

**PENGARUH MOTIVASI, *PLACE ATTACHMENT* DAN CITRA
DESTINASI TERHADAP NIAT MENGUNJUNGI ULANG KEBUN RAYA
BOGOR**

LUSI JULISTIA

8135132245



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2017

***THE EFFECT OF MOTIVATION, PLACE ATTACHMENT AND
DESTINATION IMAGE TOWARDS INTENTION TO REVISIT BOGOR
BOTANICAL GARDEN***

LUSI JULISTIA

8135132245



*Building
Future
Leaders*

***This Script Compiled As One Of The Requirements For Obtaining Education
Bachelor's degree at the Faculty of Economics, University of Jakarta***

PROGRAM STUDY OF COMMERCE EDUCATION

FACULTY OF ECONOMIC

STATES UNIVERSITY OF JAKARTA

2017

ABSTRAK

LUSI JULISTIA, PENGARUH MOTIVASI, *PLACE ATTACHMENT* DAN CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT MENGUNJUNGI ULANG KEBUN RAYA BOGOR. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang sah dan valid, benar dan dapat dipercaya tentang seberapa besar pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Penelitian ini dilakukan selama enam bulan terhitung sejak Januari 2017 sampai dengan Juni 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience sampling* sebanyak 240 pengunjung. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 38,916 + 0.636X_1$ untuk variabel motivasi, $\hat{Y} = 38,210 + 0.647X_2$ untuk variabel *place attachment*, $\hat{Y} = 32.881 + 0.713X_3$ untuk variabel citra destinasi. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov dengan hasil pengujian dapat diketahui nilai Asymp. Sig niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y) sebesar 0,058, nilai Asymp. Sig motivasi (X_1) sebesar 0,333, nilai Asymp. Sig *place attachment* (X_2) sebesar 0,388 dan nilai Asymp. Sig. citra destinasi (X_3) sebesar 0,196. 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 $t_{hitung} 11,623 > t_{tabel} 1,96$ untuk motivasi (X_1), $11,681 > t_{tabel} 1,96$ untuk *place attachment* (X_2), dan $10,974 > t_{tabel} 1,96$ untuk citra destinasi (X_3). Dengan demikian, dapat disimpulkan hasil perhitungan uji t tersebut adalah positif dan signifikan antara X_1 ke Y, X_2 ke Y, dan X_3 ke Y. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 36,2% untuk motivasi, 33,6% untuk *place attachment* dan 36,4% untuk citra destinasi, hal ini menunjukkan variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor ditentukan oleh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi sebesar nilai koefisien determinasi yang sudah disebutkan.

Kata kunci : motivasi, *place attachment*, citra destinasi, niat mengunjungi ulang, Kebun Raya Bogor

ABSTRACT

LUSI JULISTIA, THE EFFECT OF MOTIVATION, PLACE ATTACHMENT AND DESTINATION IMAGE TOWARDS INTENTION TO REVISIT BOGOR BOTANICAL GARDEN. Thesis, Jakarta: Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

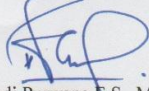
The study is aimed to examine a model that can predict visitor's Bogor Botanical Garden intention to revisit by employing factors including motivation, place attachment and destination image.

This research started from January until June 2017. The research method used is survey method with quantitative approach. The sampling technique used is convenience technique as many as 240 visitor Bogor Botanical Garden. The resulting regression equation intention to revisit Bogor Botanical Garden is $\hat{Y} = 38,916 + 0.636X_1$ for the motivation variable $\hat{Y} = 38,210 + 0.647X_2$ for place attachment variable, $\hat{Y} = 32.881 + 0.713X_3$ for destination image variable. Testing analysis by Kolmogorov Smirnov test with the test results can be known Asymp value. Sig intention to revisit Bogor Botanical Garden (Y) is 0,058, Asymp value. Sig motivation (X_1) of 0,333, Asymp value. Sig place attachment (X_2) of 0,388 and Asymp value. Sig. destination image (X_3) of 0,196. Because the data has a significance greater than 0.05 then the data is inferred normal distribution. Classic cropping test using multicollinearity test and heteroscedasticity test showed no multicollinearity and heteroscedasticity problem, so it can be said that good and ideal regression equation can be fulfilled. Then t test and $t_{count} 11,623 > t_{table} 1,96$ for motivation (X_1), $11,681 > t_{table} 1,96$ for place attachment (X_2), and $10,974 > t_{table} 1,96$ for destination image (X_3). Thus, it can be concluded that the result of t test is positive and significant between X_1 to Y, X_2 to Y, and X_3 to Y. The coefficient of determination increased by 36,2% for motivation, 33,6% for place attachment and 36,4% for destination image, it shows that intention to revisit Bogor Botanical Garden affection variable is determined by motivation, place attachment and destination image on things that have been determined.

