

**PENGARUH CITRA DESTINASI, NORMA SUBYEKTIF, DAN  
SIKAP TERHADAP NIAT MENGUNJUNGI KEMBALI  
KAWASAN KOTA TUA DI JAKARTA**

**Mega Rusmardiana**

**8135134114**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

***THE IMPACT OF DESTINATION IMAGE, SUBJECTIVE  
NORMS, AND ATTITUDES AGAINST VISITING THE OLD  
CITY OF JAKARTA***

**Mega Rusmardiana**

**8135134114**



*Building  
Future  
Leaders*

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

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017***

## ABSTRAK

**MEGA RUSMARDIANA**, Pengaruh Citra Destinasi, Norma Subyektif dan Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua Jakarta. Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel citra destinasi terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta, pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel norma subyektif terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta, pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel sikap terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta pada wisatawan yang sudah pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya selama delapan bulan terhitung sejak November 2016 sampai dengan Juli 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience* dengan jumlah responden sebanyak 240 orang wisatawan. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 30,161 + 0,668X_1$  untuk variabel citra destinasi,  $\hat{Y} = 35,389 + 0,625X_2$  untuk variabel norma subyektif,  $\hat{Y} = 31,873 + 0,668X_3$  untuk variabel sikap. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov* dengan hasil pengujian dapat diketahui nilai *Asymp. Sig* citra destinasi terhadap niat mengunjungi kembali ( $X_1$ ) sebesar 0,490, nilai *Asymp. Sig* norma subyektif terhadap niat mengunjungi kembali sebesar 0,668 dan nilai *Asymp. Sig* sikap terhadap niat mengunjungi kembali sebesar 0,298. Karena data mempunyai signifikansi 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  $t_{hitung} 12,779 > t_{tabel} 1,96$  untuk citra destinasi ( $X_1$ ),  $14,669 > t_{tabel} 1,96$  untuk norma subyektif ( $X_2$ ), dan  $15,985 > t_{tabel} 1,96$  untuk sikap ( $X_3$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan hasil perhitungan uji t tersebut adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 40,7% untuk citra destinasi, 47,6% untuk norma subyektif dan 51,8% untuk variabel sikap, hal ini menunjukkan variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta ditentukan oleh citra destinasi, norma subyektif dan sikap sebesar nilai persentase koefisien determinasi yang telah disebutkan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempengaruhi niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta adalah citra destinasi, norma subyektif dan sikap.

Keyword : Citra Destinasi, Norma Subyektif, Sikap, Niat Mengunjungi Kembali

## ABSTRACT

MEGA RUSMARDIANA, *The Impact of Destination Image, Subjective Norms and Attitudes Against Visiting the Old City of Jakarta*. Thesis, Jakarta, Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics, Jakarta State University.

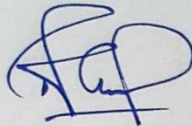
*This study was conducted with the aim to know whether there is a positive and significant influence between destination image variables on the intention to revisit the old city of Jakarta, a positive and significant influence between the subjective norm variable on the intention to revisit the old city of Jakarta, a positive and significant influence between variables Attitude towards the intention of revisiting old city Jakarta to tourists who have been to old city of Jakarta before for eight months since November 2016 until July 2017. The method used in this research is survey method with quantitative approach. The sampling technique used is the convenience technique with the number of respondents as many as 240 tourists. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 30,161 + 0,668X1$  for destination image variable,  $\hat{Y} = 35,389 + 0,625X2$  for subjective norm variable,  $\hat{Y} = 31,873 + 0,668X3$  for attitude variable. Test requirement analysis that is normality test by using Kolmogorov Smirnov test with test result can be known Asymp value. Sig the image of the destination against the intention of revisit (X1) of 0.490, the value of Asymp. Sig norm subjectively to the intention of revisiting of 0.668 and the value of Asymp. Sig. Attitude towards re-visit intention of 0.298. Because the data has a significance 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. The t test is then generated tcount  $12,779 > t_{table} 1,96$  for destination image (X1),  $14,669 > t_{table} 1,96$  for subjective norm (X2), and  $15,985 > t_{table} 1,96$  for attitude (X3). Thus, it can be concluded that the result of t test is positive and significant. Coefficient of determination obtained for 40.7% for the image of the destination, 47.6% for the subjective norm and 51.8% for attitude variables, it shows the variable intention to revisit the old city of Jakarta is determined by the image of the destination, subjective norms and attitudes of value The percentage coefficient of determination mentioned. Therefore it can be concluded that the variables affecting the intention of revisiting the old city of Jakarta are the image of the destination, subjective norms and attitudes.*

*Keyword : Destination Image, Subjective Norms, Attitudes, Revisit Intention*

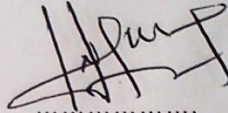
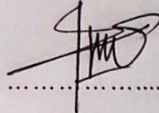
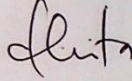
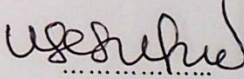
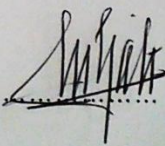
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus  
NIP.196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP.196610302000121001	Ketua Penguji	 .....	24 Juli 2017 .....
2. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP.195909181985032011	Penguji Ahli	 .....	24 Juli 2017 .....
3. <u>Dita Puruwita, M.Si</u> NIP.198209082010122004	Sekretaris	 .....	24 Juli 2017 .....
4. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP.197002122008121001	Pembimbing I	 .....	24 Juli 2017 .....
5. <u>Dra. Rohyati, M.Pd</u> NIP.195404031985032002	Pembimbing II	 .....	24 Juli 2017 .....

Tanggal Lulus : 24 Juli 2017.....

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### 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 ketidak benaran, 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, Juli 2017

Yang membuat pernyataan



Mega Rusmardiana

No. Reg. 8135134114

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Barang siapa mempermudah kesulitan orang lain maka Allah akan mempermudah urusannya didunia dan akhirat”*

*(HR Muslim)*

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari kejahatan yang diperbuatnya.....”*

*(QS. Al-Baqarah. 286)*

Alhamdulillahrabbi’alamin. Bersyukur kepada Allah Subhanahu Wata’ala, karena Dia, saya dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan khusus untuk kedua orang tua saya dan seluruh orang-orang terkasih disekitar saya yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moril maupun materi.

Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Yang Maha Esa, yang telah berkah dan rahmat-Nya, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Destinasi, Norma Subyektif dan Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua Jakarta”.

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 terimakasih kepada:

1. Usep Suhud, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan selaku pembimbing akademik yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat, bimbingan, arahan, dukungan, waktu, tenaga, kritik, saran, dan selalu memberikan semangat yang tiada hentinya dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Rohyati, MPd selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan kritik dan nasehat dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Corry Yohana, MM, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta untuk kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Orang tua dan keluarga tercinta atas doa, dukungan dan semangat yang diberikan tiada henti.
7. Teman seperjuangan Tri Intan Dewi Sintha yang tanpa lelah berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Pak bendahara yang skripsinya selalu menjadi motivasi, inspirasi dan sangat membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Para dablek-ku : Inna, Mine dan Ummu yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat.
10. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan, terutama kota tua squad : kenti, dzaqiyah dan dyah atas semangat dan bantuannya.
11. Seluruh wisatawan kota tua Jakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
12. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga A dan B 2013.

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

Jakarta, Juli 2017

Mega Rusmardiana

## Daftar Isi

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>viii</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xv</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xvii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Perumusan Masalah.....	6
E. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK.....</b>	<b>8</b>
A. Deskripsi Konseptual .....	8
1. Niat Mengunjungi Kembali .....	8
2. Citra Destinasi.....	12
3. Norma Subjektif.....	17
4. Sikap .....	19

B.	Hasil Penelitian Yang Relevan.....	22
C.	Kerangka Teoretik.....	38
1.	Citra destinasi terhadap niat mengunjungi kembali.....	38
2.	Norma subjektif terhadap niat mengunjungi kembali.....	40
3.	Sikap terhadap niat mengunjungi kembali.....	43
D.	Perumusan Hipotesis.....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>46</b>
A.	Tujuan Penelitian.....	46
B.	Tempat dan Waktu penelitian.....	46
C.	Metode Penelitian.....	46
1.	Metode.....	46
2.	Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	47
D.	Populasi dan Sampling.....	48
1.	Populasi.....	48
2.	Sampel.....	48
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
1.	Niat Berkunjung Kembali.....	50
2.	Citra Destinasi.....	54
3.	Norma Subjektif.....	58
4.	Sikap.....	61
F.	Teknik Analisis Data.....	65
1.	Analisis Deskriptif.....	65
2.	Pengujian Persyaratan Analisis.....	66
3.	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.	Analisis Regresi Linier.....	71

5.	Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t) .....	73
6.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>76</b>
A.	Deskripsi Data .....	76
1.	Deskripsi Data Responden.....	76
2.	Deskripsi Data Variabel.....	79
B.	Pengujian hipotesis .....	92
C.	Pembahasan .....	110
1.	Citra Destinasi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua Jakarta 110	
2.	Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua Jakarta .....	112
3.	Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua Jakarta.....	114
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN .....</b>		<b>117</b>
A.	Kesimpulan.....	117
B.	Implikasi .....	123
C.	Saran .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>126</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>131</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>180</b>

## Daftar Tabel

Tabel II. 1 - Skala Likert .....	50
Tabel III. 2 - Kisi-Kisi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali .....	52
Tabel III. 3 - Kisi-Kisi Instrumen Citra Destinasi.....	56
Tabel III. 4 - Kisi-Kisi Instrumen Norma Subyektif.....	59
Tabel III. 5 - Kisi-Kisi Instrumen Sikap .....	63
Tabel IV. 6 - Deskripsi Data Domisili .....	76
Tabel IV. 7 - Deskripsi Data Usia.....	77
Tabel IV. 8 - Deskripsi Data Tingkat Pendidikan.....	77
Tabel IV. 9 - Deskripsi Data Status Pernikahan .....	78
Tabel IV. 10 - Deskripsi Data Total Kunjungan .....	79
Tabel IV. 11 - Statistik Deskriptif Niat Mengunjungi Kembali .....	80
Tabel IV. 12 - Distribusi Frekuensi Niat Mengunjungi Kembali .....	81
Tabel IV. 13 - Rata-Rata Hitung Skor Niat Mengunjungi Kembali .....	82
Tabel IV. 14 - Statistik Deskriptif Citra Destinasi.....	83
Tabel IV. 15 - Distribusi Frekuensi Citra Destinasi.....	84
Tabel IV. 16 - Rata Rata Hitung Skor Citra Destinasi.....	85
Tabel IV. 17 - Statistik Deskriptif Norma Subyektif .....	86
Tabel IV. 18 - Distribusi Frekuensi Norma Subyektif.....	87
Tabel IV. 19 - Rata Rata Hitung Skor Norma Subyektif .....	88
Tabel IV. 20 - Statistik Deskriptif Sikap.....	89
Tabel IV. 21 - Distribusi Frekuensi Sikap .....	90
Tabel IV. 22 - Rata Rata Hitung Skor Sikap.....	91
Tabel IV. 23 - Uji Normalitas Citra Terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	93
Tabel IV. 24 - Uji Normalitas Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	94
Tabel IV. 25 - Uji Normalitas Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	95
Tabel IV. 26 - Koefisien Multikolinaritas Citra Destinasi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	100

Tabel IV. 27 - Koefisien Multikolinaritas Norma Subyektifi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	101
Tabel IV. 28 - Koefisien Multikolinaritas Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	101
Tabel IV. 29 - Regresi Linier Sederhan Citra terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	104
Tabel 30 - Regresi Linier Sederhan Norma Subyektif terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	105
Tabel IV. 31 - Regresi Linier Sederhana Sikap terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	106
Tabel IV. 32 - Koefisien Determinasi Citra Terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	108
Tabel IV. 33 - Koefisien Determinasi Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	108
Tabel IV. 34 - Koefisien Determinasi Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	109
Tabel IV. 35 - Koefisien Determinasi Citra, Norma Subyektif dan Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	109

## Daftar Gambar

Gambar IV. 1 - Histogram Niat Mengunjungi Kembali .....	82
Gambar IV. 2 - Histogram Citra Destinasi.....	85
Gambar IV. 3 - Histogram Norma Subyektif.....	88
Gambar IV. 4 - Histogram Sikap .....	91
Gambar IV. 5 - Probability Plot Citra Terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	94
Gambar IV. 6 - Probability Plot Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	95
Gambar IV. 7 - Probability Plot Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	96
Gambar IV. 8 - Scatterplot Citra Destinasi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali .....	98
Gambar IV. 9 - Scatterplot Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	98
Gambar IV. 10 - Scatterplot Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali.....	99
Gambar IV. 11 - Scatterplot Uji Heterokedesitas .....	103

## Daftar Lampiran

Lampiran 1 - Surat Izin Penelitian .....	131
Lampiran 2 - Surat Pengajuan Izin Penelitian.....	132
Lampiran 3 - Data Responden Uji Coba.....	133
Lampiran 4 - Kuisisioner Uji Coba.....	135
Lampiran 5 - Kuisisioner Final.....	150
Lampiran 6 - Hasil penelitian yang relevan .....	157
Lampiran 7 - Referensi Jurnal.....	158
Lampiran 8 - EFA & Realibilitas variabel Niat Mengunjungi Kembali .....	159
Lampiran 9 - Kisi Kisi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali .....	161
Lampiran 10 - Validasi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali .....	162
Lampiran 11 - EFA & Realibilitas variabel Citra Destinasi .....	163
Lampiran 12 - Kisi Kisi Instrumen Citra Destinasi .....	165
Lampiran 13 - Validasi Instrumen Citra Destinasi .....	166
Lampiran 14 - EFA & Realibilitas variabel Norma Subyektif .....	167
Lampiran 15 - Kisi Kisi Instrumen Norma Subyektif.....	169
Lampiran 16 - Validasi Instrumen Norma Subyektif.....	169
Lampiran 17 - EFA & Realibilitas variabel Sikap .....	171
Lampiran 18 - Kisi Kisi Instrumen Sikap .....	173
Lampiran 19 - Validasi Instrumen Sikap .....	174
Lampiran 20 - Distribusi Frekuensi Niat Mengunjungi Kembali .....	175
Lampiran 21 - Distribusi Frekuensi Citra Destinasi .....	176
Lampiran 22 - Distribusi Frekuensi Norma Subyektif.....	177
Lampiran 23 - Distribusi Frekuensi Sikap .....	178
Lampiran 24 - Data View & Variabel View .....	179



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan obyek dan daya tarik wisatawan di berbagai kota maupun daerah, setiap daerah memiliki obyek wisata dan daya tarik berbeda-beda. Seperti halnya Jakarta juga memiliki obyek dan daya tarik wisata terkenal di kalangan masyarakat.

Kota tua Jakarta merupakan salah satu tempat wisata favorit di Jakarta dan salah satu tempat bersejarah di kota Jakarta. Kota tua Jakarta bisa dikatakan juga sebagai awal mula peradaban dimana sebuah kota metropolitan dimulai. Jika mengunjungi kota tua Jakarta, wisatawan akan menemukan banyak museum seperti museum Fatahillah, museum Wayang, museum Bank Mandiri dan masih banyak lagi museum yang berada di kawasan kota tua. Tidak hanya museum, kota tua juga menyuguhkan pemandangan khas dengan bangunan kuno bergaya Belanda sehingga wisatawan yang berkunjung ke kota tua tidak hanya dapat mempelajari tentang sejarah kota Jakarta tetapi dapat menikmati kota tua dengan cara lain seperti bersepeda atau sekedar berfoto bersama.

Selain bangunan khas dan museumnya, kota tua juga memiliki icon lain yaitu sebuah jembatan merah, dimana dulu ketika jembatan tersebut masih berfungsi dapat dibuka tutup ketika ada kapal besar yang melewati sungai yang membelah jembatan tersebut. Berjalan ke arah utara wisatawan dapat menemukan salah satu pelabuhan paling bersejarah di Jakarta yaitu pelabuhan Sunda Kelapa. Salah satu pelabuhan yang paling ramai pada jamanannya dimana

dari pelabuhan inilah bangsa Portugis mengirim lada ke negaranya, hingga kini pelabuhan Sunda Kelapa masih terus aktif sebagai pelabuhan bongkar muat barang, terutama kayu dari pulau Kalimantan.<sup>1</sup>

Ketua Jakarta Heritage Trust (JHT) atau perkumpulan pemilik gedung tua, Robert Tambunan, Minggu (9/3), mengatakan jika ingin menjadi destinasi wisata sejarah bertaraf internasional, pemerintah harus terlebih dahulu menyelesaikan masalah pedagang kaki lima (PKL). Kawasan Kota Tua pun masih tampak kotor dan kumuh. Masalah parkir serta sarana dan prasarana kawasan Kota Tua tidak mendukung, seperti lahan parkir yang saat ini belum memadai. Menurutnya, jika dipaksakan merevitalisasi gedung dan menggiring masyarakat datang ke Kota Tua tanpa memikirkan lahan parkir, justru nanti Kota Tua akan jadi kawasan macet. Robert juga mengatakan permasalahan lainnya yakni melintasnya kendaraan berat di kawasan tersebut. Padahal, para pemilik gedung tua sudah berulang kali mengingatkan Pemprov atas kekhawatiran runtuhnya gedung-gedung tua di kawasan tersebut. Bahkan, pihaknya juga sempat menolak melintasnya TransJakarta di kawasan Kota Tua.<sup>2</sup>

Selain untuk mengetahui sejarah kota Jakarta alasan para wisatawan datang mengunjungi kota tua adalah sekedar untuk menghabiskan waktu di hari libur sambil berkumpul dan bercengkrama dengan teman atau keluarga, tetapi ada beberapa hal yang dapat membuat wisatawan merasa tidak nyaman berkunjung ke kota tua Jakarta. Kawasan Kota Tua, Tamansari, Jakarta Barat masih dihingapi

---

<sup>1</sup><http://www.sinarharapan.co/news/read/33636/kota-tua-tak-mampu-jadi-destinasi-wisata-internasional>. (diakses pada 13 januari 2016)

<sup>2</sup><http://news.detik.com/berita/3205919/kota-tua-jakarta-selalu-ditolak-unesco-jadi-kawasan-heritage-dunia>. (diakses pada 13 januari)

beberapa permasalahan yang kompleks. Destinasi tempat wisata ini mempunyai empat permasalahan yang harus dibenahi. "Masalah di Kota Tua ini ada empat," ujar Kasatpol PP Jakarta Barat, Tamo Sijabat kepada Warta Kota pada Rabu (24/8/2016). Tamo menjelaskan permasalahan tersebut di antaranya PKL (pedagang kaki lima), parkir liar, sampah, dan premanisme. tentu saja hal tersebut dapat mencoreng citra destinasi kota tua Jakarta.<sup>3</sup>

Keterpurukan citra kawasan kota tua di Indonesia tidak saja diakibatkan pengintepretasian bangunan heritage yang tidak lebih dari sekadar benda komoditas, tetapi juga karena keterbatasan pengelola kota secara administratif dan intelektual serta rendahnya kesadaran dan kepedulian masyarakat akan hakikat pelestarian bangunan tua (Martokusumo). Beberapa permasalahan ini yang mengancam eksistensi bangunan bersejarah dan beserta lingkungan binaan yang menyertainya. Legitimasi suatu bangunan dan lingkungannya layak untuk dilestarikan bukan hanya karena pertimbangan nilai arsitektural semata, namun bisa karena pertimbangan kesejarahan, sosio-kultural, keilmuan, politik dan ekologis.<sup>4</sup>

Wisatawan yang mengunjungi kota tua biasanya dipengaruhi oleh norma subjektif yaitu pengaruh atau dorongan dari teman, keluarga atau orang-orang yang ada di sekelilingnya, sehingga orang tersebut lebih memiliki kemungkinan untuk melakukan kunjungan kembali ke kota tua karena adanya dorongan dari

---

<sup>3</sup><http://wartakota.tribunnews.com/2016/08/24/kawasan-kota-tua-dikuasai-preman-dan-penuh-sampah>. (diakses pada 13 januari 2016)

<sup>4</sup><http://medha.lecture.ub.ac.id/2012/02/kajian-ruang-terbuka-kawasan-pelestarian-kota-tua-jakarta/> (diakses pada 20 januari)

lingkungan sekitar. Misalnya ketika kota tua Jakarta ditinggalkan oleh para investor dikarenakan komentar dari orang-orang sekitar. Akibat kawasan Kota Tua yang kumuh dan tidak beraturan, para investor asing enggan menanamkan modal di kawasan itu. Mereka menyebut kawasan Kota Tua tidak akan berkembang jika masih tetap semrawut. Salah seorang pemilik bangunan tua sebagai cagar budaya di Jalan Kali Besar Timur 19, Ella kepada SH, Minggu (8/6) mengatakan, bangunan cagar budayanya tersebut tidak jadi dilirik calon investornya dari Prancis lantaran kawasan Kota Tua dikepung PKL. Dany Putra jika kabar tersebut menyebar ke investor dari Negara lainnya pasti akan memberikan dampak buruk terhadap kawasan kota tua.<sup>5</sup>

Hal lain yang mempengaruhi niat mengunjungi kembali ke kota tua Jakarta adalah sikap dari para wisatawan. Jika pada kunjungan pertama para wisatawan menyukai dan tertarik terhadap hal yang terdapat di kota tua Jakarta, maka para wisatawan pasti akan berpikir untuk mengunjungi kota tua Jakarta kembali. Tetapi keadaan kota tua saat ini membuat pengunjung merasa kurang nyaman, seperti yang tertulis dalam suatu artikel, membeludaknya pengunjung tanpa diimbangi ketersediaan lahan parkir membuat area trotoar dipenuhi oleh kendaraan bermotor. Purwitasari, 24, mengatakan saat ini Kota Tua sangat tidak nyaman. Pejalan kaki termasuk penyandang disabilitas dibuat susah dengan PKL, parkir liar, dan belum lagi polusinya. "Jalanannya enggak rata, enggak nyaman kalau buat jalan pakai kursi roda," ujarnya.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.koran-sindo.com/news.php?r=0&n=13&date=2016-05-30> (20 januari 2016)

<sup>6</sup> <http://www.koran-sindo.com/news.php?r=0&n=13&date=2016-05-30> (20 januari 2016)

Menurut pengunjung Kota Tua lainnya, Adit, 26, tak adanya pepohonan di kawasan Museum Fatahillah juga menimbulkan sekitar lokasi gersang dan tak nyaman bagi pejalan kaki. Ditambah lagi jejeran mobil yang diparkir di zona 1 Museum Fatahillah telah membuat akses menjadi sempit. "Semestinya di tengah ada pohon supaya teduh, bukannya malah ditebang," ucapnya.

Keluhan serupa diungkapkan Wandu, 45. Menurutnya, pejalan kaki kesulitan menyeberang di sekitar jalan Stasiun Jakarta Kota menuju Museum Fatahillah akibat tidak adanya jembatan penyeberangan orang (JPO). Apalagi kendaraan di lokasi terus lalu lalang tanpa memberikan kesempatan bagi pejalan kaki "Berbahaya, ngeri tertabrak," katanya.<sup>7</sup>

Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian di kota tua dengan sampel orang-orang yang telah mengunjungi kota tua Jakarta untuk meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi keinginan untuk mengunjungi kembali kota tua.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa keinginan untuk berkunjung kembali ke kota tua Jakarta dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Kurangnya perawatan yang baik terhadap kawasan kota tua.
2. Kurangnya sarana dan prasarana di kawasan kota tua.
3. Kurangnya penataan terhadap pedagang kaki lima disekitar area kota tua Jakarta.

---

<sup>7</sup> <http://www.koran-sindo.com/news.php?r=0&n=13&date=2016-05-30> (20 januari 2016)

4. Buruknya pengaturan lalu lintas di sekitar kota tua Jakarta.
5. Buruknya citra kota tua Jakarta.
6. Kurangnya norma subjektif atau dorongan untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta.
7. Kurangnya sikap pengunjung terhadap kota tua Jakarta.

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas ternyata ada banyak faktor yang mempengaruhi keinginan untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta . Oleh karena itu, pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. “Pengaruh citra destinasi, norma subjektif dan sikap terhadap niat mengunjungi kembali ke kota tua Jakarta.”

### **D. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian ilmiah. Perumusan masalah berguna untuk mengatasi kerancuan dalam pelaksanaan penelitian. Berdasarkan masalah yang dijadikan fokus penelitian, memunculkan pertanyaan di benak peneliti yaitu :

1. Apakah citra destinasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta ?
2. Apakah norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta ?

3. Apakah sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian mengenai niat mengunjungi ulang Kota Tua Jakarta diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Teoretis
  - a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan pemikiran mengenai niat mengunjungi ulang Kota Tua Jakarta.
  - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi ataupun rujukan dalam pengembangan teori pengaruh citra destinasi, norma subjektif, dan sikap terhadap niat mengunjungi ulang Kota Tua Jakarta.
2. Praktis
  - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi operasional unit pengelola kegiatan kota tua Jakarta dalam upaya meningkatkan loyalitas pengunjung.
  - b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan niat mengunjungi ulang Kota Tua Jakarta.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORETIK**

#### **A. Deskripsi Konseptual**

##### **1. Niat Mengunjungi Kembali**

Niat mengunjungi kembali dapat dikatakan merupakan sebuah perilaku loyalitas wisatawan akan sebuah jasa yang diterimanya. Niat berkunjung kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan wisatawan untuk melakukan mengunjungi kembali.

Norris Krueger menjelaskan bahwa “ *Intentions are considered one of the main forces that make a new venture possible.*”<sup>8</sup> yang artinya adalah Niat dianggap salah satu kekuatan utama yang membuat usaha baru yang mungkin terjadi.

Sementara Peter dan Olson berpendapat “ Intensi dapat dikatakan sebagai rencana untuk melakukan perilaku spesifikasi dalam rangka mencapai tujuan”<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Marvel. *Encyclopedia of a New Venture Management*. (Singapore: Sage Publications, 2012.) p.275

<sup>9</sup> Olson, J. Paul Peter dan Jerry C. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. (Jakarta: Salemba Empat, 2013) p.182



Berdasarkan dari dua definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa niat adalah suatu kekuatan umum untuk melakukan suatu perilaku dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Pratminingsih dalam penelitiannya mengatakan :

*The concept of revisit intention comes from behavioral intention. A behavioral intention can be defined as an intention for planning to perform a certain behavior. It said that when people have a stronger intention to engage in a behavior, they are more likely to perform the behavior.*<sup>10</sup>

Yang artinya konsep niat mengunjungi ulang berasal dari niat perilaku. Sebuah niat perilaku dapat didefinisikan sebagai niat untuk berencana untuk melakukan perilaku tertentu. Dikatakan bahwa ketika orang memiliki niat kuat untuk terlibat dalam perilaku, mereka lebih cenderung untuk melakukan perilaku.

Pratminingsih juga menambahkan :

*Revisit intention is one the fundamental issue for destination managers because repeat visitors could provide more revenue and minimize the costs. The concept of revisit intention comes from behavioral intention.*<sup>11</sup>

Yang artinya kunjungan ulang adalah salah satu hal yang fundamental bagi manajer tujuan karena pengunjung berulang bisa

---

<sup>10</sup> Pratminingsih, S. A., Rudatin, C. L., & Rimenta, T.. "Roles of motivation and destination image in predicting tourist revisit intention: A case of Bandung-Indonesia." *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol 5(1), 2014 p.19

<sup>11</sup> *Ibid.*

menyediakan lebih banyak pendapatan dan meminimalkan biaya. Itu konsep niat revisit berasal dari niat perilaku.

Berdasarkan dari dua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa niat mengunjungi ulang berasal dari niat perilaku. Sebuah niat perilaku dapat didefinisikan sebagai niat berencana untuk melakukan perilaku tertentu dimana kunjungan ulang merupakan salah satu hal yang fundamental bagi manajer tujuan karena pengunjung berulang bisa menyediakan lebih banyak pendapatan dan meminimalkan biaya.

Um, et al. juga mengemukakan bahwa "*revisit intention can be regarded as an extention of satisfaction rather than an initiator of the decision making process*"<sup>12</sup> Yang artinya niat mengunjungi kembali dapat dianggap sebagai perpanjangan dari kepuasan daripada inisiator dari proses pengambilan keputusan.

