0 akan ditolak jika nilai dari t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} , yang artinya variabel bebas yang diuji peneliti secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil pengujian koefisien regresi parsial dari masing-masing variabel terdapat pada tabel berikut

Tabel IV.34 - Hasil uji koefisien regresi parsial variabel X_1 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.568	5.256		2.962	.003
Motivasi	.608	.057	.569	10.667	.000

Dependent Variable: revisit

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas,dapat diperoleh hasil nilai t_{hitung} dari variabel motivasi (X_1) sebesar 10.667. untuk nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik yang memiliki nilai signifikansinya sebesar 5% atau 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ sehingga jika di angka kan menjadi $240-3-1= 236$, maka dapat diperoleh hasil nilai dari t_{tabel} sebesar 1,96. Sehingga dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 10,67 dapat dikatakan lebih besar nilainya dari nilai hitung t_{tabel} sebesar 1,96. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa H_0 ditolak maka artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan motivasi (X_1) terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB (Y).

Tabel IV.35 - Hasil uji koefisien regresi parsial variabel X_2 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.693	4.608		5.359	.000
Sikap	.682	.067	.552	10.201	.000

Dependent Variable: revisit

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas,dapat diperoleh hasil nilai t_{hitung} dari variabel sikap (X_2) sebesar 10.201. untuk nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik yang memiliki nilai signifikansinya sebesar 5% atau 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ sehingga jika di angka kan menjadi $240-3-1= 236$, maka dapat diperoleh hasil nilai dari t_{tabel} sebesar 1,96. Sehingga dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 10,20 dapat

dikatakan lebih besar nilainya dari nilai hitung t_{tabel} sebesar 1,96. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa H_0 ditolak maka artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan sikap (X_2) terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB (Y).

Tabel IV.36 - Hasil uji koefisien regresi parsial variabel X_3 terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.048	4.579		5.251	.000
	Citra	.611	.059	.559	10.408	.000

Dependent Variable: revisit

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas, dapat diperoleh hasil nilai t_{hitung} dari variabel citra destinasi (X_3) sebesar 10.408. untuk nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik yang memiliki nilai signifikansinya sebesar 5% atau 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1 sehingga jika di angka kan menjadi 240-3-1= 236, maka dapat diperoleh hasil nilai dari t_{tabel} sebesar 1,96. Sehingga dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 10,41 dapat dikatakan lebih besar nilainya dari nilai hitung t_{tabel} sebesar 1,96. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa H_0 ditolak maka artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan citra destinasi (X_3) terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB (Y).

3. Analisis Koefisien Determinasi (r^2)

Uji koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel bebas (X) dapat mempengaruhi variabel terikat (Y) atau dengan kata lain untuk menguji apakah variabel motivasi, sikap dan citra destinasi memiliki pengaruh terhadap niat untuk berkunjung ulang ke KRB.

a. Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y

Tabel berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi dari variabel motivasi (X_1) terhadap niat berkunjung ulang ke KRB (Y) yang nilainya dapat dilihat dari kolom R square

Tabel IV.37 - Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.323	.321	11.51107

a. Predictors: (Constant), motivasi

b. Dependent Variable: revisit

Sumber: Data diolah oleh peneliti(2017)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi variabel X_1 terhadap Y diatas maka dapat diperoleh nilai *r Square* (r^2) sebesar 0,323, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu motivasi (X_1) terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang ke KRB (Y) sebesar 32,3%. Dan 67,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar motivasi.

b. Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y

Tabel berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi dari variabel sikap (X_2) terhadap niat berkunjung ulang ke KRB (Y) yang nilainya dapat dilihat dari kolom r square.

Tabel IV.38 - Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 ^a	.304	.301	11.67352

a. Predictors: (Constant), sikap

b. Dependent Variable: revisit

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi variabel X_2 terhadap Y diatas maka dapat diperoleh nilai *r square* (r^2) sebesar 0,304 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu sikap (X_2) terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang ke KRB (Y) sebesar 30,4%. Dan 69,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar sikap.

c. Koefisien Determinasi X_3 terhadap Y

Tabel berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi dari variabel citra destinasi (X_3) terhadap niat berkunjung ulang ke KRB (Y) yang nilainya dapat dilihat dari kolom r square

Tabel IV.39 - Koefisien Determinasi X_3 terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 ^a	.313	.310	11.60156

a. Predictors: (Constant), citra

b. Dependent Variable: revisit

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi variabel X_3 terhadap Y diatas maka dapat diperoleh nilai *r square* (r^2) sebesar 0,313 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu citra destinasi (X_2) terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang ke KRB (Y) sebesar 31,3%. Dan 68,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar citra destinasi.

d. Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan

Tabel berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi dari ketiga variabel bebas yakni motivasi (X_1), sikap (X_2) dan citra destinasi (X_3) terhadap niat berkunjung ulang ke KRB (Y) yang nilainya dapat dilihat dari kolom r square.

Tabel IV.40 - Hasil Analisis Koefisien Determinasi X_1, X_2, X_3 terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.344	.336	11.37865

a. *Predictors:* (Constant), citra, sikap, motivasi

b. *Dependent Variable:* revisit

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dari ketiga variabel bebas terhadap Y diatas maka dapat diperoleh nilai *r square* (r^2) sebesar 0,344. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel bebas yaitu motivasi, sikap dan citra destinasi terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang KRB sebesar 34,4% dan sebesar 65,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji variabelnya pada penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Motivasi terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB

Dari hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti untuk variabel motivasi terhadap niat berkunjung ulang dapat diberi kesimpulan bahwa variabel motivasi (X_1) memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel niat berkunjung ulang ke KRB (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan uji-uji yang sudah dilakukan oleh peneliti. Terdapat 7

uji yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_1 terhadap Y , antara lain sebagai berikut :

1. Uji Kolmogorov-Smirnov

Untuk hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov pada variabel motivasi diperoleh nilai sebesar 0,258 dan untuk variabel niat berkunjung ulang diperoleh nilai sebesar 0,750 . Kedua nilai tersebut memiliki ukuran yang lebih besar dari nilai minimal yaitu 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data dari variabel motivasi terhadap niat berkunjung ulang ke KRB sudah berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas Regresi

Untuk uji liniertias regresi, hasil pengujian variabel motivasi terhadap mengunjungi ulang dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *linearity* nya sebesar 0.000 dan nilai dari *deviation from linearity* sebesar 0.36. maka dapat peneliti simpulkan bahwa nilai signifikansi *linearity* nya lebih kecil dari 0.05 dan nilai *deviation from linearity* nya lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan model regresi dari variabel motivasi terhadap niat berkunjung ulang sudah bersifat linier.

3. Uji Multikolinieritas

Untuk hasil dari uji multikolinieritas dari variabel motivasi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,124 dan nilai VIF sebesar 8,065. Dalam hal ini, nilai *tolerance* tersebut lebih besar dari 0,10 dan

nilai VIF lebih kecil dari 10,0 maka dapat dikatakan bahwa variabel motivasi tidak terjadi multikolinieritas.

4. Uji Heterokedastisitas

Untuk uji heterokedastisitas dari variabel motivasi nilai signifikansi yang terdapat pada kolom *Unstandardized Residual* sebesar 0,468 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi variabel motivasi memiliki nilai lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Pada regresi sederhana variabel motivasi terhadap niat berkunjung ulang dapat membentuk sebuah persamaan $\hat{Y} = 15.568 + 0.608X_1$. Dari persamaan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan yang dihasilkan sebesar 15.568 sehingga dapat dikatakan jika nilai dari variabel $X_1 = 0$ maka nilai dari niat berkunjung ulang nya sebesar 15.568. Nilai regresi dari X_1 sebesar 0,608 menunjukkan bahwa jika variabel motivasi mengalami kenaikan 1% dengan konstanta 15.568 maka niat berkunjung ulang juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.608%.

6. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Untuk hasil uji koefisien regresi parsial, dapat diperoleh hasil nilai t_{hitung} dari variabel motivasi (X_1) sebesar 10.667. Untuk nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik yang memiliki nilai

signifikansinya sebesar 5% atau 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ sehingga jika di angka kan menjadi $240-3-1= 236$, maka dapat diperoleh hasil nilai dari t_{tabel} sebesar 1,96. Sehingga dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 10,67 dapat dikatakan lebih besar nilainya dari nilai hitung t_{tabel} sebesar 1,96. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa H_0 ditolak maka artinya variabel motivasi (X_1) positif memiliki pengaruh secara parsial terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB (Y).

7. Analisis Koefisien Determinasi

Dari hasil analisis koefisien determinasi variabel X_1 terhadap Y maka dapat diperoleh nilai *r square* (r^2) sebesar 0,323, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu motivasi (X_1) terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang ke KRB (Y) sebesar 32,3%. Dan 67,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar motivasi.

2. Sikap terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB

Dari hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti untuk variabel sikap terhadap niat berkunjung ulang dapat diberi kesimpulan bahwa variabel sikap (X_2) memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel niat berkunjung ulang ke KRB (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan uji-uji yang sudah

dilakukan oleh peneliti. Terdapat 7 uji yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_2 terhadap Y , antara lain sebagai berikut :

1. Uji Kolmogorov-Smirnov

Dari hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov untuk variabel sikap nilai signifikansinya sebesar 0,180 dan variabel niat berkunjung ulang diperoleh nilai sebesar 0,750 . Kedua nilai tersebut memiliki ukuran yang lebih besar dari nilai minimal yaitu 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data dari variabel sikap terhadap niat berkunjung ulang ke KRB sudah berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas Regresi

Dari hasil pengujian linieritas dari variabel sikap terhadap niat mengunjungi ulang diperoleh nilai signifikansi *linearity* sebesar 0.000 dan nilai dari *deviation from linearity* sebesar 0.62. maka dapat peneliti simpulkan bahwa nilai signifikansi *linearity* nya lebih kecil dari 0.05 dan nilai dari *deviation from linearity* nya lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan model regresi dari variabel sikap terhadap niat berkunjung ulang sudah bersifat linier.

3. Uji Multikolinieritas

Dari hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa untuk variabel sikap memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,133 dan nilai VIF sebesar 7,535. Dalam hal ini, nilai *tolerance* tersebut lebih besar

dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,0 maka dapat dikatakan bahwa variabel sikap tidak terjadi multikolinieritas.

4. Uji Heterokedastisitas

Pada uji heterokedastisitas untuk variabel sikap diperoleh nilai signifikansi yang terdapat pada kolom *Unstandardized Residual* sebesar 0,284 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari variabel sikap memiliki nilai lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk analisis regresi linier sederhana dari variabel sikap terhadap niat berkunjung ulang dapat membentuk sebuah persamaan $\hat{Y} = 24.693 + 0.682X_2$. Dari persamaan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan yang dihasilkan sebesar 24.693 sehingga dapat dikatakan jika nilai dari variabel $X_2 = 0$ maka nilai dari niat berkunjung ulang nya sebesar 24.693. Nilai regresi dari X_2 sebesar 0,682 menunjukkan bahwa jika variabel sikap mengalami kenaikan 1% dengan konstanta 24.693 maka niat berkunjung ulang juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.682%.

6. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Untuk hasil uji koefisien regresi parsial dapat diperoleh hasil nilai t_{hitung} dari variabel sikap (X_2) sebesar 10.201. untuk nilai

t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik yang memiliki nilai signifikansinya sebesar 5% atau 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ sehingga jika di angka kan menjadi $240-3-1= 236$, maka dapat diperoleh hasil nilai dari t_{tabel} sebesar 1,96. Sehingga dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 10,20 dapat dikatakan lebih besar nilainya dari nilai hitung t_{tabel} sebesar 1,96. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa H_0 ditolak maka artinya variabel sikap (X_2) positif memiliki pengaruh secara parsial terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB (Y).

7. Analisis Koefisien Determinasi

Dari hasil analisis koefisien determinasi variabel X_2 terhadap Y maka dapat diperoleh nilai *r square* (r^2) sebesar 0,304 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu sikap (X_2) terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang ke KRB (Y) sebesar 30,4%. Dan 69,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar sikap.

3. Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB

Dari hasil olah data yang dilakukan oleh peneliti untuk variabel citra destinasi terhadap niat berkunjung ulang dapat diberi kesimpulan bahwa variabel citra destinasi (X_3) memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel niat berkunjung ulang ke KRB (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan uji-uji

yang sudah dilakukan oleh peneliti. Terdapat 7 uji yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_3 terhadap Y , antara lain sebagai berikut :

1. Uji Kolmogorov-Smirnov

Dari hasil uji Kolmogoro-Smirnov pada variabel citra diperoleh nilai signifikansinya sebesar 0,101 dan variabel niat berkunjung ulang diperoleh nilai sebesar 0,750 . Kedua nilai tersebut memiliki ukuran yang lebih besar dari nilai minimal yaitu 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data dari variabel citra destinasi terhadap niat berkunjung ulang ke KRB sudah berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas Regresi

Dari hasil pengujian linieritas untuk variabel citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *linearity* sebesar 0.000 dan nilai dari *deviation from linearity* sebesar 0.526 maka dapat peneliti simpulkan bahwa nilai signifikansi *linearity* nya lebih kecil dari 0.05 dan nilai *deviation from linearity* lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan model regresi dari variabel citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang sudah bersifat linier.

3. Uji Multikolinieritas

Dari hasil uji multikolinieritas untuk variabel citra destinasi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,253 dan nilai VIF sebesar 3,949.

Dalam hal ini, dapat dikatakan nilai *tolerance* tersebut lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,0 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel citra destinasi tidak terjadi multikolinieritas.

4. Uji Heterokedastisitas

Pada uji heterokedastisitas untuk variabel citra destinasi diperoleh nilai signifikansi yang terdapat pada kolom *Unstandardized Residual* sebesar 0,069. Dari hasil nilai yang diperoleh dari variabel X_3 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi variabel tersebut memiliki nilai lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel citra destinasi tidak terjadi heterokedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk analisis regresi linier sederhana variabel citra terhadap niat berkunjung ulang dapat membentuk sebuah persamaan $\hat{Y} = 24.048 + 0.611X_3$. Dari persamaan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan yang dihasilkan sebesar 24.048 sehingga dapat dikatakan jika nilai dari variabel $X_3 = 0$ maka nilai dari niat berkunjung ulang nya sebesar 24.048. Nilai regresi dari X_3 sebesar 0,611 menunjukkan bahwa jika variabel citra destinasi mengalami kenaikan 1% dengan konstanta 24.048 maka niat berkunjung ulang juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.611%.

6. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Untuk hasil uji koefisien regresi parsial, dapat diperoleh hasil nilai t_{hitung} dari variabel citra destinasi (X_3) sebesar 10,408. Untuk nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik yang memiliki nilai signifikansinya sebesar 5% atau 0,05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ sehingga jika di angka kan menjadi $240-3-1=236$, maka dapat diperoleh hasil nilai dari t_{tabel} sebesar 1,96. Sehingga dari hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 10,41 dapat dikatakan lebih besar nilainya dari nilai hitung t_{tabel} sebesar 1,96. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa H_0 ditolak maka artinya variabel citra destinasi (X_3) positif memiliki pengaruh secara parsial terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB (Y).

7. Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi variabel X_3 terhadap Y maka dapat diperoleh nilai $r\ square$ (r^2) sebesar 0,313 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu citra destinasi (X_3) terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang ke KRB (Y) sebesar 31,3%. Dan 68,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar citra destinasi.

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung ulang ke KRB. Adapun variabel yang di uji antara lain Motivasi (X_1), Sikap (X_2) dan Citra Destinasi (X_3). Dapat diketahui berdasarkan hasil olah data dari variabel motivasi, sikap dan citra destinasi terhadap niat berkunjung ulang ke KRB pada hasil analisis koefisien determinasi secara garis besar menyatakan bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh yang tinggi terhadap niat berkunjung ulang ke KRB dibandingkan sikap dan citra destinasi wisata sedangkan variabel sikap memiliki pengaruh yang rendah terhadap niat berkunjung ulang ke KRB. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rendahnya sikap pengunjung berpengaruh terhadap rendahnya niat pengunjung untuk berkunjung ulang ke KRB.