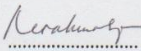
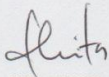
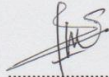
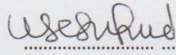
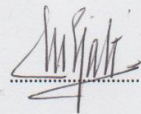
Keyword: *motivation, place attachment, destination image, intention to revisit, Bogor Botanical Garden*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



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

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

Tanggal Lulus : 18 Juli 2017.....

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan 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



Lusi Julistia

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jadilah seseorang yang bermanfaat untuk orang lain. Selalu meminta restu serta doa dari orang tua jika ingin melakukan sesuatu untuk di capai karena setiap hasil dari suatu pencapaian tak terlepas dari doa orang tua di dalamnya.

-Lusi Julistia

*“Dan sebaik-baiknya manusia adalah yang paling
bermanfaat bagi orang lain”*

-Nabi Muhammad saw.

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga, terutama Ayah dan Ibu tercinta, adikku tersayang, serta semua orang yang telah membantu dan berdoa untuk saya. Terima kasih banyak.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul : **Pengaruh Motivasi, *Place Attachment*, dan Citra Destinasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Usep Suhud, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan ilmu, dukungan dan telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dra. Rohyati, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Corry Yohana, MM, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
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 tercinta Bapak Sahril dan Ibu Maryati yang selalu ada dengan dukungan dan doa yang tidak pernah terhenti.
7. Adik tersayang, Muhammad Taufik Mazid yang terus mendukung dan memberikan semangat.
8. Faiz Abdullah serta sahabat terbaik selama perkuliahan Galih Prasetya Lestari, Mujahid Fidinillah, Big 5, Sibuk Ngejar Toga yang selalu memberikan semangat.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga 2013.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun skripsi ini ma sih 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

Lusi Julistia

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	III
PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XV
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	9
C. PEMBatasan MASALAH	10
D. PERUMUSAN MASALAH	10
E. KEGUNAAN MASALAH.....	11
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. DESKRIPSI KONSEPTUAL.....	13
1. Niat Mengunjungi Ulang	13
2. Motivasi	16
3. Place Attachment	20
4. Citra Destinasi.....	26

B. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN	31
C. KERANGKA TEORETIK	48
1. Motivasi	49
2. Place Attachment	49
3. Citra Destinasi.....	50
D. PERUMUSAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	52

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. TUJUAN PENELITIAN	53
B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	53
C. METODE PENELITIAN	54
D. POPULASI DAN SAMPLING	56
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	57
1. Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor.....	58
2. Motivasi	64
3. Place Attachment	69
4. Citra destinasi.....	73
F. TEKNIK ANALISIS DATA	77
1. Analisis Deskriptif	78
2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	78
3. Uji Hipotesis	83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI DATA	87
1. Deskripsi Data Responden	87
2. Deskripsi Data Variabel	91
B. PENGUJIAN PERSYARATAN ANALISIS.....	104
1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	104
2. Uji Linearitas Regresi	107
3. Uji Asumsi Klasik.....	109