Lebih lanjut Jang & Feng menambahkan bahwa "*revisit intention is seen as caused by factors related to tourist novelty seeking and destination satisfaction*"<sup>13</sup> yang artinya niat mengunjungi kembali dipandang dapat disebabkan oleh faktor-faktor yang berhubungan dengan wisata mencari hal-hal baru dan kepuasan tujuan.

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa niat mengunjungi kembali dapat dianggap sebagai perpanjangan dari kepuasan daripada inisiator dari proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi

---

<sup>12</sup> Metin Kozak & Nazmi Kozak, *Aspect Of Tourist Behavior* (UK : Cambridge Scholars Publishing, 2013) p.181

<sup>13</sup> Ibid. p.182

oleh faktor-faktor yang berhubungan dengan wisata mencari hal-hal baru dan kepuasan tujuan.

Chen & Tsai juga mengatakan :

*“revisit intention is crucial , as this behaviour will allow the industry to flourish and will eventually lead to prosperity for the particular heritage destination. revisit intention along side recommendation behavior, is decisive in assuring the prosperity of particular tourism destination.”<sup>14</sup>*

Yang artinya niat mengunjungi kembali sangat penting, karena perilaku ini akan memungkinkan industri untuk berkembang dan akhirnya akan menyebabkan kemakmuran bagi tujuan warisan tertentu. kembali niat bersama perilaku rekomendasi sisi, adalah menentukan dalam menjamin kesejahteraan destinasi pariwisata tertentu.

Sedangkan Baker and Crompton mengatakan bahwa *“Revisit intention is the possibility for the tourist to visit a destination again and this behavior is considered as an expression of loyalty”<sup>15</sup>* yang artinya niat mengunjungi kembali adalah kemungkinan bagi wisatawan untuk mengunjungi tujuan lagi dan perilaku ini dianggap sebagai ungkapan kesetiaan.

Dari dua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa niat mengunjungi kembali adalah kemungkinan bagi wisatawan untuk mengunjungi tujuan lagi dan perilaku ini dianggap sebagai ungkapan kesetiaan, yang akan

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Salleh Mohd Radzi, et. al., Theory and Practice in Hospitality and Tourism Research includes 111 contributions from the 2nd International Hospitality and Tourism Conference 2014, (Malaysia: Penang, 2014), h. 232.

berdampak pada berkembangnya tujuan wisata tersebut dan pada akhirnya akan menyebabkan kemakmuran bagi destinasi tersebut.

Jadi dari semua definisi yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa niat mengunjungi kembali adalah sebuah niat berencana untuk melakukan perilaku tertentu yaitu kunjungan ulang yang dianggap sebagai perpanjangan dari kepuasan atau ungkapan kesetiaan, yang akan berdampak pada berkembangnya tujuan wisata tersebut.

Niat mengunjungi kembali atau *revisit intention* dapat diukur dengan dua indikator, yang mana indikator pertama adalah *Intention To Recommend* yaitu niat untuk merekomendasikan tempat wisata tersebut, dan indikator kedua adalah *Intention To Revisit* yaitu niat untuk mengunjungi kembali tempat tersebut.

## 2. Citra Destinasi

Citra destinasi adalah pandangan atau gambaran seseorang tentang suatu destinasi wisata tertentu yang dapat mempengaruhi keinginan atau niat untuk mengunjungi tempat tersebut.

Hunt mengatakan bahwa "*destination image as visitors perceptions about a destination*"<sup>16</sup> yang artinya adalah citra destinasi sebagai persepsi pengunjung tentang tujuan.

Pratminingsih, et al. dalam penelitiannya mengemukakan bahwa "*Destination image is an interactive system of thought opinions, feelings,*

---

<sup>16</sup> Lertputarak, S. "The relationship between destination image, food image, and revisiting Pattaya, Thailand." *International Journal of Business and Management* Vol. 7, No. 5; March 2012, p.112

*visualizations and intention toward a destination*”<sup>17</sup> yang artinya citra destinasi adalah sistem interaktif pendapat pikiran, perasaan, visualisasi dan niat menuju tujuan.

Dari kedua definisi diatas dapat dikatakan bahwa citra destinasi sebagai persepsi pengunjung tentang tujuan yang dapat menjadi sistem interaktif pendapat pikiran, perasaan, visualisasi dan niat menuju tujuan.

Lawson & Bond mengemukakan bahwa citra destinasi merupakan sebuah ekspresi tentang sebuah pengetahuan, keyakinan diri, prasangka, hayalan dan pikiran emosional seorang individu tentang objek atau tempat tertentu.<sup>18</sup>

Ditcher juga menambahkan bahwa citra destinasi adalah konsep sebagai sebuah gambaran yang menerangkan kualitas atau kesan gabungan yang tertanam pada benak seseorang.<sup>19</sup>

Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa citra destinasi ialah sebuah ekspresi tentang sebuah pengetahuan, keyakinan diri, prasangka, hayalan dan pikiran emosional sebagai sebuah gambaran yang menerangkan kualitas atau kesan gabungan yang tertanam pada benak seseorang.

Mohammed, et al. dalam penelitiannya mengatakan “*tourism images are defined by some researchers as an individual's overall*

---

<sup>17</sup> Pratminingsih, S. A., Rudatin, C. L., & Rimenta, T., *loc. cit*

<sup>18</sup> I Gusti Bagus, Pengantar Industri Pariwisata (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2016) p.169

<sup>19</sup> *Ibid.*

*perception or total set of impressions of a place e.g., or as the mental portrayal of a destination.*"<sup>20</sup> Yang artinya Citra pariwisata didefinisikan oleh beberapa peneliti sebagai persepsi keseluruhan individu atau total mengatur tayangan dari tempat misalnya, atau sebagai mental penggambaran tujuan.

Lebih lanjut Jalilvand, et al. dalam penelitiannya juga mengatakan "*destination image is defined as a mental perception held by travelers or the whole collection of impressions of a particular destination.*"<sup>21</sup> Yang artinya Citra destinasi didefinisikan sebagai persepsi mental yang diselenggarakan oleh wisatawan atau seluruh koleksi tayangan tujuan tertentu.

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa citra destinasi adalah persepsi keseluruhan individu atau total yang diselenggarakan oleh wisatawan atau seluruh koleksi tayangan tujuan tertentu.

Reynold juga menjelaskan bahwa citra destinasi merupakan konstruksi mental yang terbangun pada seorang konsumen sebagai sebuah kesan dalam diri seseorang yang muncul sebagai sebuah proses kreasi.<sup>22</sup>

Gartner menjelaskan mengenai tiga komponen citra destinasi, yakni :

---

<sup>20</sup> Mohammed, A. R. J., Zahari, M. S. M., Talib, S. A., & Suhaimi, M. Z. "The Causal Relationships between Destination Image, Tourist Satisfaction and Revisit Intention: A Case of the United Arab Emirates." *World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, vol. 8(10), (2014)

<sup>21</sup> Hassan, N. A., & Hemdi, M. A. "The Influence of Destination Image on Medical Tourist's Intention for Future Destination Choice." *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 1(1), (2016). p.178

<sup>22</sup> I Gusti Bagus, *loc. cit*

1. *Cognitive image* : keyakinan dan informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi.
2. *Affective image* : motif yang mendasari wisatawan untuk memilih suatu destinasi.
3. *Conative image* : beranalogi dengan perilaku karena komponen tindakan.<sup>23</sup>

Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa citra destinasi adalah konstruksi mental yang terbangun pada seorang konsumen yang merupakan hasil dari sebuah pengamatan yang terdiri dari tiga komponen yakni kognitif, afektif dan konatif.

Selanjutnya Tapachai and Waryszak dalam penelitiannya mengemukakan “*defined destination image as the characteristics of a destination that can influence tourists in the selection of destinations.*”<sup>24</sup> Yang artinya citra destinasi sebagai karakteristik tujuan yang dapat mempengaruhi wisatawan dalam pemilihan destinasi.

Sedangkan menurut Keller “*a destination image is a perception that can be reflected in the customers memories.*”<sup>25</sup> yang artinya citra destinasi adalah persepsi yang dapat tercermin dalam ingatan pelanggan.

Dari kedua definisi diatas dapat dikatakan bahwa citra destinasi adalah karakteristik tujuan atau persepsi yang dapat tercermin dalam ingatan pelanggan yang dapat mempengaruhi wisatawan dalam pemilihan destinasi.

---

<sup>23</sup>

<sup>24</sup> Hassan, N. A., & Hemdi, M. A. *loc, cit*

<sup>25</sup> *Ibid.*

Lebih lanjut Fakeye & Crompton menjelaskan bahwa citra destinasi merupakan konstruksi mental yang dikembangkan oleh seorang wisatawan berdasarkan apa yang dapat mereka lihat dan rasakan.<sup>26</sup>

Kotler juga menambahkan bahwa citra destinasi adalah keyakinan, ide, dan kesan seseorang tentang sebuah tempat.<sup>27</sup>

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa citra destinasi adalah keyakinan, ide, dan kesan seseorang tentang sebuah tempat berdasarkan apa yang dapat mereka lihat dan rasakan.

Jadi dapat dikatakan bahwa citra destinasi adalah persepsi pengunjung tentang tujuan yang dapat menjadi sistem interaktif pendapat pikiran, perasaan, dan gambaran yang menerangkan kualitas atau kesan gabungan yang tertanam pada benak seseorang yang dapat tercermin dalam ingatan pelanggan dan dapat mempengaruhi wisatawan dalam pemilihan destinasi.

Menurut Gartner, citra destinasi terbentuk oleh tiga dimensi yang berbeda, namun saling terkait. Dimensi pertama adalah kognitif dengan indikator *Culture, history & art, Tourist Infrastructure, General infrastructure, Political & Economic factors*. Dimensi kedua afektif dengan indikator *Natural Environment, Natural Resources, Atmosphere of the place*. Dimensi ketiga adalah konatif dengan indikator *Tourist leisure and recreation*.

---

<sup>26</sup> I Gusti Bagus, *op. cit* pp.169-170

<sup>27</sup> *Ibid.*



### 3. Norma Subjektif

Norma subjektif adalah pengaruh yang diberikan oleh kerabat atau orang-orang yang berada disekitar kita terhadap suatu hal yang akan mempengaruhi keputusan yang akan kita ambil dimasa yang akan datang.

Menurut I Ajzen, “*Subjective norm, it refers to the perceived social pressure to perform or not to perform the behavior.*”<sup>28</sup> Yang artinya Norma subyektif, mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku.

Lebih lanjut Ajzen menyatakan, “norma subyektif tidak hanya dilakukan oleh referensi, tetapi juga ditentukan oleh *motivation to comply.*”<sup>29</sup>

Dari dua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa norma subjektif adalah tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang tidak hanya dilakukan oleh referensi, tetapi juga ditentukan oleh *motivation to comply.*

Menurut Michael R. Solomon, “*Subjective norm, to account for the effects of what we believe other people think we should do.*”<sup>30</sup> Yang artinya Norma subyektif, untuk menjelaskan dampak dari apa yang kita percaya orang lain berpikir kita harus melakukan.

Menurut Joanna Hayden mengenai norma subyektif bahwa, “*The perceived social pressure to engage or not to engage in a certain*

---

<sup>28</sup> Kreitner dan Kinicki, *Organizational Behavior* (Ney York: Mc Graw Hill., 2010), p. 162

<sup>29</sup> I Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior* (New York : Open University Press, 2005), p.42

<sup>30</sup> Michael R. Solomon, *Consumer Behavior, “Buying, Having, and Being”* (New Jersey: Pearson International Edition. 2009). p. 229

*behavior.*”<sup>31</sup> Yang artinya adalah tekanan sosial dari orang yang dianggap penting untuk mengikuti atau tidak mengikuti sebuah perilaku.

Dari dua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa norma subjektif merupakan Perilaku kita tergantung pada orang yang kita rasa penting kemudian berdampak dari apa yang kita percaya orang lain berpikir kita harus melakukan.

Menurut Ajzen & Fishbein “*The subjective norm consists of two components: normative beliefs and the motivation to comply with these beliefs.*”<sup>32</sup> Yang artinya Norma subjektif terdiri dari dua komponen: keyakinan normatif dan motivasi untuk mematuhi keyakinan ini.

Li menambahkan bahwa “*subjective norm means that the actors would feel endure pressure from some other important people or groups.*”<sup>33</sup> Yang artinya norma subjektif berarti bahwa pelaku akan merasa atau bertahan dari tekanan beberapa orang penting lainnya atau kelompok.

Jadi dapat dikatakan bahwa norma subjektif adalah pengaruh dari beberapa orang penting atau kelompok yang dapat membuat kita merasa tertekan.

Dari semua definsi diatas dapat disimpulkan bahwa Norma subyektif adalah tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak

---

<sup>31</sup> Joanna Hayden, Introduction to Health Behavior Theory (USA: Jones and Bartlett Publishers, 2014). P. 41

<sup>32</sup> Alain Fayolle, Paulo Kyro dan Francisco Linan, *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship* (USA: Edward Elgar Publishing, 2015). p. 63

<sup>33</sup> Li, H. “Analysis of formation mechanism of revisit intention: Data from East China.” Paper presented at the Conference: *International conference on global economy, commerce and service science, 2014* (Phuket, Thailand.) p.246-252

melakukan perilaku dari orang yang kita percaya atau orang lain berpikir kita harus melakukan dan mematuhi apa yang mereka harapkan.

Norma subyektif memiliki dua indikator, yang mana indikator pertama adalah *normative beliefs* yaitu pengambilan keputusan berdasarkan orang-orang yg berpengaruh seperti keluarga dan kerabat. Indikator kedua adalah *motivation to comply* yaitu dukungan dari keluarga dan kerabat.

#### 4. Sikap

Sikap merupakan tindakan atau respon seseorang terhadap hal-hal yang ada disekitarnya yang akan mempengaruhi tingkah laku seseorang.

Winardi dalam bukunya mengemukakan sikap merupakan suatu keadaan siap mental yang dipelajari dan diorganisasi menurut pengalaman, dan yang menyebabkan timbulnya pengaruh khusus atas reaksi seseorang terhadap orang-orang, objek, dan situasi-situasi dengan siapa ia berhubungan.<sup>34</sup>

Hayden dalam bukunya mendefinisikan sikap sebagai, “*A series of beliefs about something that affects the way we think and behave.*”<sup>35</sup> yang artinya serangkaian keyakinan tentang sesuatu yang mempengaruhi cara kita berpikir dan berperilaku.

Dari kedua definisi tersebut dapat dikatakan bahwa, sikap adalah suatu keadaan yang menyebabkan timbulnya pengaruh atau cara kita

---

<sup>34</sup> Winardi, Manajemen Perilaku Organisasi (Jakarta : Prenada Media, 2009). p.211

<sup>35</sup> Hayden, Johana. *Loc. cit*

berpikir dan perilaku khusus atas reaksi seseorang terhadap orang-orang atau objek.

Fuadin Azwar mengatakan “Sikap adalah salah satu unsur kepribadian yang harus dimiliki seseorang untuk menentukan tindakannya dan bertingkah laku terhadap suatu objek disertai dengan perasaan positif dan negative.”<sup>36</sup>

Ajzen dalam penelitiannya juga mengatakan “*Attitude is individuals positive or negative evaluation of performing the particular of behaviour of interest*”<sup>37</sup> yang artinya sikap adalah evaluasi individu terhadap hal yang positif atau negatif dari melakukan suatu tingkah laku yang menarik.

Dari kedua definisi tersebut dapat dikatakan bahwa sikap adalah salah satu unsur kepribadian yang harus dimiliki seseorang menentukan tindakan dan evaluasi individu terhadap hal yang positif atau negatif dari melakukan suatu tingkah laku.

Stephen P. Robbins dalam bukunya mengatakan bahwa “*attitudes are evaluative statements either favorable or unfavorable concerning objects, people or events. They reflect about how someone feels about something.*”<sup>38</sup> Yang artinya sikap adalah pernyataan evaluatif baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan terhadap objek, individu atau

---

<sup>36</sup> Saifudin Azwar, *Skala Sikap Manusia*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011) p.42

<sup>37</sup> Ajzen, Icek. *Loc. cit*

<sup>38</sup> Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi* (Jakarta : Karya Salemba Empat, 2007). p.92

peristiwa. Hal ini mencerminkan bagaimana perasaan seseorang tentang sesuatu.

John, et al. dalam bukunya juga mengemukakan “*an attitude is a predisposition to respond positively or negatively to someone or something.*”<sup>39</sup> yang artinya sikap adalah kecenderungan seseorang untuk merespon positif atau negative seseorang atau objek.

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sikap adalah pernyataan evaluatif baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan dan kecenderungan seseorang untuk merespon positif atau negative seseorang atau objek, hal ini mencerminkan bagaimana perasaan seseorang tentang sesuatu.

Kreitner & Kinicki mengatakan “*an attitude is defined as a learned predisposition to respond in a consistently favorable or unfavorable manner with respect to given object.*”<sup>40</sup> Yang artinya adalah sikap didefinisikan sebagai kecenderungan belajar untuk merespon secara konsisten menguntungkan atau tidak menguntungkan sehubungan dengan objek yang diberikan.

Dalam bukunya Manahan Tampubolon juga menjelaskan tentang sikap adalah kesiapan mental untuk merespons sesuatu, baik yang negative

---

<sup>39</sup> John R, et al. *Organizational Behavior* (USA: John Willey & Sons, 2011) p.70

<sup>40</sup> Kreitner & Kinicki , *Organizational Behavior* (New York : McGraw Hill, 2008). p.160

maupun yang positif. Sikap didampangi oleh sesuatu yang terjadi sebelumnya dan hasil yang diperoleh.<sup>41</sup>

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sikap adalah kecenderungan belajar untuk merespon sesuatu, baik yang negative maupun yang positif dan didampangi oleh sesuatu yang terjadi sebelumnya dan hasil yang diperoleh.

Jadi kesimpulannya sikap adalah suatu keadaan yang menyebabkan timbulnya pengaruh atau cara kita berpikir dan berperilaku atas reaksi seseorang terhadap orang-orang dan evaluasi individu terhadap hal yang positif atau negatif dari suatu tingkah laku yang menimbulkan kecenderungan seseorang untuk merespon positif atau negative seseorang atau objek.

Sikap memiliki dua dimensi, dimensi pertama adalah komponen kognitif dengan indikator keyakinan dan pendapat terhadap destinasi wisata, dimensi kedua adalah komponen afektif dengan indikator emosi seseorang seperti perasaan suka atau tidak suka.

## **B. Hasil Penelitian Yang Relevan**

Untuk membuktikan bahwa penelitian ini layak dilakukan, peneliti membuat ringkasan penelitian yang relevan berdasarkan penelitian terdahulu. Berikut adalah perbandingan penelitian sebelumnya dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

---

<sup>41</sup> Manahan Tampubolon, *Perilaku Keorganisasian* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2008). p.36

1. **Sri Astuti Pratminingsih 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*, Vol. 5, No. 1, February 2014, DOI: 10.7763/IJIMT.2014.V5.479**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh citra destinasi dan motivasi terhadap kepuasan wisata, dan niat kembali. Makalah ini menjelaskan model teoritis untuk menyelidiki pengaruh motivasi, citra destinasi pada kepuasan, dan niat revisit. Berdasarkan teori Model, hipotesis dirumuskan. Data primer yang dikumpulkan dari responden yang terdiri dari 268 pengunjung. regresi berganda dan analisis kualitatif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian mengungkapkan tujuan yang gambar dan motivasi terhadap kepuasan dan liburan kepuasan langsung dipengaruhi niat revisit. Hasil penelitian memiliki implikasi manajerial yang signifikan untuk manajer pemasaran daerah wisata.

Untuk mengumpulkan data penelitian ini menggunakan probabilitas non Metode pengambilan sampel bernama convenience sampling. Pembelajaran situs termasuk dalam penelitian ini adalah tujuan wisata terletak di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Populasi target penelitian ini adalah orang-orang wisatawan yang mengunjungi Bandung selama bulan Desember 2012 dan Januari 2013. Semua responden didekati

secara pribadi oleh para peneliti dalam waktu dua bulan di daerah tujuan liburan. Semua kuesioner diisi dan dikembalikan.

**2. Tun Thiumsak and Athapol Ruangjanases melakukan penelitian yang berjudul “*Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand*” *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 4, No. 3, Maret 2016, DOI: 10.7763/JOEBM.2016.V4.394**

Studi empiris ini telah dirancang untuk terutama mengeksplorasi faktor kunci yang memiliki dampak yang signifikan dalam mempengaruhi pengunjung untuk meninjau kembali Bangkok di masa depan. Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif di mana kuesioner adalah alat utama dalam mengumpulkan data primer untuk analisis. Total sampel dari 189 wisatawan internasional diperoleh untuk analisis. Analisis regresi sederhana dan berganda diadopsi untuk menguji faktor-faktor kunci yang secara signifikan memprediksi niat revisit.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor kunci, yang secara statistik signifikan dalam memprediksi niat wisatawan internasional untuk meninjau kembali Bangkok, adalah kepuasan yang dirasakan pada "akomodasi", "belanja", dan "sikap orang Thai", kepuasan keseluruhan, dirasakan menarik di "akomodasi", "belanja", "restaurant & makanan", dan "sikap orang Thai", motif para wisatawan 'dari "relaksasi & rekreasi", dan gambar tujuan keseluruhan. Faktor-faktor ini secara positif berkaitan dengan niat revisit. Sampling dan kuesioner distribusi dilakukan



berdasarkan convenience sampling dan best-effort basis. Distribusi kuesioner tidak terbatas dengan kebangsaan, usia, pekerjaan dan pembatasan demografi dan karakteristik lainnya. Dengan pendekatan nyaman distribusi, kuesioner mampu menangkap para wisatawan dari empat daerah utama termasuk, Amerika, Eropa, Timur Tengah, Asia Pasifik.

3. **Sarunya Lertputtarak melakukan penelitian yang berjudul “*The Relationship between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand*” *International Journal of Business and Management* Vol. 7, No. 5; Maret 2012, DOI:10.5539/ijbm.v7n5p111**

Tujuan penelitian ini untuk mempelajari persepsi wisatawan terhadap citra tujuan dan Thailand gambar makanan serta mempelajari hubungan antara dua variabel dan niat para wisatawan untuk meninjau kembali. Penelitian ini dilakukan di Pattaya, Thailand. Kuesioner digunakan untuk survei 476 pengunjung asing dengan metode convenience sampling. Hasil menunjukkan bahwa responden yang dirasakan gambar Pattaya sebagai; kehidupan malam yang menarik dan hiburan, orang komunikatif, menarik jalan-jalan wisata dan kegiatan. Responden dirasakan Thai makanan gambar sebagai; pengalaman budaya yang baik, gaya yang unik porsi, lezat, bergizi makanan, dan eksotis memasak metode, masing-masing. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa citra tujuan dan citra makanan Thai memiliki hubungan yang positif dengan niat turis untuk mengunjungi kembali.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan kuesioner sebagai metode untuk mengumpulkan data di Pattaya, Thailand. 500 wisatawan asing bisa mengerti bahasa Inggris diundang untuk mengisi kuesioner dengan menggunakan convenience sampel karena terbatasnya waktu dan anggaran. Sampel dikumpulkan di Pattaya Jomtien Beach. Itu Jumlah lengkap kuesioner yang dapat digunakan untuk analisis data yang 476 kuesioner. Berkenaan dengan ukuran sampel, biasanya didasarkan pada persyaratan statistik peneliti. hair (2005) direkomendasikan ukuran sampel harus setidaknya lima kali lebih tinggi dari jumlah variabel untuk analisis faktor. Ukuran sampel antara 200 dan 400 biasanya dianjurkan dan diterima sebagai ukuran sampel kritis.

**4. Usep Suhud melakukan penelitian yang berjudul “*Three Modified Models to Predict Intention of Indonesian Tourists to Revisit Sydney*” *European Journal of Business and Management*, Vol.6, No.25, 2014, ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online)**

Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi niat wisatawan Indonesia untuk meninjau kembali Sydney, paling tujuan populer di kalangan kota-kota lain di Australia untuk Indonesia. Para penulis diterapkan empat variabel predictor termasuk kualitas tur layanan, tujuan gambar, nilai yang dirasakan, dan kepuasan wisata. Berdasarkan literature review, kombinasi variabel tidak pernah digunakan oleh para peneliti yang ada. Sebuah survei online menarik 227 peserta yang mengalami mengunjungi Sydney sebelumnya, tercantum dalam tiga operator tur besar

di Jakarta. Data yang dianalisis dengan menggunakan analisis faktor exploratory dan analisis faktor konfirmatori. Temuan menghasilkan tiga model bersaing.

Sebuah survei online menarik 227 peserta yang mengalami mengunjungi Sydney sebelumnya, tercantum dalam tiga tur besar operator di Jakarta. Profil demografi peserta menunjukkan bahwa sekitar 60% dari mereka adalah perempuan; 60% berusia 31-40 tahun dan 20% berusia 21-30 tahun; 60% adalah karyawan perusahaan swasta dan 30% adalah pengusaha; 50% adalah sarjana dan 45% adalah pasca sarjana; 80% menikah dengan anak-anak dan 10% yang dipisahkan; 40% memiliki pendapatan bulanan antara USD2001-3000 dan lain 40% memiliki pendapatan bulanan antara USD3001-4000.

- 5. Norhaslin Abu Hassan & Mohamad Abdullah Hemdi melakukan penelitian yang berjudul “*The Influence of Destination Image on Medical Tourist’s Intention for Future Destination Choice*” *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 2016, Vol.1, Issue : 1, ISSN : 2398-4287**

Penelitian ini mengusulkan untuk mengeksplorasi bagaimana gambaran tujuan dapat mempengaruhi wisatawan medis dalam memilih tujuan sebagai masa depan mereka medis dan pilihan tujuan wisata. Para sarjana berpendapat bahwa citra tujuan memiliki hubungan yang signifikan dengan niat perilaku. Tujuan pengaruh citra tidak hanya proses pengambilan keputusan, tetapi juga kondisi setelah pengambilan

keputusan perilaku wisatawan. Dalam penelitian ini konteks, perilaku pilihan tujuan masa depan disebut niat untuk meninjau kembali tujuan sebelumnya dan niat untuk menyebarkan positif word-of-mulut kepada orang lain. Untuk studi ini, wisatawan medis inbound dari rumah sakit swasta yang terdaftar dengan Malaysia Healthcare Dewan Travel (MHTC) di Penang, Malaka, Kuala Lumpur dan Selangor di Malaysia akan didekati secara kuantitatif dengan kuesioner survei. Pelajaran ini akan memberikan kontribusi untuk pemahaman tentang faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi niat wisatawan medis 'untuk pilihan tujuan masa depan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengukur bagaimana gambaran tujuan memberi pengaruh pada pilihan tujuan masa depan dari sudut pandang wisatawan medis masuk di Malaysia. Dengan demikian, sebuah kuesioner akan diberikan kepada wisatawan medis internasional mendapatkan perawatan di Malaysia untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan. hub utama untuk tujuan wisata medis di Malaysia termasuk Penang, Malaka, Selangor dan Kuala Lumpur. Oleh karena itu, data yang akan dikumpulkan dari rumah sakit swasta yang terdaftar dengan Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC) dari empat daerah tersebut. Responden akan diminta untuk menilai setiap pernyataan pada beberapa item dibatasi pada setiap akhir oleh salah satu dari dua kata makna bipolar, sangat tidak setuju dan sangat setuju dengan skala penilaian 1 sampai 5. Kuesioner survei memiliki tiga bagian utama (deskripsi penelitian, pertanyaan yang berkaitan dengan belajar variabel,

dan pertanyaan untuk mengumpulkan informasi demografis). Structural Equation Modelling (SEM) akan digunakan untuk memperjelas pentingnya konstruksi dan hubungan keseluruhan antara dan di antara variabel dan konstruk.