Berikut akan dirangkumkan hasil olah data variabel motivasi (X_1), sikap (X_2) dan citra destinasi wisata (X_3) terhadap niat berkunjung ulang ke KRB (Y) yang dijelaskan sebagai berikut

1. Motivasi terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang sudah dibuat oleh peneliti pada bab sebelumnya, dapat peneliti simpulkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel motivasi (X_1) terhadap niat berkunjung ulang ke KRB (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat persamaan regresi yang sudah diperoleh yaitu

$$\hat{Y} = 15.568 + 0.608X_1$$

Dari persamaan diatas maka dapat diketahui bahwa nilai konstan dari persamaan regresi tersebut sebesar 15.568. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel motivasi sebagai X_1 atau dapat dikatakan jika nilai $X_1 = 0$, maka niat berkunjung ulang KRB sebesar 15.568. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0.608 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% motivasi dengan konstanta 15.568, maka variabel niat berkunjung ulang KRB juga akan meningkat sebesar 60.8%.

Pada uji koefisien regresi parsial nilai t_{hitung} dari variabel motivasi (X_1) sebesar 10.667. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan taraf signifikansi menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 : 2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,96, sehingga dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel X_1 lebih besar daripada nilai t_{tabel} . Maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika motivasi secara parsial mempengaruhi niat berkunjung ulang ke KRB.

Untuk hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,323. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu motivasi terhadap variabel terikat yaitu niat berkunjung ulang KRB sebesar 32,3%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel motivasi.

2. Sikap terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang sudah dibuat oleh peneliti pada bab sebelumnya, dapat peneliti simpulkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel sikap (X_2) terhadap niat berkunjung ulang ke KRB (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat persamaan regresi yang sudah diperoleh yaitu

$$\hat{Y} = 24.693 + 0.682X_2$$

Dari persamaan diatas maka dapat diketahui bahwa nilai konstan dari persamaan regresi tersebut sebesar 24.693. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel citra destinasi sebagai X_2 atau dapat dikatakan jika nilai $X_2 = 0$, maka niat berkunjung ulang KRB sebesar 24.693. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0.682 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% sikap dengan konstanta 24.693, maka variabel niat mengunjungi ulang ke KRB juga akan meningkat sebesar 68.2%.

Pada uji koefisien regresi parsial nilai t_{hitung} dari variabel sikap (X_2) sebesar 10.201 Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan taraf signifikansi menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 :

2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,96, sehingga dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel X_2 lebih besar daripada nilai t_{tabel} . Maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika sikap secara parsial mempengaruhi niat berkunjung ulang ke KRB.

Untuk hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0.304 Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu sikap terhadap variabel terikat yaitu niat berkunjung ulang KRB sebesar 30,4%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel sikap.

3. Citra destinasi terhadap Niat Berkunjung Ulang KRB

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang sudah dibuat oleh peneliti pada bab sebelumnya, dapat peneliti simpulkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel citra destinasi (X_3) terhadap niat berkunjung ulang ke KRB (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat persamaan regresi yang sudah diperoleh yaitu

$$\hat{Y} = 24.048 + 0.611X_3$$

Dari persamaan diatas maka dapat diketahui bahwa nilai konstan dari persamaan regresi tersebut sebesar 24.048. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel citra destinasi sebagai X_3 atau dapat dikatakan jika nilai $X_3= 0$, maka niat berkunjung ulang KRB sebesar 24.048. Nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0.611 menunjukkan bahwa

setiap kenaikan 1% citra destinasi dengan konstanta 24.048 maka variabel niat mengunjungi ulang ke KRB juga akan meningkat sebesar 61.1%.

Pada uji koefisien regresi parsial nilai t_{hitung} dari variabel citra destinasi (X_3) sebesar 10.408. Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan taraf signifikansi menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 : 2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,96, sehingga dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel X_3 lebih besar daripada nilai t_{tabel} . Maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika citra destinasi secara parsial mempengaruhi niat berkunjung ulang ke KRB.

Untuk hasil analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0.313 Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu sikap terhadap variabel terikat yaitu niat berkunjung ulang KRB sebesar 31,3%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel citra destinasi.

B. Implikasi

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa hasil penilaian dari masing-masing variabel memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai pengaruh yang paling rendah berada pada variabel sikap (X_2) sebesar 30.4% terhadap variabel niat berkunjung ulang ke KRB (Y). Sedangkan untuk variabel motivasi (X_1) dan citra destinasi

(X₃) memiliki nilai pengaruh sebesar 32,3% dan 31,3% terhadap variabel Y. Sehingga dapat disimpulkan juga bahwa variabel motivasi adalah faktor yang dominan untuk mempengaruhi niat seseorang melakukan kunjungan berulang ke KRB karena nilai pengaruh dari variabel motivasi lebih besar di antara ketiga variabel yang diuji oleh peneliti. Dari hasil tersebut juga dapat diketahui bahwa motivasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat seseorang untuk berkunjung ulang ke KRB, sedangkan sikap memiliki pengaruh terendah terhadap niat seseorang untuk berkunjung ulang ke KRB. Bagi peneliti dan pihak pengelola KRB, hal ini menunjukkan bahwa sikap pengunjung menjadi salah satu masalah yang dapat mempengaruhi rendahnya niat seseorang untuk berkunjung ulang ke RKB. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu hal yang menarik seperti ; promosi, event, pameran tumbuhan & satwa langka, adanya restoran atau tempat singgah yang aman,nyaman dan memiliki fasilitas yang sesuai kebutuhan pengunjung yang disediakan oleh pihak pengelola KRB agar pengunjung memiliki sikap yang baik ketika berkunjung ke KRB sehingga untuk waktu yang akan datang pengunjung akan memiliki niat untuk berkunjung ulang ke KRB.

C. Saran

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti akan mengemukakan beberapa saran agar dapat meningkatkan niat pengunjung untuk berkunjung ulang ke KRB. Saran berikut diharapkan oleh peneliti dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan

1. Rendahnya niat seseorang dalam berkunjung ulang ke KRB sehingga perlu adanya peningkatan fasilitas sarana dan prasarana yang disediakan pihak pengelola bagi pengunjung seperti : memperbanyak restaurant atau tempat makan di sekitar lingkungan destinasi maka niat pengunjung untuk berkunjung ulang ke destinasi tersebut di masa yang akan datang juga meningkat.
2. Perlu adanya perawatan tumbuhan yang baik di lingkungan KRB sehingga dapat terlihat natural/ menyatu dengan alam dan disertai dengan adanya pemeliharaan satwa di dalamnya agar pengunjung yang berkunjung merasa tertarik untuk melihat satwa dan merasa lebih dekat kepada alam.
3. Rendahnya pengetahuan yang diketahui oleh pengunjung mengenai tumbuhan langka seperti masih banyak pengunjung yang tidak mengetahui adanya tumbuhan *raflisia arnoldi* yang ada di KRB dan kurangnya juga pengetahuan pengunjung terhadap informasi berwisata ke KRB. Maka hal yang harus ditingkatkan adalah perlu adanya informasi dari pihak pengelola kepada pengunjung mengenai jenis tumbuhan apa saja yang ada dan sosialisasi terkini mengenai KRB seperti : fasilitas & pembangunannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- A.J, Muljadi. "*Kepariwisata Dan Perjalanan*". Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2012.
- Ajzen, Icek. "*Attitudes, Personality, and Behavior*". McGraw-Hill Education (UK), 2005.
- Ali, Hasan. "*Tourism Marketing*." CAPS, Yogyakarta (2015).
- Ashford, José B, and Craig LeCroy. "*Human Behavior in the Social Environment: A Multidimensional Perspective*". Nelson Education, 2009.
- Bahri, Syamsul, and Fahkry Zamzam. "*Model Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-Amos*." Yogyakarta: Deepublish (2014).
- Bambang Suharjo, "*Statistika Terapan disertai contoh Aplikasi dengan SPSS*" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)
- Basilevsky, Alexander T. "*Statistical Factor Analysis and Related Methods: Theory and Applications*". Vol. 418: John Wiley & Sons, 2009.
- Chaousis, Linda. "*Organisational Behaviour*". Australia: Pearson Education, 2000.
- Duha, Timotius. "*Perilaku Organisasi*". Deepublish, 2016.
- Duwi Priyatno, "*Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*" (Yogyakarta: Gava Media, 2010),
- Fishbein, Martin, and Icek Ajzen. "*Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*". Taylor & Francis, 2011.
- Francois, Vellas, and Lionel Becherel. "*Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategis*." Jakarta: Yayasan Obor Indonesia Anggota IKAPI DKI, 2008.
- Hair *et al* "*Multivariate Data Analysis*" United States: Pearson (2014)
- Herjanto, Eddy, "*Manajemen Operasi edisi 3*" Grasindo Jakarta 2008
- Hausenblas, Heather, and Ryan E Rhodes. "*Exercise Psychology*". Jones & Bartlett Publishers, 2016.

- Hui, Budi Guntoro & Tak Kee. "*Advances in Hospitality and Leisure*". Vol. 9, UK: Emerald Group Publishing, 2013.
- Humphreys, J.Christopher Holloway & Claire. "*The Business of Tourism*. Ninth ed". England Pearson, 2012.
- Hung, Kam, and Xiang Robert Li. "*Chinese Consumers in a New Era: Their Travel Behaviors and Psychology*". Routledge, 2016.
- Imam Ghozali. "*Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*". (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2009).
- Kiráľová, Alžbeta. "*Driving Tourism through Creative Destinations and Activities*". IGI Global 2016.
- Kozak, Metin Kozak & Nazmi. "*Aspects of Tourist Behavior*". Cambridge Scholars 2013.
- Mandal, Purnendu, and John Vong, "*Development of Tourism and the Hospitality Industry in Southeast Asia*" Springer, 2016.
- Mowforth, Martin, and Ian Munt. "*Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World*". Routledge, 2015.
- Mudrajad Kuncoro, "*Metode Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*". Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011.
- Nasution, Mustafa Edwin, and Hardius Usman. "*Proses Penelitian Kuantitatif*." Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (2007).
- Noor Juliansyah, "*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*" 2011
- Radzi, Salleh Mohd, J Anuar, and N Sumarjan. "*Theory and Practice in Hospitality and Tourism Research*". CRC Press, 2014.
- Robbins, Stephen P, and Timothy A Judge. "*Perilaku Organisasi Edisi 16*." (2015).
- Ronny Kountur, "*Menguasai Riset Pemasaran Cara Mudah & Praktis*". Jakarta: PPM Manajemen 2008.
- S.Bagad, Vilas. "*Industrial Management*". Pune: Technical Publications Pune, 2008.

- Sanusi, Anwar. "*Metodologi Penelitian Bisnis: Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*." Jakarta: Salemba Empat (2011).
- Seba, Jaime A. "*Tourism and Hospitality: Issues and Developments*". Apple Academic Press, 2011.
- Singgih Santoso, "*Panduan Langkah Menguasai SPSS 16*", (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008)
- Sugiyono. "*Metode Penelitian Administrasi*". 7. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suhud, Usep. "*A Moment to Give, No Moment to Take: A Mixed-Methods Study on Volunteer Tourism*" (2013).
- Sukardi, "*Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara 2013.
- Tsiotsou, Rodoula H, and Ronald E Goldsmith. "*Strategic Marketing in Tourism Services*". Emerald Group Publishing, 2012.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. "*Pengantar Industri Pariwisata*". Deepublish, 2016.
- Victorianus Aries Siswanto. "*Belajar Sendiri SPSS 22*". (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2015).
- Wanke, Tobias Vogel; Michaela. "*Attitudes and Attitude Change*". Vol. 2: Psychology Press, 2016.

Jurnal :

- Chomeya, Rungson. "Quality of Psychology Test between Likert Scale 5 and 6 Points." *Journal of Social Sciences* 6, no. 3 (2010): 399-403.
- Fani Sartika, Jasman J.Ma'ruf, Mukhlis Yunus. "Pengaruh Produk Dan Bauran Promosi Wisata Terhadap Citra (Image) Destinasi Dan Dampaknya Pada Niat Wisatawan Untuk Melakukan Kunjungan Ulang Ke Provinsi Aceh." *Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala* 3 (2014): 56-64.
- Goh, Yen-Nee. "Investigating Revisit Intentions for the Boutique Hotels of Penang-a Unesco World Heritage Site." *Asian Social Science* 11, no. 4 (2015): 126.
- Hermansyah, Danu, and Bagja Waluya. "Tourism and Hospitality Essentials (the) Journal, Vol. Ii, No. 1, 2012-245 Analisis Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan Nusantara Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor (Survei Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor)." *Tourism & Hospitality Essentials Journal* 2, no. 1 (2016): 245-68.
- Kim, Hyelin, Seungwoo Lee, Muzaffer Uysal, Juyeon Kim, and Kyungmo Ahn. "Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well-Being." *Journal of Travel & Tourism Marketing* 32, no. sup1 (2015): S76-S96.
- Pratminingsih, Sri Astuti, Christina Lipuringtyas Rudatin, and Tetty Rimenta. "Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung-Indonesia." *International Journal of Innovation, Management and Technology* 5, no. 1 (2014): 19.
- Thiumsak, Tun, and Athapol Ruangkanjanases. "Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand." *Journal of Economics, Business and Management* 4, no. 3 (2016): 220-30.
- Yuniawati, Yeni, and Ajeng Dewi Indriyani Finardi. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu." *Tourism & Hospitality Essentials Journal* 6, no. 1 (2016): 983-94.

Internet :

Indrawan, Aditya Fajar. "Menengok Spesies Burung Di Kebun Raya Bogor Yang Terus Berkurang." (2016). Published electronically 05 Jan 2016. <https://news.detik.com/berita/3110785/menengok-spesies-burung-di-kebun-raja-bogor-yang-terus-berkurang>.


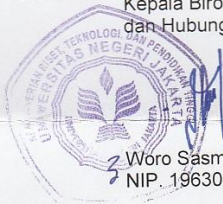
LIPI. "Jumlah Koleksi Kebun Raya Bogor." <http://www.krbogor.lipi.go.id/id/Jumlah-Koleksi-Kebun-Raya-Bogor.html>.
 "Sejarah Kebun Raya Bogor." <http://www.krbogor.lipi.go.id/id/Sejarah-Kebun-Raya-Bogor.html>.
 "Tempat Menarik Di Kebun Raya Bogor." <http://www.krbogor.lipi.go.id/id/#.html>.
 "Tiket Dan Jam Layanan Kebun Raya Bogor." <http://www.krbogor.lipi.go.id/id/Tiket-dan-Jam-Layanan-Kebun-Raya-Bogor.html>.

Maulana, Yudhi. "Polusi & Eksploitasi Air Tanah Ancam Kebun Raya Bogor." (2013). Published electronically 21 November 2013 <http://news.okezone.com/read/2013/11/21/501/900692/polusi-eksploitasi-air-tanah-ancam-kebun-raja-bogor>.