C.	UJI HIPOTESIS	115
1.	Analisis Regresi Linier	115
2.	Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	120
3.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	122
D.	PEMBAHASAN	126
1.	Motivasi	126
2.	Place Attachment	128
3.	Citra Destinasi	129
 BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		
A.	KESIMPULAN.....	132
1.	Motivasi	132
2.	Place Attachment	133
3.	Citra Destinasi	135
B.	IMPLIKASI	136
C.	SARAN	139
DAFTAR PUSTAKA		141
LAMPIRAN.....		147
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		225

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1- Kisi-kisi Instrumen niat mengunjungi ulang	59
Tabel III. 2- Skala Penilaian Instrumen Niat Mengunjungi Ulang	60
Tabel III. 3- Kisi-kisi Instrumen Motivasi	65
Tabel III. 4- Skala Penilaian Instrumen Motivasi	66
Tabel III. 5- Kisi-kisi Instrumen <i>Place attachment</i>	70
Tabel III. 6- Skala Penilaian Instrumen <i>Place Attachment</i>	71
Tabel III. 7- Kisi-kisi Instrumen Citra destinasi	74
Tabel III. 8- Skala Penilaian Instrumen Citra Destinasi	75
Tabel IV. 1- Domisili Responden	87
Tabel IV. 2- Jenis Kelamin dan Usia	88
Tabel IV. 3- Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan	89
Tabel IV. 4- Jenis Kelamin dan Status Pernikahan	90
Tabel IV.5- Responden pernah Mengunjungi Kebun Raya Bogor	90
Tabel IV. 6- Deskriptif Statistik Niat Mengunjungi Ulang	92
Tabel IV. 7- Distribusi Frekuensi Niat Mengunjungi Ulang	92
Tabel IV. 8- Rata-rata Hitung Skor Indikator Niat Mengunjungi Ulang	94
Tabel IV. 9- Distribusi Statistik Motivasi	95
Tabel IV. 10- Distribusi Frekuensi Motivasi	96
Tabel IV. 11- Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel Motivasi	97

Tabel IV. 12- Distribusi Statistik <i>Place Attachment</i>	98
Tabel IV. 13- Distribusi Frekuensi <i>Place Attachment</i>	99
Tabel IV. 14- Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel <i>Place Attachment</i>	100
Tabel IV. 15- Statistik Deskriptif Citra Destinasi.....	101
Tabel IV. 16- Distribusi Frekuensi Citra Destinasi	102
Tabel IV. 17- Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel Citra Destinasi	103
Tabel IV. 18- Output Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov pada SPSS	104
Tabel IV. 19- Output SPSS Uji Linieritas Y atas X_1	108
Tabel IV. 20- Output SPSS Uji Linieritas Y atas X_2	108
Tabel IV. 21- Output SPSS Uji Linieritas Y atas X_3	109
Tabel IV. 22- Output Uji Multikolinieritas	111
Tabel IV. 23- Output Uji Heteroskedastisitas	113
Tabel IV. 24- Motivasi (X_1) terhadap Niat Mengunjungi Ulang	116
Tabel IV. 25- <i>Place Attachment</i> (X_2) terhadap Niat Mengunjungi Ulang	117
Tabel IV. 26- Citra Destinasi (X_3) terhadap Niat Mengunjungi	118
Tabel IV. 27- Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial Motivasi.....	120
Tabel IV. 28- Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial <i>Place Attachment</i>	121
Tabel IV. 29- Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial Citra Destinasi	122
Tabel IV. 30- Koefisien Determinasi Motivasi.....	123
Tabel IV. 31- Koefisien Determinasi <i>Place Attachment</i>	123