**6. Yen-Nee Goh melakukan penelitian yang berjudul “*Investigating Revisit Intentions for the Boutique Hotels of Penang-A UNESCO World Heritage Site*” *Asian Social Science*; Vol. 11, No. 4; 2015 ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025**

Pertumbuhan jumlah dan variasi hotel butik di daerah tujuan wisata telah mendorong berbagai studi penelitian. Namun demikian, di Malaysia, daerah tetap di bawah dipelajari. Pada tahun 2008, George Town, sebuah populer warisan tujuan di Malaysia, terdaftar sebagai situs warisan dunia UNESCO, dan sejak itu angka butik hotel dan kunjungan wisatawan telah terus tumbuh. Tapi, sampai saat ini, belum ada penyelidikan penentu niat revisit wisatawan 'untuk hotel butik. penelitian semacam ini tepat waktu dan diperlukan. Berdasarkan teori perilaku terencana (TPB) sebagai landasan teoritis, studi ini mengkaji faktor-faktor penentu niat revisit pelanggan hotel butik. Temuan dari 78 kuesioner menunjukkan bahwa niat revisit sikap, norma subjektif dan kepuasan pelanggan berpengaruh pelanggan. Anehnya, efeknya kontrol perilaku yang dirasakan dan gambar secara keseluruhan pada niat pelanggan revisit tidak signifikan.

Sebelum menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, dua ahli akademik dan praktisi industri sedang wawancara untuk

mengomentari perwakilan dan kesesuaian semua pertanyaan survei. Beberapa saran yang diberikan yang mengarah ke beberapa perubahan pada struktur kuesioner survei. Survei ini dikumpulkan antara Januari 2013 dan Maret 2013. Menggunakan drop-off, metode pick-up, para peneliti mengunjungi setiap hotel butik untuk menjelaskan tujuan dari survei kepada manajer dan kemudian mengumpulkan tanggapan. Biaya ini efektif Pendekatan convenience sampling diadopsi karena kurangnya frame sampling pada jumlah total wisatawan yang berkunjung ke butik hotel di George Town (El-Dief & Font, 2010). Unit analisis adalah individu pelanggan yang tinggal di sebuah hotel butik di George Town. Karena tidak ada daftar lengkap hotel butik, semua 12 hotel butik terdaftar sebagai terletak di George Town pada Pariwisata Penang Situs dimasukkan. Dari 300 kuesioner yang disebarkan kepada manajer kantor depan 12 hotel, hanya 78 (26%) menyelesaikan kuesioner dikembalikan. Ada distribusi yang sama antara laki-laki dan responden perempuan (50%). Tentang 23,1% dari responden dari Malaysia dan 64,1% di antara responden memilih warisan sebagai alasan utama karena mereka menginap di hotel butik.

7. **Songshan (Sam) Huang melakukan penelitian yang berjudul “*Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention*” *Journal of Travel Research Volume 48 Number 1 August 2009 29-44, ISSN : 0047-2875***

Penelitian ini mengembangkan dan menguji model struktural dalam memeriksa efek motivasi pengunjung wisata daratan Cina, pengalaman masa lalu, kendala, dan sikap terhadap niat mereka meninjau kembali Hong Kong. Data dikumpulkan melalui wawancara telepon (n = 501) di Beijing dan dianalisis menggunakan model persamaan struktural. Temuan menunjukkan bahwa salah satu perjalanan motivasi ini mendasari dimensi, belanja, terpengaruh positif Beijing turis 'niat revisit ke Hong Kong. pengalaman masa lalu, yang diukur dengan jumlah kunjungan sebelumnya dan kepuasan, juga dipengaruhi secara positif niat revisit.

Kuesioner awal dirancang dalam Inggris dan diterjemahkan ke dalam bahasa Cina. beberapa pariwisata sarjana yang memiliki kemampuan bahasa yang cukup baik Inggris dan Cina diminta untuk memeriksa korespondensi makna antara dua versi dan untuk membuat berubah ketika diperlukan dalam kuesioner Cina. Versi final dari kuesioner Cina adalah dianggap sebagai instrumen sejajar dengan kuesioner Inggris dan siap untuk studi percontohan.

Sebuah pertanyaan screening termasuk untuk mengidentifikasi memenuhi syarat responden yang pernah mengunjungi Hong Kong setelah tahun 2000. Karena Hong Kong telah mengalami banyak sosial dan perubahan ekonomi sejak tahun 1997 (terutama setelah tahun 2000), persepsi mainlanders yang mengunjungi sebelum dan sesudah 2000 akan sangat berbeda. Sebuah survei telepon itu dilakukan di Beijing dari 15 Desember 2005, untuk 20 Januari 2006, untuk mengumpulkan data untuk

penelitian. Beijing terpilih sebagai tempat untuk pengumpulan data karena diwakili pasar daratan jarak jauh terbesar untuk Hong Kong (HKTB 2005). Sebanyak 8.421 panggilan telepon yang berhasil tersambung. Dari mereka, 7621 (90,5%) dijawab oleh individu yang tidak pernah mengunjungi Hong Kong sejak tahun 2000. Dari 800 responden yang memenuhi syarat, 501 (62,6%) wawancara sukses diselesaikan.

- 8. Heesup Han melakukan penelitian yang berjudul “*An investigation of green hotel customers’ decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior*” *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 29 (2010) Issue : 4, pages : 659–668, ISSN : 0278-4319**

Studi saat ini berusaha untuk memperpanjang teori perilaku terencana (TPB), yang berakar pada teori tindakan beralasan (TRA), untuk lebih komprehensif menjelaskan pembentukan niat pelanggan untuk meninjau kembali sebuah hotel hijau. Secara khusus, diperpanjang TPB menggabungkan konstruksi penting di konsumen perilaku dan pemasaran sastra (yaitu, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, gambar secara keseluruhan, dan frekuensi perilaku masa lalu) ke dalam model TPB asli. Hasil dari analisis struktural mengungkapkan bahwa Model baru menyediakan lebih cocok dengan data, dan menjelaskan jumlah signifikan lebih besar dari varians dalam kembali niat dibandingkan dengan TRA dan TPB. konstruksi ditambahkan dalam model baru jauh berkontribusi untuk



meningkatkan pemahaman kita tentang proses yang rumit dari pengambilan keputusan pelanggan green Hotel.

Sebuah survei berbasis internet yang digunakan untuk mengumpulkan data. Kuesioner dikirim ke 4500 pelanggan umum di AS melalui sistem survei yang tersedia melalui perusahaan riset pasar on-line. Dalam petunjuk pembukaan survei, penjelasan rinci dari Hotel hijau diberikan bersama dengan daftar hotel hijau di setiap negara bersertifikat sesuai dengan yang diakui dan -respected / Organisasi regional nasional (mis, AS Green Building Council Kepemimpinan dalam Energi dan Lingkungan Desain (LEED) dan Seal hijau). Hotel di daftar diyakini aktif mengikuti pedoman hijau dan ide-ide. Selain itu, sebelum menyelesaikan kuesioner, dua pertanyaan skrining diberikan kepada peserta (yaitu (1) " Apakah Anda pernah tinggal di sebuah hotel hijau? "; (2) " Jika ya, kapan terbaru menginap di sebuah hotel hijau? "). Itu responden yang telah tinggal di sebuah hotel hijau dalam 6 terakhir bulan diminta untuk menyelesaikan kuesioner. Menurut Keaveney (1995), kerangka waktu (6 bulan) cukup baru-baru ini untuk memastikan bahwa pelanggan andal akan ingat pengalaman layanan mereka. Para peserta yang telah tinggal di sebuah hotel hijau tidak pada daftar juga bebas untuk mengisi kuesioner. Responden juga diminta untuk menunjukkan nama itu hotel hijau. Total dari 469 tanggapan yang diterima dari peserta survei, untuk tingkat tanggapan 10,42%. Sebuah survei berbasis internet dianggap sebagai berarti lebih cepat dan efektif respon.

**9. Mamdouh T. AL Ziadat melakukan penelitian yang berjudul “Applications of Planned Behavior Theory (TPB) in Jordanian Tourism” *International Journal of Marketing Studies*” Vol. 7, No. 3; 2015 ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203**

Penelitian ini menguji kecukupan dan penerapan Teori Planned Behavior (TPB) di pariwisata Jordan oleh memeriksa anteseden niat revisit / kunjungan perilaku aktual, dan efek mediasi niat revisit di hubungan antara kontrol dirasakan perilaku (PBC) dan aktual kunjungan perilaku (ACT). Penelitian ini menggunakan Data survei dari 403 wisatawan internasional yang berkunjung ke Jordan. Confirmatory Factor Analysis (CFA) dilakukan untuk menguji keandalan dan validitas pengukuran, dan persamaan struktural teknik pemodelan (Amos 20) digunakan untuk mengevaluasi model kasual. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan prediksi yang kuat dari Model TPB asli untuk menjelaskan perilaku wisatawan internasional 'di Yordania. Temuan menyoroti bahwa Hubungan antara sikap dan liburan norma subjektif yang signifikan dan positif terhadap niat revisit.

Penelitian ini memilih sampel acak sistematis di mana 403 responden diidentifikasi dari 20 hotel di wilayah tengah Jordan. Kerangka sampling untuk penelitian ini terdiri dari wisatawan internasional, yang tinggal di hotel selama kunjungan mereka ke Yordania pada periode dari tanggal 10 November 2013 dan sampai dengan 20 Desember 2013. Dari 403 kuesioner yang disebar, 55 yang tidak terkirim, dan 45 kuesioner

yang tidak lengkap (hilang tanggapan). Demikian, total 304 tanggapan yang dapat digunakan dan digunakan untuk analisis selanjutnya, memberikan tingkat respon dari 75%. Itu kuesioner dibagi menjadi empat bagian: (1) variabel demografis (12 item); (2) sikap wisata (6 item), norma subjektif (6 item) dan dirasakan kontrol perilaku (6 item), dan semua item yang diadaptasi dari Cannier et al. (2008); (3) meninjau kembali niat 5 item diadaptasi dari Al Muala et al. (2012); dan (4) Realisasi kunjungan Perilaku (5 item) yang diadaptasi Shih, 2004 dan Raman (2008).

**10. Abdul Raheem Jasim Mohammed, et al. melakukan penelitian yang berjudul “*The Causal Relationships between Destination Image, Tourist Satisfaction and Revisit Intention: A Case of the United Arab Emirates*” *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering Vol:8, No:10, 2014, ISSN : 3345-3352***

Penelitian ini secara empiris menyelidiki hubungan kausal antara tujuan wisata image, kepuasan wisatawan dan niat revisit menggunakan UEA sebagai kontekstual pengaturan studi. Sebuah gambaran yang sangat jelas muncul yang menyediakan negara tuan rumah dengan implikasi potensial untuk pariwisata praktisi industri, Departemen Pariwisata dan Perdagangan agen pemasaran dan perjalanan yang bertindak sebagai perantara antara calon wisatawan dan operator hotel.

Sebuah desain penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui studi cross sectional diaplikasikan dengan

selfreported dan dikelola sendiri kuesioner. Sebagai penelitian ini secara khusus melihat UEA, populasi dan unit analisis adalah wisatawan internasional perorangan yang diperiksa-in di hotel untuk setidaknya tiga hari di tiga besar kota yaitu Dubai, Abu Dhabi dan Fujairah. Contoh unit tersebar di 15 lima hotel internasional bintang yang terdiri dari enam hotel di Fujairah, empat hotel di Abu Dhabi dan lima hotel di Dubai. Hotel ini dipilih karena popularitas mereka di antara para wisatawan internasional di UEA dan kapasitas peneliti sebagai pameran internasional koordinator yang memiliki kontak pribadi dengan umum manajer dari hotel diidentifikasi.

Sebelum survei yang sebenarnya manajer umum lima belas Hotel awalnya dihubungi untuk mendapatkan izin untuk melakukan survei dan meminta dukungan administratif. Pengenalan dan surat persetujuan untuk melakukan penelitian dikirimkan ke manajer umum masing-masing. Sebagai drop-off dan mengumpulkan pendekatan diadopsi untuk administrasi, peneliti secara pribadi menyampaikan kuesioner untuk masing-masing hotel dan melakukan pertemuan dengan setiap manajer kantor depan Hotel. Pertemuan itu penting dalam menjelaskan rincian instruksi, prosedur dan bagaimana kuesioner itu harus dikelola oleh kantor depan mereka personil. Dengan maksud untuk mencapai respons maksimum dari wisatawan internasional, peneliti mengingatkan setia Hotel manajer kantor depan rentang waktu satu bulan periode pengumpulan data Berdasarkan laporan dari masing-masing manajer

kantor depan hotel, yan kuesioner diberikan oleh personel kantor depan mereka berdasarkan jangka waktu yang ditentukan diberikan oleh peneliti. Umpan balik dari orang-orang administrasi survei dikonfirmasi bahwa non - tingkat respon sangat minim dan dalam terang umpan balik positif dan tidak adanya masalah yang jelas dengan baik instrumen atau proses, tanggapan yang baik yang diperoleh. Sebanyak 413 kuesioner bisa digunakan dikumpulkan dari semua hotel masing-masing.

Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi kembali (Y) dan variabel bebas adalah citra destinasi, norma subjektif dan sikap (X1, X2, dan X3) sebagai variabel yang mempengaruhi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling. Proses validasi instrumen menggunakan factor analysis pada aplikasi Statistical Process for Social Sciences (SPSS). Peneliti menggunakan Statistical Process for Social Sciences (SPSS) sebagai teknik analisis data dengan sampel sebanyak 240 orang yang sudah pernah mengunjungi kota tua Jakarta. Secara rinci mengenai persamaan penelitian ini dengan hasil penelitian terdahulu dapat dilihat di lampiran.

## C. Kerangka Teoretik

### 1. Citra destinasi terhadap niat mengunjungi kembali

Thiumsak & Ruangkanjanases dalam penelitiannya mengatakan, bahwa :

*The overall destination image the generally measures the overall impression of tourists towards the destination in which it is fundamentally build up from the direct experience during the stay. It can in turn influence the tourists' intentions of whether or not to return to the destination. The positive image of the destination perceived can be expected to have positive impact on the tourist's decision to revisit the destination.*<sup>42</sup>

Yang artinya : gambar tujuan keseluruhan umumnya mengukur kesan keseluruhan wisatawan menuju tujuan di mana secara fundamental membangun dari pengalaman langsung selama tinggal. Ini pada gilirannya dapat mempengaruhi niat para wisatawan 'apakah iya atau tidak untuk kembali ke tujuan. Citra positif dari tujuan yang dirasakan dapat diharapkan untuk memiliki dampak positif pada keputusan turis untuk mengunjungi kembali tujuan

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Castro, *et al.*:

*Destination image positively influenced tourism behavioral intentions, especially the willingness to revisit (Castro, Armario, & Ruiz, Chi & Qu, Bigne, Sanchez, & Sanjez investigated the interrelationships among 'destination image', perceived quality, satisfaction, intention to return, and willingness to recommend to others in the context of*

---

<sup>42</sup> 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.

*resort visitors. They found that 'destination image' had a direct effect on the intention to return and a willingness to recommend to others.*<sup>43</sup>

Yang artinya adalah : 'Citra Destinasi' pariwisata dipengaruhi positif niat perilaku, terutama kesediaan untuk meninjau kembali (Castro, et al) menyelidiki hubungan timbal balik antara 'image tujuan', persepsi kualitas, kepuasan, niat untuk kembali, dan kemauan untuk merekomendasikan kepada orang lain dalam konteks pengunjung resort. Mereka menemukan bahwa citra destinasi' memiliki efek langsung pada niat untuk kembali dan kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Chon & Chi juga menambahkan bahwa atribut citra destinasi mempengaruhi hasil dari persepsi subjektif wisatawan yang berpengaruh terhadap pemilihan destinasi pariwisata oleh wisatawan tersebut mempengaruhi proses pemilihan destinasi wisatawan dimasa yang akan datang sebagai konsekuensi evaluasi yang telah dilakukannya.<sup>44</sup>

Dalam penelitiannya Bigné et al. juga mengatakan hal serupa, yaitu :

*Destination image is also a direct antecedent of perceived quality, tourist satisfaction, place attachment, and revisit intentions. The result is consistent with Bigné et al. (2001). In addition, destination image was also found to have an indirect effect on revisit intentions as mediated by perceived quality and tourist satisfaction respectively. This finding is consistent with Bigné et al.*<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Lertputtarak, Sarunya. *Loc. cit*

<sup>44</sup> I Gusti Bagus, *loc. cit*

<sup>45</sup> Kuo, HL, TC Huan, W Thongma, B Guntoro, CF Tsai, and KY Chen. "The Relationships among Tourism Image, Perceived Quality, Place Attachment, Tourist Satisfaction, and Revisit Intentions-a Case of International Tourists in Thailand Tourism Night Market." *World Research Summit for Tourism and Hospitality* (2011). P.1218

Yang artinya : Destinasi image juga merupakan anteseden langsung persepsi kualitas, kepuasan wisata, tempat lampiran, dan kembali niat. Itu Hasil ini konsisten dengan Bigné et al. Selain itu, gambar tujuan juga ditemukan memiliki efek tidak langsung pada niat revisit sebagai dimediasi oleh persepsi kualitas dan kepuasan wisata masing-masing. Temuan ini konsisten dengan Bigné et al.

## **2. Norma subjektif terhadap niat mengunjungi kembali**

Han dan Kim dalam penelitiannya mengatakan bahwa :

*Subjective norm is also positively and significantly associated with the intention to revisit green hotels noted Han and Kim, who also suggested that subjective norm has the greatest direct effect on intention to revisit compared with attitude and perceived behavioural control, has a positive impact on intention to pay conventional hotel prices and visit intention..<sup>46</sup>*

Yang artinya : norma subyektif juga positif dan signifikan terkait dengan maksud untuk meninjau kembali hotel hijau mencatat Han dan Kim, yang juga menyarankan bahwa norma subjektif memiliki efek langsung terbesar pada niat untuk kembali dibandingkan dengan sikap dan dirasakan kontrol perilaku, memiliki dampak positif pada niat untuk membayar harga konvensional hotel dan kunjungan niat.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan beberapa studi empiris lainnya yang berisi :

---

<sup>46</sup> Han, Heesup and Yunhi Kim. "An Investigation of Green Hotel Customers' Decision Formation: Developing an Extended Model of the Theory of Planned Behavior." *International Journal of Hospitality Management* 29, no. 4 (2010): 659-68.



*Many empirical studies found that subjective norm affects attitude significantly and directly (e.g. Titah and Barki). Meanwhile, there is no significant effect of subjective norm on behavior intention which is not consistent with TPB. This is probably because part of subjective norm's influence is delivered by attitude as a mediating variable. There is a highlighted relation between subjective norm and revisit intention (Al Muala). On the basis of the literature, we can make the conclusion that subjective norm has significant effect on both attitude and revisit intention whether the effect is direct or indirect.*<sup>47</sup>

Yang artinya : Banyak studi empiris menemukan bahwa norma subjektif mempengaruhi sikap secara signifikan dan langsung (mis Titah dan Barki). Sementara itu, tidak ada pengaruh yang signifikan dari norma subjektif dari niat perilaku yang tidak konsisten dengan TPB. Hal ini mungkin karena bagian dari pengaruh subjektif norma adalah disampaikan oleh sikap sebagai variabel mediasi. Ada sebuah disorot hubungan antara norma dan revisit subjektif niat (Al Muala). Atas dasar literatur, kami dapat membuat kesimpulan bahwa norma subjektif memiliki signifikan efek pada kedua sikap dan kembali niat apakah efeknya langsung atau tidak langsung.

Selanjutnya berdasarkan Teori Planned Behavior (TPB) (Ajzen), yang merupakan perpanjangan dari Theory of Reasoned Action (Ajzen dan Fishbein), ajzen mengatakan bahwa :

*subjective norm is one of ingredients of the model that predicts consumer behavior. According to TPB, behavioral intentions are partly (not fully) determined by a weighted combination of attitude and subjective norm. Since behavioral intentions changed over time, TPB postulated that intentions at any point in time are determined by three important factors: (1) attitude toward the behavior, (2)*

---

<sup>47</sup> Li, Huamin. *Loc. cit*

*subjective norm governing the behavior, (3) time and chance which is perceived behavioral control. Fishbein and Ajzen suggested that the relative importance of these factors may depend on demographics variables and personality variables.*<sup>48</sup>

Artinya norma subjektif merupakan salah satu bahan dari model yang memprediksi perilaku konsumen. Menurut TPB, niat perilaku yang sebagian (tidak sepenuhnya) ditentukan oleh kombinasi tertimbang sikap dan norma subjektif. Sejak niat perilaku berubah dari waktu ke waktu, TPB mendalilkan bahwa niat pada setiap titik waktu ditentukan oleh tiga faktor penting: (1) sikap terhadap perilaku, (2) norma subjektif yang mengatur perilaku, (3) waktu dan kesempatan yang dirasakan kontrol perilaku. Fishbein dan Ajzen mengemukakan bahwa kepentingan relatif dari faktor-faktor ini mungkin tergantung pada variabel demografi dan variabel kepribadian.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Meyer & Allen yaitu “*Subjective norm is a perceptive behavior which means pressures from society, culture, family and reference groups can influence individuals to comply a behavior*”<sup>49</sup> yang artinya norma subyektif adalah perilaku tanggap yang berarti tekanan dari masyarakat, budaya, keluarga dan kelompok referensi dapat mempengaruhi individu untuk mematuhi perilaku. Dari dua definisi dari Ajzen dan Meyer & Allen dapat disimpulkan bahwa norma subjektif dapat mempengaruhi perilaku dan

---

<sup>48</sup> Ajzen, Icek. *Loc. cit*

tindakan orang dimasa yang akan datang, salah satunya adalah dapat mempengaruhi niat mengunjungi kembali suatu tempat atau destinasi wisata.

### 3. Sikap terhadap niat mengunjungi kembali

Ajzen Berdasarkan teori perilaku terencana mengatakan hubungan antara sikap dan niat mengunjungi kembali adalah sebagai berikut, *Defined attitude as "the degree to which a person has a favorable or unfavorable evaluation or appraisal of the behavior in question". In this paper, the author argued that customers' positive attitude<sup>50</sup> yang artinya didefinisikan sikap sebagai "sejauh mana seseorang memiliki evaluasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan atau penilaian dari perilaku yang bersangkutan ". Dalam tulisan ini, penulis berpendapat bahwa, jika pengunjung memiliki penilaian yang baik dan menguntungkan terhadap suatu hal, maka hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku tersebut yaitu untuk mengunjungi kembali tempat tertentu seperti kota tua Jakarta.*

Pernyataan tersebut diperkuat dengan temuan dari Ekinci bahwa *Found that consumers' overall attitudes positively affect intention to return to a restaurant or hotel. In terms of green hotels, the important of attitude as a determinant of behavioural intention is well recognized.<sup>51</sup>* Yang artinya sikap keseluruhan konsumen positif mempengaruhi niat

---

<sup>50</sup> Ajzen, Icek. *Attitude, Personality and Behaviour* 2ed. New York: Open University Press, 2005.

<sup>51</sup> 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.

untuk kembali ke restoran atau hotel. Dengan kondisi Hotel hijau, pentingnya sikap sebagai penentu niat perilaku diakui baik.

Didukung oleh pernyataan dari Han et al. yaitu “*Supported that attitude positively affects customers intention to visit a green hotel. In addition, individuals’ attitude toward revisiting a destination also significantly affects revisit intention*”<sup>52</sup> yang artinya didukung bahwa sikap positif mempengaruhi pelanggan 'niat untuk mengunjungi hotel hijau. Selain itu, sikap individu terhadap meninjau kembali tujuan juga secara signifikan mempengaruhi niat revisit.

Lebih lanjut, Zhou and Peng dalam penelitiannya mengatakan, bahwa :

*Zhou and Peng studied consumers’ purchasing willingness in the area of food safety, and the result demonstrates that the consumers’ attitude of food safety affects their acceptance and furthermore their purchasing willingness. Therefore, despite the impact on travel intentions being unclear, according to various researchers, we can know that attitude is a distinguishable variable affecting travel intentions.*<sup>53</sup>

Artinya Zhou dan Peng mempelajari konsumen membeli kemauan di bidang keamanan pangan, dan hasilnya menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap keamanan pangan mempengaruhi penerimaan mereka dan selanjutnya kesediaan pembelian mereka. Oleh karena itu, meskipun berdampak pada niat perjalanan menjadi tidak jelas, menurut berbagai

---

<sup>52</sup> Han, Heesup and Yunhi Kim. *Loc. cit*

<sup>53</sup> Li, Huamin. *Loc. cit*

peneliti, kita bisa tahu sikap itu adalah variabel yang dapat mempengaruhi niat wisata.

Dalam penelitian ini dapat dibuat sebuah kerangka pemikiran yang dapat menjadi landasan dalam penelitian yang pada akhirnya dapat diketahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat mengunjungi kembali. Berikut merupakan Tabel yang merupakan kumpulan referensi jurnal dalam penelitian yang masing-masing variabel bebas (X1, X2, dan X3) menunjukkan hubungan positif dengan Variabel terikat (Y).

#### **D. Perumusan Hipotesis**

Berdasarkan kerangka teoretik diatas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Citra destinasi akan berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta.

H2 : Norma subjektif akan berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta.

H3 : Sikap akan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat

mengunjungi kembali kota tua Jakarta.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh citra destinasi terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta.
2. Untuk menguji pengaruh norma subjektif terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta.
3. Untuk menguji pengaruh sikap terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta.

#### **B. Tempat dan Waktu penelitian**

Penelitian ini meneliti citra destinasi, norma subyektif, dan sikap dalam mempengaruhi niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah orang yang sudah pernah mengunjungi kota tua Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Juli 2017.

#### **C. Metode Penelitian**

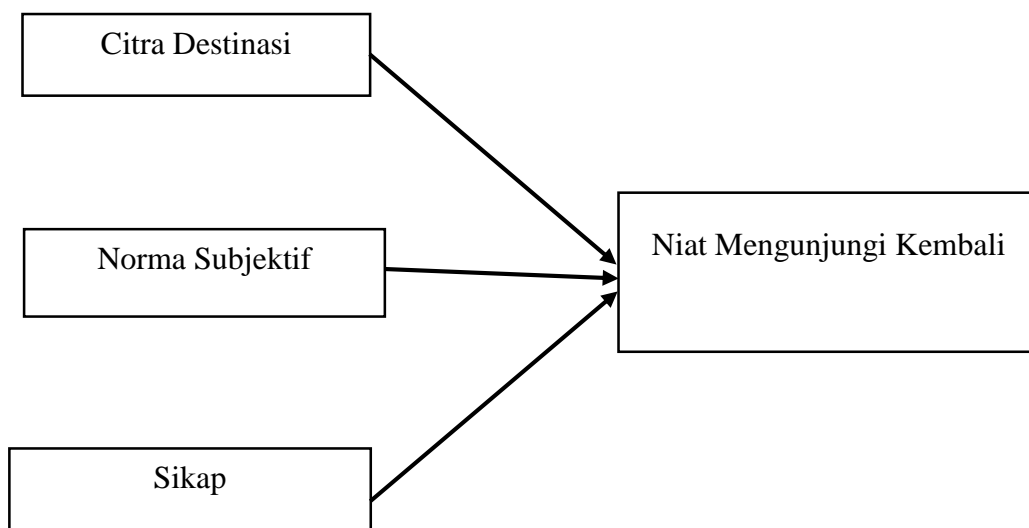
##### **1. Metode**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi.

Pendekatan ini berangkat dari data. Ibarat bahan baku dalam suatu pabrik, data ini diproses dan disajikan menjadi informasi yang berharga bagi pengambilan keputusan. Pemrosesan dan manipulasi data mentah menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang merupakan jantung dari analisis kuantitatif. Komputer telah menjadi alat bantu utama dalam penggunaan analisis kuantitatif.<sup>54</sup>

## 2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat variabel  $X_1$  (Citra Destinasi),  $X_2$  (Norma Subjektif),  $X_3$  (Sikap) terhadap variabel  $Y$  (Niat Mengunjungi Kembali) secara parsial. Adapun konstelasi hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan variabel  $Y$  dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

---

<sup>54</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*, (Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan, 2011). p.3

## **D. Populasi dan Sampling**

### **1. Populasi**

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu.<sup>55</sup>

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih.<sup>56</sup> Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah convenience sampling, cara pemilihan sampel berdasarkan kemudahan.<sup>57</sup> Misalnya dalam penelitian ini meneliti tentang niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta dengan menanyakan atau menyebarkan kuisioner kepada siapa saja yang sedang berkunjung ke kawasan kota tua Jakarta.