Permana, M.Sidik. "4 Orang Tewas Di Kebun Raya Bogor Tertimpa Damar Keropos." (2015). Published electronically 11 Januari 2015. <https://pemilu.tempo.co/read/news/2015/01/11/214634093/4-Orang-Tewas-di-Kebun-Raya-Bogor-Tertimpa-Damar-Keropos>

Sudarno, Achmad. "Ribuan Lebah Sengat Belasan Anak Di Kebun Raya Bogor." (2016). Published electronically 9 Oktober 2016. <http://news.liputan6.com/read/2621815/ribuan-lebah-sengat-belasan-anak-di-kebun-raja-bogor>

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

 <p><i>Building Future Leaders</i></p>	KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI , DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
	Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220 Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982 BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180 Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486 Laman : www.unj.ac.id
Nomor : 1195/UN39.12/KM/2017 Lamp. : - Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian untuk Penulisan Skripsi	3 April 2017
Yth. Kepala Pengelola Kebun Raya Bogor Jl. Ir. H. Juanda No.13 Bogor	
Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :	
Nama : Febriany Nomor Registrasi : 8135132234 Program Studi : Pendidikan Tata Niaga Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta No. Telp/HP : 089687439584	
Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :	
"Pengaruh Motivasi, Sikap dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Intensi Mengunjungi Ulang (Studi Kasus Wisata Kebun Raya Bogor)"	
Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.	
Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan, dan Hubungan Masyarakat	
	
Woro Sasmoyo, SH NIP. 19630403 198510 2 001	
Tembusan : 1. Dekan Fakultas Ekonomi 2. Koordinator Prodi Pendidikan Tata Niaga	

Lampiran 2 - Surat Balasan

Yth. Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan, dan Hubungan Masyarakat

UNJ Jakarta, Fakultas Ekonomi

di

Tempat

Menindaklanjuti surat nomor : 1195/UN39.12/KM2017 tertanggal 3 April 2017 perihal Permohonan Ijin Penelitian di PKT Kebun Raya LIPI, dengan ini Kami sampaikan bahwa Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya LIPI dapat memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : Febriyani
NIM : 8135132234

Untuk melaksanakan penelitian Di PKT Kebun Raya LIPI, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Kegiatan ini dibawah pendampingan Sdri. Ir.Sugiarti
2. Sebelum melakukan penelitian wajib menyelesaikan administrasi berupa perijinan dan pembayaran dengan menghubungi Subbagian Kerja Sama dan Informasi, Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya LIPI, Telp (0251) 8311362;
3. Setelah melakukan penelitian, wajib menyerahkan skripsi hasil riset kepada Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya LIPI.

Demikian Kami sampaikan. Atas perhatiannya Kami ucapkan terimakasih.

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Lampiran 3 **Matrix Variabel**

No.	Judul	X1	X2	X3	Y
1	Sri Astuti, Christina &Tetty Rimenta (2014) <i>“Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia”</i> .	✓		✓	✓
2	Fani,Jasman&Mukhlis (2014) “Pengaruh Produk dan Bauran Promosi Wisata terhadap Citra (<i>Image</i>) Destinasi dan dampaknya pada Niat Wisatawan untuk Melakukan Kunjungan Ulang ke Provinsi Aceh”			✓	✓
3	Yen-Nee Goh (2015) ” <i>Investigating Revisit Intentions for the Boutique Hotels of Penang A-Unesco World Heritage Site</i> ”		✓		✓
4	Tun & Athapol (2016) <i>“Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand”</i>	✓		✓	✓
5	Hyelin,et.al (2015) <i>“Nature-Based Tourism : Motivation and Subjective-Well Being</i>	✓			✓
6	Feng & Chih (2016) <i>“Influence of the Sports Tourism Attractiveness, Motivation and Experience on Revisit Intentions.</i>	✓			✓

Lampiran 4 Analisis Kerangka Teoretik

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Arah	Teori Pendukung
		(+/-)	
Motivasi (X ₁)	Niat berkunjung ulang (Y)	+	Muljadi Rittichainuwat Qu & Leong Lau & McKercher Hsu & Lam Lin
Sikap (X ₂)	Niat berkunjung ulang (Y)	+	Christopher & Claire Yen-Nee Goh Lee et al
Citra Destinasi (X ₃)	Niat berkunjung ulang (Y)	+	Chen et al Chon & Chi Christopher & Claire Bigne et al Victor & Rebecca

Lampiran 6 **Data Responden Uji Coba****Domisili**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jakarta	26	52.0	52.0	52.0
Bogor	8	16.0	16.0	68.0
Depok	4	8.0	8.0	76.0
Tangerang	8	16.0	16.0	92.0
Bekasi	4	8.0	8.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	16	32.0	32.0	32.0
Perempuan	34	68.0	68.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Tingkat Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SLTA	35	70.0	70.0	70.0
Diploma	5	10.0	10.0	80.0
S-1	10	20.0	20.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Status Pernikahan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Menikah	44	88.0	88.0	88.0
Menikah	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bekerja	13	26.0	26.0	26.0
Keluar dari pekerjaan & sedang mencari pekerjaan baru	1	2.0	2.0	28.0
Keluar dari pekerjaan tapi tidak sedang mencari pekerjaan baru	1	2.0	2.0	30.0
Pelajar/mahasiswa	23	46.0	46.0	76.0
Mahasiswa sambil bekerja	11	22.0	22.0	98.0
Tidak dapat bekerja	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Responden yang pernah berkunjung ke KRB minimal satu kali

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	50	100.0	100.0	100.0

Jumlah kunjungan ke KRB dalam tiga tahun terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sekali	18	36.0	36.0	36.0
2 x	17	34.0	34.0	70.0
3 x	7	14.0	14.0	84.0
> 3x	8	16.0	16.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 7 **Kuesioner Pilot Study Variabel Y**

No :

Dear Responden,

Saya Febriany mahasiswa tingkat akhir Program Studi Pendidikan Tataniaga, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta , saat ini saya sedang melakukan penelitian pemasaran pariwisata untuk skripsi saya yang memiliki topik tentang berwisata mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor. Untuk mengisi kuesioner ini, Anda hanya membutuhkan waktu maksimum 10 menit. Saya membutuhkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner ini.

Terima kasih.

Febriany Haryadinata

Profile Responden (Beri indikasi pada jawaban yang paling sesuai dengan data diri Anda).

Di mana domisili Anda?

- | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Jakarta | <input type="checkbox"/> Depok | <input type="checkbox"/> Bekasi |
| <input type="checkbox"/> Bogor | <input type="checkbox"/> Tangerang | <input type="checkbox"/> Di luar |
| JADEBOTABEK | | |

Apakah jenis kelamin Anda?

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Laki-laki | <input type="checkbox"/> Perempuan |
|------------------------------------|------------------------------------|

Pada rentang mana usia Anda saat ini?

- | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> <18 tahun | <input type="checkbox"/> 36 - 41 | <input type="checkbox"/> 60 - 65 |
|------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|

- | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 18 - 23 | <input type="checkbox"/> 42 - 47 | <input type="checkbox"/> >65 tahun |
| <input type="checkbox"/> 24 - 29 | <input type="checkbox"/> 48 - 53 | |
| <input type="checkbox"/> 30 - 35 | <input type="checkbox"/> 54 - 59 | |

Apakah tingkat pendidikan tertinggi yang telah Anda tamatkan?

- | | | |
|---|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kurang dari SLTA | <input type="checkbox"/> Diploma | <input type="checkbox"/> S-2/S-3 |
| <input type="checkbox"/> SLTA | <input type="checkbox"/> S-1 | |

Apakah status pernikahan Anda?

- | | | |
|--|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Belum menikah | <input type="checkbox"/> Bercerai | <input type="checkbox"/> Pasangan meninggal |
| <input type="checkbox"/> Menikah | <input type="checkbox"/> Berpisah | |

Apakah status pekerjaan Anda?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bekerja | <input type="checkbox"/> Pelajar/mahasiswa |
| <input type="checkbox"/> Memiliki usaha sendiri | <input type="checkbox"/> Mahasiswa sambil bekerja |
| <input type="checkbox"/> Keluar dari pekerjaan dan sedang mencari pekerjaan baru | <input type="checkbox"/> Tidak dapat bekerja |
| <input type="checkbox"/> Keluar dari pekerjaan tapi tidak sedang mencari pekerjaan baru | <input type="checkbox"/> Pensiun |

Tahap 1

Apakah Anda pernah mengunjungi ke Kebun Raya Bogor sebelumnya?

Ya Tidak [STOP disini]

Jika jawaban untuk pertanyaan di atas adalah 'YA', sudah berapa kali Anda terlibat dalam mengunjungi Kebun Raya Bogor dalam tiga tahun terakhir?

Sekali 2 x 3 x >3 x

Dalam enam bulan terakhir, apakah Anda pernah melakukan perjalanan ke luar kota untuk liburan? [bukan untuk bekerja/kuliah]

Ya Tidak

Dalam enam bulan terakhir, apakah Anda pernah melakukan perjalanan ke luar negeri untuk liburan? [bukan untuk bekerja/kuliah]

Ya Tidak

Tempat-tempat seperti apa saja yang Anda sukai untuk berlibur? [Boleh pilih lebih dari satu]

Perkotaan	<input type="checkbox"/>	Pantai/laut	<input type="checkbox"/>	Hutan	<input type="checkbox"/>
Pegunungan	<input type="checkbox"/>	Event budaya/seni	<input type="checkbox"/>	Pertunjukan	<input type="checkbox"/>
Perkampungan	<input type="checkbox"/>	Event olah raga	<input type="checkbox"/>	Lainnya	<input type="checkbox"/>
Acara keagamaan	<input type="checkbox"/>	Event kuliner	<input type="checkbox"/>		

Niat Berkunjung Ulang ke Kebun Raya Bogor

Mohon beri indikasi untuk pernyataan-pernyataan di bawah ini yang menunjukkan niat Anda untuk mengunjungi kembali ke Kebun Raya Bogor.(pilih salah satu dengan melingkari nomor yang menjadi jawaban anda).Lingkari angka 1 untuk jawaban anda yang menyatakan "Sangat Tidak Penting" dan angka 6 untuk jawaban yang menyatakan "Sangat Penting". Semakin besar angka yang anda lingkari akan menyatakan semakin besar nya niat anda untuk berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor di waktu yang mendatang.

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sedikit Tidak Setuju	Sedikit Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya bersedia kembali ke KRB di masa depan.	1	2	3	4	5	6
2	KRB memberikan saya kualitas pelayanan yang memuaskan dibandingkan kebun raya lainnya contoh : petugas di KRB ramah	1	2	3	4	5	6
3	Jika ada kebun raya lain yang menawarkan harga tiket masuk lebih murah, saya akan tetap berkunjung ulang ke KRB	1	2	3	4	5	6
4	Saya berniat untuk terus berkunjung ulang ke KRB	1	2	3	4	5	6
5	Saya berkunjung ulang ke KRB dengan tujuan khusus Contoh : untuk melihat tumbuhan <i>raflesia arnoldi</i> mekar	1	2	3	4	5	6
6	Saya mengunjungi ulang ke KRB karena KRB adalah destinasi wisata yang terkenal akan tumbuhan & pohon-pohon langka	1	2	3	4	5	6
7	Saya mengunjungi ulang ke	1	2	3	4	5	6

	KRB karena saya ingin menikmati alamnya						
8	KRB memberikan manfaat yang lebih dibandingkan kebun raya lainnya Contoh: di KRB lebih banyak informasi mengenai pengenalan akan tumbuhannya dibandingkan kebun raya lain	1	2	3	4	5	6
9	Saya ingin mempunyai pengalaman perjalanan ke KRB kembali	1	2	3	4	5	6
10	Saya merasa akrab dengan destinasi KRB karena saya menyukai suasana di KRB	1	2	3	4	5	6
11	KRB memiliki daya tarik yang khusus Seperti : di KRB banyak koleksi tumbuhan yang langka	1	2	3	4	5	6
12	Saya mengunjungi ulang ke KRB karena adanya rekomendasi atau iklan	1	2	3	4	5	6
13	KRB memiliki fasilitas yang berkualitas tinggi Seperti: di KRB memiliki restoran yang mewah	1	2	3	4	5	6
14	Saya mengunjungi destinasi baru selain destinasi yang	1	2	3	4	5	6

	pernah saya kunjungi di KRB contoh : Ketika berkunjung ke KRB saya belum pernah mengunjungi destinasi Griya Anggrek, maka ketika saya berkunjung kembali ke KRB saya ingin ke destinasi tersebut						
15	KRB sangat layak untuk dikunjungi kembali karena banyak ilmu pengetahuan terkait tanaman yang ada di KRB	1	2	3	4	5	6
16	Harga tiket masuk ke KRB relatif murah	1	2	3	4	5	6
17	Saya akan mengunjungi kembali ke KRB untuk berlibur	1	2	3	4	5	6
18	Jika saya sedang berlibur kembali ke Bogor saya akan mengunjungi kembali destinasi yang sama di KRB Contoh: ketika saya berkunjung ke KRB saya mengunjungi destinasi Taman KRB&saya akan berencana mengunjungi Taman KRB kembali ketika saya berkunjung ke KRB di masa yang akan datang	1	2	3	4	5	6
19	KRB adalah destinasi utama saya untuk berlibur di masa depan	1	2	3	4	5	6

20	Saya lebih suka mengunjungi KRB dibandingkan destinasi wisata lain di Bogor karena pemandangan di KRB indah	1	2	3	4	5	6
21	Kemungkinan saya berkunjung kembali ke KRB untuk berlibur sangat tinggi	1	2	3	4	5	6
22	Saya berniat untuk mengunjungi ulang ke KRB dalam waktu dua tahun kedepan	1	2	3	4	5	6
23	Saya akan merekomendasikan KRB ke teman-teman saya sebagai destinasi untuk berlibur karena banyak pohon yang rindang	1	2	3	4	5	6
24	Saya akan merekomendasikan KRB ke keluarga saya sebagai tujuan destinasi untuk berlibur karena di KRB adalah tempat yang cocok untuk berkumpul bersama keluarga	1	2	3	4	5	6
25	Saya akan menceritakan hal-hal yang positif tentang pengalaman saya berlibur ke KRB Seperti : di KRB banyak pemandangan yang indah	1	2	3	4	5	6

Lampiran 9 Hasil EFA & Reliabilitas Variabel Y

Pattern Matrix^a

	Component	
	1	2
N6	.923	
N1	.897	
N11	.888	
N15	.849	
N7	.790	
N23	.759	
N8	.752	
N14	.739	
N3	.661	
N5	.536	
N9	.533	
N21		.893
N13		.892
N19		.805
N12		.655
N22		.639
N4		.630
N17		.513

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Jumlah Item yang di drop :

1. N2
2. N 18
3. N 24
4. N 20
5. N 25
6. N 10
7. N16

Nilai Reliabilitas

Dimensi 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	11

Dimensi 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	7

Lampiran 10 Kisi- Kisi Instrumen Variabel Y

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Intentions to revisit</i>	Niat seseorang untuk melakukan kunjungan berulang di waktu yang akan datang	2		2	4		4	
		4		10	12		12	
		10		16	13		13	
		12		18	17		17	
		13		20	19		19	
		16			21		21	
		17			22		22	
		18						
		19						
		20						
		21						
22								
<i>Intentions to recommend</i>	Niat seseorang untuk merekomendasikan suatu destinasi wisata kepada orang lain.	1			1		1	
		3			3		3	
		5			5		5	
		6		24	6		6	
		7			7		7	
		8		25	8		8	
		9			9		9	
		11			11		11	
		14			14		14	
		15			15		15	
		23			23		23	
24								
25								

Lampiran 11 Validasi Instrumen Variabel Y

	Pernyataan Niat Berkunjung Ulang	Factor Loadings
	Dimensi <i>Intention to recommend</i> Indikator Niat seseorang untuk merekomendasikan suatu destinasi kepada oranglain	$\alpha = 0,943$
N6	Saya mengunjungi ulang ke KRB karena KRB adalah destinasi wisata yang terkenal akan tumbuhan & pohon-pohon langka	0.923
N1	Saya bersedia kembali ke KRB di masa depan.	0.897
N11	KRB memiliki daya tarik yang khusus Seperti : di KRB banyak koleksi tumbuhan yang langka	0.888
N15	KRB sangat layak untuk dikunjungi kembali karena banyak ilmu pengetahuan terkait tanaman yang ada di KRB	0.849
N7	Saya mengunjungi ulang ke KRB karena saya ingin menikmati alamnya	0.790
N23	Saya akan merekomendasikan KRB ke teman-teman saya sebagai destinasi untuk berlibur karena banyak pohon yang rindang	0.759
N8	KRB memberikan manfaat yang lebih dibandingkan kebun raya lainnya. Contoh: di KRB lebih banyak informasi mengenai pengenalan akan tumbuhannya dibandingkan kebun raya lain	0.752
N14	Saya mengunjungi destinasi baru selain destinasi yang pernah saya kunjungi di KRB. Contoh : Ketika berkunjung ke KRB saya belum pernah mengunjungi destinasi Griya Anggrek, maka ketika saya berkunjung kembali ke KRB saya ingin ke destinasi tersebut	0.739
N3	Jika ada kebun raya lain yang menawarkan harga tiket masuk lebih murah, saya akan tetap berkunjung ulang ke KRB	0.661
N5	Saya berkunjung ulang ke KRB dengan tujuan khusus Contoh : untuk melihat tumbuhan <i>rafflesia arnoldi</i> mekar	0.536
N9	Saya ingin mempunyai pengalaman perjalanan ke KRB kembali	0.533
	Dimensi <i>Intention to revisit</i> Indikator niat seseorang untuk berkunjung ulang	$\alpha = 0,896$
N21	Kemungkinan saya berkunjung kembali ke KRB untuk berlibur sangat tinggi	.893
N13	KRB memiliki fasilitas yang berkualitas tinggi Contoh: di KRB memiliki restoran yang mewah	.892
N19	KRB adalah destinasi utama saya untuk berlibur di masa depan	.805

N12	Saya mengunjungi ulang ke KRB karena adanya rekomendasi atau iklan	.655
N22	Saya berniat untuk mengunjungi ulang ke KRB dalam waktu dua tahun kedepan	.639
N4	Saya berniat untuk terus berkunjung ulang ke KRB	.630
N17	Saya akan mengunjungi kembali ke KRB untuk berlibur	.513

Lampiran 12 **Kuesioner Pilot Study Variabel X₁**

Motivasi

Berikan indikasi seberapa penting atau tidak penting dengan pernyataan-pernyataan di bawah yang berhubungan dengan motivasi anda dalam melakukan kunjungan berulang ke Kebun Raya Bogor. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, berarti Anda memilih jawaban ‘sangat tidak penting’, dan jika jawaban Anda semakin mendekati angka 6, berarti Anda memilih jawaban ‘sangat penting’.