Tabel IV. 32- Koefisien Determinasi Citra Destinasi	124
Tabel IV. 33- Hasil Analisis Koefisien Determinasi	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar III. 1 -Model Penelitian	56
Gambar IV. 1 -Histogram Niat Mengunjungi Ulang	94
Gambar IV. 2 -Histogram Motivasi	97
Gambar IV. 3 -Histogram <i>Place Attachment</i>	100
Gambar IV. 4 -Histogram Citra Destinasi	103
Gambar IV. 5 - <i>Normal Probability Plot</i> Motivasi.....	105
Gambar IV. 6 - <i>Normal Probability Plot Place Attachment</i>	106
Gambar IV. 7 - <i>Normal Probability Plot</i> Citra Destinasi	107
Gambar IV. 8 -Hasil Output Uji Heteroskedastisitas.....	114
Gambar IV. 9 -Grafik Persamaan Regresi Motivasi	117
Gambar IV. 10 -Grafik Persamaan Regresi <i>Place Attachment</i>	118
Gambar IV. 11 -Grafik Persamaan Regresi Citra Destinasi	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1- Surat Izin Penelitian	147
Lampiran 2- Survey awal	148
Lampiran 3- Matrix Variabel	152
Lampiran 4- Analisis Kerangka Teoritik	153
Lampiran 5- Demografik Kuesioner Uji Coba	154
Lampiran 6- Data View Demografik Uji Coba.....	156
Lampiran 7- Data Responden Uji Coba.....	157
Lampiran 8- Uji Coba Kuesioner Niat Mengunjungi Ulang.....	159
Lampiran 9- Hasil Uji Coba Niat Mengunjungi Ulang	162
Lampiran 10- Hasil EFA dan Reabilitas Niat Mengunjungi Ulang.....	163
Lampiran 11- Kisi-kisi Instrumen Niat Mengunjungi Ulang.....	164
Lampiran 12- Validasi Instrumen Niat Mengunjungi Ulang	165
Lampiran 13- Kuesioner Uji Coba Motivasi.....	167
Lampiran 14- Hasil Kuesioner Uji Coba Motivasi	169
Lampiran 15- Hasil EFA Kuesioner Uji Coba Motivasi.....	170
Lampiran 16- Hasil Reabilitas Uji Coba Motivasi	171
Lampiran 17- Kisi-Kisi Instrument Motivasi	172
Lampiran 18- Validasi Instrumen Motivasi	173
Lampiran 19- Kuesioner Uji Coba <i>Place Attachment</i>	175
Lampiran 20- Hasil Kuesioner <i>Place Attachment</i>	178
Lampiran 21- Hasil EFA Uji Coba <i>Place Attachment</i>	179
Lampiran 22- Hasil Reabilitas Uji Coba <i>Place Attachment</i>	180

Lampiran 23- Kisi-Kisi Instrument <i>Place Attachment</i>	181
Lampiran 24- Validasi Instrument <i>Place Attachment</i>	182
Lampiran 25- Kueioner Uji Coba Citra Destinasi	184
Lampiran 26- Hasil Uji Coba Citra Destinasi	186
Lampiran 27- Hasil EFA Uji Coba Citra Destinasi	187
Lampiran 28- Hasi Reabilitas Uji Coba Citra Destinasi	188
Lampiran 29- Kisi-Kisi Instrumen Uji Coba Citra Destinasi	189
Lampiran 30- Validasi Instrumen Uji Coba Citra Destinasi.....	190
Lampiran 31- Demografik Kuesioner Sampel	192
Lampiran 32- Hasil Demografik Sampel	194
Lampiran 33- Data Responden Sampel	194
Lampiran 34- Kuesioner Final Niat Mengunjungi Kembali.....	196
Lampiran 35- Hasil Niat Mengunjungi Kembali	199
Lampiran 36- Proses Perhitungan Menggambar Grafik Niat	200
Lampiran 37- Statistik Deskriptif Niat Mengunjungi Ulang	201
Lampiran 38- Perhitungan Skor Variabel Niat Mengunjungi Ulang.....	201
Lampiran 39- Kuesioner Final Motivasi.....	202
Lampiran 40- Hasil Kuesioner Final Motivasi	204
Lampiran 41- Proses Perhitungan Menggambar Grafik Motivasi.....	205
Lampiran 42- Statistik Deskriptif Motivasi	206
Lampiran 43- Perhitungan Skor Variabel Motivasi.....	206
Lampiran 44- Kuesioner Final <i>Place Attachment</i>	207
Lampiran 45- Hasil Kuesioner Final <i>Place Attachment</i>	209
Lampiran 46- Proses Perhitungan Menggambar Grafik <i>Place Attachment</i>	210
Lampiran 47- Statistik Deskriptif <i>Place Attachment</i>	211
Lampiran 48- Perhitungan Skor Variable <i>Place Attachment</i>	211