Sampel yang dikehendaki peneliti dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 240 sampel.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer. Menurut Wiratna Surjaweni, “Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok

---

<sup>55</sup> Anwar sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta : Karya Salemba Empat, 2011). p. 87

<sup>56</sup> *Ibid*

<sup>57</sup> Anwar sanus, *Op. cit* p.95



fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber”<sup>58</sup>. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi.

Data primer peneliti dapatkan dari pengisian kuisisioner atau angket oleh responden. Menurut Wiratna Sujarweni, “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab<sup>59</sup>. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur, yaitu seputar pengaruh variabel citra destinasi, norma subjektif, dan sikap terhadap niat mengunjungi kembali kawasan kota tua Jakarta.

Pengkuantitatifan data dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, Skala Likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variable yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan. Skala likert lazim menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga). Skala likert paling banyak dipakai sehingga lebih populer dibandingkan skala lainnya.<sup>60</sup>

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuesioner Tabel sebagai berikut :

---

<sup>58</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op. Cit.*, p. 74

<sup>59</sup> *Ibid*, p. 75

<sup>60</sup> Anwar sanusi, *op.cit* p.61-62

Tabel II. 1 - Skala Likert

Pilihan Jawaban		Bobot Skor
Sangat setuju	SS	1
Setuju	S	2
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	4
Sangat Tidak Setuju	STS	5

Sumber : Anwar Sanusi

Penelitian ini meneliti empat variabel yaitu citra destinasi (variabel  $X_1$ ), norma subjektif (variabel  $X_2$ ) sikap (variabel  $X_3$ ) dan niat mengunjungi kembali (variabel  $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Niat Berkunjung Kembali

#### a. Definisi konseptual

Niat mengunjungi kembali adalah sebuah niat berencana untuk melakukan perilaku tertentu yaitu kunjungan ulang yang dianggap sebagai perpanjangan dari kepuasan atau ungkapan kesetiaan, yang akan berdampak pada berkembangnya tujuan wisata tersebut.

#### b. Definisi operasional

Niat mengunjungi kembali atau *revisit intention* dapat diukur dengan dua indikator, yang mana indikator pertama adalah *Intention To Recommend* yaitu niat untuk merekomendasikan tempat wisata tersebut, dan indikator kedua adalah *Intention To Revisit* yaitu niat untuk mengunjungi kembali tempat tersebut.

c. Kisi-kisi instrumen

Kisi-kisi instrumen niat mengunjungi kembali yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel niat mengunjungi kembali. Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian. Responden dapat memilih salah satu dari lima alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Tabel III. 2 - Kisi-Kisi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Intention To Recommend</i>	1			3		2	
	3	2		5	2	4	1
	5	4	1	6	4	5	3
	6						
<i>Intention To Revisit</i>	7			10		7	
	9			11		8	
	10			12		9	
	11			13		10	
	12			14		11	
	13			16		13	
	14	8		18		14	
	15		7	19	8	15	6
	16		9	20	15	16	12
	17		17	21	23	17	19
	18	23		22		18	
	19			24		20	
	20			25		21	
	21			26		22	
22							
23							
24							
25							
26							

d. Validasi instrumen

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 kembali kota tua Jakarta sebagaimana telah tercantum pada tabel. Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden yang pernah

mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. *Factor analysis* dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Menurut Nasution dan Usman “Faktor analisis merupakan sebuah teknik *multivariate* yang dapat menunjukkan dimensi dari konsep yang merupakan definisi operasional dan mengindikasikan variabel mana yang lebih tepat untuk setiap dimensi”<sup>61</sup>.

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. Menurut Hair *et al* :

*Factor Loading are the correlation of each variable and the factor. Loadings indicate the degree of correspondence between the variable and the factor, with higher loadings making the variable representative of the factor. Factor loadings are the means of interpreting the role each variable plays in defining each factor.*<sup>62</sup>

Artinya Faktor Loading adalah korelasi masing-masing variabel dan faktor. Loadings menunjukkan tingkat korespondensi antara variabel dan faktor, dengan loadings yang lebih tinggi membuat wakil variabel faktor. faktor loadings adalah cara menafsirkan peran masing-masing dalam mendefinisikan setiap faktor variable.

Menurut Bahri dan Zam-zam bahwa banyak pendapat peneliti tentang koefisien reabilitas instrumen, Menurut John “Koefisien Reabilitas cukup rendah hanya tanda  $>0,40$ , sedangkan Sebastian memberikan rekomendasi lebih tinggi Alpha  $>0,70$  *sufficient reability* dan Alpha  $>0,80$

---

<sup>61</sup> Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 2007) , p. 115.

<sup>62</sup> Joseph F. Hair Jr, *et al.*, *Op Cit*, p. 110.

reabilitas sangat kuat dan begitu Hair *et al*  $>0,50$  sementara Perry memberikan batasan indeks reliabilitas adalah  $>0,70$  reliabilitas tinggi. Peneliti pemula dapat saja merefrensi salah satu pendapat di atas, penulis menyarankan indeks validitas yang digunakan adalah  $>0,60$  karena moderat<sup>63</sup>

Berdasarkan hasil uji coba terhadap 50 responden, dari 26 pernyataan variabel niat mengunjungi kembali harus mengeliminasi 4 pernyataan, karena ada *cross-factor* dan *factor loading*  $<0,04$ .

## 2. Citra Destinasi

### a. Definisi konseptual

Citra destinasi adalah persepsi pengunjung tentang tujuan yang dapat menjadi sistem interaktif pendapat pikiran, perasaan, dan gambaran yang menerangkan kualitas atau kesan gabungan yang tertanam pada benak seseorang yang dapat tercermin dalam ingatan pelanggan dan dapat mempengaruhi wisatawan dalam pemilihan destinasi.

### b. Definisi operasional

Citra destinasi terbentuk oleh tiga dimensi yang berbeda, namun saling terkait. Dimensi pertama adalah kognitif dengan indikator kultur, infrastruktur, sarana & prasarana. Dimensi kedua afektif dengan indikator lingkungan dan suasana di destinasi wisata. Dimensi ketiga adalah konatif

---

<sup>63</sup> Syamsul Bahri dan Fahkry Zamzam, *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS*, (Yogyakarta: Daepublish, 2014), p. 58.

dengan indikator kesempatan bagi wisatawan untuk bersenang-senang dan berekreasi.

c. Kisi-kisi instrumen

Kisi-kisi instrumen citra destinasi yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel citra destinasi. Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian. Responden dapat memilih salah satu dari lima alternatif yang telah disediakan seperti pada tabel mengenai skala likert, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Tabel III. 3 - Kisi-Kisi Instrumen Citra Destinasi

Dimensi	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	Butir Valid		Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kognitif	1			2		1	
	2			11		2	
	11			13		4	
	13			15		6	
	15			16		7	3
	16	12		17	12	8	5
	17	14	1	21	14	9	11
	18	20		22	20	10	
	21			23		12	
	22			24		13	
	23			25		14	
	24					15	
	25						
Afektif	3		3	9	4	17	16
	7	4	7	10	19	18	19
	9	19					
	10						
Konatif	5			5		20	
	6	8		6	8	21	22

#### d. Validasi instrument

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 instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta



sebelumnya. *Factor analysis* dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences (SPSS)*.

Menurut Nasution dan Usman “Faktor analisis merupakan sebuah teknik *multivariate* yang dapat menunjukkan dimensi dari konsep yang merupakan definisi operasional dan mengindikasikan variabel mana yang lebih tepat untuk setiap dimensi”<sup>64</sup>.

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. Menurut Hair *et al* :

*Factor Loading are the correlation of each variable and the factor. Loadings indicate the degree of correspondence between the variable and the factor, with higher loadings making the variable representative of the factor. Factor loadings are the means of interpreting the role each variable plays in defining each factor.*<sup>65</sup>

Artinya Faktor Loading adalah korelasi masing-masing variabel dan faktor. Loadings menunjukkan tingkat korespondensi antara variabel dan faktor, dengan loadings yang lebih tinggi membuat wakil variabel faktor. faktor loadings adalah cara menafsirkan peran masing-masing dalam mendefinisikan setiap faktor variable.

Menurut Bahri dan Zam-zam bahwa banyak pendapat peneliti tentang koefisien reabilitas instrumen, Menurut John “Koefisien Reabilitas cukup rendah hanya tanda  $>0,40$ , sedangkan Sebastian memberikan rekomendasi lebih tinggi Alpha  $>0,70$  *sufficient reability* dan Alpha  $>0,80$

---

<sup>64</sup> Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman. *Loc. cit*

<sup>65</sup> Joseph F. Hair Jr, *et al. Loc. cit*

reabilitas sangat kuat dan begitu Hair *et al* >0,50 sementara Perry memberikan batasan indeks reliabilitas adalah >0,70 reliabilitas tinggi. Peneliti pemula dapat saja merefrensi salah satu pendapat di atas, penulis menyarankan indeks validitas yang digunakan adalah >0,60 karena moderat<sup>66</sup>.

Berdasarkan hasil uji coba terhadap 50 responden, dari 25 pernyataan variabel citra destinasi harus mengeliminasi 2 pernyataan, karena ada *cross-factor* dan *factor loading* <0,04

### 3. Norma Subjektif

#### a. Definisi konseptual

Norma subyektif adalah tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku dari orang yang kita percaya atau orang lain berpikir kita harus melakukan dan mematuhi apa yang mereka harapkan.

#### b. Definisi operasional

Norma subyektif memiliki dua indikator, yang mana indikator pertama adalah *normative beliefs* yaitu pengambilan keputusan berdasarkan orang-orang yg berpengaruh seperti keluarga dan kerabat. Indikator kedua adalah *motivation to comply* yaitu dukungan dari keluarga dan kerabat.

---

<sup>66</sup> Syamsul Bahri dan Fakhry Zamzam, *Loc. cit*

c. Kisi-kisi instrumen

Kisi-kisi instrumen norma subyektif yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel norma subyektif. Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian. Responden dapat memilih salah satu dari lima 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 Norma Subyektif

Indikator	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	Butir Valid		Butir Final		
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
<i>normative beliefs</i>	1			3		2		
	3			5		4		
	5	2		7	2	6	1	
	7	4		9	4	8	3	
	9	6	1	10	6	9	5	
	10	8		11	8	10	7	
	11	15		12	15	11	14	
	12			13		12		
	13			14		13		
	14							
	<i>motivation to comply</i>	17			17		16	
		19	16		19	16	18	15
		21	18		21	18	20	17
		22	20		22	20	21	19
24		23		24	23	23	22	
25				25		24		

d. Validasi instrumen

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel norma subjektif telah tercantum pada tabel. Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. *Factor analysis* dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Menurut Nasution dan Usman “Faktor analisis merupakan sebuah teknik *multivariate* yang dapat menunjukkan dimensi dari konsep yang merupakan definisi operasional dan mengindikasikan variabel mana yang lebih tepat untuk setiap dimensi”<sup>67</sup>.

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. Menurut Hair *et al* :

*Factor Loading are the correlation of each variable and the factor. Loadings indicate the degree of correspondence between the variable and the factor, with higher loadings making the variable representative of the factor. Factor loadings are the means of interpreting the role each variable plays in defining each facto.*<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman, *Loc. cit*

<sup>68</sup> Joseph F. Hair Jr, *et al.*, *Loc. cit*

Artinya Faktor Loading adalah korelasi masing-masing variabel dan faktor. Loadings menunjukkan tingkat korespondensi antara variabel dan faktor, dengan loadings yang lebih tinggi membuat wakil variabel faktor. faktor loadings adalah cara menafsirkan peran masing-masing dalam mendefinisikan setiap faktor variable.

Menurut Bahri dan Zam-zam bahwa banyak pendapat peneliti tentang koefisien reabilitas instrumen, Menurut John “Koefisien Reabilitas cukup rendah hanya tanda  $>0,40$ , sedangkan Sebastian memberikan rekomendasi lebih tinggi Alpha  $>0,70$  *sufficient reability* dan Alpha  $>0,80$  reabilitas sangat kuat dan begitu Hair *et al*  $>0,50$  sementara Perry memberikan batasan indeks reliabilitas adalah  $>0,70$  reliabilitas tinggi. Peneliti pemula dapat saja merefrensi salah satu pendapat di atas, penulis menyarankan indeks validitas yang digunakan adalah  $>0,60$  karena moderat<sup>69</sup>.

Berdasarkan hasil uji coba terhadap 50 responden, dari 25 pernyataan variabel norma subyektif harus mengeliminasi 1 pernyataan, karena ada *cross-factor* dan *factor loading*  $<0,04$ .

#### **4. Sikap**

##### **a. Definisi konseptual**

Sikap adalah suatu keadaan yang menyebabkan timbulnya pengaruh atau cara kita berpikir dan berperilaku atas reaksi seseorang

---

<sup>69</sup> Syamsul Bahri dan Fakhry Zamzam, *Loc. cit*

terhadap orang-orang dan evaluasi individu terhadap hal yang positif atau negatif dari suatu tingkah laku yang menimbulkan kecenderungan seseorang untuk merespon positif atau negative seseorang atau objek.

b. Definisi operasional

Sikap memiliki dua dimensi, dimensi pertama adalah komponen kognitif dengan indikator keyakinan dan pendapat terhadap destinasi wisata, dimensi kedua adalah komponen afektif dengan indikator emosi seseorang seperti perasaan suka atau tidak suka.

c. Kisi-kisi instrumen

Kisi-kisi instrumen sikap yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen uji coba dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel sikap. Untuk mengisi setiap butir indikator pernyataan dalam instrumen penelitian. Responden dapat memilih salah satu dari lima pilihan yang telah disediakan seperti pada table skala likert yang telah dijelaskan sebelumnya, sesuai dengan tingkat jawaban yang paling sesuai dengan diri responden.

Tabel III. 5 - Kisi-Kisi Instrumen Sikap

Indikator	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	Butir Valid		Butir Final		
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
Pendapat seseorang	1			1		1		
	2			2		2		
	3	4		3		3	4	
	5	8		5	4	5	8	
	6	10		6	8	6	10	
	7			7	10	7		
	9			9		9		
	11			11		11		
	Emosi seseorang	12			13		12	
		13			14		13	
		14	15		16		15	14
16		19	12	17	15	16	18	
17		21	21	18	19	17	22	
18		23		20	23	19		
20				22		20		
22				24		21		
24				25		22		
25						23		

d. Validasi instrumen

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 instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba

kepada 50 responden yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. *Factor analysis* dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Menurut Nasution dan Usman “Faktor analisis merupakan sebuah teknik *multivariate* yang dapat menunjukkan dimensi dari konsep yang merupakan definisi operasional dan mengindikasikan variabel mana yang lebih tepat untuk setiap dimensi”<sup>70</sup>.

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. Menurut Hair *et al* :

*Factor Loading are the correlation of each variable and the factor. Loadings indicate the degree of correspondence between the variable and the factor, with higher loadings making the variable representative of the factor. Factor loadings are the means of interpreting the role each variable plays in defining each factor.*<sup>71</sup>

Artinya Faktor Loading adalah korelasi masing-masing variabel dan faktor. Loadings menunjukkan tingkat korespondensi antara variabel dan faktor, dengan loadings yang lebih tinggi membuat wakil variabel faktor. faktor loadings adalah cara menafsirkan peran masing-masing dalam mendefinisikan setiap faktor variable.

Menurut Bahri dan Zam-zam bahwa banyak pendapat peneliti tentang koefisien reabilitas instrumen, Menurut John “Koefisien Reabilitas cukup rendah hanya tanda  $>0,40$ , sedangkan Sebastian memberikan

---

<sup>70</sup> Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman, *Loc. Cit*

<sup>71</sup> Joseph F. Hair Jr, *et al.*, *Loc. Cit*



rekomendasi lebih tinggi Alpha  $>0,70$  *sufficient reability* dan Alpha  $>0,80$  reabilitas sangat kuat dan begitu Hair *et al*  $>0,50$  sementara Perry memberikan batasan indeks reliabilitas adalah  $>0,70$  reliabilitas tinggi. Peneliti pemula dapat saja merefrensi salah satu pendapat di atas, penulis menyarankan indeks validitas yang digunakan adalah  $>0,60$  karena moderat<sup>72</sup>.

Berdasarkan hasil uji coba terhadap 50 responden, dari 25 pernyataan variabel sikap harus mengeliminasi 2 pernyataan, karena ada *cross-factor* dan *factor loading*  $<0,04$ .

## **F. Teknik Analisis Data**

Pengolahan dilakukan secara komputerisasi dengan menggunakan software pengolahan data statistic, yaitu statistical product service solution (SPSS) versi 16. Kelebihan dari software ini adalah mampu mengolah data dalam jumlah besar, dan mampu memvisualisasikan hasil analisis data secara akurat dan menarik. Metode pengolahan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk atau gambaran yang mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Dalam Analisis deskriptif, nilai ini bisa diwakili oleh *mean* (rata-rata), median, modus, tabel frekuensi, atau persentase. Sesuai dengan namanya, dalam analisis

---

<sup>72</sup> Syamsul Bahri dan Fakhry Zamzam, *Loc. cit*

deskripsi ini digunakan tabel dalam format kolom dan baris yang menggambarkan jumlah respons untuk tiap kategori dari suatu variabel.<sup>73</sup>

## 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)<sup>74</sup>.

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

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

---

<sup>73</sup> Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), p. 96

<sup>74</sup> Imam Ghozali. *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2009). p. 113

Uji normalitas dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\chi^2 = \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

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**<sup>75</sup>.

#### 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* tertentu<sup>76</sup>.

Rumus persamaan uji linieritas adalah sebagai berikut:

$$\frac{RK_{reg}}{FR_{reg}} \text{ ——— } 100$$

$$RK_{reg}$$

Langkah pengujian uji linieritas dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Input data kedalam lembar kerja SPSS
- 2) Klik menu *Analyze* → *Compare Means* → *Means*

<sup>75</sup> Victorianus Aries Siswanto. *Belajar Sendiri SPSS 22*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2015). P. 87

<sup>76</sup> Syamsul Bahri, and Fakhry Zamzam. *op., cit.* p. 29

- 3) Masukkan variabel Y pada kolom *Dependent List* dan variabel X pada kolom *Independent List*
- 4) Klik *Option* lalu *checkboxlist* pada kolom *Test of Linearity*
- 5) Klik *Continue* lalu klik *Ok*<sup>77</sup>.

Kriteria 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 linier<sup>78</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. 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 multikolinearitas<sup>79</sup>.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas<sup>80</sup>.

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

---

<sup>77</sup> Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), pp. 62-65.

<sup>78</sup> Syamsul Bahri, and Fahkry Zamzam. *loc. cit.*

<sup>79</sup> Bambang Suharjo, *Statistika Terapan disertai contoh Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), p. 120

<sup>80</sup> Imam Ghozali. *op., cit.* p. 25

bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. 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.

Rumus Multikolonieritas adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} VIF &= 1/Tolerance \\ VIF &= 1/1 - R_i^2 \end{aligned}$$

Keterangan :

$R_i^2$  : Koefisien Determinasi dari regresi variabel bebas ke-i

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*<sup>81</sup>.

---

<sup>81</sup> Victorianus Aries Siswanto. *op. cit.*, p. 94

b. 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.

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 stidentized<sup>82</sup>.

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 *Save*
- 5) Pada *Residual*: aktifkan *Unstandardized*.
- 6) Klik *Continue*
- 7) Klik *Plots*: masukkan *SRESID* pada kolom Y dan *ZPRED* pada kolom X

---

<sup>82</sup> Duwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p. 73

8) Abaikan pilihan lain, klik **Ok**<sup>83</sup>.

Dasar analisis:

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

#### 4. 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*”<sup>84</sup>.

Persamaan regresi pada linier sederhana adalah sebagai berikut:

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

Y= variabel *dependent*

X= variabel *independent*

a= titik potong (*intercept*)

b= koefisien regresi (*slope*)

---

<sup>83</sup> Victorianus Aries Siswanto. *op. cit.*, p. 89

<sup>84</sup> Singgih Santoso, *Panduan Langkah Menguasai SPSS 16*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), p. 273

Persamaan regresi dapat disusun menggunakan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}^{85}$$

$$a = \frac{(\sum Y)}{n} - \frac{b(\sum X)}{n}^{86}$$

Dimana:

Y = nilai variabel Y

a = intersep, yaitu titik potong garis dengan sumbu Y

b = slope atau kemiringan garis, yaitu perubahan rata-rata untuk setiap unit perubahan pada variabel X

X = nilai variabel X

n = jumlah sampel

Kriteria pengujian 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 dijabarkan sebagai berikut:

- a. Klik *Analyze* → *Regression* → *Linier*

---

<sup>85</sup> Suharyadi, Purwanto. *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2004), p. 172

<sup>86</sup> *Ibid.*



- 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*<sup>87</sup>

#### 5. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t)

Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji-t) Menurut Santoso, “Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel dependen”<sup>88</sup>. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji t) dengan menggunakan SPSS Versi 16.

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan Citra Destinasi ( $X_1$ ) terhadap niat mengunjungi kembali Kota Tua Jakarta (Y), pengaruh Norma Subyektif ( $X_2$ ) terhadap niat mengunjungi kembali Kota Tua Jakarta (Y), dan pengaruh Sikap ( $X_3$ ) terhadap niat mengunjungi kembali Kota Tua Jakarta (Y).

Selanjutnya Santoso menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$   $H_0$  diterima
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$   $H_0$  ditolak<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> *Ibid.*, pp. 275-278

<sup>88</sup> *Ibid.*, p. 379

<sup>89</sup> *Ibid*

$T_{hitung}$  dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}^{90}$$

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}^{91}$$

Keterangan:

Keterangan:

t: nilai t-hitung

r: nilai koefisien korelasi

$\sum X$ : jumlah pengamatan variabel X

$\sum Y$ : jumlah pengamatan variabel Y

$\sum XY$ : jumlah hasil perkalian variabel X dan Y

$(\sum X^2)$ : jumlah kuadrat variabel X

$(\sum X)^2$ : jumlah kuadrat dari jumlah pengamatan X

$(\sum Y^2)$ : jumlah kuadrat variabel Y

$(\sum Y)^2$ : jumlah kuadrat dari jumlah pengamatan Y

n: jumlah responden

## 6. 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

<sup>90</sup> Suharyadi, Purwanto. *op. cit.*, p. 156

<sup>91</sup> *Ibid.*, p. 164

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 terikat<sup>92</sup>.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$kd = (r)^2 \times 100\%^{17}$$

---

<sup>92</sup> *Ibid.*

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Deskripsi Data Responden

Peneliti mendeskripsikan karakteristik data dari 240 wisatawan yang sudah pernah mengunjungi kota tua jakarta. Berikut adalah karakteristik yang akan dideskripsikan:

##### a. Domisili

Tabel IV. 6 - Deskripsi Data Domisili

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid jakarta	157	65.4	65.4	65.4
bogor	12	5.0	5.0	70.4
depok	13	5.4	5.4	75.8
tangerang	13	5.4	5.4	81.2
bekasi	38	15.8	15.8	97.1
luar jabodetabek	7	2.9	2.9	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan domisili, jumlah responden yang berdomisili di Jakarta sebanyak 157 orang, responden berdomisili di Bogor sebanyak 12 orang, responden berdomisili di Depok sebanyak 13 orang, responden berdomisili di Tangerang sebanyak 13 orang, responden berdomisili di

Bekasi sebanyak 38 orang, responden yan berasal dari luar jaodetabek 7 orang da nada satu orang yang tidak mengisi tempat domisilinya.

b. Jenis kelamin dan usia

Tabel IV. 7 - Deskripsi Data Usia

	DEMO3			Total
	<18	18-23	24-29	
DEMO2 laki-laki	1	44	3	48
perempuan	12	174	6	192
Total	13	218	9	240

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan jenis kelamin dengan usia, jumlah responden dengan rentang usia <18 sebanyak 1 laki-laki dan 12 perempuan dengan jumlah 13 orang, 18-23 tahun sebanyak 44 laki-laki dan 174 perempuan dengan jumlah 218 responden, responden dengan rentang usia 24-29 tahun sebanyak 3 laki-laki dan 6 perempuan dengan jumlah 9.

c. jenis kelamin dan tingkat pendidikan

Tabel IV. 8 - Deskripsi Data Tingkat Pendidikan

	DEMO4					Total
	<SLTA	SLTA	diploma	S1	SA/S3	
DEMO2 laki-laki	1	37	0	9	1	48
perempuan	3	156	9	23	1	192
Total	4	193	9	32	2	240

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

Berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan, responden dengan pendidikan terakhir pada tingkat kurang dari SMA/ sederajat sebanyak 1 laki-laki dan 3 perempuan dengan jumlah 4 orang, responden

dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 37 laki-laki dan 156 perempuan dengan jumlah 193 responden, responden dengan pendidikan terakhir pada tingkat Diploma sebanyak 9 perempuan, responden dengan pendidikan terakhir pada tingkat S1 sebanyak 9 laki-laki dan 23 perempuan dengan jumlah 32 responden, responden dengan pendidikan terakhir pada tingkat S2 sebanyak 1 laki-laki dan 1 perempuan.

d. Jenis kelamin dan status pernikahan

Tabel IV. 9 - Deskripsi Data Status Pernikahan

	DEMO5		Total
	BELUM MENIKAH	MENIKAH	
DEMO2 laki-laki	46	2	48
perempuan	188	4	192
Total	234	6	240

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan jenis kelamin dan status pernikahan, responden dengan status belum menikah sebanyak 46 laki-laki dan 188 perempuan dengan jumlah 234 responden, responden dengan status menikah sebanyak 2 laki-laki dan 4 perempuan dengan jumlah 6 responden.

- e. Jumlah kunjungan responden ke kota tua Jakarta dalam 3 tahun terakhir

Tabel IV. 10 - Deskripsi Data Total Kunjungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sekali	100	41.7	41.7	41.7
2 kali	65	27.1	27.1	68.8
3 kali	31	12.9	12.9	81.7
>3x	44	18.3	18.3	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan responden yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta dengan jumlah kunjungan ke kota tua Jakarta, responden dengan jumlah kunjungan “sekali” sebanyak 100 responden, responden dengan jumlah kunjungan “2x” sebanyak 65 responden, responden dengan jumlah kunjungan “3x” sebanyak 31 responden, responden dengan jumlah kunjungan “lebih dari 3x” sebanyak 44 responden.

## 2. Deskripsi Data Variabel

Terdapat 3 variabel bebas, antara lain citra destinasi (X1), norma subyektif (X2), sikap (X3) dan satu variabel terikat yaitu niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta (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.

a. Variabel Niat Mengunjungi kembali kota tua Jakarta

Data variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *Likert* 1-5 oleh 240 wisatawan yang sudah pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 16.