“Jika saya mempunyai kesempatan untuk melakukan kunjungan kembali ke KRB, maka alasan saya berkunjung karena “

No	Pernyataan	Sangat tidak penting	Tidak penting	Sedikit Tidak Penting	Sedikit Penting	Penting	Sangat penting
1	Saya ingin mengurangi stress secara fisik	1	2	3	4	5	6
2	Saya ingin menghindari orang lain.	1	2	3	4	5	6
3	Saya ingin menjauh dari tuntutan hidup	1	2	3	4	5	6
4	Saya ingin menjauh dari keramaian	1	2	3	4	5	6
5	Saya ingin menjauh dari rumah	1	2	3	4	5	6
6	Saya ingin mengistirahatkan pikiran	1	2	3	4	5	6
7	Saya tidak ingin	1	2	3	4	5	6

	mengkhawatirkan waktu						
8	Di KRB menyediakan latihan fisik	1	2	3	4	5	6
9	Saya ingin menyegarkan secara emosional dan fisik.	1	2	3	4	5	6
10	Saya ingin menikmati cuaca yang baik di KRB	1	2	3	4	5	6
11	Saya ingin lebih mendekat kepada alam	1	2	3	4	5	6
12	Saya menginginkan kemewahan baik dari sisi makanan dan tempat yang nyaman untuk tinggal.	1	2	3	4	5	6
13	Sangat penting bagi saya untuk pergi ke tempat yang modis untuk berlibur.	1	2	3	4	5	6
14	Adanya restaurant yang baik dan makanan yang enak di KRB sangat penting bagi saya	1	2	3	4	5	6
15	Saya dapat merasakan hal yang	1	2	3	4	5	6

	baik dari dalam diri saya ketika berada di KRB						
16	Saya ingin memenuhi impian jangka panjang&ambisi saya di KRB	1	2	3	4	5	6
17	Saya ingin mengembangkan kemampuan diri saya di KRB	1	2	3	4	5	6
18	Saya berpikir bahwa jenis transportasi yang digunakan pada saat liburan ke KRB adalah hal yang sangat penting.	1	2	3	4	5	6
19	Di KRB dapat memberikan saya perasaan kepuasan diri	1	2	3	4	5	6
20	Saya merasa tertarik untuk melihat satwa di KRB	1	2	3	4	5	6
21	Ada beberapa tempat yang ingin saya kunjungi di KRB	1	2	3	4	5	6
22	Memberikan pengalaman belajar bagi saya.	1	2	3	4	5	6
23	Saya ingin menemukan	1	2	3	4	5	6

	hal-hal yang menarik di KRB						
24	Saya ingin mengunjungi galeri budaya asing yang ada di KRB	1	2	3	4	5	6
25	Saya ingin mendapat pengalaman baru tentang kebudayaan yang berbeda di KRB	1	2	3	4	5	6
26	Saya ingin berlibur bersama keluarga saya dengan mengunjungi KRB	1	2	3	4	5	6
27	Memberikan kesempatan kepada saya untuk bertemu dengan teman dan keluarga di KRB	1	2	3	4	5	6
28	Saya ingin menghabiskan waktu bersama orang-orang yang saya sayangi di KRB	1	2	3	4	5	6
29	Saya ingin mempererat hubungan dengan orang terdekat saya di KRB	1	2	3	4	5	6

Lampiran 14 Hasil EFA dan Reliabilitas Variabel X₁Pattern Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
M24	.908					
M25	.886					
M28	.788					
M26	.752					
M27	.731					
M29	.663					
M15	.625					
M22	.590					
M6	.567					
M19		.916				
M13		.835				
M16		.789				
M14		.768				
M17		.743				
M4			.884			
M3			.859			
M2			.774			
M5			.590			
M8			.448			
M21				.897		
M20				.895		
M9				.841		
M11					.780	
M12					.711	
M10						-.804
M7						-.647
M18						-.564

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 11 iterations.

Jumlah Item yang di drop:

1. M1
2. M23

Nilai Reliabilitas

Dimensi 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	9

Dimensi 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	5

Dimensi 3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	5

Dimensi 4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	3

Dimensi 5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	2

Dimensi 6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	3

Lampiran 15 Kisi-Kisi Instrumen Variabel X₁

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Push factor</i>	Penyegaran diri	1		1	2		2	
		2			3		3	
		3			4		4	
		4			5		5	
		5			8		8	
	Keinginan diri	11		23	11		11	
		12			12		12	
		23						
	Penghargaan Diri	13			13		13	
		14			14		14	
		16			16		16	
		17			17		17	
		19			19		19	
<i>Pull Factor</i>	Kepribadian, Sosial dan Budaya	6			6		6	
		15			15		15	
		22			22		22	
		24			24		24	
		25			25		25	
		26			26		26	
		27			27		27	
		28			28		28	
		29			29		29	
	Hobi dan Kesenangan	9			9		9	
		21			21		21	
		20			20		20	
	Kenyamanan	7			7		7	
		10			10		10	
		18			18		18	

Lampiran 16 Validasi Instrumen Variabel X₁

	Pernyataan Motivasi	Factor Loadings
	Dimensi <i>Pull Factor</i> Indikator Kepribadian, Sosial dan Budaya	$\alpha = 0,944$
M24	Saya ingin mengunjungi galeri budaya asing yang ada di KRB	0.908
M25	Saya ingin mendapat pengalaman baru tentang kebudayaan yang berbeda di KRB	0.886
M28	Saya ingin menghabiskan waktu bersama orang-orang yang saya sayangi di KRB	0.788
M26	Saya ingin berlibur bersama keluarga saya dengan mengunjungi KRB	0.752
M27	Memberikan kesempatan kepada saya untuk bertemu dengan teman dan keluarga di KRB	0.731
M29	Saya ingin mempererat hubungan dengan orang terdekat saya di KRB	0.663
M15	Saya dapat merasakan hal yang baik dari dalam diri saya ketika berada di KRB	0.625
M22	Memberikan pengalaman belajar bagi saya	0.590
M6	Saya ingin mengistirahatkan pikiran	0.567
	Dimensi <i>Push Factor</i> Indikator Penghargaan Diri	$\alpha = 0,938$
M19	Di KRB dapat memberikan saya perasaan kepuasan diri	0.916
M13	Sangat penting bagi saya untuk pergi ke tempat yang modis untuk berlibur	0.835
M16	Saya ingin memenuhi impian jangka panjang&ambisi saya di KRB	0.789
M14	Adanya restaurant yang baik dan makanan yang enak di KRB sangat penting bagi saya	0.768
M17	Saya ingin mengembangkan kemampuan diri saya di KRB	0.743
	Dimensi <i>Push Factor</i> Indikator Penyegaran diri	$\alpha = 0,885$
M4	Saya ingin menjauh dari keramaian	0.884
M3	Saya ingin menjauh dari tuntutan hidup	0.859
M2	Saya ingin menghindari orang lain.	0.774
M5	Saya ingin menjauh dari rumah	0.590
M8	Di KRB menyediakan latihan fisik	0.448
	Dimensi <i>Pull Factor</i> Indikator Hobi dan Kesenangan	$\alpha = 0,881$
M21	Ada beberapa tempat yang ingin saya kunjungi di KRB	0.897
M20	Saya merasa tertarik untuk melihat satwa di KRB	0.895

M9	Saya ingin menyegarkan secara emosional dan fisik.	0.841
	Dimensi <i>Push Factor</i> Indikator Keinginan diri	$\alpha = 0,745$
M11	Saya ingin lebih mendekat kepada alam	0.780
M12	Saya menginginkan kemewahan baik dari sisi makanan dan tempat yang nyaman untuk tinggal.	0.711
	Dimensi <i>Pull Factor</i> Indikator Kenyamanan	$\alpha = 0,750$
M10	Saya ingin menikmati cuaca yang baik di KRB	-0.804
M7	Saya tidak ingin mengkhawatirkan waktu	-0.647
M18	Saya berpikir bahwa jenis transportasi yang digunakan pada saat liburan ke KRB adalah hal yang sangat penting.	-0.564

Lampiran 17 **Kuesioner Pilot Study Variabel X₂****Sikap**

Mohon beri indikasi pendapat Anda mengenai hal-hal berikut ini dengan melingkari angka 1 -6. Pilihlah yang sesuai dengan sikap Anda terhadap kunjungan berulang ke Kebun Raya Bogor. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, Anda memilih pernyataan-pernyataan yang menyatakan sikap negatif yang anda ambil setelah berkunjung ke Kebun Raya Bogor, dan jika jawaban Anda mengarah pada angka 6, berarti Anda memilih pernyataan-pernyataan yang menyatakan sikap positif terhadap Kebun Raya Bogor.

“Semua hal sudah saya pertimbangkan, menurut saya, mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor itu akan menjadi...”

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	Pernyataan
1.	Saya tidak percaya pariwisata di KRB harus didorong secara aktif	1	2	3	4	5	6	Saya percaya pariwisata di KRB harus didorong secara aktif
2.	Saya tidak percaya bahwa industri pariwisata di KRB telah meningkatkan kualitas hidup di kota Bogor	1	2	3	4	5	6	Saya percaya bahwa industri pariwisata di KRB telah meningkatkan kualitas hidup di kota Bogor
3.	Saya tidak percaya bahwa rencana peningkatan fasilitas dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke KRB.	1	2	3	4	5	6	Saya percaya bahwa rencana peningkatan fasilitas dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke KRB.
4.	Berlibur di KRB tidak masuk akal	1	2	3	4	5	6	Berlibur di KRB masuk akal

5.	Industri pariwisata tidak bagus untuk perekonomian di KRB	1	2	3	4	5	6	Industri pariwisata bagus untuk perekonomian di KRB
6.	Umumnya, manfaat negatif dari wisata di KRB lebih besar daripada dampak positifnya	1	2	3	4	5	6	Umumnya, manfaat positif dari wisata di KRB lebih besar daripada dampak negatifnya
7.	Adanya KRB berdampak negatif pada pembangunan ekonomi	1	2	3	4	5	6	Adanya KRB berdampak positif pada pembangunan ekonomi
8.	Berlibur di KRB tidak menyenangkan	1	2	3	4	5	6	Berlibur di KRB menyenangkan
9.	Pengalaman yang tidak menarik	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang menarik
10.	Pengalaman yang tidak mengasyikkan	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang mengasyikkan
11.	Adanya KRB tidak dapat meningkatkan standar&kualitas hidup warga sekitar	1	2	3	4	5	6	Adanya KRB dapat meningkatkan standar&kualitas hidup warga sekitar
12.	KRB tidak dapat membantu kemakmuran pengunjung	1	2	3	4	5	6	KRB dapat membantu kemakmuran pengunjung
13.	KRB dapat merugikan pengunjung dalam waktu jangka panjang	1	2	3	4	5	6	KRB dapat menguntungkan pengunjung dalam

								waktu panjang jangka
14.	KRB memiliki pengaruh yang negatif terhadap kualitas hidup warga sekitar	1	2	3	4	5	6	KRB memiliki pengaruh yang positif terhadap kualitas hidup warga sekitar
15.	Berkunjung ulang ke KRB sangat tidak memuaskan	1	2	3	4	5	6	Berkunjung ulang ke KRB sangat memuaskan
16.	KRB sangat tidak layak untuk dikunjungi ulang	1	2	3	4	5	6	KRB sangat layak untuk dikunjungi ulang
17.	KRB tidak memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata	1	2	3	4	5	6	KRB memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata
18.	Adanya KRB dapat mengganggu ketenangan hidup warga sekitar	1	2	3	4	5	6	Adanya KRB tidak mengganggu ketenangan hidup warga sekitar
19.	Pengalaman yang tidak diinginkan	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang diinginkan
20.	Pengalaman yang tidak disukai	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang disukai
21.	Pengalaman yang buruk	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang baik
22.	Saya tidak merasa bahagia	1	2	3	4	5	6	Saya merasakan

	ketika berkunjung ulang ke KRB							kebahagiaan ketika berkunjung ulang ke KRB
23.	Berkunjung ulang ke KRB hanya cocok untuk kelompok usia tertentu	1	2	3	4	5	6	Berkunjung ulang ke KRB cocok untuk semua kelompok usia
24.	Saya tidak mendukung pariwisata di KRB	1	2	3	4	5	6	Saya mendukung pariwisata di KRB
25.	Banyaknya wisatawan asing membuat saya tidak ingin memiliki lebih banyak kesempatan untuk berekreasi di KRB	1	2	3	4	5	6	Banyaknya wisatawan asing membuat saya memiliki lebih banyak kesempatan untuk berekreasi di KRB
26.	Saya tidak ingin melihat KRB menjadi bagian penting bagi pengunjung KRB	1	2	3	4	5	6	Saya ingin melihat KRB menjadi bagian penting bagi pengunjung KRB

Lampiran 19 Hasil EFA & Reliabilitas Variabel X₂

Pattern Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
S6	.848				
S8	.822				
S7	.787				
S9	.754				
S1	.567				
S14	.482				
S22		.882			
S20		.647			
S23		.644			
S16		.637			
S21		.486			
S11			.780		
S12			.752		
S10			.523		
S18			.492		
S15				.859	
S4				.785	
S3				.563	
S26					-.734
S24					-.697
S17					-.517

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 12 iterations.

Jumlah Item yang di drop :

1. S 2
2. S5
3. S 13
4. S 19
5. S25

Reliabilitas

Dimensi 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	6

Dimensi 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	5

Dimensi 3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	4

Dimensi 4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	3

Dimensi 5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	3

Lampiran 20 Kisi-Kisi Instrumen Variabel X₂

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Cognitive component</i>	Kepercayaan (<i>beliefs</i>)	2		2	3		3	
		3			4		4	
		4			15		15	
		15						
	Pengetahuan (<i>knowledge</i>)	1			1		1	
		6			6		6	
		7			7		7	
		8			8		8	
		9			9		9	
		14			14		14	
	Pendapat (<i>perceptions</i>)	5		5 13	10		10	
		10			11		11	
		11			12		12	
		12			18		18	
		13						
		18						
<i>Affective component</i>	Perasaan/emosional (<i>feelings</i>)	16		19	16		16	
		19			20		20	
		20			21		21	
		21			22		22	
		22			23		23	
		23						
<i>Behavioural component</i>	Tindakan untuk berperilaku	17		25	17		17	
		24			24		24	
		25			26		26	
		25						
		26						

Lampiran 21 Validasi Instrumen Variabel X₂

	Pernyataan Sikap		Factor Loadings
	Dimensi Kognitif Indikator Pengetahuan		$\alpha = 0,924$
S6	Umumnya, manfaat negatif dari wisata di KRB lebih besar daripada dampak positifnya	Umumnya, manfaat positif dari wisata di KRB lebih besar daripada dampak negatifnya	0.848
S8	Berlibur di KRB tidak menyenangkan	Berlibur di KRB menyenangkan	0.822
S7	Adanya KRB berdampak negatif pada pembangunan ekonomi	Adanya KRB berdampak positif pada pembangunan ekonomi	0.787
S9	Pengalaman yang tidak menarik	Pengalaman yang menarik	0.754
S1	Saya tidak percaya pariwisata di KRB harus didorong secara aktif	Saya percaya pariwisata di KRB harus didorong secara aktif	0.567
S14	KRB memiliki pengaruh yang negatif terhadap kualitas hidup warga sekitar	KRB memiliki pengaruh yang positif terhadap kualitas hidup warga sekitar	0.482
	Dimensi Afektif Indikator Perasaan		$\alpha = 0,886$
S22	Saya tidak merasa bahagia ketika berkunjung ulang ke KRB	Saya merasakan kebahagiaan ketika berkunjung ulang ke KRB	0.882
S20	Pengalaman yang tidak disukai	Pengalaman yang disukai	0.647
S23	Berkunjung ulang ke KRB hanya cocok untuk kelompok usia tertentu	Berkunjung ulang ke KRB cocok untuk semua kelompok usia	0.644
S16	KRB sangat tidak layak untuk dikunjungi ulang	KRB sangat layak untuk dikunjungi ulang	0.637
S21	Pengalaman yang buruk	Pengalaman yang baik	0.486
	Dimensi Kognitif Indikator Pendapat		$\alpha = 0,808$

S11	Adanya KRB tidak dapat meningkatkan standar&kualitas hidup warga sekitar	Adanya KRB dapat meningkatkan standar&kualitas hidup warga sekitar	0.780
S12	KRB tidak dapat membantu kemakmuran pengunjung	KRB dapat membantu kemakmuran pengunjung	0.752
S10	Pengalaman yang tidak menyenangkan	Pengalaman yang menyenangkan	0.523
S18	Adanya KRB dapat mengganggu ketenangan hidup warga sekitar	Adanya KRB tidak mengganggu ketenangan hidup warga sekitar	0.492
	Dimensi Kognitif Indikator Kepercayaan		$\alpha = 0,827$
S15	Berkunjung ulang ke KRB sangat tidak memuaskan	Berkunjung ulang ke KRB sangat memuaskan	0.859
S4	Berlibur di KRB tidak masuk akal	Berlibur di KRB masuk akal	0.785
S3	Saya tidak percaya bahwa rencana peningkatan fasilitas dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke KRB.	Saya percaya bahwa rencana peningkatan fasilitas dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke KRB	0.563
	Dimensi Conative Indikator Perilaku		$\alpha = 0,771$
S26	Saya tidak ingin melihat KRB menjadi bagian penting bagi pengunjung KRB	Saya ingin melihat KRB menjadi bagian penting bagi pengunjung KRB	-0.734
S24	Saya tidak mendukung pariwisata di KRB	Saya mendukung pariwisata di KRB	-0.697
S17	KRB tidak memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata	KRB memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata	-0.517

Lampiran 22 **Kuesioner Pilot Study Variabel X₃****Citra Destinasi**

Berikan indikasi seberapa setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan di bawah. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, berarti Anda semakin 'sangat tidak setuju', dan jika jawaban Anda semakin mendekati angka 6, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sedikit Tidak Setuju	Sedikit Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	KRB adalah destinasi wisata yang memiliki suasana tenang	1	2	3	4	5	6
2	KRB adalah lingkungan yang bebas polusi udara.	1	2	3	4	5	6
3	KRB memiliki jenis-jenis tumbuhan yang indah	1	2	3	4	5	6
4	Di KRB memiliki banyak jenis tumbuhan yang bermanfaat untuk kesehatan	1	2	3	4	5	6
5	KRB adalah destinasi wisata yang aman	1	2	3	4	5	6
6	Di KRB banyak pengunjung yang ramah	1	2	3	4	5	6
7	KRB adalah destinasi wisata yang bersih	1	2	3	4	5	6
8	KRB adalah destinasi wisata yang ramai dikunjungi pengunjung	1	2	3	4	5	6

9	KRB adalah destinasi wisata yang dapat meningkatkan pengetahuan	1	2	3	4	5	6
10	KRB memiliki jenis tumbuhan yang khas seperti tumbuhan <i>raflesia arnoldi</i>	1 1	2 2	3 3	4 4	5 5	6 6
11	KRB adalah tempat untuk berpetualang	1	2	3	4	5	6
12	KRB adalah destinasi yang berorientasi pada kekeluargaan	1	2	3	4	5	6
13	KRB adalah destinasi wisata untuk bersantai	1	2	3	4	5	6
14	KRB memiliki atraksi budaya yang unik	1	2	3	4	5	6
15	Di KRB banyak atraksi budayanya	1	2	3	4	5	6
16	KRB memiliki kualitas infrastruktur yang baik seperti : jalan yang tidak rusak	1	2	3	4	5	6
17	KRB memiliki banyak jenis restoran,	1	2	3	4	5	6
18	Di sekitar KRB banyak hotel	1	2	3	4	5	6
19	Mudah untuk mengakses akomodasi ke KRB	1	2	3	4	5	6
20	Banyak objek wisata di	1	2	3	4	5	6

	KRB						
21	Kualitas pelayanan di KRB baik	1	2	3	4	5	6
22	KRB memiliki fasilitas perbelanjaan yang bagus	1	2	3	4	5	6
23	KRB memiliki fasilitas belanja yang unik	1	2	3	4	5	6
24	KRB memiliki area rekreasi yang menarik.	1	2	3	4	5	6
25	Di KRB banyak pusat perbelanjaan	1	2	3	4	5	6
26	Restaurant di KRB memiliki makanan khas yang lezat.	1	2	3	4	5	6
27	Hiburan&kehidupan malam di KRB baik	1	2	3	4	5	6

Lampiran 24 Hasil EFA & Reliabilitas Variabel X3

Pattern Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
CKRB21	.784					
CKRB16	.762					
CKRB22	.748					
CKRB24	.694					
CKRB5	.464					
CKRB15		-.950				
CKRB20		-.887				
CKRB14		-.858				
CKRB18		-.775				
CKRB17		-.672				
CKRB23		-.635				
CKRB1			.858			
CKRB2			.709			
CKRB12			.546			
CKRB13			.439			
CKRB26				.800		
CKRB27				.771		
CKRB9					.812	
CKRB10					.740	
CKRB11					.726	
CKRB8					.560	
CKRB3						.899
CKRB4						.894

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 16 iterations.

Jumlah item yang di drop

1. C6
2. C7
3. C 25
4. C 19

Reliabilitas

Dimensi 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	5

Dimensi 5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	4

Dimensi 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	6

Dimensi 6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	2

Dimensi 3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	4

Dimensi 4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	2

Lampiran 25 Kisi-Kisi Instrumen Variabel X₃

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		+	-		+	-	+	-
<i>Cognitive image</i>	Pendapat	5			5		5	
		16			16		16	
		21			21		21	
		22			22		22	
		24			24		24	
	Pengetahuan	8			8		8	
		9			9		9	
		10			10		10	
		11			11		11	
<i>Affective image</i>	Fasilitas	14		19	14		14	
		15		25	15		15	
		17			17		17	
		18			18		18	
		19			20		20	
		20			23		23	
		23						
25								
	Suasana & Lingkungan destinasi	1		7	1		1	
		2			2		2	
		7			12		12	
		12			13		13	
		13						
<i>Conative image.</i>	Perilaku	6		6	26		26	
		26			27		27	
		27						
	Karakteristik	3			3		3	
		4			4		4	

Lampiran 26 Validasi Instrumen Variabel X₃

	Pernyataan Citra Destinasi	Factor Loadings
	Dimensi Kognitif Indikator Pendapat	$\alpha = 0,856$
CKRB21	Kualitas pelayanan di KRB baik	0.784
CKRB16	KRB memiliki kualitas infrastruktur yang baik seperti : jalan yang tidak rusak	0.762
CKRB22	KRB memiliki fasilitas perbelanjaan yang bagus	0.748
CKRB24	KRB memiliki area rekreasi yang menarik.	0.694
CKRB5	KRB adalah destinasi wisata yang aman	0.464
	Dimensi Afektif Indikator Fasilitas	$\alpha = 0,920$
CKRB15	Di KRB banyak atraksi budayanya	-0.950
CKRB20	Banyak objek wisata di KRB	-0.887
CKRB14	KRB memiliki atraksi budaya yang unik	-0.858
CKRB18	Di sekitar KRB banyak hotel	-0.775
CKRB17	KRB memiliki banyak jenis restoran,	-0.672
CKRB23	KRB memiliki fasilitas belanja yang unik	-0.635
	Dimensi Afektif Indikator Suasana & Lingkungan destinasi	$\alpha = 0,804$
CKRB1	KRB adalah destinasi wisata yang memiliki suasana tenang.	0.858
CKRB2	KRB adalah lingkungan yang bebas polusi udara.	0.709
CKRB12	KRB adalah destinasi yang berorientasi pada kekeluargaan	0.546
CKRB13	KRB adalah destinasi wisata untuk bersantai	0.439
	Dimensi Conative Indikator Perilaku	$\alpha = 0,895$
CKRB26	Restaurant di KRB memiliki makanan khas yang lezat.	0.800
CKRB27	Hiburan&kehidupan malam di KRB baik	0.771
	Dimensi Kognitif Indikator Pengetahuan	$\alpha = 0,816$
CKRB9	KRB adalah destinasi wisata yang dapat meningkatkan pengetahuan	0.812
CKRB10	KRB memiliki jenis tumbuhan yang khas seperti tumbuhan <i>raflesia arnoldi</i>	0.740
CKRB11	KRB adalah tempat untuk berpetualang	0.726
CKRB8	KRB adalah destinasi wisata yang ramai dikunjungi pengunjung	0.560
	Dimensi Conative Indikator Karakteristik	$\alpha = 0,882$

CKRB3	KRB memiliki jenis-jenis tumbuhan yang indah	0.899
CKRB4	Di KRB memiliki banyak jenis tumbuhan yang bermanfaat untuk kesehatan	0.894

Lampiran 27 Hasil Demografik Sampel

DATA 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add-ons Window Help

126 : Gender 1

	Domisili	Gender	Usia	Pendidikan	Pernikahan	Pekerjaan	BerkunjungK RB	BerapaKaliDa lamTigaTahun TerakhirK...	PerjalananKe uarKotaDala mEnamBu...	PerjalananKe uarNegeriDal amEnamB...	TempatYang DisukaiUntuk Berlibur
220	Bogor	Laki-laki	18-23	SLTA	Belum Me...	Pelajar/ma...	Ya	2 x	Tidak	Tidak	Pantai/Laut
221	Bogor	Laki-laki	30-35	Diploma	Menikah	Bekerja	Ya	Sekali	Tidak	Ya	Event Kuliner
222	Bogor	Perempuan	30-35	SLTA	Menikah	Bekerja	Ya	> 3x	Ya	Tidak	Event Bud...
223	Bogor	Perempuan	24-29	Diploma	Belum Me...	Bekerja	Ya	3 x	Ya	Ya	Pantai/Laut
224	Bogor	Perempuan	18-23	SLTA	Belum Me...	Mahasiswa...	Ya	3 x	Tidak	Ya	Event Kea...
225	Bogor	Laki-laki	24-29	SLTA	Belum Me...	Bekerja	Ya	2 x	Ya	Tidak	Perkampu...
226	Tangerang	Perempuan	30-35	S-1	Menikah	Bekerja	Ya	> 3x	Tidak	Ya	Perkotaan
227	Tangerang	Laki-laki	24-29	SLTA	Menikah	Bekerja	Ya	3 x	Tidak	Ya	Pegunungan
228	Bekasi	Laki-laki	18-23	SLTA	Belum Me...	Pelajar/ma...	Ya	3 x	Tidak	Tidak	Event Olah...
229	Tangerang	Laki-laki	<18 tahun	<SLTA	Belum Me...	Pelajar/ma...	Ya	2 x	Ya	Ya	Event Bud...
230	Bogor	Perempuan	18-23	SLTA	Belum Me...	Pelajar/ma...	Ya	Sekali	Ya	Tidak	Event Kuliner
231	Jakarta	Perempuan	36-41	Diploma	Menikah	Bekerja	Ya	2 x	Ya	Tidak	Event Kea...
232	Jakarta	Perempuan	42-47	S-1	Menikah	Bekerja	Ya	2 x	Tidak	Tidak	Pantai/Laut
233	Jakarta	Laki-laki	42-47	SLTA	Menikah	Memiliki u...	Ya	Sekali	Ya	Ya	Pegunungan
234	Bogor	Perempuan	30-35	S-1	Menikah	Bekerja	Ya	2 x	Tidak	Tidak	Perkotaan
235	Depok	Perempuan	24-29	Diploma	Belum Me...	Bekerja	Ya	2 x	Ya	Ya	Pegunungan
236	Depok	Laki-laki	18-23	SLTA	Belum Me...	Mahasiswa...	Ya	Sekali	Tidak	Tidak	Perkotaan
237	Tangerang	Laki-laki	30-35	S-1	Menikah	Bekerja	Ya	> 3x	Ya	Tidak	Pantai/Laut
238	Depok	Perempuan	24-29	SLTA	Belum Me...	Bekerja	Ya	3 x	Tidak	Ya	Event Bud...
239	Tangerang	Perempuan	<18 tahun	<SLTA	Belum Me...	Pelajar/ma...	Ya	3 x	Tidak	Tidak	Event Olah...
240	Jakarta	Laki-laki	24-29	S-1	Menikah	Bekerja	Ya	2 x	Ya	Tidak	Event Kuliner
241											
242											

Data View Variable View

Lampiran 28 Data Responden Sampel

Domisili

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jakarta	101	42.1	42.1	42.1
Bogor	43	17.9	17.9	60.0
Depok	27	11.2	11.2	71.2
Tangerang	34	14.2	14.2	85.4
Bekasi	28	11.7	11.7	97.1
Di luar JABODETABEK	7	2.9	2.9	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Jenis Kelamin & Usia Responden

		Usia							Total	
		< 18	18 – 23	24 - 29	30 - 35	36 - 41	42 – 47	48-53		60 -65
Jenis Kelamin	: Laki-laki	7	31	17	13	9	5	1	1	84
	: Perempuan	5	90	26	18	8	6	3		156
	Total	12	121	43	31	17	11	4	1	240

Jenis Kelamin & Tingkat Pendidikan Responden

		Tingkat Pendidikan					Total
		< SLTA	SMA/ Sederajat	Diploma	S1	S-2/S-3	
Jenis Kelamin	Laki-laki	7	40	8	26	3	84
	Perempuan	5	95	16	35	5	156
	Total	12	135	24	61	8	240

Jenis Kelamin & Status Pernikahan

		Status Pernikahan			Total	
		Belum Menikah	Menikah	Bercerai		Pasangan Meninggal
Jenis Kelamin	Laki-laki	57	26	0	1	84
	Perempuan	114	41	1	0	156
Total		171	67	1	1	240

Jenis Kelamin & Status Pekerjaan

		Status_Pekerjaan						Total	
		Bekerja	Mahasiswa sambil bekerja	Memiliki Usaha Sendiri	Keluar dari pekerjaan dan sedang mencari pekerjaan baru	Keluar dari pekerjaan tetapi tidak sedang mencari pekerjaan baru	Pelajar/Mahasiswa		Tidak dapat bekerja
Jenis_Kelamin	Laki-laki	29	12	8	2	1	32	0	84
	Perempuan	59	19	6	0	3	67	2	156
Total		88	31	14	2	4	99	2	240

Jumlah Kunjungan Responden ke KRB dalam 3 tahun terakhir

	Jumlah Kunjungan				Total
	Sekali	2x	3x	>3x	
Kunjungan responden ke KRB dalam 3 tahun terakhir (2015-2017)	77	83	41	39	240
Total	77	83	41	39	240

Lampiran 29 **Kuesioner Final Variabel Niat Berkunjung Ulang (Y)**

No :

Dear Responden,

Saya Febriany mahasiswa tingkat akhir Program Studi Pendidikan Tataniaga, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, saat ini saya sedang melakukan penelitian pemasaran pariwisata untuk skripsi saya yang memiliki topik tentang berwisata mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor. Untuk mengisi kuesioner ini, Anda hanya membutuhkan waktu maksimum 10 menit. Saya membutuhkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner ini.