Tabel IV. 11 - Statistik Deskriptif Niat Mengunjungi Kembali

N	Valid	240
	Missing	0
Mean		84.4167
Std. Deviation		1.24991E 1
Variance		156.227
Minimum		38.00
Maximum		122.00

Berdasarkan pengolahan data kuesioner niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta diperoleh skor terendah sebesar 38, skor tertinggi sebesar 122 dan skor rata rata sebesar 84,416. Varians ( $S^2$ ) variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 156,227 dan standar deviasi ( $S$ ) sebesar 124.991.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta dapat dilihat pada tabel dibawah, dimana besar rentang skor adalah 89, banyaknya kelas adalah 9 dan panjang kelas interval adalah 10. (Proses perhitungan terdapat pada lampiran)

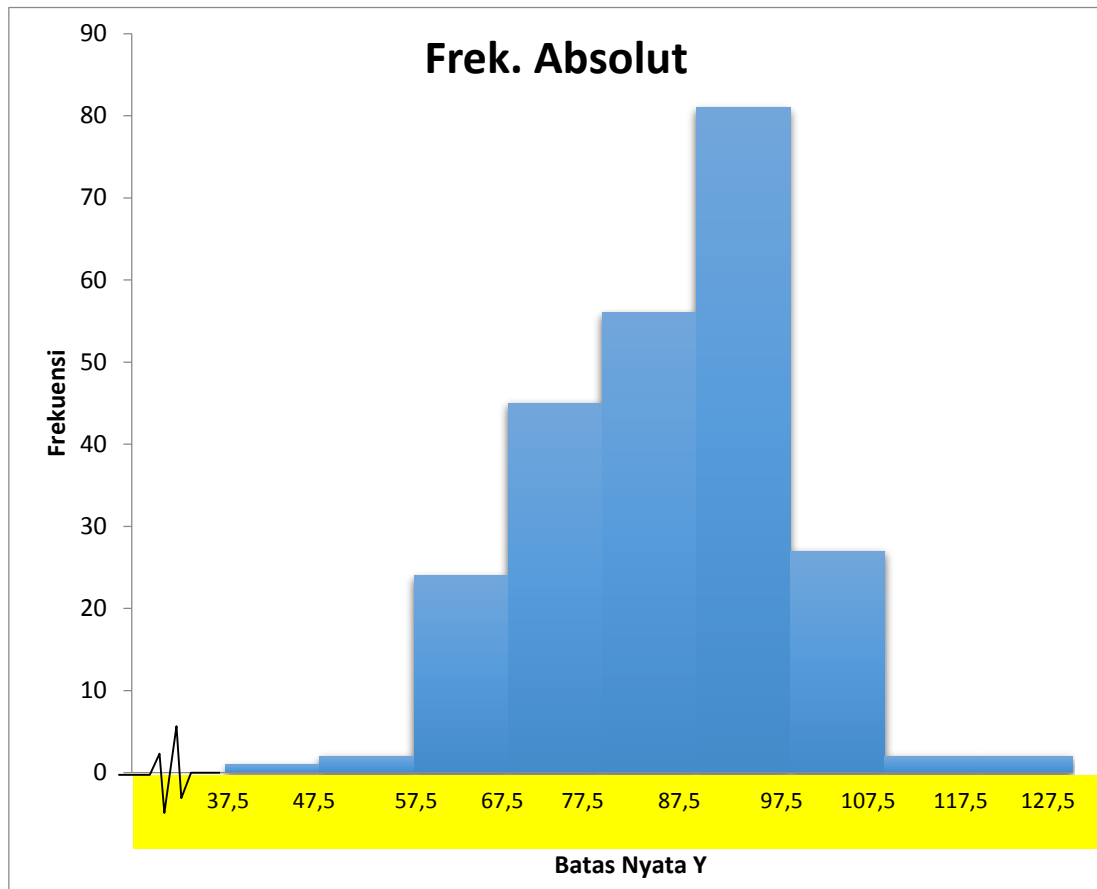


Tabel IV. 12 - Distribusi Frekuensi Niat Mengunjungi Kembali

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
38	-	47	37.5	47.5	1	0.4%
48	-	57	47.5	57.5	2	0.8%
58	-	67	57.5	67.5	24	10.0%
68	-	77	67.5	77.5	45	18.8%
78	-	87	77.5	87.5	56	23.3%
88	-	97	87.5	97.5	81	33.8%
98	-	107	97.5	107.5	27	11.3%
108	-	117	107.5	117.5	2	0.8%
118	-	127	117.5	127.5	2	0.8%
Jumlah					240	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta, yaitu 81 dan terletak pada interval ke-6 yakni antara 88-97 dengan frekuensi relatif sebesar 33,8%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 0 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 38-47 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 0,4%.

Untuk mempermudah menjelaskan data frekuensi absolut niat mengunjungi kembali kota tua jakarta, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 1 - Histogram Niat Mengunjungi Kembali

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 kembali kota tua jakarta. Sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV. 13 - Rata-Rata Hitung Skor Niat Mengunjungi Kembali

Indikator	Jumlah soal	Skor rata-rata	Presentase
<i>Intention to recommend</i>	5	202	50.5%
<i>Intention to revisit</i>	17	198	49.5%
Total skor		401	100%

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata dengan persentase tertinggi adalah indikator *intention to recommend* yaitu sebesar 50.5%. Sedangkan skor rata-rata dengan persentase terendah adalah indikator *intention to revisit* yaitu sebesar 49.5%.

b. Variabel citra destinasi

Data variabel citra destinasi diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *Likert* 1-5 oleh 240 wisatawan yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 16.

Tabel IV. 14 - Statistik Deskriptif Citra Destinasi

N	Valid	240
	Missing	0
Mean		81.2500
Std. Deviation		1.19404E1
Variance		142.573
Minimum		49.00
Maximum		115.00

Berdasarkan pengolahan data kuesioner citra destinasi diperoleh skor terendah sebesar 49, skor tertinggi sebesar 115 dan skor rata rata sebesar 81,250. Varians ( $S^2$ ) variabel citra destinasi 142,573 dan standar deviasi (S) sebesar 119.404.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel citra destinasi dapat dilihat pada tabel dibawah dimana besar rentang skor adalah 72, banyaknya kelas adalah 9 dan panjang kelas interval adalah 7.

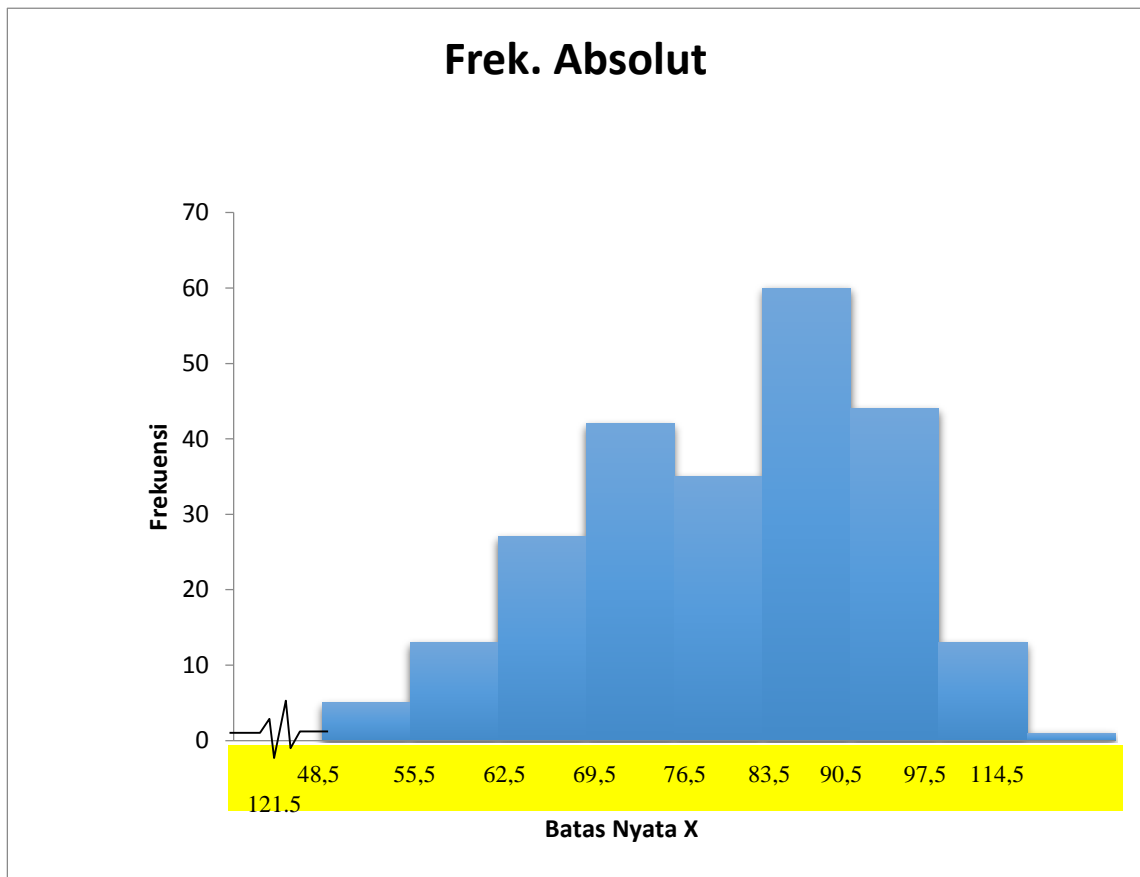
(Proses perhitungan terdapat pada lampiran)

Tabel IV. 15 - Distribusi Frekuensi Citra Destinasi

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
49	-	55	48.5	55.5	5	2.1%
56	-	62	55.5	62.5	13	5.4%
63	-	69	62.5	69.5	27	11.3%
70	-	76	69.5	76.5	42	17.5%
77	-	83	76.5	83.5	35	14.6%
84	-	90	83.5	90.5	60	25.0%
91	-	97	90.5	97.5	44	18.3%
98		114	97.5	114.5	13	5.4%
115	-	121	114.5	121.5	1	0.4%
Jumlah					240	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel citra destinasi, yaitu 60 dan terletak pada interval ke-6 yakni antara 84-90 dengan frekuensi relatif sebesar 25,0%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 1 yang terletak pada interval ke-9, yakni antara 115-121 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 0,4%.

Untuk mempermudah menjelaskan data frekuensi absolut citra destinasi, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 2 - Histogram Citra Destinasi

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. Sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV. 16 - Rata Rata Hitung Skor Citra Destinasi

dimensi	indikator	Jumah soal	Rata-rata skor	presentase
kognitif	<i>Culture, history &amp; art</i>	4	204	17%
	<i>Tourist Infrastructure</i>	4	197	16.5%
	<i>General infrastructure</i>	4	197	16.5%
Afektif	<i>Political &amp; Economic factors</i>	3	199	16.6%
	<i>Natural Environment</i>	4	200	16.7%
konatif	<i>Atmosphere of the place</i>	3	200	16.7%
Total				100%

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata dengan persentase tertinggi adalah dimensi kognitif dengan indikator *Culture, history & art* yaitu sebesar 17%. Sedangkan skor rata-rata dengan persentase terendah adalah dimensi kognitif dengan indikator *Tourist Infrastructure & General infrastructure* yaitu sebesar 16.7%.

c. Variabel norma subyektif

Data variabel norma subyektif diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *Likert* 1-5 oleh 240 wisatawan yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 16.

Tabel IV. 17 - Statistik Deskriptif Norma Subyektif

N	Valid	240
	Missing	0
Mean		78.7333
Std. Deviation		1.26655E1
Variance		160.414
Minimum		42.00
Maximum		109.00

Berdasarkan pengolahan data kuesioner norma subyektif diperoleh skor terendah sebesar 42, skor tertinggi sebesar 109 dan skor rata rata sebesar 78,733. Varians ( $S^2$ ) variabel norma subyektif sebesar 160,414 dan standar deviasi ( $S$ ) sebesar 126.655.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel norma subyektif dapat dilihat pada tabel dibawah dimana besar rentang skor adalah 71, banyaknya kelas adalah 9 dan panjang kelas interval adalah 8

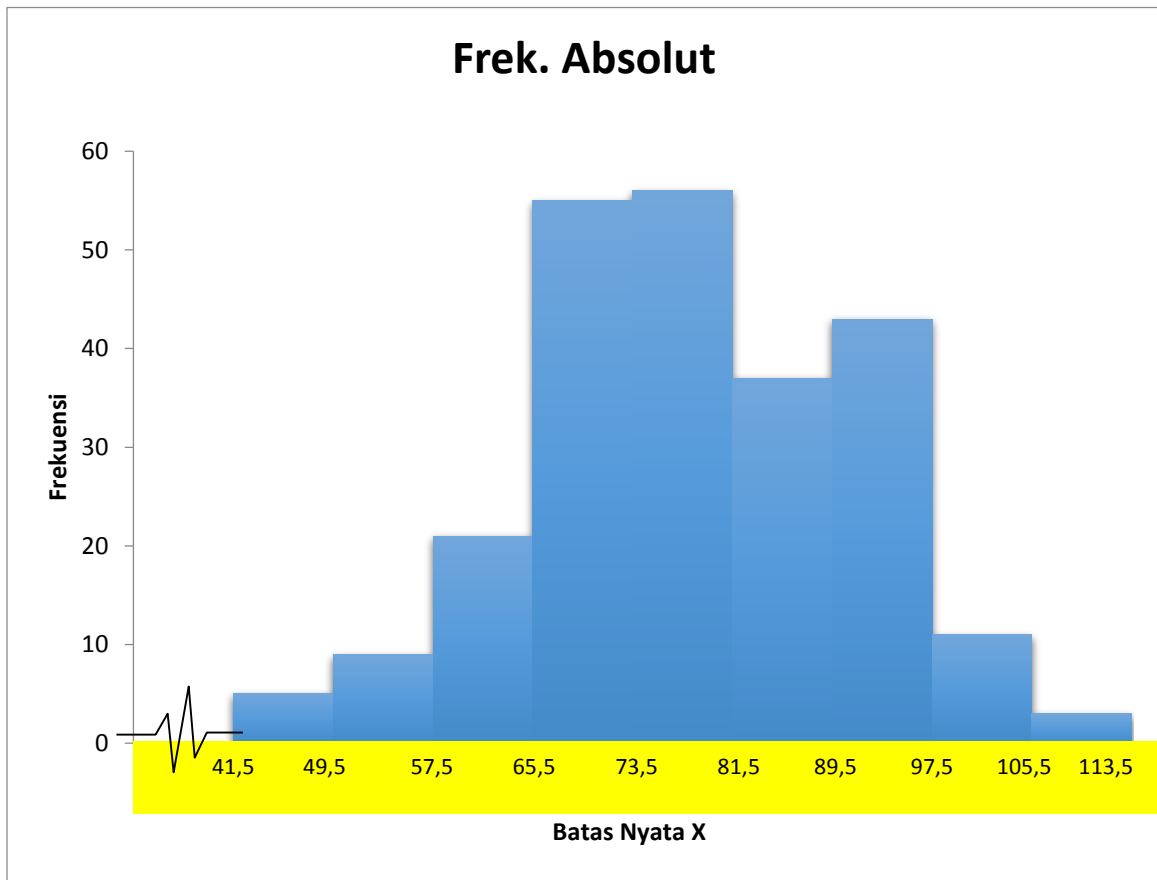
(Proses perhitungan terdapat pada lampiran)

Tabel IV. 18 - Distribusi Frekuensi Norma Subyektif

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
42	-	49	41.5	49.5	5	2.1%
50	-	57	49.5	57.5	9	3.8%
58	-	65	57.5	65.5	21	8.8%
66	-	73	65.5	73.5	55	22.9%
74	-	81	73.5	81.5	56	23.3%
82	-	89	81.5	89.5	37	15.4%
90	-	97	89.5	97.5	43	17.9%
98		105	97.5	105.5	11	4.6%
106	-	113	105.5	113.5	3	1.3%
Jumlah					240	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel norma subyektif, yaitu 56 dan terletak pada interval ke-5 yakni antara 74-81 dengan frekuensi relatif sebesar 22,3%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 3 yang terletak pada interval ke-9, yakni antara 106-113 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 1,3%.

Untuk mempermudah menjelaskan data frekuensi absolut norma subyektif, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 3 - Histogram Norma Subyektif

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 norma subyektif. Sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV. 19 - Rata Rata Hitung Skor Norma Subyektif

indikator	Jumlah soal	Skor rata-rata	Presentase
<i>normative beliefs</i>	14	168	49.59%
<i>motivation to comply</i>	10	170.1	50.31%
Total skor		338.1	100%

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2017)



Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata dengan persentase tertinggi adalah indikator *motivation to comply* ,yaitu sebesar 50.31%. Sedangkan skor rata-rata dengan persentase terendah adalah indikator *normative beliefs* yaitu sebesar 49.59%.

d. Variabel sikap

Data variabel sikap diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *Likert* 1-5 oleh 240 wisatawan yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 16.

Tabel IV. 20 - Statistik Deskriptif Sikap

N	Valid	240
	Missing	0
Mean		78.6917
Std. Deviation		1.34695E1
Variance		181.428
Minimum		39.00
Maximum		110.00

Berdasarkan pengolahan data kuesioner sikap diperoleh skor terendah sebesar 39, skor tertinggi sebesar 110 dan skor rata rata sebesar 78,691. Varians ( $S^2$ ) variabel sikap sebesar 181.428 dan standar deviasi (S) sebesar 134.695.

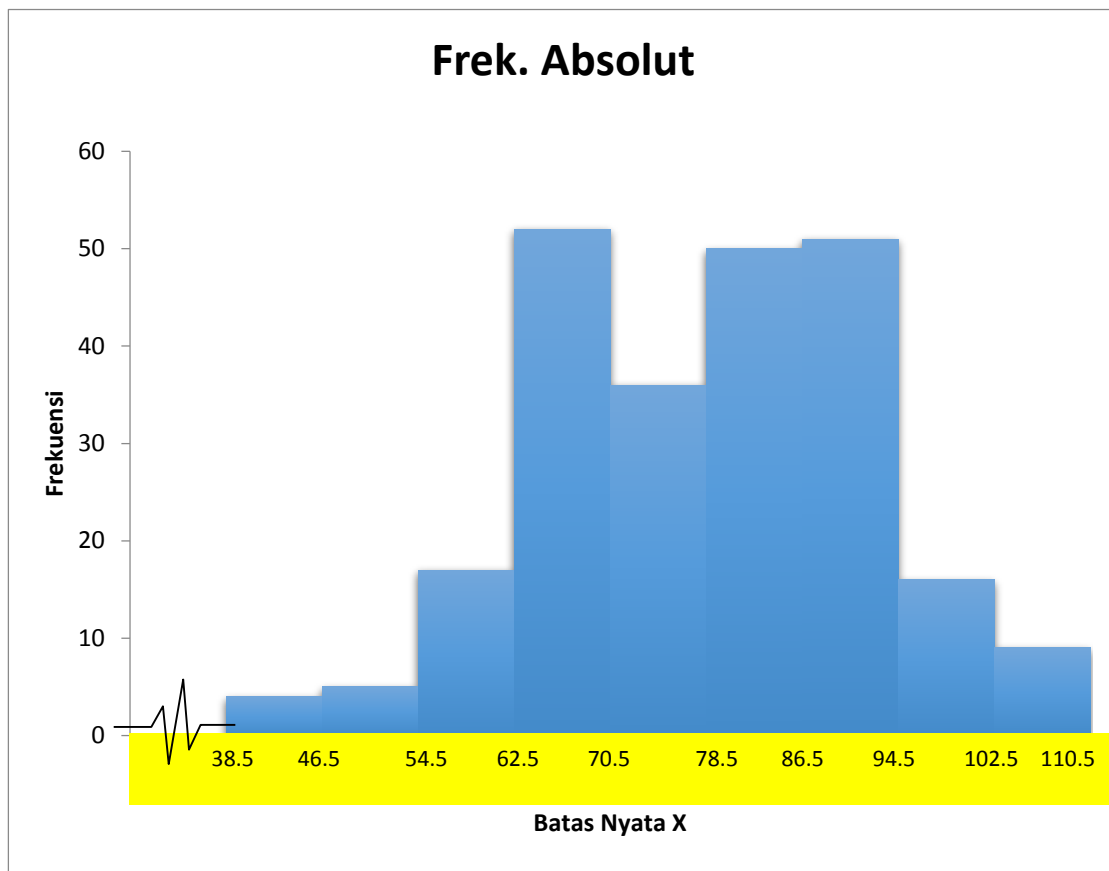
Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel sikap dapat dilihat pada tabel dibawah dimana besar rentang skor adalah 71, banyaknya kelas adalah 9 dan panjang kelas interval adalah 8.

Tabel IV. 21 - Distribusi Frekuensi Sikap

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
39	-	46	38.5	46.5	4	1.7%
47	-	54	46.5	54.5	5	2.1%
55	-	62	54.5	62.5	17	7.1%
63	-	70	62.5	70.5	52	21.7%
71	-	78	70.5	78.5	36	15.0%
79	-	86	78.5	86.5	50	20.8%
87	-	94	86.5	94.5	51	21.3%
95		102	94.5	102.5	16	6.7%
103	-	110	102.5	110.5	9	3.8%
Jumlah					240	100%

Berdasarkan tabel Diatas dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel sikap, yaitu 52 dan terletak pada interval ke-4 yakni antara 63-70 dengan frekuensi relatif sebesar 21,7%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 1 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 39-46 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 1,7%.

Untuk mempermudah menjelaskan data frekuensi absolut sikap, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 4 – Histogram Sikap

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. Sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV. 22 - Rata Rata Hitung Skor Sikap

dimensi	indikator	Jumlah soal	Skor rata-rata	Presentase
Kognitif	Keyakinan dan pendapat terhadap destinasi wisata	11	168.5	49.11%
Afektif	Emosi seseorang seperti perasaan suka atau tidak suka	12	174.6	50.89%
Total skor			343	100%

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata dengan persentase tertinggi adalah dimensi afektif dengan indikator Emosi seseorang seperti perasaan suka atau tidak suka yaitu sebesar 50,89%. Sedangkan skor rata-rata dengan persentase terendah adalah dimensi kognitif dengan indikator Keyakinan dan pendapat terhadap destinasi wisata yaitu sebesar 49.11%.

## **B. Pengujian hipotesis**

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini penulis menggunakan uji regresi linier berganda dan uji t (secara parsial) dengan aplikasi statistical package for social science SPSS 16.00, namun sebelumnya penulis terlebih dahulu melakukan uji persyaratan analisis dengan uji asumsi dasar yaitu uji normalitas dan linearitas, kemudian uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas dan uji heterokededitas.

1. Uji asumsi dasar
  - a. Uji normalitas

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov smirnov dan normal probably plot. Uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov smirnov memiliki tingkat signifikan ( $\alpha$ )=5% = 0,05. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu jika signifikan  $>0,05$  , maka berdistribusi normal dan jika signifikan  $<0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

Sedangkan uji normalitas dengan menggunakan normal probably plot memiliki kriteria jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memnuhi asumsi normalitas dan jika data menyebar jauh dari garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah uji normalitas masing-masing variable bebas yaitu citra destinasi (x1), norma subyektif (x2), dan sikap (x3) terhadap niat mengunjungi kembali (y)

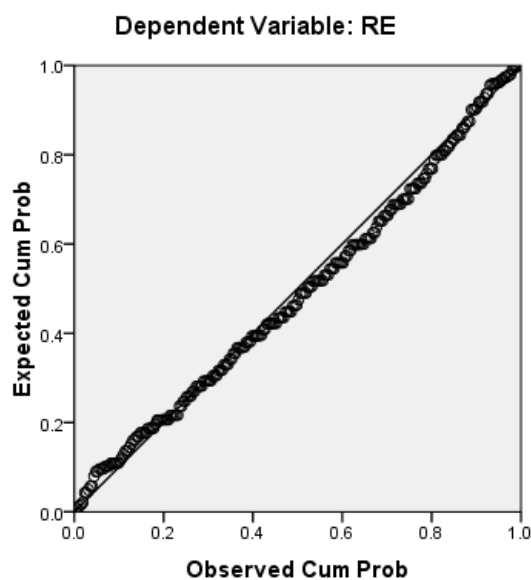
Tabel IV. 23 - Uji Normalitas Citra Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		240
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.62564353
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.834
Asymp. Sig. (2-tailed)		.490

a. Test distribution is Normal.

Gambar IV. 5 - Probability Plot Citra Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

## Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Tabel IV. 24 - Uji Normalitas Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

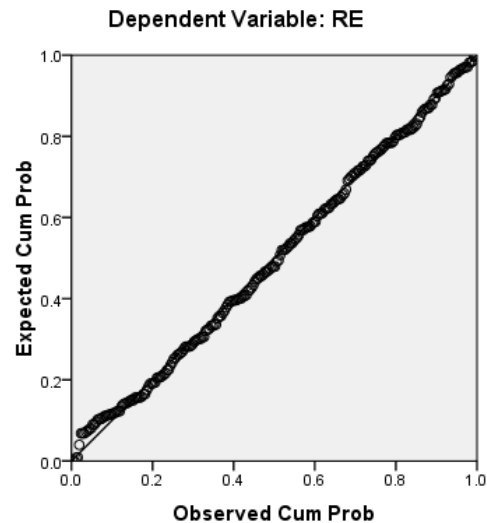
## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		240
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.04907291
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.025
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.726
Asymp. Sig. (2-tailed)		.668

a. Test distribution is Normal.

Gambar IV. 6 - Probability Plot Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Tabel IV. 25 - Uji Normalitas Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

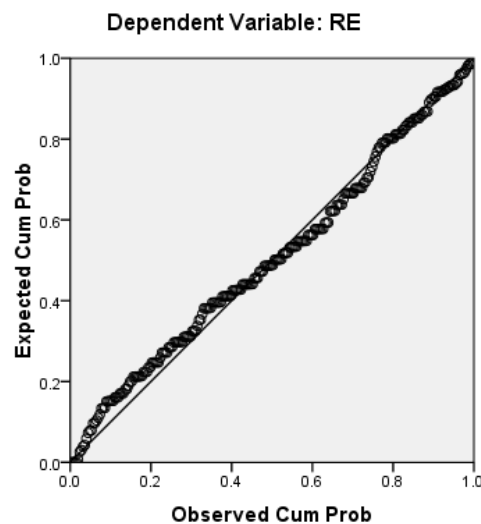
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		240
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.67983406
Most Extreme Differences	Extreme Absolute	.063
	Positive	.051
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.975
Asymp. Sig. (2-tailed)		.298

a. Test distribution is Normal.

Gambar IV. 7 - Probability Plot Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas menggunakan SPSS 16,00 menyatakan bahwa :

1. Dari table Kolmogorov smirnov diatas, variabel citra destinasi (x1) dengan variabel niat megunjungi kembali (y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,490 tingkat signifikansi ini  $>0.05$  dan dapat terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikut arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.
2. Dari table Kolmogorov smirnov diatas, variabel norma subyektif (x2) dengan variabel niat megunjungi kembali (y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,668 tingkat signifikansi ini  $>0.05$  dan dapat terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan



mengikuti arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

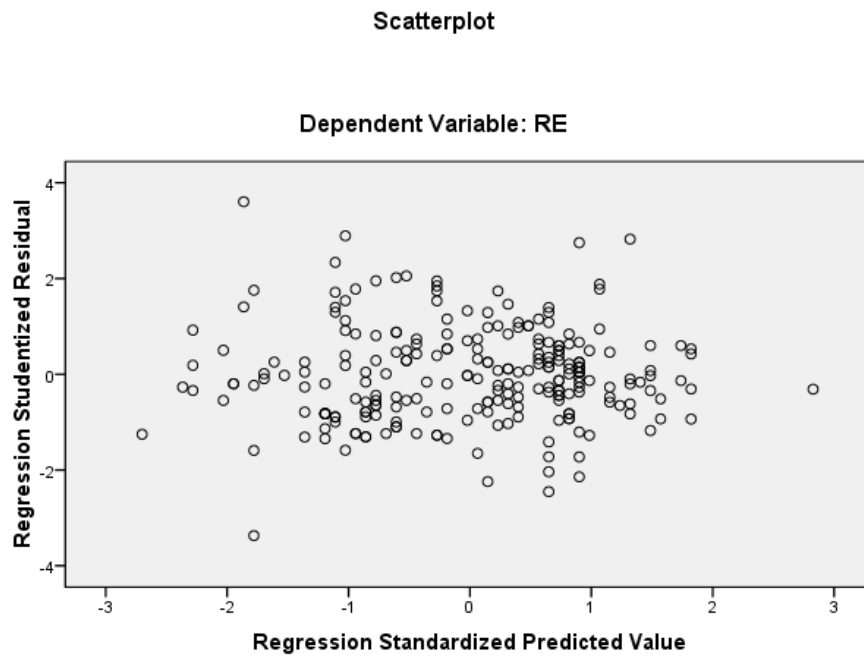
3. Dari table Kolmogorov smirnov diatas, variabel sikap (x3) dengan variabel niat megunjungi kembali (y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,298 tingkat signifikansi ini  $>0.05$  dan dapat terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Dengan demikian, data variabel cita destinasi (x1), norma subyektif (x2) dan sikap (x3) dengan niat mengunjungi kembali (y) dalam penelitian ini dapat digunakan dalam analisis selanjutnya dengan metode statistic.