Terima kasih.

Febriany Haryadinata

Profile Responden (Beri indikasi pada jawaban yang paling sesuai dengan data diri Anda).

Di mana domisili Anda?

- | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Jakarta | <input type="checkbox"/> Depok | <input type="checkbox"/> Bekasi |
| <input type="checkbox"/> Bogor | <input type="checkbox"/> Tangerang | <input type="checkbox"/> Di luar
JADEBOTABEK |

Apakah jenis kelamin Anda?

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Laki-laki | <input type="checkbox"/> Perempuan |
|------------------------------------|------------------------------------|

Pada rentang mana usia Anda saat ini?

- | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> <18 tahun | <input type="checkbox"/> 36 - 41 | <input type="checkbox"/> 60 - 65 |
| <input type="checkbox"/> 18 - 23 | <input type="checkbox"/> 42 - 47 | <input type="checkbox"/> >65 tahun |
| <input type="checkbox"/> 24 - 29 | <input type="checkbox"/> 48 - 53 | |
| <input type="checkbox"/> 30 - 35 | <input type="checkbox"/> 54 - 59 | |

Apakah tingkat pendidikan tertinggi yang telah Anda tamatkan?

- | | | |
|---|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kurang dari SLTA | <input type="checkbox"/> Diploma | <input type="checkbox"/> S-2/S-3 |
| <input type="checkbox"/> SLTA | <input type="checkbox"/> S-1 | |

Apakah status pernikahan Anda?

- Belum menikah Bercerai Pasangan meninggal
 Menikah Berpisah

Apakah status pekerjaan Anda?

- Bekerja Pelajar/mahasiswa
 Memiliki usaha sendiri Mahasiswa sambil bekerja
 Keluar dari pekerjaan dan sedang mencari pekerjaan baru Tidak dapat bekerja
 Keluar dari pekerjaan tapi tidak sedang mencari pekerjaan baru Pensiun

Tahap 1

Apakah Anda pernah mengunjungi ke Kebun Raya Bogor sebelumnya?

- Ya Tidak [STOP
disini]

Jika jawaban untuk pertanyaan di atas adalah 'YA', sudah berapa kali Anda terlibat dalam mengunjungi Kebun Raya Bogor dalam tiga tahun terakhir?

- Sekali 2 x 3 x >3 x

Dalam enam bulan terakhir, apakah Anda pernah melakukan perjalanan ke luar kota untuk liburan? [bukan untuk bekerja/kuliah]

- Ya Tidak

Dalam enam bulan terakhir, apakah Anda pernah melakukan perjalanan ke luar negeri untuk liburan? [bukan untuk bekerja/kuliah]

- Ya Tidak

Tempat-tempat seperti apa saja yang Anda sukai untuk berlibur? [Boleh pilih lebih dari satu]

- | | | | | | |
|-----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| Perkotaan | <input type="checkbox"/> | Pantai/laut | <input type="checkbox"/> | Hutan | <input type="checkbox"/> |
| Pegunungan | <input type="checkbox"/> | Event budaya/seni | <input type="checkbox"/> | Pertunjukan | <input type="checkbox"/> |
| Perkampungan | <input type="checkbox"/> | Event olah raga | <input type="checkbox"/> | Lainnya | <input type="checkbox"/> |
| Acara keagamaan | <input type="checkbox"/> | Event kuliner | <input type="checkbox"/> | | |

Niat Berkunjung Ulang ke Kebun Raya Bogor

Mohon beri indikasi untuk pernyataan-pernyataan di bawah ini yang menunjukkan niat Anda untuk mengunjungi kembali ke Kebun Raya Bogor.(pilih salah satu dengan melingkari nomor yang menjadi jawaban anda).Lingkari angka 1 untuk jawaban anda yang menyatakan “Sangat Tidak Penting” dan angka 6 untuk jawaban yang menyatakan “Sangat Penting”. Semakin besar angka yang anda lingkari akan menyatakan semakin besarnya niat anda untuk berkunjung ulang ke Kebun Raya Bogor di waktu yang mendatang.

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sedikit Tidak Setuju	Sedikit Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya bersedia kembali ke KRB di masa depan.	1	2	3	4	5	6
2	Jika ada kebun raya lain yang menawarkan harga tiket masuk lebih murah, saya akan tetap berkunjung ulang ke KRB	1	2	3	4	5	6
3	Saya berniat untuk terus berkunjung ulang ke KRB	1	2	3	4	5	6
4	Saya berkunjung ulang ke KRB dengan tujuan khusus Contoh : untuk melihat tumbuhan <i>rafflesia arnoldi</i> mekar	1	2	3	4	5	6
5	Saya mengunjungi ulang ke KRB karena KRB adalah destinasi wisata yang terkenal akan tumbuhan & pohon-pohon langka	1	2	3	4	5	6
6	Saya mengunjungi ulang ke KRB karena saya ingin menikmati alamnya	1	2	3	4	5	6
7	KRB memberikan manfaat yang lebih dibandingkan kebun raya lainnya Contoh: di KRB lebih banyak informasi mengenai pengenalan akan tumbuhannya	1	2	3	4	5	6

	dibandingkan kebun raya lain						
8	Saya ingin mempunyai pengalaman perjalanan ke KRB kembali	1	2	3	4	5	6
9	KRB memiliki daya tarik yang khusus Seperti : di KRB banyak koleksi tumbuhan yang langka	1	2	3	4	5	6
10	Saya mengunjungi ulang ke KRB karena adanya rekomendasi atau iklan	1	2	3	4	5	6
11	KRB memiliki fasilitas yang berkualitas tinggi Seperti: di KRB memiliki restoran yang mewah	1	2	3	4	5	6
12	Saya mengunjungi destinasi baru selain destinasi yang pernah saya kunjungi di KRB contoh : Ketika berkunjung ke KRB saya belum pernah mengunjungi destinasi Griya Anggrek, maka ketika saya berkunjung kembali ke KRB saya ingin ke destinasi tersebut	1	2	3	4	5	6
13	KRB sangat layak untuk dikunjungi kembali karena banyak ilmu pengetahuan terkait tanaman yang ada di KRB	1	2	3	4	5	6
14	Saya akan mengunjungi kembali ke KRB untuk berlibur	1	2	3	4	5	6
15	KRB adalah destinasi utama saya untuk berlibur di masa depan	1	2	3	4	5	6
16	Kemungkinan saya berkunjung kembali ke KRB untuk berlibur sangat tinggi	1	2	3	4	5	6
17	Saya berniat untuk mengunjungi ulang ke KRB dalam waktu dua tahun kedepan	1	2	3	4	5	6
18	Saya akan merekomendasikan KRB ke teman-teman saya sebagai destinasi untuk berlibur karena banyak pohon yang rindang	1	2	3	4	5	6

Lampiran 30 Data Mentah Final Variabel Niat Berkunjung Ulang (Y)

DATA 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add-ons Window Help

255 N2 Visible: 104 of 104

	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12	N13	N14	N15	N16	N17	N18
221	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
222	Sangat Set...	Sedikit Set...	Tidak Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Setuju	Sedikit Set...	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...
223	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Setuju	Sedikit Set...	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit tida...	Setuju
224	Sedikit Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set...	Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Sedikit Set...	Tidak Setuju	Sedikit Set...
225	Setuju	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Setuju	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...
226	Sangat Set...	Sangat Set...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju
227	Sedikit Tid...	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Tidak Setuju	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Setuju	Setuju	Setuju	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Setuju	Setuju
228	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Sangat Set...	Sedikit Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Sangat Set...	Sangat Set...	Setuju	Sedikit Tid...	Setuju	Setuju	Setuju
229	Setuju	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sangat Tid...	Setuju	Sangat Set...	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Tid...	Setuju	Setuju	Sedikit Tid...	Tidak Setuju	Sedikit Set...	Sedikit tida...	Sedikit Set...
230	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Sangat Tid...	Sangat Set...	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...
231	Setuju	Sangat Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Set...
232	Setuju	Sedikit Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Sangat Set...	Setuju	Tidak Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...
233	Sangat Set...	Sedikit Set...	Tidak Setuju	Sangat Set...	Setuju	Sangat Set...	Setuju	Sedikit Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sedikit Set...	Setuju
234	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Setuju	Setuju	Sangat Set...	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit tida...	Sedikit Set...
235	Sedikit Set...	Setuju	Tidak Setuju	Sedikit Set...	Setuju	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Setuju	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Tidak Setuju	Sedikit tida...	Sedikit Set...	Sedikit Set...
236	Tidak Setuju	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sangat Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Setuju	Sedikit Tid...	Setuju	Setuju	Sedikit tida...	Sedikit Tid...
237	Tidak Setuju	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Setuju	Sangat Set...	Sangat Set...	Sangat Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Tidak Setuju
238	Sedikit Tid...	Setuju	Sedikit Set...	Tidak Setuju	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Sangat Set...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sangat Tid...	Sedikit Tid...	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Set...
239	Tidak Setuju	Setuju	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sedikit Tid...	Setuju	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Setuju	Sedikit Set...	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Sangat Set...	Sangat Set...
240	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sedikit Tid...	Sedikit Set...	Sedikit Set...	Setuju	Sangat Set...	Sedikit Tid...	Tidak Setuju	Sedikit Set...	Setuju	Setuju	Setuju	Sedikit Set...	Sedikit tida...	Sangat Set...
241																		
242																		
243																		

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows

Data View Variable View

Lampiran 31 **Proses perhitungan distribusi frekuensi variabel Niat Berkunjung Ulang (Y)**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 105 - 34 \\ &= 71 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 240 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2,380211 \\ &= 8,85 \\ &= 8,9 \text{ (ditetapkan menjadi 9)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{71}{9} = 7,89 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
34	-	41	33,5	41,5	4	1,7%
42	-	49	41,5	49,5	8	3,3%
50	-	57	49,5	57,5	30	12,5%
58	-	65	57,5	65,5	47	19,6%
66	-	73	65,5	73,5	46	19,2%
74	-	81	73,5	81,5	54	22,5%
82	-	89	81,5	89,5	25	10,4%
90		97	89,5	97,5	19	7,9%
98		105	97,5	105,5	7	2,9%
Jumlah					240	100%

Lampiran 32 **Statistik Deskriptif Niat Berkunjung Ulang (Y)**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Revisit	240	34.00	105.00	71.0667	13.96543	195.033
Valid N (listwise)	240					

Lampiran 33 **Perhitungan Skor Dominan Indikator Niat Berkunjung Ulang (Y)**

Dimensi	Indikator	Jumlah Pernyataan	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Intention to revisit</i>	Niat seseorang untuk melakukan kunjungan berulang di waktu yang akan datang	7	940,6	50%
<i>Intention to recommend</i>	Niat seseorang untuk merekomendasikan suatu destinasi wisata kepada orang lain.	11	952,0	50,30%
Total Skor			1892,6	100%

Lampiran 34 **Kuesioner Final Variabel Motivasi (X₁)**

Motivasi

Berikan indikasi seberapa penting atau tidak penting dengan pernyataan-pernyataan di bawah yang berhubungan dengan motivasi anda dalam melakukan kunjungan berulang ke Kebun Raya Bogor. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, berarti Anda memilih jawaban ‘sangat tidak penting’, dan jika jawaban Anda semakin mendekati angka 6, berarti Anda memilih jawaban ‘sangat penting’.

“Jika saya mempunyai kesempatan untuk melakukan kunjungan kembali ke KRB, maka alasan saya berkunjung karena “

No	Pernyataan	Sangat tidak penting	Tidak penting	Sedikit Tidak Penting	Sedikit Penting	Penting	Sangat penting
1	Saya ingin menghindari orang lain.	1	2	3	4	5	6
2	Saya ingin menjauh dari tuntutan hidup	1	2	3	4	5	6
3	Saya ingin menjauh dari keramaian	1	2	3	4	5	6
4	Saya ingin menjauh dari rumah	1	2	3	4	5	6
5	Saya ingin mengistirahatkan pikiran	1	2	3	4	5	6
6	Saya tidak ingin mengkhawatirkan waktu	1	2	3	4	5	6
7	Di KRB menyediakan latihan fisik	1	2	3	4	5	6
8	Saya ingin menyegarkan secara emosional dan fisik.	1	2	3	4	5	6
9	Saya ingin menikmati cuaca yang baik di KRB	1	2	3	4	5	6
10	Saya ingin lebih mendekat kepada alam	1	2	3	4	5	6

11	Saya menginginkan kemewahan baik dari sisi makanan dan tempat yang nyaman untuk tinggal.	1	2	3	4	5	6
12	Sangat penting bagi saya untuk pergi ke tempat yang modis untuk berlibur.	1	2	3	4	5	6
13	Adanya restaurant yang baik dan makanan yang enak di KRB sangat penting bagi saya	1	2	3	4	5	6
14	Saya dapat merasakan hal yang baik dari dalam diri saya ketika berada di KRB	1	2	3	4	5	6
15	Saya ingin memenuhi impian jangka panjang&ambisi saya di KRB	1	2	3	4	5	6
16	Saya ingin mengembangkan kemampuan diri saya di KRB	1	2	3	4	5	6
17	Saya berpikir bahwa jenis transportasi yang digunakan pada saat liburan ke KRB adalah hal yang sangat penting.	1	2	3	4	5	6
18	Di KRB dapat memberikan saya perasaan kepuasan diri	1	2	3	4	5	6
19	Saya merasa tertarik untuk melihat satwa di KRB	1	2	3	4	5	6
20	Ada beberapa tempat yang ingin saya kunjungi di KRB	1	2	3	4	5	6
21	Memberikan pengalaman belajar bagi saya.	1	2	3	4	5	6

22	Saya ingin mengunjungi galeri budaya asing yang ada di KRB	1	2	3	4	5	6
23	Saya ingin mendapat pengalaman baru tentang kebudayaan yang berbeda di KRB	1	2	3	4	5	6
24	Saya ingin berlibur bersama keluarga saya dengan mengunjungi KRB	1	2	3	4	5	6
25	Memberikan kesempatan kepada saya untuk bertemu dengan teman dan keluarga di KRB	1	2	3	4	5	6
26	Saya ingin menghabiskan waktu bersama orang-orang yang saya sayangi di KRB	1	2	3	4	5	6
27	Saya ingin mempererat hubungan dengan orang terdekat saya di KRB	1	2	3	4	5	6

Lampiran 35 Data Mentah Final Variabel Motivasi (X₁)

DATA 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add-ons Window Help

33: M1 1 Visible: 104 of 104

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15
1	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting
2	Tidak Penti...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...
3	Sangat Tid...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Tid...	Penting	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...
4	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Penting	Penting	Penting	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...
5	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sedikit Pe...
6	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...
7	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Penting
8	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Penting	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...
9	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...
10	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting	Penting
11	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Penting
12	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Tidak Penti...
13	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Tidak Penti...
14	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Penting	Penting
15	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Penting	Sedikit Pe...	Sangat Pe...
16	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Penting	Penting	Sangat Pe...
17	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting	Penting	Penting	Tidak Penti...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Tid...
18	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Tidak Penti...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Tidak Penti...
19	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Tid...
20	Sangat Pe...	Penting	Penting	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Tidak Penti...
21	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Tidak Penti...	Tidak Penti...	Penting	Penting	Tidak Penti...	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Tidak Penti...	Tidak Penti...	Tidak Penti...	Sedikit Tid...	Tidak Penti...
22	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Tidak Penti...	Sedikit Pe...
23	Sangat Tid...	Sangat Tid...	Sedikit Tid...	Tidak Penti...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Tid...	Tidak Penti...	Sangat Tid...	Sedikit Pe...	Tidak Penti...	Sedikit Tid...
24	Sangat Tid...	Sangat Tid...	Sangat Tid...	Sangat Tid...	Sedikit Pe...	Sangat Tid...	Sangat Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Tidak Penti...	Sangat Tid...	Sangat Pe...	Tidak Penti...	Sangat Tid...	Sangat Tid...
25	Tidak Penti...	Tidak Penti...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Tidak Penti...	Tidak Penti...