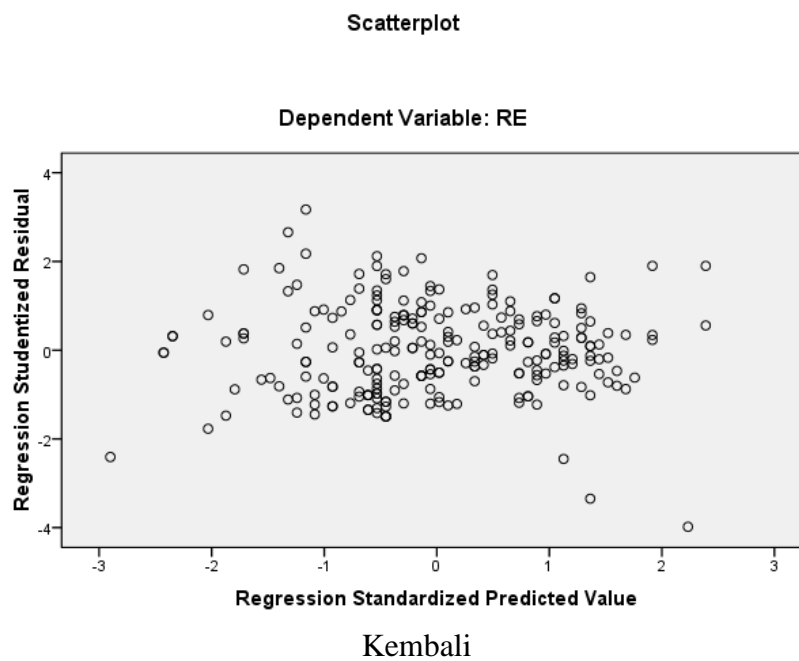
b. Uji linearitas

Pengujian linearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berganda bersifat linier atau tidak. Untuk mengetahuinya dapat dilihat dari hasil scatterplot of residual dengan menggunakan SPSS dari masing-masing variabel yaitu citra destinasi (x1), norma subyektif (x2), dan sikap (x3) terhadap niat mengunjungi kembali (y)

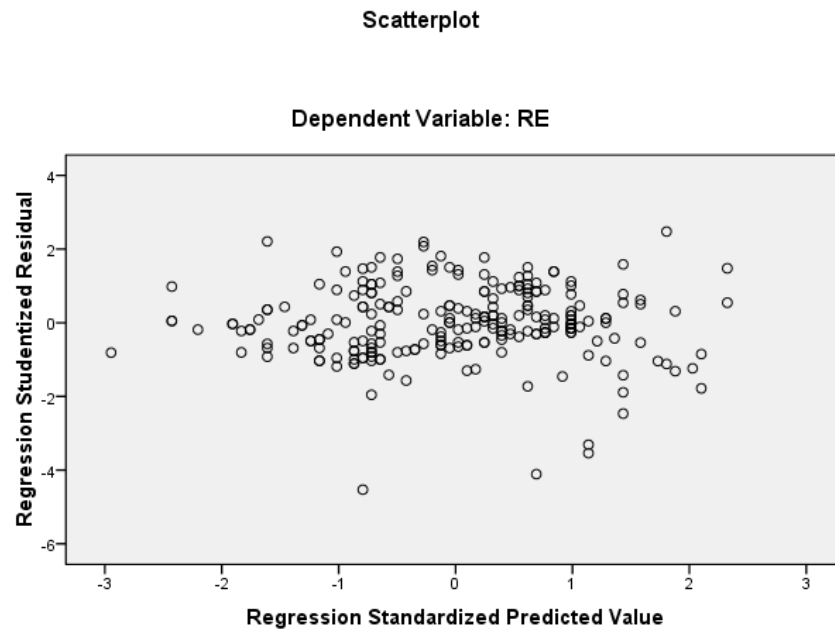
Gambar IV. 8 - Scatterplot Citra Destinasi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali



Gambar IV. 9 - Scatterplot Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi



Gambar 10 - Scatterplot Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali



Berdasarkan hasil perhitungan linearitas dengan scatterplot menggunakan SPSS 16,00 menyatakan bahwa :

1. Dari gambar scatterplot uji linearitas diatas antara variabel citra destinasi (x1) dengan variabel niat mengunjungi kembali (y) terlihat bahwa titik penyebaran terletak antara -2 dan +2, hal ini menyatakan bahwa asumsi linieritas antara variabel citra destinasi (x1) dengan variabel niat mengunjungi kembali (y) terpenuhi.
2. Dari gambar scatterplot uji linearitas diatas antara variabel norma subyektif (x2) dengan variabel niat mengunjungi kembali (y) terlihat bahwa titik penyebaran terletak antara -2 dan +2, hal ini menyatakan bahwa asumsi linieritas antara variabel norma

subyektif (x2) dengan variabel niat mengunjungi kembali (y) terpenuhi.

3. Dari gambar scatterplot uji linearitas diatas antara variabel sikap (x3) dengan variabel niat mengunjungi kembali (y) terlihat bahwa titik penyebaran terletak antara -2 dan +2, hal ini menyatakan bahwa asumsi linieritas antara variabel sikap (x3) dengan variabel niat mengunjungi kembali (y) terpenuhi.

#### 4. Uji asumsi klasik

##### a. Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara variabel bebas dengan variabel terikat terdapat hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas.

Tabel IV. 26 - Koefisien Multikolinaritas Citra Destinasi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	30.161	4.291		7.029	.000		
	DI	.668	.052	.638	12.779	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: RE

Tabel IV. 27 - Koefisien Multikolinaritas Norma Subyektifi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	30.818	3.693		8.345	.000		
	NS	.681	.046	.690	14.699	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: RE

Tabel IV. 28 - Koefisien Multikolinaritas Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	31.873	3.335		9.558	.000		
	AT	.668	.042	.720	15.985	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: RE

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi linier mengenai uji multikolinaritas menggunakan SPSS 16,00 menyatakan bahwa :

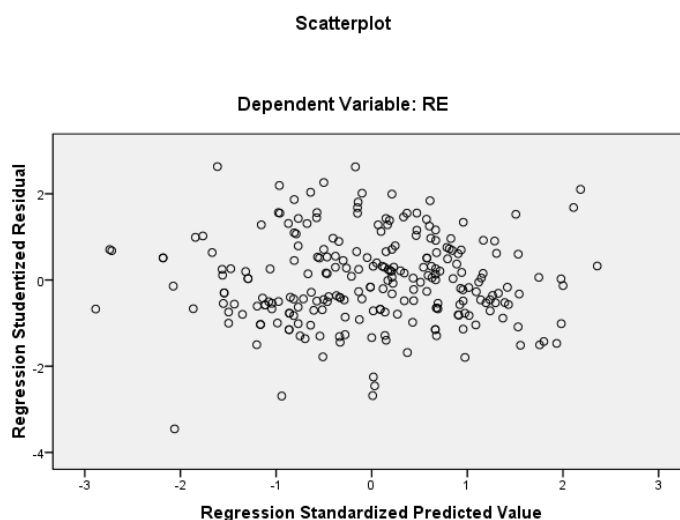
1. Dari table koefisien regresi linier diatas dapat diketahui nilai tolerance antara variabel citra destinasi (x1) terhadap niat mengunjungi kembali (y) adalah 1,000 yang berarti lebih dari 0,1 dan VIF sebesar 1,000 yang berarti kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variabel x1 terhadap y tidak terdapat masalah multikolinaritas.

2. Dari table koefisien regresi linier diatas dapat diketahui nilai tolerance antara variabel norma subyektif ( $x_2$ ) terhadap niat mengunjungi kembali ( $y$ ) adalah 1,000 yang berarti lebih dari 0,1 dan VIF sebesar 1,000 yang berarti kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variabel  $x_2$  terhadap  $y$  tidak terdapat masalah multikolinearitas.
3. Dari table koefisien regresi linier diatas dapat diketahui nilai tolerance antara variabel sikap ( $x_3$ ) terhadap niat mengunjungi kembali ( $y$ ) adalah 1,000 yang berarti lebih dari 0,1 dan VIF sebesar 1,000 yang berarti kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi antara variabel  $x_3$  terhadap  $y$  tidak terdapat masalah multikolinearitas.
4. Heterokedesitas

Heterokedesitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedesitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya yang dapat dilakukan dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu  $y$ , maka masalah heterokedesitas tidak terkadi scatterplot dapat dilihat pada output regresi dibawah ini.

Gambar IV. 11 - Scatterplot Uji Heterokedesitas



Berdasarkan scatterplot diatas,dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas, yaitu diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y. maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heterokedesitas.

5. Uji hipotesis
  - a. Regresi linier sederhana

Pengujian selanjutnya dalam penelitian ini adalah uji persamaan regresi. Persamaan yang digunakan adalah reresi linier sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel pada variabel lainnya, yaitu citra destinasi (x1), norma subyektif (x2), dan sikap (x3) terhadap niat mengunjungi kembali (y). analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

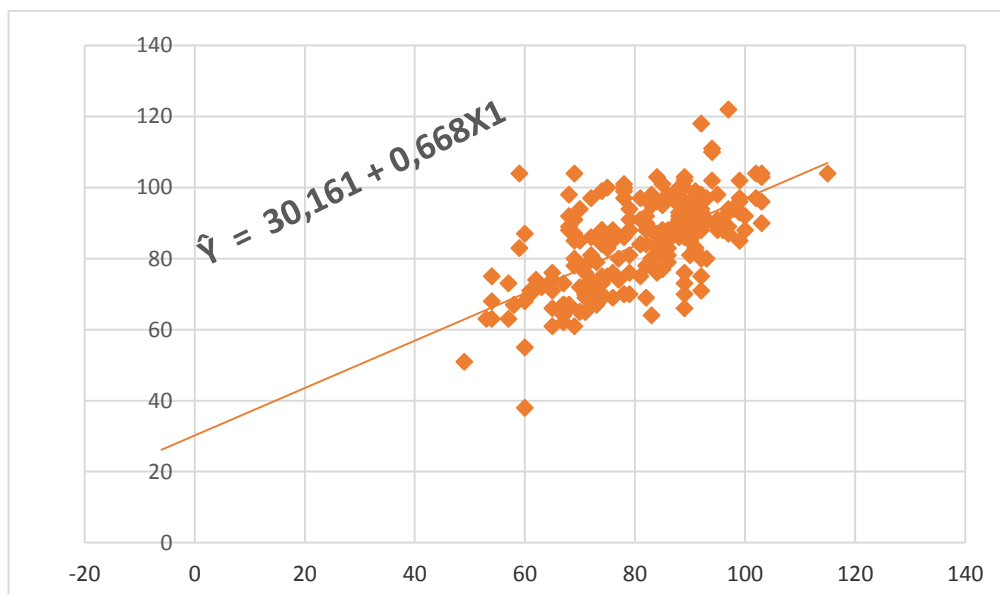
Tabel IV. 29 - Regresi Linier Sederhanan Citra terhadap Niat Mengunjungi Kembali

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.161	4.291		7.029	.000
	DI	.668	.052	.638	12.779	.000

a. Dependent Variable: RE

$$\hat{Y} = 30,161 + 0,668X_1$$

Gambar IV. 12 - Grafik Digpen





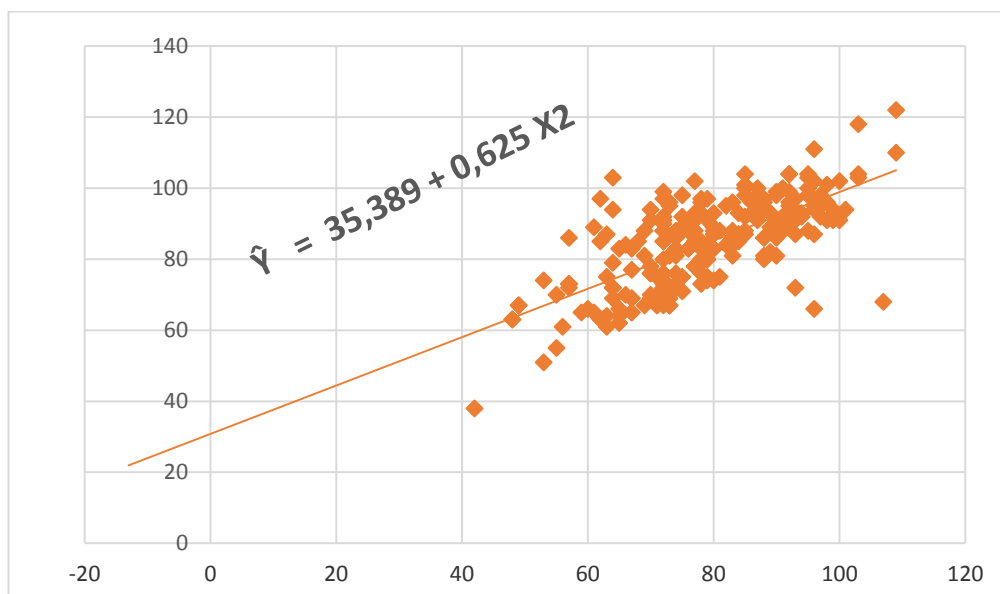
Tabel 30 - Regresi Linier Sederhanan Norma Subyektif terhadap Niat Mengunjungi Kembali

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.818	3.693		8.345	.000
	NS	.681	.046	.690	14.699	.000

a. Dependent Variable: RE

$$\hat{Y} = 35,389 + 0,625X_2$$

Gambar IV. 13 - Grafik Digpen



Tabel IV. 31 - Regresi Linier Sederhana Sikap terhadap Niat Mengunjungi Kembali

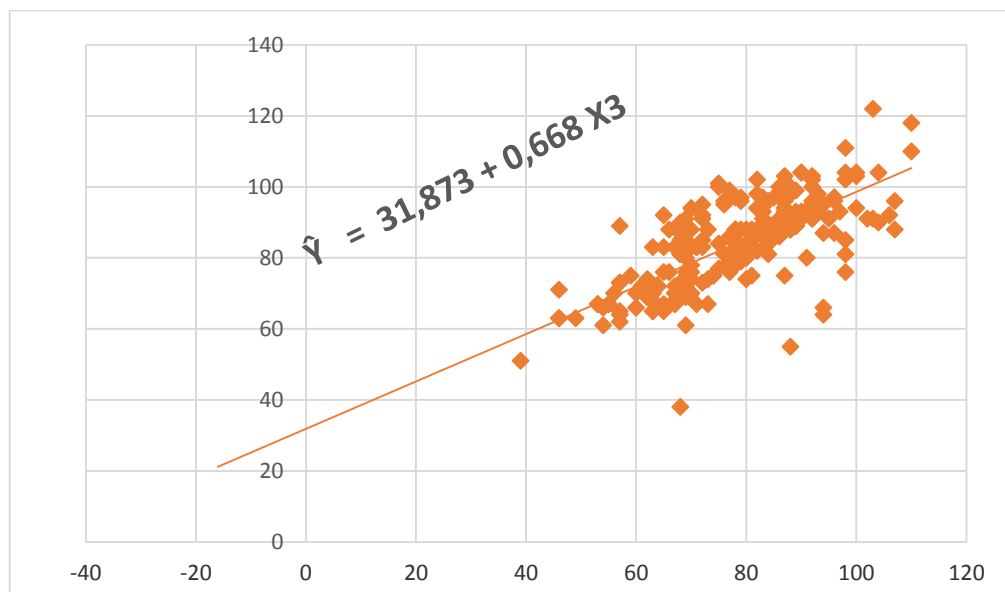
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.873	3.335		9.558	.000
	AT	.668	.042	.720	15.985	.000

a. Dependent Variable: RE

$$\hat{Y} = 31,873 + 0,668X_3$$

Gambar 14 - Grafik Digpen



Dari persamaan diatas dapat dianalisis beberapa hal, antara lain :

1. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,668 menunjukkan bahwa setiap kenaikan citra destinasi sebesar 1% dengan konstanta 30,161 maka niat mengunjungi kembali akan meningkat sebesar 0,668%
2. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,625 menunjukkan bahwa setiap kenaikan norma subyektif sebesar 1% dengan konstanta 35,389 maka niat mengunjungi kembali akan meningkat sebesar 0,625%
3. Nilai koefisien regresi X3 sebesar 0,681 menunjukkan bahwa setiap kenaikan citra destinasi sebesar 1% dengan konstanta 30,818 maka niat mengunjungi kembali akan meningkat sebesar 0,681%

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji kevalidan persamaan regresi linier berganda secara parsial dengan tingkat signifikansi pengaruh setiap variabel bebas dengan variabel terikat, penulis membandingkan nilai  $t_{hitung}$  , dengan  $t_{tabel}$  , apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh yang signifikan. Nilai  $t_{table}$  dari penelitian ini adalah  $(n-k-1)$  n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel bebas, maka  $(240-3-1=236)$   $t_{table}$  dapat dicari pada table statistic dengan signifikansi  $0,05/2=0,025$  (uji 2 sisi). Di dapat  $t_{table}$  adalah 1,96. Dari table koefisiensi linier diatas maka dapat dinyatakan :

1. Untuk variable citra destinasi diperoleh  $t_{hitung} 12,779 > t_{table} (1,96)$  maka terdapat pengaruh signifikan antara variable citra destinasi dengan niat mengunjungi kembali.

2. Untuk variable citra destinasi diperoleh t hitung 14,699 > t table (1,96) maka terdapat pengaruh signifikan antara variable norma subyektif dengan niat mengunjungi kembali.
3. Untuk variable citra destinasi diperoleh t hitung 15,985 > t table (1,96) maka terdapat pengaruh signifikan antara variable sikap dengan niat mengunjungi kembali.

c. Koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu model mempengaruhi variabel terikat. Koefisien detreminasi dalam peelitian ini dilakukan secara parsial, dengan melihat pengaruh masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat secara terpisah dari table model summary sebagai berikut .

Tabel IV. 32 - Koefisien Determinasi Citra Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 <sup>a</sup>	.407	.404	9.64584

a. Predictors: (Constant), DI

Tabel IV. 33 - Koefisien Determinasi Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 <sup>a</sup>	.476	.474	9.06806

a. Predictors: (Constant), NS

b. Dependent Variable: RE

Tabel IV. 34 - Koefisien Determinasi Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.518	.516	8.69805

a. Predictors: (Constant), AT

b. Dependent Variable: RE

Tabel IV. 35 - Koefisien Determinasi Citra, Norma Subyektif dan Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 <sup>a</sup>	.543	.537	8.50103

a. Predictors: (Constant), AT, DI, NS

b. Dependent Variable: RE

Dari table diatas dapat dianalisis beberapa hal, antara lain :

1. Untuk variabel citra destinasi koefisien determinasi yaitu sebesar 0,407%. Jadi artinya variabel citra destinasi dalam penelitian ini mampu mempengaruhi niat mengunjungi kembali sebesar 40,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain variabel citra destinasi
2. Untuk variabel norma subyektif koefisien determinasi yaitu sebesar 0,476%. Jadi artinya variabel norma subyektif dalam penelitian ini mampu mempengaruhi niat mengunjungi kembali sebesar 47,6%

sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain variabel norma subyektif

3. Untuk variabel sikap koefisien determinasi yaitu sebesar 0,518%. Jadi artinya variabel sikap dalam penelitian ini mampu mempengaruhi niat mengunjungi kembali sebesar 51,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain variabel sikap.
4. Dari hasil perhitungan uji koefisien determinasi pada tabel di atas dapat kita lihat bahwa nilai R Square untuk variabel Citra (X1), norma subyektif (X2), dan Sikap (X3) terhadap Niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,543 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Citra (X1), norma subyektif (X2), dan Sikap (X3) mempengaruhi variabel Niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 54.3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari citra, norma subyektif dan sikap.

### **C. Pembahasan**

#### **1. Citra Destinasi Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua Jakarta**

Berdasarkan data dari variabel citra destinasi diperoleh dengan cara melakukan pengisian instrumen penelitian oleh 240 responden yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. Pengolahan variabel data citra destinasi menggunakan software SPSS 16.0 dengan memiliki hasil berpengaruh positif dan signifikan, dengan kata lain

jika variabel citra destinasi mengalami peningkatan maka variabel niat mengunjungi kota tua Jakarta juga ikut meningkat, atau semakin baik citra destinasi yang dimiliki oleh kota tua Jakarta maka orang tersebut akan semakin memiliki niat untuk berkunjung kembali ke kota tua Jakarta, atau sebaliknya.

Adapun beberapa penelitian relevan terdahulu yang dapat dijadikan pendukung penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sri Astuti Pratminingsih 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*, Sarunya Lertputtarak penelitian yang berjudul “*The Relationship between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand*”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan normal probability plot untuk melihat distribusi data bersifat normal atau tidak normal, dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) 0.05, dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikannya lebih dari 0.05 maka distribusi data dapat dikatakan normal. Dari table Kolmogorov smirnov diatas, variabel citra destinasi (X1) dengan variabel niat mengunjungi kembali (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,490 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas diperoleh hasil thitung pada variabel citra destinasi (X1) adalah 12,779, nilai ttabel dapat dilihat pada kolom ttabel menggunakan taraf signifikansi 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$  atau  $240 - 3 - 1 = 236$  nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil perhitungan diperoleh thitung sebesar 12,779 lebih besar daripada ttabel 1,96 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra destinasi (X1) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta (Y).

Nilai R Square untuk koefisien determinasi variabel citra (X1) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,407 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra (X1) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 41,6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari citra.

## **2. Norma Subyektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua Jakarta**

Berdasarkan data dari variabel norma subyektif diperoleh dengan cara melakukan pengisian instrumen penelitian oleh 240 responden yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. Pengolahan variabel data motivasi menggunakan software SPSS 16.0 dengan memiliki hasil berpengaruh positif dan signifikan, dengan kata lain jika variabel norma subyektif mengalami peningkatan maka variabel niat mengunjungi kota



tua Jakarta juga ikut meningkat, atau semakin tinggi norma subyektif yang dimiliki oleh seseorang maka orang tersebut akan semakin memiliki niat untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta, atau sebaliknya.

Adapun beberapa penelitian relevan terdahulu yang dapat dijadikan pendukung penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yen-Nee Goh melakukan penelitian yang berjudul “*Investigating Revisit Intentions for the Boutique Hotels of Penang-A UNESCO World Heritage Site*” *Asian Social Science*; Vol. 11, No. 4; 2015 ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025 penelitian lain yang relevan juga dilakukan oleh Usep Suhud yang berjudul Mamdouh T. AL Ziadat melakukan penelitian yang berjudul “*Applications of Planned Behavior Theory (TPB) in Jordanian Tourism*” *International Journal of Marketing Studies*”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan normal probability plot untuk melihat distribusi data bersifat normal atau tidak normal, dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) 0.05, dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikannya lebih dari 0.05 maka distribusi data dapat dikatakan normal. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada uji normalitas Kolmogorov-Smirnov variabel norma subyektif (X2) dengan variabel niat mengunjungi kembali (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,668 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas diperoleh hasil thitung pada variabel norma subyektif (X2) adalah 14,669 , nilai ttabel dapat dilihat pada kolom ttabel menggunakan taraf signifikansi 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df= n-k-1$  atau  $240-3-1=236$  nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil perhitungan diperoleh thitung sebesar 14,66 lebih besar daripada ttabel 1,96 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel norma subyektif (X2) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta (Y).

Nilai R Square untuk koefisien determinasi variabel norma subyektif (X2) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua jakarta sebesar 0,476 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel norma subyektif (X2) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 47,6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari norma subyektif.

### **3. Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua**

#### **Jakarta**

Berdasarkan data dari variabel sikap diperoleh dengan cara melakukan pengisian instrumen penelitian oleh 240 responden yang pernah mengunjungi kota tua Jakarta sebelumnya. Pengolahan variabel data sikap menggunakan software SPSS 16.0 dengan memiliki hasil berpengaruh positif dan signifikan, dengan kata lain jika variabel sikap mengalami peningkatan maka variabel niat

mengunjungi kembali kota tua Jakarta juga ikut meningkat, atau semakin besar sikap yang dimiliki oleh seseorang maka orang tersebut akan semakin memiliki niat untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta, atau sebaliknya.

Adapun beberapa penelitian relevan terdahulu yang dapat dijadikan pendukung penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Heesup Han melakukan penelitian yang berjudul “*An investigation of green hotel customers’ decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior*”, penelitian lain yang relevan juga dilakukan oleh Songshan (Sam) Huang melakukan penelitian yang berjudul “*Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention*”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan normal probability plot untuk melihat distribusi data bersifat normal atau tidak normal, dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) 0.05, dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikannya lebih dari 0.05 maka distribusi data dapat dikatakan normal. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada uji normalitas Kolmogorov-Smirnov variabel sikap (X3) dengan variabel niat mengunjungi kembali (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,298 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas diperoleh hasil  $t_{hitung}$  pada variabel sikap (X3) adalah 15.985, nilai  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada kolom  $t_{tabel}$  menggunakan taraf signifikansi 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df= n-k-1$  atau  $240-3-1=236$  nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,96. Dari hasil perhitungan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 15.98 lebih besar daripada  $t_{tabel}$  1,96 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel sikap (X3) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta (Y).

Nilai R Square untuk koefisien determinasi variabel sikap (X3) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,518 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel sikap (X3) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 0.518 % dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari sikap.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta pada wisatawan yang sebelumnya sudah pernah mengunjungi kota tua Jakarta. Meliputi faktor citra destinasi, norma subyektif dan sikap seseorang terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 240 responden. Kuesioner disebarakan untuk wisatawan yang sebelumnya sudah pernah mengunjungi kota tua Jakarta. Untuk pengolahan data peneliti menggunakan SPSS 16.0 untuk uji nalasis data. Setelah peneliti melakukan analisis mengenai pengaruh citra destinasi, norma subyektif dan sikap terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengolahan variabel data citra destinasi menggunakan software SPSS 16.0 dengan memiliki hasil berpengaruh positif dan signifikan, dengan kata lain jika variabel citra destinasi mengalami peningkatan maka variabel niat mengunjungi kemmaali kota tua jakarta juga ikut meningkat, atau semakin baik citra destinasi yang dimiliki oleh kota tua Jakarta maka orang tersebut akan semakin memiliki niat untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta, atau sebaliknya. Berdasarkan hasil uji persamaan regresi yang telah

peneliti lakukan, maka dapat dilihat bahwa persamaan regresi linier sederhana untuk variabel citra terhadap niat mengunjungi kota tua Jakarta.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.161	4.291		7.029	.000
	DI	.668	.052	.638	12.779	.000

a. Dependent Variable: RE

$$\hat{Y} = 30,161 + 0,668X1$$

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan pada persamaan regresi pada tabel di atas adalah 30.161 dan apabila nilai dari variabel  $X1 = 0$ , maka niat mengunjungi sebesar 30.161. Nilai parameter untuk variabel  $X1$  sebesar 0.668, apabila variabel citra mengalami kenaikan sebanyak 1 persen dengan konstanta 30.161 maka niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan mengalami peningkatan sebesar 0.668 persen.

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas diperoleh hasil thitung pada variabel citra destinasi ( $X1$ ) adalah 12,779, nilai ttabel dapat dilihat pada kolom ttabel menggunakan taraf signifikansi 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$  atau  $240 - 3 - 1 = 236$  nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil perhitungan diperoleh thitung sebesar 12,77 lebih besar

daripada  $t_{tabel}$  1,96 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra destinasi (X1) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta (Y).

Nilai R Square untuk koefisien determinasi variabel citra (X1) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,407 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra (X1) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 40,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari citra.

2. Pengolahan variabel data norma subyektif menggunakan software SPSS 16.0 dengan memiliki hasil berpengaruh positif dan signifikan, dengan kata lain jika variabel norma subyektif mengalami peningkatan maka variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta juga ikut meningkat, atau semakin baik norma subyektif yang dimiliki oleh kota tua Jakarta maka orang tersebut akan semakin memiliki niat untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta, atau sebaliknya. Berdasarkan hasil uji persamaan regresi yang telah peneliti lakukan, maka dapat dilihat bahwa persamaan regresi linier sederhana untuk variabel norma subyektif terhadap niat mengunjungi kota tua Jakarta.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.818	3.693		8.345	.000
	NS	.681	.046	.690	14.699	.000

a. Dependent Variable: RE

$$\hat{Y} = 35,389 + 0,625X_2$$

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan pada persamaan regresi pada tabel di atas adalah 35,389 dan apabila nilai dari variabel  $X_1 = 0$ , maka niat mengunjungi sebesar 35.389. Nilai parameter untuk variabel  $X_1$  sebesar 0.625, apabila variabel norma subyektif mengalami kenaikan sebanyak 1 persen dengan konstanta 35.389 maka niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan mengalami peningkatan sebesar 0.625 persen.