Data View Variable View

DATA 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

File Edit View Data Transform Analyze Graphs Utilities Add-ons Window Help

245: S3

	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27
220	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sangat Pe...	Tidak Penti...	Sangat Pe...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Penting
221	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Tidak Penti...	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Sangat Tid...	Sedikit Pe...	Penting
222	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sangat Tid...	Sangat Pe...	Sangat Tid...	Tidak Penti...	Penting	Sedikit Tid...
223	Tidak Penti...	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Penting	Sedikit Pe...	Tidak Penti...	Sangat Tid...	Sangat Tid...	Sangat Tid...	Penting
224	Penting	Penting	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Penting	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...
225	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Tid...	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...
226	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Tidak Penti...	Sedikit Tid...	Tidak Penti...	Sedikit Tid...	Tidak Penti...
227	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Tidak Penti...	Tidak Penti...	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Sangat Tid...	Tidak Penti...	Tidak Penti...	Penting	Sedikit Pe...
228	Tidak Penti...	Penting	Tidak Penti...	Sangat Pe...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting
229	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sangat Pe...
230	Tidak Penti...	Sedikit Tid...	Tidak Penti...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...
231	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting
232	Penting	Sedikit Tid...	Penting	Penting	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...
233	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Penting	Penting	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...
234	Penting	Tidak Penti...	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting	Penting	Penting	Sangat Pe...	Sangat Pe...
235	Sedikit Pe...	Sangat Tid...	Penting	Penting	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Tidak Penti...	Penting
236	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Penting
237	Penting	Penting	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Tid...	Sangat Pe...	Penting	Sangat Pe...	Penting
238	Penting	Penting	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sangat Tid...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Tid...	Sedikit Pe...
239	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Sangat Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...
240	Sangat Pe...	Sedikit Pe...	Sedikit Pe...	Penting	Sedikit Pe...	Penting	Penting	Sangat Pe...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...	Sedikit Tid...
241												
242												
243												
244												

Data View Variable View

Lampiran 36 Proses perhitungan distribusi frekuensi variabel Motivasi (X1)

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 124 - 50 \\ &= 74 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 240 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2,380211 \\ &= 8,8547 \\ &= 8,9 \text{ (ditetapkan menjadi 9)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{74}{9} = 8,222222222 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 8) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
50	-	57	49,5	57,5	3	1,3%
58	-	65	57,5	65,5	5	2,1%
66	-	73	65,5	73,5	12	5,0%
74	-	81	73,5	81,5	26	10,8%
82	-	89	81,5	89,5	66	27,5%
90	-	97	89,5	97,5	54	22,5%
98	-	105	97,5	105,5	42	17,5%
106	-	113	105,5	113,5	20	8,3%
114		124	113,5	124,5	12	5,0%
Jumlah					240	100%

Lampiran 37 Statistik Deskriptif Variabel Motivasi (X₁)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Motivasi	240	50.00	124.00	91.3125	13.06782	170.768
Valid N (listwise)	240					

Lampiran 38 Perhitungan Skor Dominan Indikator Motivasi (X₁)

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Push Factor</i>	Penyegaran diri	5	799,4	17%
	Keinginan diri	2	775,5	16%
	Penghargaan Diri	5	795,6	16,68%
<i>Pull Factor</i>	Kepribadian, Sosial dan Budaya	9	872,1	18%
	Hobi dan Kesenangan	3	755,3	16%
	Kenyamanan	3	771,3	16,17%
Total Skor			4769,3	100%

Lampiran 39 Kuesioner Final Variabel Sikap (X₃)

Sikap

Mohon beri indikasi pendapat Anda mengenai hal-hal berikut ini dengan melingkari angka 1 -6. Pilihlah yang sesuai dengan sikap Anda terhadap kunjungan berulang ke Kebun Raya Bogor. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, Anda memilih pernyataan-pernyataan yang menyatakan sikap negatif yang anda ambil setelah berkunjung ke Kebun Raya Bogor, dan jika jawaban Anda mengarah pada angka 6, berarti Anda memilih pernyataan-pernyataan yang menyatakan sikap positif terhadap Kebun Raya Bogor.

“Semua hal sudah saya pertimbangkan, menurut saya, mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor itu akan menjadi...”

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	Pernyataan
1.	Saya tidak percaya pariwisata di KRB harus didorong secara aktif	1	2	3	4	5	6	Saya percaya pariwisata di KRB harus didorong secara aktif
2.	Saya tidak percaya bahwa rencana peningkatan fasilitas dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke KRB.	1	2	3	4	5	6	Saya percaya bahwa rencana peningkatan fasilitas dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke KRB.
3.	Berlibur di KRB tidak masuk akal	1	2	3	4	5	6	Berlibur di KRB masuk akal
4.	Umumnya, manfaat negatif dari wisata di KRB lebih besar daripada dampak positifnya	1	2	3	4	5	6	Umumnya, manfaat positif dari wisata di KRB lebih besar daripada dampak negatifnya
5.	Adanya KRB berdampak negatif pada pembangunan ekonomi	1	2	3	4	5	6	Adanya KRB berdampak positif pada pembangunan ekonomi
6.	Berlibur di KRB tidak menyenangkan	1	2	3	4	5	6	Berlibur di KRB menyenangkan
7.	Pengalaman yang tidak menarik	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang menarik
8.	Pengalaman yang tidak mengasyikkan	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang mengasyikkan

9.	Adanya KRB tidak dapat meningkatkan standar&kualitas hidup warga sekitar	1	2	3	4	5	6	Adanya KRB dapat meningkatkan standar&kualitas hidup warga sekitar
10.	KRB tidak dapat membantu kemakmuran pengunjung	1	2	3	4	5	6	KRB dapat membantu kemakmuran pengunjung
11.	KRB memiliki pengaruh yang negatif terhadap kualitas hidup warga sekitar	1	2	3	4	5	6	KRB memiliki pengaruh yang positif terhadap kualitas hidup warga sekitar
12.	Berkunjung ulang ke KRB sangat tidak memuaskan	1	2	3	4	5	6	Berkunjung ulang ke KRB sangat memuaskan
13.	KRB sangat tidak layak untuk dikunjungi ulang	1	2	3	4	5	6	KRB sangat layak untuk dikunjungi ulang
14.	KRB tidak memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata	1	2	3	4	5	6	KRB memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata
15.	Adanya KRB dapat mengganggu ketenangan hidup warga sekitar	1	2	3	4	5	6	Adanya KRB tidak mengganggu ketenangan hidup warga sekitar
16.	Pengalaman yang tidak disukai	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang disukai
17.	Pengalaman yang buruk	1	2	3	4	5	6	Pengalaman yang baik
18.	Saya tidak merasa bahagia ketika berkunjung ulang ke KRB	1	2	3	4	5	6	Saya merasakan kebahagiaan ketika berkunjung ulang ke KRB
19.	Berkunjung ulang ke KRB hanya cocok untuk kelompok usia tertentu	1	2	3	4	5	6	Berkunjung ulang ke KRB cocok untuk semua kelompok usia

20.	Saya tidak mendukung pariwisata di KRB	1	2	3	4	5	6	Saya mendukung pariwisata di KRB
21.	Saya tidak ingin melihat KRB menjadi bagian penting bagi pengunjung KRB	1	2	3	4	5	6	Saya ingin melihat KRB menjadi bagian penting bagi pengunjung KRB

Lampiran 41 **Proses perhitungan distribusi frekuensi variabel Sikap (X2)**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 97 - 37 \\ &= 60 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 240 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2,380211 \\ &= 8,8547 \\ &= 8,9 \text{ (ditetapkan menjadi 9)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{60}{9} = 6,66666667 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 7) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
37	-	43	36,5	43,5	6	2,5%
44	-	50	43,5	50,5	10	4,2%
51	-	57	50,5	57,5	22	9,2%
58	-	64	57,5	64,5	62	25,8%
65	-	71	64,5	71,5	51	21,3%
72	-	78	71,5	78,5	43	17,9%
79	-	85	78,5	85,5	34	14,2%
86	-	92	85,5	92,5	9	3,8%
93		97	92,5	97,5	3	1,3%
Jumlah					240	100%

Lampiran 42 **Statistik Deskriptif Variabel Sikap (X₂)**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Sikap	240	37.00	97.00	68.0167	11.29778	127.640
Valid N (listwise)	240					

Lampiran 43 **Perhitungan Skor Dominan Indikator Variabel Sikap (X₂)**

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Cognitive component</i>	Pengetahuan	6	776,8	19,95%
	Pendapat	4	760,0	20%
	Kepercayaan	3	806,3	21%
<i>Affective component</i>	Perasaan	5	775,6	20%
<i>Behavioural component</i>	Perilaku	3	775,3	20%
Total Skor			3894,1	100%

Lampiran 44 **Kuesioner Final Variabel Citra Destinasi (X₃)****Citra Destinasi**

Berikan indikasi seberapa setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan di bawah. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, berarti Anda semakin 'sangat tidak setuju', dan jika jawaban Anda semakin mendekati angka 6, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sedikit Tidak Setuju	Sedikit Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	KRB adalah destinasi wisata yang memiliki suasana tenang	1	2	3	4	5	6
2	KRB adalah lingkungan yang bebas polusi udara.	1	2	3	4	5	6
3	KRB memiliki jenis-jenis tumbuhan yang indah	1	2	3	4	5	6
4	Di KRB memiliki banyak jenis tumbuhan yang bermanfaat untuk kesehatan	1	2	3	4	5	6
5	KRB adalah destinasi wisata yang aman	1	2	3	4	5	6
6	KRB adalah destinasi wisata yang ramai dikunjungi pengunjung	1	2	3	4	5	6
7	KRB adalah destinasi wisata yang dapat meningkatkan pengetahuan	1	2	3	4	5	6
8	KRB memiliki jenis tumbuhan yang khas seperti tumbuhan <i>raflisia arnoldi</i>	1	2	3	4	5	6
9	KRB adalah tempat untuk berpetualang	1	2	3	4	5	6
10	KRB adalah destinasi yang berorientasi pada kekeluargaan	1	2	3	4	5	6

11	KRB adalah destinasi wisata untuk bersantai	1	2	3	4	5	6
12	KRB memiliki atraksi budaya yang unik	1	2	3	4	5	6
13	Di KRB banyak atraksi budayanya	1	2	3	4	5	6
14	KRB memiliki kualitas infrastruktur yang baik seperti : jalan yang tidak rusak	1	2	3	4	5	6
15	KRB memiliki banyak jenis restoran,	1	2	3	4	5	6
16	Di sekitar KRB banyak hotel	1	2	3	4	5	6
17	Banyak objek wisata di KRB	1	2	3	4	5	6
18	Kualitas pelayanan di KRB baik	1	2	3	4	5	6
19	KRB memiliki fasilitas perbelanjaan yang bagus	1	2	3	4	5	6
20	KRB memiliki fasilitas belanja yang unik	1	2	3	4	5	6
21	KRB memiliki area rekreasi yang menarik.	1	2	3	4	5	6
22	Restaurant di KRB memiliki makanan khas yang lezat.	1	2	3	4	5	6
23	Hiburan&kehidupan malam di KRB baik	1	2	3	4	5	6

Lampiran 46 Proses perhitungan distribusi frekuensi variabel X₃

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned}\text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 105 - 41 \\ &= 64\end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned}K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 240 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2,380211 \\ &= 8,8547 \\ &= 8,9 \text{ (ditetapkan menjadi 9)}\end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned}P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{64}{9} = 7,111111111 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 7)\end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
41	-	47	40,5	47,5	4	1,7%
48	-	54	47,5	54,5	6	2,5%
55	-	61	54,5	61,5	13	5,4%
62	-	68	61,5	68,5	36	15,0%
69	-	75	68,5	75,5	59	24,6%
76	-	82	75,5	82,5	38	15,8%
83	-	89	82,5	89,5	40	16,7%
90	-	96	89,5	96,5	29	12,1%
97		105	96,5	105,5	15	6,3%
Jumlah					240	100%

Lampiran 47 **Statistik Deskriptif Variabel Citra Destinasi (X₃)**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Citra	240	41.00	105.00	76.9375	12.78009	163.331
Valid N (listwise)	240					

Lampiran 48 **Perhitungan skor dominan indikator variabel X₃**

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Cognitive image</i>	Pendapat	5	797,4	16,50%
	Pengetahuan	4	779,0	16%
<i>Affective image</i>	Fasilitas	6	805,8	17%
	Suasana & Lingkungan destinasi	4	813,8	17%
<i>Conative image.</i>	Perilaku	2	823,0	17%
	Karakteristik	2	813	16,83%
Total Skor			4832,0	100,00%

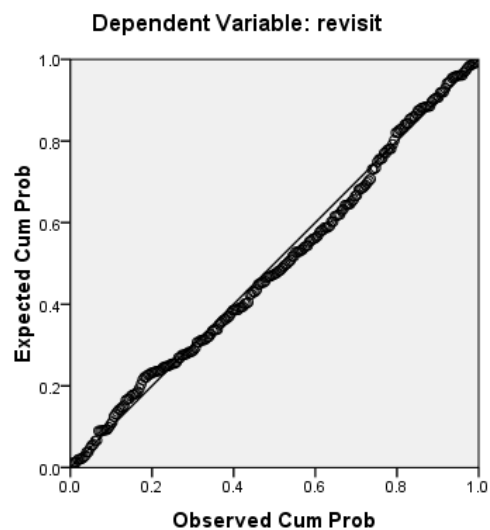
Lampiran 49 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		<i>Revisit</i>	Motivasi	Sikap	Citra
N		240	240	240	240
Normal Parameters ^a	Mean	71.0667	91.3125	68.0167	76.9375
	Std. Deviation	1.39654	1.30678	1.12978	1.27801
Most Extreme Differences	Absolute	.044	.065	.071	.079
	Positive	.044	.065	.071	.079
	Negative	-.034	-.061	-.062	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.676	1.012	1.097	1.222
Asymp. Sig. (2-tailed)		.750	.258	.180	.101

a. Test distribution is Normal.