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas diperoleh hasil thitung pada variabel norma subyektif ( $X_2$ ) adalah 14,699, nilai ttabel dapat dilihat pada kolom ttabel menggunakan taraf signifikansi 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$  atau  $240 - 3 - 1 = 236$  nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil perhitungan diperoleh thitung sebesar 14,69 lebih besar daripada ttabel 1,96 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara



variabel norma subyektif (X2) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua jakarta (Y).

Nilai R Square untuk koefisien determinasi variabel norma subyektif (X2) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,476 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel norma subyektif (X2) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 47,6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari norma subyektif.

3. Pengolahan variabel data sikap menggunakan software SPSS 16.0 dengan memiliki hasil berpengaruh positif dan signifikan, dengan kata lain jika variabel sikap mengalami peningkatan maka variabel niat mengunjungi kembali kota tua jakarta juga ikut meningkat, atau semakin baik sikap yang dimiliki oleh kota tua Jakarta maka orang tersebut akan semakin memiliki niat untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta, atau sebaliknya. Berdasarkan hasil uji persamaan regresi yang telah peneliti lakukan, maka dapat dilihat bahwa persamaan regresi linier sederhana untuk variabel sikap terhadap niat mengunjungi kota tua Jakarta.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	31.873	3.335		9.558	.000
AT	.668	.042	.720	15.985	.000

a. Dependent Variable: RE

$$\hat{Y} = 31,873 + 0,668$$

Maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstan pada persamaan regresi pada tabel di atas adalah 31.873 dan apabila nilai dari variabel  $X_3 = 0$ , maka niat mengunjungi sebesar 1.873. Nilai parameter untuk variabel  $X_3$  sebesar 0.668, apabila variabel sikap mengalami kenaikan sebanyak 1 persen dengan konstanta 31.873 maka niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan mengalami peningkatan sebesar 0.668 persen.

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi parsial pada tabel diatas diperoleh hasil thitung pada variabel sikap ( $X_3$ ) adalah 15,985, nilai ttabel dapat dilihat pada kolom ttabel menggunakan taraf signifikansi 0.05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$  atau  $240 - 3 - 1 = 236$  nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil perhitungan diperoleh thitung sebesar 15,98 lebih besar daripada ttabel 1,96 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel sikap ( $X_3$ ) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua jakarta ( $Y$ ).

Nilai R Square untuk koefisien determinasi variabel sikap (X3) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,518 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel sikap (X3) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 51.8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari sikap.

## **2. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta. Selain itu, faktor kedua yaitu norma subyektif juga berpengaruh positif dan signifikan dengan niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta. sikap juga merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta. Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Menurut perhitungan nilai R square koefisien determinasi citra (X1) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,407 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra (X1) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 40,7%, nilai R square untuk koefisien determinasi variabel norma subyektif (X2) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,476 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel norma subyektif (X2) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta

sebanyak 47,6%, dan Nilai R Square untuk koefisien determinasi variabel sikap (X3) terhadap niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebesar 0,518 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel sikap (X3) mempengaruhi variabel niat mengunjungi kembali kota tua Jakarta sebanyak 51.8%.

### 3. Saran

Untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, peneliti menyarankan untuk melakukan observasi tentang niat seseorang dalam melakukan kunjungan kembali diberbagai tempat wisata yang ada di indonesia yang mana banyak diminati oleh wisatawan dalam dan luar negeri. Dimana tempat atau objek tersebut tetap memiliki keunggulan meskipun dalam jangka waktu atau periode yang lama dan dalam kurun waktu tersebut dapat terus berkembang serta memberikan faktor pendorong kepada wisatawan dalam segi citra, norma subyektif dan sikap. Berikut adalah hal-hal yang harus diperhatikan :

1. Pengelola harus lebih memperhatikan dan memperbaiki infrastruktur yang ada disuatu tempat wisata, dalam penelitian ini adalah kota tua Jakarta. karena jika infrastruktur yang ada ditempat tersebut buruk maka akan mempengaruhi niat wisatawan untuk mengunjungi kembali tempat tersebut.
2. Memberikan kesan yang menarik bagi wisatawan, karena jika wisatawan terkesan akan suatu destinasi wisata maka wisatawan tersebut pasti akan menceritakan dan menyarankan teman atau

kerabatnya untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Hal tersebut juga dapat berdampak amat baik bagi perkembangan tempat wisata.

3. Keyakinan dan pendapat wisatawan terhadap suatu destinasi wisata sangatlah penting untuk perkembangan dan kemajuan tempat wisata, oleh karena itu pengelola harus mengupayakan agar pendapat para wisatawan mengenai suatu destinasi wisata adalah baik dan positif. Jika semua wisatawan yang pernah berkunjung memberikan respon yang positif, secara otomatis destinasi wisata tersebut pasti akan ramai dikunjungi oleh wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

### REFERENSI BUKU

- Ajzen, Icek. *Attitude, Personality and Behaviour* 2ed. New York: Open University Press, 2005.
- Alain Fayolle, et al. *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2015.
- Hair, Joseph F. "Multivariate Data Analysis." (2009).
- Hayden, Joana. *Introduction to Health Behavior Theory*. USA: Jones & Bartlett Learning, 2014.
- John R Schermerhorn, et al. *Organizational Behavior*. USA: John Wiley & Sons, 2011.
- King, Laura A. *Experience Psychology: Second Edition*. New York: McGrawHill Companies, 2013.
- Kinicki, Kreitner &. *Organizational Behavior*. US: McGraw Hill Irwin, 2012.
- Kotler, Philip. *Marketing for Hospitality and Tourism*. UK: pearson, 2014.
- Kozak, Metin Kozak & Nazmi. *Aspect of Tourist Behavior*. UK: Cambridge Scholars Publishing, 2013.
- Marvel, Matthew R. *Encyclopedia of New Venture Management*. London, UK: Sage Reference, 2012.
- Olson, B.R. Hergenhahn & Mattew H. *Theoris of Learning (Teori Belajar)*. 7 ed. Jakarta: Kencana Prenada Group, 2012.
- Olson, J. Paul Peter dan Jerry C. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.

- Robbin, Stephen. *Perilaku Organisasi*. 92 vols. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior Buying, Having and Being*. Pearson, 2015.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Tampubolon, Manahan. *Perilaku Keorganisasian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Winardi, J. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta: Kencana, 2008.

#### REFERENSI JURNAL

- Ajzen, Icek. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational behavior and human decision processes* 50, no. 2 (1991): 179-211.
- Anuwichanont, Jirawat, Panisa Mechinda, Sirivan Serirat, Aurathai Lertwannawit, and Nongluck Popaijit. "Environmental Sustainability in the Thai Hotel Industry." *The International Business & Economics Research Journal (Online)* 10, no. 11 (2011): 91.
- Baker, Dwayne A and John L Crompton. "Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions." *Annals of tourism research* 27, no. 3 (2000): 785-804.
- Ekinci, Yuksel, Philip L Dawes, and Graham R Massey. "An Extended Model of the Antecedents and Consequences of Consumer Satisfaction for Hospitality Services." *European Journal of Marketing* 42, no. 1/2 (2008): 35-68.
- 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.

- Han, Heesup and Yunhi Kim. "An Investigation of Green Hotel Customers' Decision Formation: Developing an Extended Model of the Theory of Planned Behavior." *International Journal of Hospitality Management* 29, no. 4 (2010): 659-68.
- Hassan, Norhaslin Abu and Mohamad Abdullah Hemdi. "The Influence of Destination Image on Medical Tourist's Intention for Future Destination Choice." *Environment-Behaviour Proceedings Journal* 1, no. 1 (2016): 178-85.
- Herstanti, Ghassani, Usep Suhud, and Setyo Ferry Wibowo. "Three Modified Models to Predict Intention of Indonesian Tourists to Revisit Sydney." *European Journal of Business and Management* 6, no. 25 (2014): 184-95.
- Hsu, Cathy HC and Songshan Huang. *Formation of Tourist Behavioral Intention and Actual Behavior*. Service Systems and Service Management (ICSSSM), 2010 7th International Conference on: IEEE, 2010.
- Huang, Songshan and Cathy HC Hsu. "Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention." *Journal of Travel Research* 48, no. 1 (2009): 29-44.
- Kuo, HL, TC Huan, W Thongma, B Guntoro, CF Tsai, and KY Chen. "The Relationships among Tourism Image, Perceived Quality, Place Attachment, Tourist Satisfaction, and Revisit Intentions-a Case of International Tourists in Thailand Tourism Night Market." *World Research Summit for Tourism and Hospitality* (2011).
- Lertputtarak, Sarunya. "The Relationship between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand." *Browser Download This Paper* (2011).
- Li, Huamin. *Analysis of Formation Mechanism of Revisit Intention: Data from East China*. Conference: International conference on global economy, commerce and service science, Phuket, Thailand, 2014.
- Mohammed, Abdul Raheem Jasim, Mohd Salehuddin Mohd Zahari, Salim Abdul Talib, and Mohd Zulhilmi Suhaimi. "The Causal Relationships between Destination Image, Tourist Satisfaction and Revisit Intention: A Case of the United Arab Emirates." *World Academy of Science, Engineering and*



*Technology, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering* 8, no. 10 (2014): 3346-52.

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.

#### REFERENSI ARTIKEL

Affan, Heyder. "Menyelamatkan Kota Tua Jakarta Dari Kehancuran." *bbc.com*. Last modified 2016. Accessed 9 Januari 2017. [http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/02/160204\\_majalah\\_revitalisasi\\_kotatuajkt](http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/02/160204_majalah_revitalisasi_kotatuajkt).

Fajarta, Carlos Roy. "Wisata Kawasan Kota Tua Dan Ironi Kemacetan Lalu Lintas." *Suara Pembaruan*. Last modified 2016. Accessed 11 Januari, 2017. <http://www.beritasatu.com/megapolitan/377206-wisata-kawasan-kota-tua-dan-ironi-kemacetan-lalu-lintas.html>.

Herdiansyah. "Fasilitas Umum Di Kota Tua Tak Terawat." *Harian Ekonomi Neraca*. Last modified 2016. Accessed 11 Januari, 2017. <http://www.neraca.co.id/article/67569/fasilitas-umum-di-kota-tua-tak-terawat>.

Medistiara, Yulida. "Menengok Kasteel Batavia, Gedung Bersejarah Yang Kini Tak Terawat." *Detik News*. Last modified 2016. Accessed 11 Januari, 2017. <http://news.detik.com/berita/3215006/menengok-kasteel-batavia-gedung-bersejarah-yang-kini-tak-terawat>.

Panduwinata, Andika. "Kawasan Kota Tua Dikuasai Preman Dan Penuh Sampah." *Warta Kota*. Last modified 2016. Accessed 13 Januari, 2017. <http://wartakota.tribunnews.com/2016/08/24/kawasan-kota-tua-dikuasai-preman-dan-penuh-sampah>.

Putra, Dany. "Kota Tua Tak Mampu Jadi Destinasi Wisata Internasional." *Sinar Harapan*. Last modified 2014. Accessed 13 Januari, 2017. <http://www.sinarharapan.co/news/read/33636/kota-tua-tak-mampu-jadi-destinasi-wisata-internasional>.

- RM. "Gedung Bersejarah Kota Tua Jakarta Kumuh Tak Terawat." Nusantara. Last modified 2011. Accessed 11 Januari, 2017. <http://nusantara.rmol.co/read/2011/02/02/16860/Gedung-Bersejarah-Kota-Tua-Jakarta-Kumuh-Tak-Terawat->.
- Saputra, Ari. "Kota Tua Jakarta Selalu Ditolak Unesco Jadi Kawasan Heritage Dunia." Detik News. Last modified 2016. Accessed 13 Januari, 2017. <http://news.detik.com/berita/3205919/kota-tua-jakarta-selalu-ditolak-unesco-jadi-kawasan-heritage-dunia>.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 - Surat Izin Penelitian

	PEMERINTAH PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN <b>UNIT PENGELOLA KAWASAN KOTATUA</b> Jl. Taman Fatahillah No. 1 Jakarta Barat, Telepon/Fax (021) 691 6275 Website: upkkotatujakarta.net e-mail: pengelolakotatua@yahoo.com	
	Kode Pos: 11110	

---

Nomor	: 849/-1. 851-Q	21 April 2017
Sifat	: Biasa	
Lampiran	: -	
Hal	: Surat Keterangan Telah Melakukan Riset/Penelitian	Kepada Yth. Universitas Negeri Jakarta Jalan Rawamangun Muka Jakarta Timur

Berdasarkan surat Nomor : 1088/UN39.12/KM/2017 tanggal 27 Maret 2017 Hal Permohonan Ijin Mengadakan Penelitian untuk Penulisan Skripsi yang berjudul "**Peran Citra Destinasi, Norma Subjektif, dan Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kotatua Jakarta**". Dengan ini kami memberitahukan bahwa:

Nama	: Mega Rusmardiana
NIM	: 8135134114
Program Studi	: Pendidikan Tata Niaga
Jenjang Pendidikan	: Strata Satu (S-1)

Benar-benar telah Melakukan Riset/Penelitian di Unit Pengelola Kawasan Kotatua.


Demikian surat keterangan ini kami sampaikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Unit Pengelola  
Kawasan Kotatua,



Norviadi Setio Husodo  
NIP. 196811021997031002

## Lampiran 2 - Surat Pengajuan Izin Penelitian



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 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

27 Maret 2017

Nomor : 1088/UN39.12/KM/2017  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian untuk Penulisan Skripsi

Yth. UPK Kota Tua Jakarta  
Jl. Taman Fatahillah, Jakarta Barat

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Mega Rusmardiana  
Nomor Registrasi : 8135134114  
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga  
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 089637524626

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :

**"Pengaruh Citra Destinasi, Norma Subjektif, dan Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kota Tua Jakarta"**

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat



Wero Sasmojo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Prodi Pendidikan Tata Niaga

## Lampiran 3 - Data Responden Uji Coba

<b>NAMA</b>	<b>USIA</b>	<b>GENDER</b>	<b>PENDIDIKAN</b>	<b>DOMISILI</b>
ACHMAD AGIL W	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
ALDIANSYAH	18-23	laki-laki	S1	jakarta
ALIFIA ANANDA PUTRI	<18	perempuan	SLTA	jakarta
ANDIYANI	18-23	perempuan	S1	jakarta
BAHRUL ILMI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
CHIKA EGI PURWANTI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
CHOLIFATUSSA'ADAH	18-23	perempuan	S1	bekasi
DEWI WULAN NINGSIH	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
DHANDY RIZKY PRATAMA	18-23	perempuan	S1	jakarta
NANDA PUTRI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
RIZA BANY	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
FIRA MONICA LEGISTIANI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
HIKMAH NAJILAH	<b>18-23</b>	perempuan	SLTA	jakarta
HYPATIA MAULIDYA	18-23	perempuan	<SLTA	depok
JUWITA	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
MARIA GUADALUPE. K W	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
PRATIWI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
NANDA AGUSTIN	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
NUR HURRIYAH	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
NUR KARIM	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
NURDI	18-23	laki-laki	SLTA	bogor
NURUL FADHILAH	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
ORYZA HUMAEROH SATIVA	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
OSA ROSMAIDA	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
PUTRI SARTIKA	18-23	perempuan	S1	luar jabodetabek
RISKA APRILIA	18-23	perempuan	S1	bekasi
SAHRA RAMADANI	18-23	perempuan	SLTA	bogor
TRISHA DANA MONICA	18-23	perempuan	S1	jakarta
VELLYANA TJANDRA DARMAWAN	18-23	perempuan	S1	jakarta
VIRA SUCI WIRANDA	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
WENI APRILIANA	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
NILAH AMBIYAH	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
AULIA DRAJAT	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
YOGI ILYASINUHA	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta

NOVYANTI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
ZAHRAH IMTINAN DWIUTA	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
NUR HIDAYATI	18-23	laki-laki	SLTA	depok
ANFASA SIDHAM	18-23	laki-laki	SLTA	tangerang
ANNIDA SYAHIDAH	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
BELLA DINA ISLAMIA	18-23	perempuan	S1	jakarta
RIYANTI	18-23	perempuan	SLTA	luar jabodetabek
CHAIRUNNISAH	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
CHOTY FITRIANI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
NOVIYANTI	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
DIO PRATAMA PUTRA	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
EFRI DWI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
FATHIYYAH NUR AZIZAH	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
FRASTIO ABDI PUTRA	18-23	perempuan	S1	jakarta
FRISKA ANINDYA	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
LINDA EKA SAPUTRI	18-23	perempuan	SLTA	jakarta

**Data Responden**

<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Gender</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Domisili</b>
Responden 1	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 2	18-23	laki-laki	S1	jakarta
Responden 3	<18	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 4	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 5	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 6	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 7	18-23	perempuan	S1	bekasi
Responden 8	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 9	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 10	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 11	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 12	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 13	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 14	18-23	perempuan	<SLTA	depok
Responden 15	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 16	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 17	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 18	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 19	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 20	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 21	18-23	laki-laki	SLTA	bogor
Responden 22	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 23	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 24	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 25	18-23	perempuan	S1	luar jabodetabek
Responden 26	18-23	perempuan	S1	bekasi
Responden 27	18-23	perempuan	SLTA	bogor
Responden 28	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 29	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 30	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 31	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 32	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 33	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 34	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 35	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 36	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 37	18-23	laki-laki	SLTA	depok

Responden 38	18-23	laki-laki	SLTA	tangerang
Responden 39	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 40	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 41	18-23	perempuan	SLTA	luar jabodetabek
Responden 42	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 43	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 44	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 45	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 46	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 47	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 48	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 49	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 50	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 51	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 52	18-23	perempuan	SLTA	bogor
Responden 53	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 54	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 55	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 56	18-23	perempuan	SLTA	bogor
Responden 57	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 58	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 59	18-23	perempuan	S1	luar jabodetabek
Responden 60	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 61	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 62	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 63	18-23	perempuan	SLTA	bogor
Responden 64	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 65	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 66	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 67	18-23	laki-laki	SLTA	bekasi
Responden 68	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 69	18-23	perempuan	S1	bekasi
Responden 70	18-23	laki-laki	S1	bekasi
Responden 71	18-23	perempuan	S1	bekasi
Responden 72	18-23	perempuan	S1	bekasi
Responden 73	18-23	laki-laki	SLTA	bekasi
Responden 74	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 75	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 76	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta



Responden 77	24-29	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 78	18-23	perempuan	diploma	jakarta
Responden 79	18-23	perempuan	diploma	jakarta
Responden 80	18-23	perempuan	diploma	jakarta
Responden 81	18-23	perempuan	diploma	jakarta
Responden 82	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 83	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 84	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 85	18-23	perempuan	SLTA	bogor
Responden 86	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 87	18-23	laki-laki	S1	depok
Responden 88	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 89	18-23	laki-laki	S1	jakarta
Responden 90	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 91	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 92	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 93	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 94	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 95	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 96	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 97	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 98	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 99	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 100	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 101	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 102	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 103	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 104	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 105	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 106	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 107	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 108	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 109	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 110	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 111	18-23	laki-laki	SLTA	bogor
Responden 112	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 113	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 114	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 115	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 116	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 117	18-23	perempuan	SLTA	jakarta

Responden 118	18-23	perempuan	S1	bekasi
Responden 119	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 120	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 121	<18	perempuan	S1	jakarta
Responden 122	18-23	perempuan	SLTA	depok
Responden 123	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 124	18-23	perempuan	SLTA	luar jabodetabek
Responden 125	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 126	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 127	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 128	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 129	18-23	laki-laki	SLTA	bekasi
Responden 130	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 131	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 132	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 133	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 134	18-23	perempuan	diploma	jakarta
Responden 135	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 136	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 137	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 138	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 139	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 140	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 141	18-23	perempuan	diploma	bekasi
Responden 142	24-29	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 143	18-23	perempuan	SLTA	bogor
Responden 144	18-23	laki-laki	SLTA	depok
Responden 145	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 146	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 147	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 148	18-23	perempuan	SLTA	depok
Responden 149	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 150	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 151	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 152	24-29	laki-laki	S1	jakarta
Responden 153	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 154	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 155	18-23	laki-laki	SLTA	bekasi
Responden 156	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 157	18-23	perempuan	SLTA	jakarta

Responden 158	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 159	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 160	18-23	laki-laki	SLTA	bekasi
Responden 161	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 162	18-23	perempuan	SLTA	depok
Responden 163	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 164	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 165	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 166	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 167	18-23	laki-laki	S1	luar jabodetabek
Responden 168	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 169	18-23	laki-laki	SLTA	bogor
Responden 170	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 171	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 172	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 173	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 174	24-29	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 175	18-23	perempuan	SLTA	bogor
Responden 176	18-23	laki-laki	SLTA	depok
Responden 177	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 178	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 179	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 180	18-23	perempuan	SLTA	depok
Responden 181	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 182	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 183	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 184	24-29	laki-laki	S1	jakarta
Responden 185	18-23	perempuan	SLTA	tangerang
Responden 186	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 187	18-23	laki-laki	SLTA	bekasi
Responden 188	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 189	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 190	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 191	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 192	18-23	laki-laki	SLTA	bekasi
Responden 193	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 194	18-23	perempuan	<SLTA	depok
Responden 195	18-23	perempuan	SLTA	bekasi
Responden 196	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 197	18-23	perempuan	SLTA	jakarta

Responden 198	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 199	18-23	laki-laki	S1	luar jabodetabek
Responden 200	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 201	18-23	laki-laki	SLTA	bogor
Responden 202	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 203	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 204	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 205	18-23	laki-laki	SA/S3	jakarta
Responden 206	24-29	perempuan	S1	bekasi
Responden 207	18-23	perempuan	diploma	bogor
Responden 208	<18	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 209	24-29	perempuan	diploma	depok
Responden 210	24-29	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 211	<18	perempuan	diploma	jakarta
Responden 212	<18	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 213	<18	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 214	<18	perempuan	<SLTA	tangerang
Responden 215	<18	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 216	24-29	perempuan	SA/S3	bekasi
Responden 217	18-23	laki-laki	<SLTA	jakarta
Responden 218	<18	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 219	<18	perempuan	SLTA	depok
Responden 220	<18	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 221	<18	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 222	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 223	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 224	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 225	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 226	18-23	perempuan	SLTA	depok
Responden 227	18-23	laki-laki	SLTA	luar jabodetabek
Responden 228	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 229	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 230	18-23	laki-laki	SLTA	jakarta
Responden 231	18-23	laki-laki	S1	jakarta
Responden 232	<18	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 233	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 234	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 235	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 236	18-23	perempuan	S1	bekasi

Responden 237	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 238	18-23	perempuan	S1	jakarta
Responden 239	18-23	perempuan	SLTA	jakarta
Responden 240	18-23	perempuan	SLTA	jakarta

## Lampiran 4 - Kuisioner Uji Coba

No: Survey tentang traveling mengunjungi Kota Tua Jakarta

Dear Responden,

Kami mahasiswa FE UNJ, saat ini kami sedang melakukan penelitian pemasaran pariwisata untuk skripsi kami yang memiliki topik tentang traveling mengunjungi Kota Tua Jakarta. Kota Tua Jakarta terletak di kawasan Jakarta Barat.. Untuk mengisi kuesioner ini, Anda hanya membutuhkan waktu maksimum 10 menit. Kami membutuhkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner ini.

Terima kasih.

Mega R

## Bagian 1

Apakah Anda pernah mengunjungi Kota Tua Jakarta sebelum ini?

Ya  Tidak [STOP]

Jika jawaban untuk pertanyaan di atas adalah 'YA', sudah berapa kali Anda mengunjungi Kota Tua Jakarta 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 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"/>
Event keagamaan	<input type="checkbox"/>	Event kuliner	<input type="checkbox"/>		

## 1. Niat Mengunjungi kembali

Seberapa setuju atau tidak setuju Anda 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 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

Kode	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	Saya akan merekomendasikan kota tua jakarta kepada orang lain					
2	Saya tidak akan merekomendasikan kota tua jakarta ke orang lain					
3	Saya akan mengatakan hal positif tentang kota tua jakarta terhadap orang lain					
4	Saya akan mengatakan hal negatif tentang kota tua Jakarta terhadap orang lain					
5	Saya akan menganjurkan orang disekitar saya untuk mengunjungi kota tua					
6	Saya akan menyarankan teman dan kerabat untuk berkunjung ke kota tua jakarta					
7	Saya akan menganjurkan orang disekitar saya untuk berlibur ke kota tua Jakarta					
8	Ketika ditanya tentang destinasi wisata saya akan merekomendasikan kota tua Jakarta					
9	Ketika ditanta tentang destinasi wisata saya tidak akan merekomendasikan kota tua Jakarta					
10	Saya memiliki keinginan untuk merekomendasikan kota tua Jakarta					
11	Memberi masukan kepada teman untuk mengunjungi kota tua jakata					
12	Saya berniat meninjau kota tua jakarta dalam setahun ke depan					
13	Saya memiliki rencana untuk mengunjungi kembali kota tua jakarta setahun ke depan					
14	Saya ingin mengunjungi kota tua dalam setahun ke depan					
15	Saya tidak ingin mengunjungi kota tua Jakarta dalam setahun ke depan					
16	Saya akan kembali ke kota tua Jakarta dalam setahun ke depan					
17	Saya tidak akan mengunjungi kota tua dalam setahun ke depan					
18	Saya ingin mengunjungi kota tua Jakarta lagi jika ada kesempatan					

19	Saya berniat mengunjungi kota tua Jakarta lagi dimasa depan					
20	Saya bersedia membayar lebih untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta					
21	Saya bersedia mengunjungi kota tua Jakarta lebih sering					
22	Jika saya di Jakarta, kota tua akan menjadi pilihan destinasi utama					
23	Kota tua Jakarta bukan pilihan utama untuk destinasi wisata					
24	Mengunjungi kembali kota tua jakarta untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang ada disana					
25	Kota tua Jakarta adalah prioritas untuk dikunjungi dimasa depan					
26	Kemungkinan untuk berkunjung kembali ke kota tua Jakarta tinggi					

## 2. Citra Destinasi

Seberapa setuju atau tidak setuju Anda 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 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

Kode	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	Kota tua Jakarta memiliki museum dan nilai sejarah yang cukup bagus.					
2	Kota tua Jakarta memiliki akses transportasi yang baik					
3	Kota tua Jakarta memiliki sarana dan prasarana umum yang baik					
4	Sarana dan prasarana di kota tua Jakarta kumuh					
5	Kota tua Jakarta memberikan informasi yang cukup melalui website					
6	Biaya akomodasi di kota tua wajar/standar					
7	Biaya wisata dikota tua Jakarta cukup murah					
8	Biaya wisata dikota tua Jakarta mahal					
9	Harga tiket museum dikota tua Jakarta relative murah					
10	Kota tua Jakarta memiliki pemandangan yang foto genik					
11	Kota tua Jakarta memiliki standar kebersihan yang					



	baik					
12	Standar kebersihan dikota tua Jakarta buruk					
13	Suasana dikota tua Jakarta menyenangkan					
14	Suasana dikota tua Jakarta membosankan					
15	Suasana dikota tua Jakarta pada malam hari menarik					
16	Kota tua Jakarta adalah tempat wisata yang aman					
17	Kota tua Jakarta adalah tempat wisata yang menarik					
18	Berkunjung ke kota tua Jakarta memberikan kesan yang baik					
19	Berkunjung ke kota tua Jakarta memberikan kesan yang menakutkan					
20	Lingkungan sosial disekitar kota tua Jakarta baik					
21	Lingkungan disekitar kota tua Jakarta buruk					
22	Banyak tempat menarik yang dapat dikunjungi dikota tua					
23	Orang-orang disekitar kota tua Jakarta ramah dan sangat membantu					
24	Makanan yang ada disekitar kota tua sesuai dengan selera saya					
25	Kota tua Jakarta adalah tempat yang nyaman untuk dikunjungi					

### 3. Norma Subyektif

Seberapa setuju atau tidak setuju Anda 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 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

Kode	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	Orang-orang yang dekat dengan saya menganggap mengunjungi kota tua Jakarta merupakan ide yang bagus					
2	Orang yang dekat dengan saya menganggap berkunjung ke kota tua merupakan ide yang buruk					
3	Keluarga saya akan mengunjungi kota tua Jakarta dalam waktu dekat					
4	Teman saya memiliki pengalaman yang menyenangkan saat liburan dikota tua jakarta					

5	Teman saya memiliki pengalaman yang buruk saat liburan dikota tua jakarta					
6	Teman saya berpikir saya harus mengunjungi kota tua Jakarta untuk liburan					
7	Teman saya berpikir seharusnya saya tidak mengunjungi kota tua jakarta					
8	Teman saya setuju bahwa kota tua Jakarta memiliki daya tarik untuk dikunjungi					
9	Teman saya berpikir bahwa mengunjungi kota tua Jakarta merupakan hal yang membosankan					
10	Orang yang saya kenal memilih kota tua jakarta sebagai destinasi liburan					
11	Saya terpengaruh oleh orang lain untuk mengunjungi kota tua karena menarik					
12	Saya terpengaruh oleh teman/kolega untuk mengunjungi kota tua Jakarta					
13	Saya terpengaruh oleh media sosial untuk mengunjungi kota tua Jakarta					
14	Kebanyakan orang akan memilih kota tua Jakarta sebagai destinasi wisata					
15	sahabat saya mengatakan saya harus mengunjungi kota tua jakarta					
16	sahabat saya mengatakan saya tidak perlu mengunjungi kota tua Jakarta					
17	Anggota keluarga saya menyetujui bahwa saya harus mengunjungi kota tua Jakarta					
18	Anggota keluarga tidak setuju jika saya berkunjung ke kota tua Jakarta					
19	Teman saya merekomendasikan untuk mengunjungi kota tua Jakarta saat liburan					
20	Teman saya tidak menyarankan untuk berkunjung ke kota tua Jakarta					
21	Teman saya mendorong saya untuk berlibur ke kota tua jakarta					
22	Teman saya mengatakan bahwa kota tua jakarta layak untuk dikunjungi					
23	Teman saya mengatakan bahwa kota tua jakarta tidak layak untuk dikunjungi					
24	Teman saya lebih suka saya berkunjung ke kota tua Jakarta dibanding tempat lain					
25	Teman saya mengajak untuk berlibur ke kota tua Jakarta					

## 4. Sikap

Seberapa setuju atau tidak setuju Anda 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 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

Kode	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	Mengunjungi kota tua Jakarta adalah penting					
2	Bagi saya mengunjungi kota tua adalah suatu keharusan					
3	Mengunjungi kota tua adalah ide yang bagus					
4	Mengunjungi kota tua adalah ide yang buruk					
5	Saya merasa mengunjungi kota tua Jakarta adalah hal yang baik					
6	Mengunjungi kembali kota tua akan menambah wawasan sejarah					
7	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan menyenangkan					
8	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan membosankan					
9	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan memuaskan hati saya					
10	Mengunjungi kembali kota tua hanya akan membuang waktu					
11	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan menjadi pengalaman berharga					
12	Saya merasa senang dengan kota tua Jakarta					
13	Saya merasa nyaman ketika berkunjung ke kota tua Jakarta					
14	Saya ingin mengunjungi kota tua Jakarta lagi					
15	Saya tidak ingin mengunjungi kota tua Jakarta lagi					
16	Meskipun dengan biaya yang mahal saya akan mengunjungi kota tua Jakarta					
17	Meskipun akan menghabiskan waktu saya akan mengunjungi kota tua Jakarta					
18	Saya ingin memberitahukan kepada teman saya tentang kota tua Jakarta					
19	Saya tidak akan memberitahukan tentang kota tua Jakarta ke teman saya					



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                  |

TERIMA KASIH ATAS BANTUAN ANDA

## Lampiran 5 - Kuisioner Final

No: Survey tentang traveling mengunjungi Kota Tua Jakarta

Dear Responden,

Kami mahasiswa FE UNJ, saat ini kami sedang melakukan penelitian pemasaran pariwisata untuk skripsi kami yang memiliki topik tentang traveling mengunjungi Kota Tua Jakarta. Kota Tua Jakarta terletak di kawasan Jakarta Barat.. Untuk mengisi kuesioner ini, Anda hanya membutuhkan waktu maksimum 10 menit. Kami membutuhkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner ini.

Terima kasih.

Mega R

## Bagian 1

Apakah Anda pernah mengunjungi Kota Tua Jakarta sebelum ini?

Ya  Tidak [STOP]

Jika jawaban untuk pertanyaan di atas adalah 'YA', sudah berapa kali Anda mengunjungi Kota Tua Jakarta 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 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"/>
Event keagamaan	<input type="checkbox"/>	Event kuliner	<input type="checkbox"/>		

## 1. Niat Mengunjungi kembali

Seberapa setuju atau tidak setuju Anda 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 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

Kode	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	Saya tidak akan merekomendasikan kota tua jakarta ke orang lain					
2	Saya akan mengatakan hal positif tentang kota tua jakarta terhadap orang lain					
3	Saya akan mengatakan hal negatif tentang kota tua Jakarta terhadap orang lain					
4	Saya akan menganjurkan orang disekitar saya untuk mengunjungi kota tua					
5	Saya akan menyarankan teman dan kerabat untuk berkunjung ke kota tua jakarta					
6	Ketika ditanya tentang destinasi wisata saya akan merekomendasikan kota tua Jakarta					
7	Saya memiliki keinginan untuk merekomendasikan kota tua Jakarta					
8	Memberi masukan kepada teman untuk mengunjungi kota tua jakata					
9	Saya memiliki rencana untuk mengunjungi kembali kota tua jakarta setahun ke depan					
10	Saya ingin mengunjungi kota tua dalam setahun ke depan					
11	Saya tidak ingin mengunjungi kota tua Jakarta dalam setahun ke depan					
12	Saya akan kembali ke kota tua Jakarta dalam setahun ke depan					
13	Saya tidak akan mengunjungi kota tua dalam setahun ke depan					
14	Saya ingin mengunjungi kota tua Jakarta lagi jika ada kesempatan					
15	Saya berniat mengunjungi kota tua Jakarta lagi dimasa depan					
16	Saya bersedia membayar lebih untuk mengunjungi kembali kota tua Jakarta					
17	Saya bersedia mengunjungi kota tua Jakarta lebih sering					
18	Jika saya di Jakarta, kota tua akan menjadi pilihan destinasi utama					

19	Kota tua Jakarta bukan pilihan utama untuk destinasi wisata					
20	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang ada disana					
21	Kota tua Jakarta adalah prioritas untuk dikunjungi dimasa depan					
22	Kemungkinan untuk berkunjung kembali ke kota tua Jakarta tinggi					

## 2. Citra Destinasi

Seberapa setuju atau tidak setuju Anda 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 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

Kode	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	Kota tua Jakarta memiliki akses transportasi yang baik					
2	Sarana dan prasarana di kota tua Jakarta kumuh					
3	Kota tua Jakarta memberikan informasi yang cukup melalui website					
4	Biaya akomodasi di kota tua wajar/standar					
5	Biaya wisata dikota tua Jakarta mahal					
6	Harga tiket museum dikota tua Jakarta relative murah					
7	Kota tua Jakarta memiliki pemandangan yang foto genik					
8	Kota tua Jakarta memiliki standar kebersihan yang baik					
9	Standar kebersihan dikota tua Jakarta buruk					
10	Suasana dikota tua Jakarta menyenangkan					
11	Suasana dikota tua Jakarta membosankan					
12	Suasana dikota tua Jakarta pada malam hari menarik					
13	Kota tua Jakarta adalah tempat wisata yang aman					
14	Kota tua Jakarta adalah tempat wisata yang menarik					
15	Berkunjung ke kota tua Jakarta memberikan kesan yang baik					
16	Berkunjung ke kota tua Jakarta memberikan kesan yang menakutkan					



17	Lingkungan sosial disekitar kota tua Jakarta baik					
18	Lingkungan disekitar kota tua Jakarta buruk					
19	Banyak tempat menarik yang dapat dikunjungi dikota tua					
20	Orang-orang disekitar kota tua Jakarta ramah dan sangat membantu					
21	Makanan yang ada disekitar kota tua sesuai dengan selera saya					
22	Kota tua Jakarta adalah tempat yang nyaman untuk dikunjungi					

### 3. Norma Subyektif

Seberapa setuju atau tidak setuju Anda 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 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

Kode	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	Orang yang dekat dengan saya menganggap berkunjung ke kota tua merupakan ide yang buruk					
2	Keluarga saya akan mengunjungi kota tua Jakarta dalam waktu dekat					
3	Teman saya memiliki pengalaman yang menyenangkan saat liburan dikota tua jakarta					
4	Teman saya memiliki pengalaman yang buruk saat liburan dikota tua jakarta					
5	Teman saya berpikir saya harus mengunjungi kota tua Jakarta untuk liburan					
6	Teman saya berpikir seharusnya saya tidak mengunjungi kota tua jakarta					
7	Teman saya setuju bahwa kota tua Jakarta memiliki daya tarik untuk dikunjungi					
8	Teman saya berpikir bahwa mengunjungi kota tua Jakarta merupakan hal yang membosankan					
9	Orang yang saya kenal memilih kota tua jakarta sebagai destinasi liburan					
10	Saya terpengaruh oleh orang lain untuk mengunjungi kota tua karena menarik					
11	Saya terpengaruh oleh teman/kolega untuk mengunjungi kota tua Jakarta					
12	Saya terpengaruh oleh media sosial untuk					

	mengunjungi kota tua Jakarta					
13	Kebanyakan orang akan memilih kota tua Jakarta sebagai destinasi wisata					
14	sahabat saya mengatakan saya harus mengunjungi kota tua jakarta					
15	sahabat saya mengatakan saya tidak perlu mengunjungi kota tua Jakarta					
16	Anggota keluarga saya menyetujui bahwa saya harus mengunjungi kota tua Jakarta					
17	Anggota keluarga tidak setuju jika saya berkunjung ke kota tua Jakarta					
18	Teman saya merekomendasikan untuk mengunjungi kota tua Jakarta saat liburan					
19	Teman saya tidak menyarankan untuk berkunjung ke kota tua Jakarta					
20	Teman saya mendorong saya untuk berlibur ke kota tua jakarta					
21	Teman saya mengatakan bahwa kota tua jakarta layak untuk dikunjungi					
22	Teman saya mengatakan bahwa kota tua jakarta tidak layak untuk dikunjungi					
23	Teman saya lebih suka saya berkunjung ke kota tua Jakarta dibanding tempat lain					
24	Teman saya mengajak untuk berlibur ke kota tua Jakarta					

#### 4. Sikap

Seberapa setuju atau tidak setuju Anda 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 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

Kode	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
1	Mengunjungi kota tua Jakarta adalah penting					
2	Bagi saya mengunjungi kota tua adalah suatu keharusan					
3	Mengunjungi kota tua adalah ide yang bagus					
4	Mengunjungi kota tua adalah ide yang buruk					
5	Saya merasa mengunjungi kota tua Jakarta adalah hal yang baik					
6	Mengunjungi kembali kota tua akan menambah wawasan sejarah					

7	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan menyenangkan					
8	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan membosankan					
9	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan memuaskan hati saya					
10	Mengunjungi kembali kota tua hanya akan membuang waktu					
11	Mengunjungi kembali kota tua Jakarta akan menjadi pengalaman berharga					
12	Saya merasa nyaman ketika berkunjung ke kota tua Jakarta					
13	Saya ingin mengunjungi kota tua Jakarta lagi					
14	Saya tidak ingin mengunjungi kota tua Jakarta lagi					
15	Meskipun dengan biaya yang mahal saya akan mengunjungi kota tua Jakarta					
16	Meskipun akan menghabiskan waktu saya akan mengunjungi kota tua Jakarta					
17	Saya ingin memberitahukan kepada teman saya tentang kota tua Jakarta					
18	Saya tidak akan memberitahukan tentang kota tua Jakarta ke teman saya					
19	Saya ingin berkontribusi dengan kegiatan yang diadakan oleh kota tua Jakarta					
20	Saya akan berkunjung ke kota tua jika komentar menguntungkan yang saya lihat di media online lebih banyak					
21	Saya tidak akan mengunjungi kota tua karena komentar buruk yang saya baca di media online					
22	Teman saya terpengaruh positif oleh komentar yang dibaca dari media online tentang kawasan kota tua Jakarta					
23	Saya ingin memberitahukan kepada teman saya tentang kota tua Jakarta					

DEMOGRAFIK

Beri indikasi jawaban yang paling sesuai dengan keadaan 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                     |      |

Apa jenis kelamin Anda?

- Laki-laki  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                  |

TERIMA KASIH ATAS BANTUAN ANDA

## Lampiran 6 - Hasil penelitian yang relevan

No.	Judul	X1	X2	X3	Y
1.	Sri Astuti Pratminingsih <i>“Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia”</i>	✓			✓
2.	Tun Thiunsak and Athapol Ruangkanjanases <i>“Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand”</i>	✓			✓
3.	Sarunya Lertputtarak <i>“The Relationship between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand”</i>	✓			✓
4.	Usep Suhud <i>“Three Modified Models to Predict Intention of Indonesian Tourists to Revisit Sydney”</i>	✓			✓
5.	Norhaslin Abu Hassan & Mohamad Abdullah Hemdi <i>“The Influence of Destination Image on Medical Tourist’s Intention for Future Destination Choice”</i>	✓			✓
6.	Yen-Nee Goh <i>“Investigating Revisit Intentions for the Boutique Hotels of Penang-A UNESCO World Heritage Site”</i>		✓	✓	✓
7.	Songshan (Sam) Huang <i>“Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention”</i>			✓	✓
8.	Heesup Han <i>“An investigation of green hotel customers’ decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior”</i>		✓	✓	✓
9.	Mamdouh T. AL Ziadat <i>“Applications of Planned Behavior Theory (TPB) in Jordanian Tourism” International Journal of Marketing Studies”</i>		✓	✓	✓
10.	Abdul Raheem Jasim Mohammed, et al. <i>“The Causal Relationships between Destination Image, Tourist Satisfaction and Revisit Intention: A Case of the United Arab Emirates”</i>	✓			✓

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti (2017)

## Lampiran 7 - Referensi Jurnal

Variabel bebas	Variable terikat	Arah pengaruh	peneliti
Citra destinasi	Niat mengunjungi kembali	+	Sri Astuti Pratminingsih, et al.
		+	Tun Thiumsak, et al.
		+	Sarunya Lertputtarak
		+	Usep suhud, et al.
		+	Abdul Raheem Jasim Mohammed, et al.
Norma subjektif	Niat mengunjungi kembali	+	Yen-Nee Goh
		+	Songshan (Sam) Huang, et al.
		+	Mamdouh T. AL Ziadat
Sikap	Niat mengunjungi kembali	+	Yen-Nee Goh
		+	Songshan (Sam) Huang, et al.
		+	Heesup Han, et al.
		+	Mamdouh T. AL Ziadat

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti (2017)

## Lampiran 8 - EFA &amp; Realibilitas variabel Niat Mengunjungi Kembali

**Pattern Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
RE2		.728
RE3		.925
RE4		.791
RE5		.850
RE6		.797
RE8	.794	
RE10	.797	
RE11	.705	
RE12	.765	
RE13	.823	
RE14	.871	
RE15	.826	
RE18	.750	
RE19	.826	
RE20	.771	
RE21	.633	
RE22	.778	
RE23	.775	
RE24	.713	
RE25	.717	
RE26	.680	

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with

Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	5

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.966	16



Lampiran 9 - Kisi Kisi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Intention To Recommend</i>	1			3		2	
	3	2		5	2	4	1
	5	4	1	6	4	5	3
	6						
<i>Intention To Revisit</i>	7			10		7	
	9			11		8	
	10			12		9	
	11			13		10	
	12			14		11	
	13	8		16		13	
	14	15	7	18	8	14	6
	16	17	9	19	15	15	12
	18	23	17	20	23	16	19
	19			21		17	
	20			22		18	
	21			24		20	
	22			25		21	
	24			26		22	
25							
26							

## Lampiran 10 - Validasi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali

Variabel	Indikator	Butir uji coba		Drop	No butir variabel		No butir final		
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
Niat mengunjungi kembali	<i>Intention to recommend</i>	-	-	✓	RE1	-	-	-	
		0.720	-		RE2		RE1		
		0.919	-		RE3		RE2		
		0.783	-		RE4		RE3		
		0.842	-		RE5		RE4		
		0.786	-		RE6		RE5		
	<i>CROBANCH ALFA</i>	0.969	BUTIR TIDAK VALID = BUTIR 1						
	<i>Intention to revisit</i>	-	-	✓	RE7	-	-	-	
		0.793			RE8		RE6		
		-	-	✓	RE9	-	-	-	
		0.796			RE10		RE7		
		0.709			RE11		RE8		
		0.772			RE12		RE9		
		0.833			RE13		RE10		
		0.888			RE14		RE11		
		0.846			RE15		RE12		
		0.787			RE16		RE13		
		-	-	✓	RE17	-	-	-	
		0.745			RE18		RE14		
		0.828			RE19		RE15		
		0.771			RE20		RE16		
		0.641			RE21		RE17		
		0.784			RE22		RE18		
		0.779			RE23		RE19		
		0.723			RE24		RE20		
	0.720			RE25		RE21			
	0.683			RE26		RE22			
<i>CROBANCH ALFA</i>	0.936	BUTIR TIDAK VALID = 7, 9, DAN 17							

## Lampiran 11 - EFA &amp; Realibilitas variabel Citra Destinasi

**Pattern Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
DI2	.710		
DI5			-.643
DI6			-.594
DI8			-.500
DI9		.892	
DI10		.763	
DI11	.779		
DI12	.961		
DI13	.861		
DI14	.754		
DI15	.806		
DI16	.675		
DI17	.832		
DI18	.733		
DI19		.605	
DI20	.826		
DI21	1.000		
D122	.841		
D123	.715		
D125	.800		
DI4		.637	
D124	.556		

Extraction Method: Principal Component

Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser

Normalization.

a. Rotation converged in 23 iterations.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	15

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	4

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	3

Lampiran 12 - Kisi Kisi Instrumen Citra Destinasi

Dimensi	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	Butir Valid		Butir Final		
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
Kognitif	1			2		1		
	2			11		2		
	11			13		4		
	13			15		6		
	15			16		7	3	
	16	12		17	12	8	5	
	17	14	1	21	14	9	11	
	18	20		22	20	10		
	21			23		12		
	22			24		13		
	23			25		14		
	24					15		
	25							
	Afektif	3		3	9	4	17	16
		7	4	7	10	19	18	19
9		19						
10								
Konatif	5			5		20		
	6	8		6	8	21	22	

## Lampiran 13 - Validasi Instrumen Citra Destinasi

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir uji coba		Drop	No butir variabel		No butir final		
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
Citra destinasi	kognitif	<i>Culture, history &amp; art</i>	-	-	✓	DI1		-		
			0.710			DI2		DI1		
			0.779			DI11		DI2		
			0.961			DI12		DI3		
			0.861			DI13		DI4		
		<i>Tourist Infrastructure</i>	0.754			DI14		DI5		
			0.806			DI15		DI6		
			0.675			DI16		DI7		
			0.832			DI17		DI8		
		<i>General infrastructure</i>	0.733			DI18		DI9		
			0.826			DI20		DI10		
			1.000			DI21		DI11		
			0.841			DI22		DI12		
		<i>Political &amp; Economic factors</i>	0.715			DI23		DI13		
			0.556			DI24		DI14		
	0.800				DI25		DI15			
	<b>CROBANCH ALFA</b>			0.972	<b>BUTIR DROP = BUTIR 1</b>					
	Afektif	<i>Natural Environment</i>	-	-	✓	DI3		-		
			0.637			DI4		DI16		
			-	-	✓	DI7		-		
		<i>Atmosphere of the place</i>	0.892			DI9		DI17		
			0.763			DI10		DI18		
	0.605			DI19		DI19				
	<b>CROBANCH ALFA</b>			0.862	<b>BUTIR DROP = BUTIR 3 &amp; 7</b>					
	Konatif	<i>Tourist leisure and recreation</i>		-		DI5		DI20		
			0.643							
			-		DI6		DI21			
	0.594									
	-		DI8		DI22					
	0.500									
<b>CROBANCH ALFA</b>			0.895	<b>BUTIR DROP = TIDAK ADA</b>						

## Lampiran 14 - EFA &amp; Realibilitas variabel Norma Subyektif

**Pattern Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
NS2	.628	
NS3	.849	
NS4	.865	
NS5	.900	
NS6	.768	
NS7	.730	
NS8	.887	
NS9	.898	
NS10	.813	
NS11	.754	
NS12	.949	
NS13	1.018	
NS14	.726	
NS15	.894	
NS16		.775
NS17		.797
NS18		.832
NS19		.945
NS20		.995
NS21		.771
NS22		.658
NS23		.770
NS24		.689
NS25		.619

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with

Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6

iterations.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.974	14

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	10



## Lampiran 15 - Kisi Kisi Instrumen Norma Subyektif

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final		
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
<i>normative beliefs</i>	1			3		2		
	3			5		4		
	5	2		7	2	6	1	
	7	4		9	4	8	3	
	9	6	1	10	6	9	5	
	10	8		11	8	10	7	
	11	15		12	15	11	14	
	12			13		12		
	13			14		13		
	14							
	<i>motivation to comply</i>	17			17		16	
		19	16		19	16	18	15
		21	18		21	18	20	17
		22	20		22	20	21	19
24		23		24	23	23	22	
25				25		24		

## Lampiran 16 - Validasi Instrumen Norma Subyektif

Variabel	Indikator	Butir uji coba		Drop	No butir variabel		No butir final		
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
Norma subjektif	<i>normative beliefs</i>	-	-	✓	NS1	-	-	-	
		0.628			NS2		NS1		
		0.849			NS3		NS2		
		0.865			NS4		NS3		
		0.900			NS5		NS4		
		0.768			NS6		NS5		
		0.730			NS7		NS6		
		0.887			NS8		NS7		
		0.898			NS9		NS8		
		0.813			NS10		NS9		
		0.754			NS11		NS10		
		0.949			NS12		NS11		
		1.018			NS13		NS12		
		0.726			NS14		NS13		
		0.894			NS15		NS14		
	<i>CROBANCH ALFA</i>	0.974	BUTIR TIDAK VALID = BUTIR 1						
	<i>motivation to comply</i>	0.775				NS16		NS15	
		0.797				NS17		NS16	
		0.832				NS18		NS17	
		0.945				NS19		NS18	
		0.995				NS20		NS19	
		0.771				NS21		NS20	
		0.658				NS22		NS21	
		0.770				NS23		NS22	
		0.689				NS24		NS23	
0.619				NS25		NS24			
<i>CROBANCH ALFA</i>	0.962	BUTIR TIDAK VALID = TIDAK ADA							

## Lampiran 17 - EFA &amp; Realibilitas variabel Sikap

**Pattern Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
AT1		.869
AT2		.868
AT3		.680
AT4		.849
AT5		.852
AT6		.844
AT7		.830
AT8		.809
AT9		.734
AT10		.819
AT11		.808
AT13	.929	
AT14	.893	
AT15	.902	
AT16	.893	
AT17	.858	
AT18	.942	
AT19	.881	
AT20	.847	
AT22	.763	
AT23	.754	
AT24	.746	
AT25	.857	

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with

Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6

iterations.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.961	11

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	12

## Lampiran 18 - Kisi Kisi Instrumen Sikap

Indikator	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	Butir Valid		Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pendapat seseorang	1			1		1	
	2			2		2	
	3	4		3	4	3	4
	5	8		5	8	5	8
	6	10		6	10	6	10
	7			7		7	
	9			9		9	
	11			11		11	
	12			13		12	
	13			14		13	
	14	15		16		15	
Emosi seseorang	16	19	12 21	17	15	16	14
	17	21		18	19	17	18
	18	23		20	23	19	22
	20			22		20	
	22			24		21	
	24			25		22	
	25					23	

## Lampiran 19 - Validasi Instrumen Sikap

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir uji coba		Drop	No butir variabel		No butir final		
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)	
Sikap	Kognitif	Keyakinan dan pendapat terhadap destinasi wisata	0.869			AT1		AT1		
			0.868			AT2		AT2		
			0.680			AT3		AT3		
			0.849			AT4		AT4		
			0.852			AT5		AT5		
			0.844			AT6		AT6		
			0.830			AT7		AT7		
			0.809			AT8		AT8		
			0.734			AT9		AT9		
			0.819			AT10		AT10		
			0.808			AT11		AT11		
	<i>CROBANCH ALFA</i>			0,961	BUTIR TIDAK VALID = TIDAK ADA					
	Afektif	Emosi seseorang seperti perasaan suka atau tidak suka	-	-	✓	AT12	-	-	-	
			0.929			AT13		AT12		
			0.893			AT14		AT13		
			0.902			AT15		AT14		
			0.893			AT16		AT15		
			0.858			AT17		AT16		
			0.942			AT18		AT17		
			0.881			AT19		AT18		
			0.847			AT20		AT19		
			-	-	✓	AT 21	-	-	-	
			0.763			AT22		AT20		
			0.754			AT23		AT21		
			0.746			AT24		AT22		
0.857					AT25		AT23			
<i>CROBANCH ALFA</i>			0.973	BUTIR TIDAK VALID = BUTIR 12 & 21						

## Lampiran 20 - Distribusi Frekuensi Niat Mengunjungi Kembali

### 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 122 - 38 \\ &= 84 \end{aligned}$$

### 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 110 \\ &= 1 + \frac{2.380211}{(3.3)} \\ &= 8.85 \\ &= 8,9 \text{ (ditetapkan menjadi 9)} \end{aligned}$$

### 3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{84}{9} = 10.50 \text{ ( ditetapan menjadi 10 )} \end{aligned}$$

## Lampiran 21 - Distribusi Frekuensi Citra Destinasi

## 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\
 &= 115 - 49 \\
 &= 66
 \end{aligned}$$

## 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\
 &= 1 + (3.3) \log 240 \\
 &= \frac{1 + 2.380211}{(3.3)} \\
 &= 8.85 \\
 &= 8,9 \text{ (ditetapkan menjadi 9)}
 \end{aligned}$$

## 3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\
 &= \frac{66}{9} = 7.333333333 \quad (\text{ditetapkan menjadi 7})
 \end{aligned}$$



## Lampiran 22 - Distribusi Frekuensi Norma Subyektif

## 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\
 &= 109 - 42 \\
 &= 67
 \end{aligned}$$

## 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\
 &= 1 + (3.3) \log 240 \\
 &= 1 + \frac{2.380211}{(3.3)} \\
 &= 8.85 \\
 &= 8,9 \text{ (ditetapkan menjadi} \\
 &= 9)
 \end{aligned}$$

## 3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\
 &= \frac{67}{9} = 7.444444444 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 8)
 \end{aligned}$$

## Lampiran 23 - Distribusi Frekuensi Sikap

## 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 110 - 39 \\ &= 71 \end{aligned}$$

## 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 240 \\ &= 1 + (3.3) 2.380211 \\ &= 8.85 \\ &= 8,9 \text{ (ditetapkan menjadi 9)} \end{aligned}$$

## 3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{71}{9} = 7.88888889 \quad (\text{ditetapkan menjadi 8}) \end{aligned}$$



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Mega Rusmardiana, lahir di Jakarta 23 Juli 1996, adalah anak pertama dari tiga bersaudara, merupakan putri dari pasangan bapak Rusmadi dan ibu Juriah. Peneliti menempuh pendidikan pertama di SDN Johar Baru 17 pagi pada tahun 2000-2006. Setelah itu peneliti melanjutkan sekolah di jenjang berikutnya di SMPN 76 Jakarta dari tahun 2007-2010, lalu peneliti mengenyam pendidikan di SMKN 14 Jakarta pada tahun 2010-2013. Setelah menyelesaikan sekolahnya peneliti dinyatakan lulus SBMPTN dan melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi di Universitas Negeri Jakarta pada fakultas Ekonomi, program studi Pendidikan Tata Niaga sejak tahun 2013. Peneliti pernah menjadi anggota paskibra ketika SMP dan SMK, lalu pernah menjadi anggota Student Company ketika bersekolah di SMKN 14. Pada masa perkuliahan peneliti pernah mengikuti kegiatan KKN di desa Cibadak Sukamakmur, bogor pada Januari-Februari 2016. Kemudian peneliti pernah melaksanakan PKL (praktik kerja lapangan) di PT. Pertamina MOR III dan melaksanakan PKM di SMKN 14 Jakarta selama satu semester pada bulan Agustus-Desember 2016.