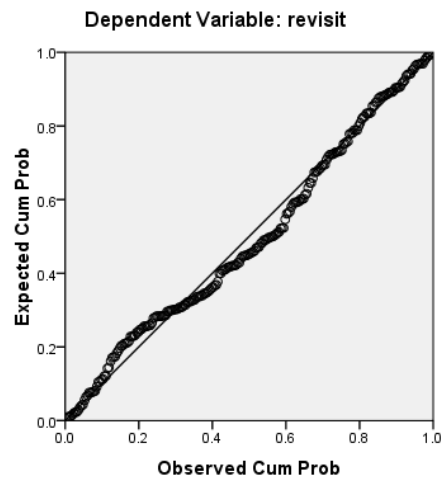
Normal Plot Motivasi (X₁) terhadap Niat Berkunjung Ulang (Y)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



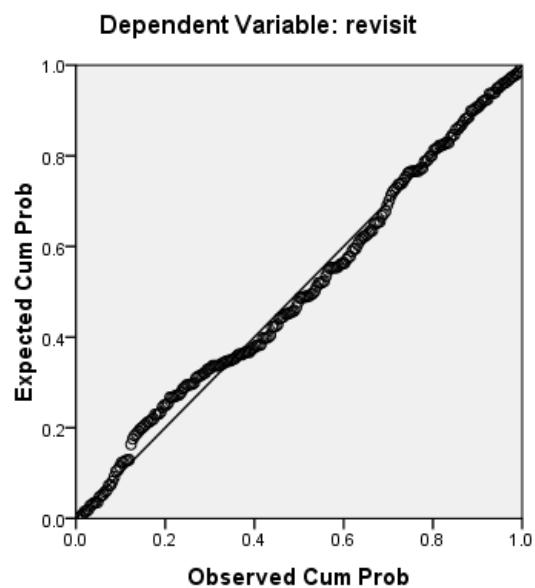
Normal Plot Sikap (X_2) terhadap Niat Berkunjung Ulang (Y)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Normal Plot Citra Destinasi (X_3) terhadap Niat Berkunjung Ulang (Y)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 50 Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.871	5.279		3.007	.003		
Motivasi	.293	.160	.274	1.833	.068	.124	8.065
Sikap	.101	.179	.082	.564	.573	.133	7.535
Citra	.280	.114	.257	2.450	.015	.253	3.949

a. Dependent Variable: revisit

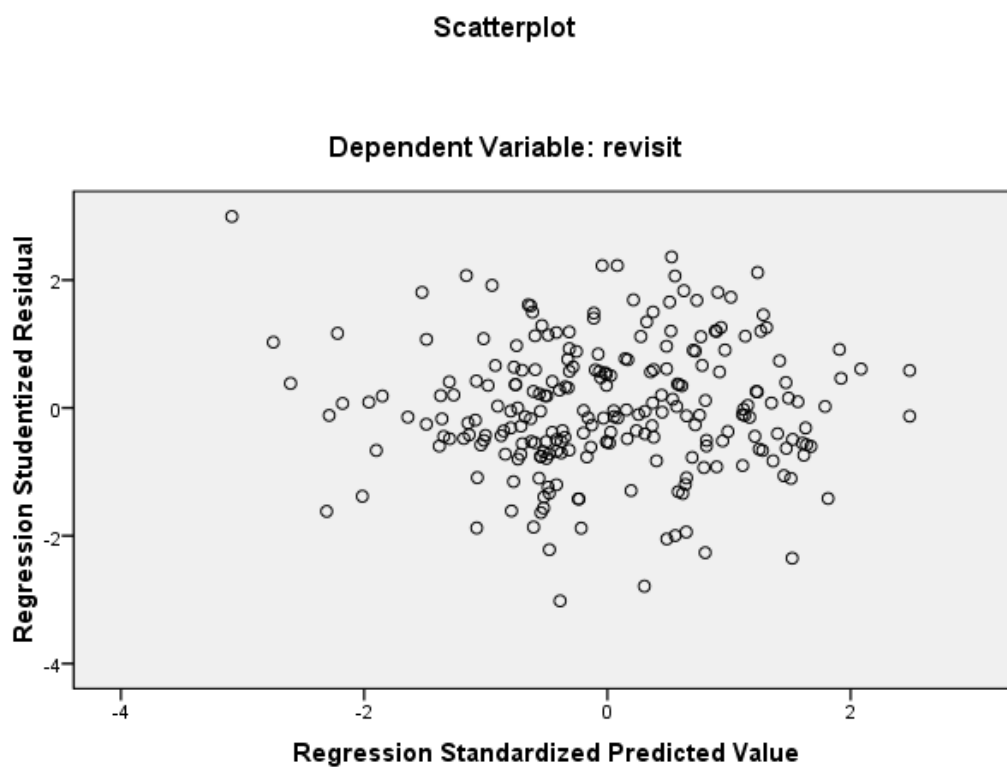
Sumber: Data diolah oleh peneliti(2017)

Lampiran 51 Uji Heterokedastisitas (Spearman's rho)

		Motivasi	Sikap	Citra	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Motivasi	Correlation Coefficient	1.000	.925**	.845**	.047
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.468
		N	240	240	240	240
	Sikap	Correlation Coefficient	.925**	1.000	.838**	.069
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.284
		N	240	240	240	240
	Citra	Correlation Coefficient	.845**	.838**	1.000	.117
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.069
		N	240	240	240	240
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.047	.069	.117	1.000
		Sig. (2-tailed)	.468	.284	.069	.
		N	240	240	240	240

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

Uji Heterokedastisitas (Scatterplots)



Lampiran 52 Uji Linieritas variabel X_1 terhadap Y

ANOVA Table (Revisit – Motivasi)

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Revisit motivasi	* Between Groups (Combined)	24653.357	56	440.239	3.669	.000
	Linearity	15076.793	1	15076.793	125.642	.000
	Deviation from Linearity	9576.564	55	174.119	1.451	.036
Within Groups		21959.576	183	119.998		
Total		46612.933	239			

Lampiran 53 Analisis Regresi variabel X_1 terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.568	5.256		2.962	.003
Motivasi	.608	.057	.569	10.667	.000

a. *Dependent Variable: revisit*

$$\text{Persamaan Regresi } \hat{Y} = 15.568 + 0.608X_1$$

Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) variabel X_1 terhadap Y

Nilai t hitung variabel X_1 dapat dilihat pada lampiran 51 pada kolom t.

Nilai t_{hitung} sebesar 10.667 > Nilai t_{tabel} sebesar 1.96

Analisis Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.323	.321	11.51107

a. *Predictors: (Constant), motivasi*

b. *Dependent Variable: revisit*

Sumber: Data diolah oleh peneliti(2017)

Lampiran 54 Uji Linieritas Variabel X₂ terhadap Y

ANOVA Table (revisit – sikap)

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
revisit * sikap Between Groups (Combined)	22619.137	49	461.615	3.655	.000
Linearity	14180.432	1	14180.432	112.291	.000
Deviation from Linearity	8438.705	48	175.806	1.392	.062
Within Groups	23993.796	190	126.283		
Total	46612.933	239			

Lampiran 55 Analisis Regresi variabel X₂ terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.693	4.608		5.359	.000
Sikap	.682	.067	.552	10.201	.000

Dependent Variable: revisit

$$\text{Persamaan Regresi } \hat{Y} = 24.693 + 0.682X_2$$

Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) variabel X₂ terhadap Y

Nilai t hitung variabel X₂ dapat dilihat pada lampiran 52 pada kolom t.

Nilai t hitung sebesar 10.201 > Nilai t tabel sebesar 1.96

Analisis Koefisien Determinasi X₂ terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 ^a	.304	.301	11.67352

a. Predictors: (Constant), sikap

b. Dependent Variable: revisit

Lampiran 56 Uji Linieritas Variabel X₃ terhadap Y

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Revisit citra	* Between Groups (Combined)	21449.702	53	404.711	2.992	.000
	Linearity	14579.051	1	14579.051	107.765	.000
	Deviation from Linearity	6870.652	52	132.128	.977	.526
Within Groups		25163.231	186	135.286		
Total		46612.933	239			

Lampiran 57 Analisis Regresi Variabel X₃ terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.048	4.579		5.251	.000
	Citra	.611	.059	.559	10.408	.000

a. Dependent Variable: revisit

$$\text{Persamaan Regresi } \hat{Y} = 24.048 + 0.611X_3$$

Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) variabel X₃ terhadap Y

Nilai t hitung variabel X₃ dapat dilihat pada lampiran 53 pada kolom t.

Nilai t hitung sebesar 10.408 > Nilai t tabel sebesar 1.96

Analisis Koefisien Determinasi X₃ terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 ^a	.313	.310	11.60156

a. Predictors: (Constant), citra

b. Dependent Variable: revisit

Lampiran 58 Tabel Uji t

DAFTAR – F
Harga Kritik Untuk t

df	<i>Level of significance for one-tailed test</i>					
	.10	.05	.025	.01	.005	.0005
	<i>Level of significance for two-tailed test</i>					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	636.619
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	31.598
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	12.941
4	1.533	2.132	2.770	3.747	4.604	8.613
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	6.859
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.959
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	5.405
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	5.041
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.781
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.587
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.437
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	4.318
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	4.221
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	4.140
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	4.073
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	4.015
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.965
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.922
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.883
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.850
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.819
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.792
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.767
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.745
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.725
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.707
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.690
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.674
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.659
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.646
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.551
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.460
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617	3.373
∞	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.291

Sumber: Diambil dari Gullford, JP. dan Benyamin, F., *Fundamental Statistic in Psychology and Education*
McGraw-Hill Book Company; Sydney; 1978

Lampiran 59 - Daftar Nama Responden Sampel

Nama Responden				
1. Rizky Abqari	19. Virgin	37. Putri Trya	55. Meliana	73. Desy Okta
2. Mega.P	20. Vinny Oktaviani	38. Salmah	56. Fanny	74. Dimas Aji
3. Renhard Vesta	21. Anastasia	39. Sekar Laksmita	57. Baby	75. Dwi Anggara
4. Nathalia	22. Dinta	40. Ryan Adi	58. Farqy	76. Dinda Maulida
5. Natalie	23. Davis Ray	41. Martha	59. Eddie	77. Ditania Indah
6. Erfin	24. Ayu	42. Eka Ayu	60. Melvida Dwi	78. Elsa Aprilianti
7. Stephen	25. Lian Ayu Nurlin	43. Theresia	61. Budi	79. Eurica Permata
8. Elsa	26. Yohana	44. Monica Pamela	62. Marudut Tua	80. Yana Putri
9. Jeanny	27. Pathurochmah	45. Karin	63. Dicky Mardi	81. Feni Amnur
10. Rima.R	28. Tri Lestari	46. Asrad Hidayat	64. Nurjayanah	82. Haris Nugraha
11. Fanny	29. Evi	47. Yosafat	65. Siti Masitoh	83. Imelda
12. Jasmine Risky	30. Josua Stevanus	48. Febiola Widjaja	66. Ria Helena	84. Indah Oktavia
13. Dian Lestari	31. Gloria	49. Kevin	67. Iignes	85. Indrianah
14. Devy Divya	32. Venty Sararose R	50. Verent	68. Lolita	86. Itsna Nafla
15. Widia Puji Lestari	33. Yosephine	51. Vernata	69. Abdi Maliki	87. Khodih Murfid
16. Devi Rohmawati	34. Elisabeth	52. Ardianti Supri	70. Ahdi Yati	88. Lisda Saputri
17. Marcella Vanesha	35. Ade Mutma'ina	53. Aditya Rachman	71. Anggi Prawesti	89. Mila Shefiah
18. Lailatul Fitria	36. Mery	54. Siti Riadoh	72. Audry Anisa	90. Nabila Rahma

91. Nurandini	111. Sisilyana	131. Cornelia	151. Rahadi	171. Septiani
92. Nurhaliza	112. Azzahra	132. Endah	152. Wicaksana	172. Susanah
93. Paramita	113. Soni	133. Herlina	153. Rahmawati	173. Tieneke
94. Septiani	114. Sanjaya	134. Fadillah	154. Nabilah Sari	174. Putri Gozali
95. Raihan	115. Tania	135. Farhan	155. Rama Putra	175. Cindi Sari
96. Ayu	116. Agustina	136. Rahmanda	156. Erlangga	176. Vinny
97. Zahra	117. Ayuri	137. Fitri	157. Ranti	177. Violita
98. Rindan	118. Alfina	138. Apriyanti	158. Antika	178. Femi Lestari
99. Rezha	119. Damayanti	139. Destiany	159. Riska	179. Wahyudi
100. Nabila	120. Alia	140. Rizqi	160. Amanda	180. Puspita
101. Rindiyani	121. Qorita	141. Miftakhul	161. Salamah	181. Maulidha
102. Melyana	122. Nurfian	142. Mirfa	162. Widia	182. Wirdha
103. Putri	123. Arjuna	143. Rizha	163. Sebrina	183. Yulianto
104. Sefia	124. Astri	144. Syamsudin	164. Oktaluna	184. Agil Farhan
105. Nuraeni	125. Koemala	145. Rafdi	165. Hafidzah	185. Aisyah
106. Senja Imey	126. Bella Gustina	146. Much Abi	166. Silvy	186. Alifia
107. Sheila	127. Bunga	147. Muhammad	167. Sinta Laras	187. Anisa
108. Oktaviani	128. Aprillia	148. Aditya	168. Yanny	188. Hardiansyah
109. Sinta	129. Sukmawati	149. Refansyah	169. Siti	189. Arya
110. Chairani	130. Divta	150. Aulia	170. Nur Hafizah	190. Asrad

191. Hidayat	203. Fitri Saksono	215. Nurul	227. Susanto	239. Syahrul
192. Rahmadewi	204. Kamila	216. Bastian	228. Shamila	240. Shilviana
193. Meifahsa	205. Fubilla	217. Adam	229. Rani	
194. Dinda	206. Syafa	218. Kendy	230. Sri Indriani	
195. Rifdah	207. Hervina	219. Ahmad	231. Andriana	
196. Septiasari	208. Oktab	220. Maulida	232. Retno	
197. Ditta	209. Artha	221. Luthfina	233. Riko	
198. Dwi	210. Indra Kelana	222. Mega Utami	234. Armando	
199. Putri Khairani	211. Tri Arhaeni	223. Adam Sakti	235. Risna	
200. Kumalasari	212. Indri	224. Farisky	236. Anjani	
201. Eka Ayu	213. Risqika	225. Nadia	237. Ryan	
202. Febriyani	214. Jamila	226. Apry	238. Adicandra	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



FEBRIANY HARYADINATA, lahir di Jakarta 01 February 1995. Mulai menempuh pendidikan di SD – SMA TRIRATNA Jakarta, kemudian setelah lulus dari SMA TRIRATNA melanjutkan studi ke perguruan tinggi negeri yaitu di Universitas Negeri Jakarta dengan mengambil program studi Pendidikan Tataniaga pada tahun

2013. Penulis juga mengambil kursus bahasa Inggris di CX Course selama 3 tahun. Penulis adalah seorang yang mempunyai hobi berolahraga. Penulis pernah mengikuti organisasi keolahragaan yang diadakan oleh BEM Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yaitu tim basket FE UNJ selama 2 tahun terhitung semenjak semester 3 hingga semester 6 dan pernah mengikuti pertandingan yang diadakan oleh FEB UI. Selain aktif selama 2 tahun di organisasi tersebut, penulis juga merupakan salah satu anggota dari organisasi PMK, ketika sedang berada di semester 4 penulis pernah menjadi salah satu panitia sie dakon untuk acara keagamaan yang diadakan oleh organisasi PMK itu sendiri. Selain itu, penulis juga pernah menjadi volunteer panitia MPA 2014 sie dakon. Selama berkuliah di Universitas Negeri Jakarta, penulis di biyai oleh beasiswa bidikmisi serta mendapat uang saku setiap bulannya. Dari hasil beasiswa tersebut peneliti memiliki tabungan yang akan digunakan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi jika diberi kesempatan.