Lampiran 49- Kuesioner Final Citra Destinasi	212
Lampiran 50- Hasi Kuesioner Citra Destinasi	214
Lampiran 51- Proses Perhitungan Menggambar Grafik Citra Destinasi	215
Lampiran 52- Statistik Deskriptif Citra Destinasi.....	216
Lampiran 53- Perhitungan Skor Variabel Citra Destinasi	216
Lampiran 54- Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	217
Lampiran 55- Uji Multikolinieritas.....	219
Lampiran 56- Uji Heterokedastisitas	219
Lampiran 57- Uji Linieritas Y atas X_1	221
Lampiran 58- Analisis Regresi X_1 atas Y	221
Lampiran 59- Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) Motivasi (X_1)	221
Lampiran 60- Analisis Koefisien Determinasi X_1 atas Y	221
Lampiran 61- Uji Linieritas Y atas X_2	222
Lampiran 62- Analisis Regresi X_2 atas Y	222
Lampiran 63- Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) Motivasi (X_1)	222
Lampiran 64- Analisis Koefisien Determinasi X_2 atas Y	222
Lampiran 65- Uji Linieritas Y atas X_3	223
Lampiran 66- Analisis Regresi X_3 atas Y	223
Lampiran 67- Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) Motivasi (X_1)	223
Lampiran 68- Analisis Koefisien Determinasi X_3 atas Y	223
Lampiran 69- Tabel Uji t	224

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara di Asia Tenggara yang dilintasi garis khatulistiwa dan berada diantara benua Asia dan Australia serta antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia. Indonesia juga merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Indonesia memiliki 17.504¹. Pulau yang ada di Indonesia sangat indah sehingga tak jarang para wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi pulau tersebut. Pulau-pulau di Indonesia banyak dimanfaatkan sebagai sektor pariwisata.

Pariwisata di Indonesia menempati urutan ke-4 dalam hal penerimaan devisa negara. Hasil data ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan urutan pertama adalah oil and gas (32.633), kemudian ada coal (24.501), crude palm oil (15.839), selanjutnya tourism memiliki jumlah 10.054 . Sektor pariwisata perlu dikembangkan lagi agar para wisatawan selalu ingin datang berkunjung. Dengan berkembangnya tempat-tempat wisata yang

¹ Chryshna,2016.*Berapa Banyak Pulau di Indonesia ?*.<http://edukasi.kompas.com>. Diakses pada tanggal 8 Januari 2017

lebih baik lagi akan menjadi daya tarik para wisatawan. Namun, terdapat masalah pada pariwisata di Indonesia sekarang ini yang sangat memprihatinkan dimana dengan mengikuti berkembangnya teknologi yang semakin pesat dapat menyebabkan faktor menurunnya kepedulian dalam pengembangan objek wisata. Penyebab faktor tersebut adalah dengan tidak terlaksananya keamanan, ketertiban, kebersihan serta keindahan. Permasalahan semacam inilah yang mengakibatkan berkurang/ menurunnya pengunjung wisata di Indonesia.

Dengan menumbuhkan dan mengembangkan tempat pariwisata, akan menimbulkan ketertarikan para wisatawan baik dalam maupun luar negeri untuk mengunjungi tempat-tempat wisata di Indonesia. Ketertarikan tersebut akan mempengaruhi niat pada seseorang untuk mengambil tindakan dalam mengunjungi tempat wisata tersebut. Namun dewasa ini masih banyak pula kekurangan dalam hal fasilitas serta jangkauan dalam menuju tempat wisata tersebut. Apalagi jika ada wisatawan yang sudah mengunjungi salah satu tempat wisata dan ingin datang kembali namun karena adanya permasalahan semacam ini akan mengurungkan niat para wisatawan yang ingin berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut.

Kabupaten Bogor merupakan salah satu tempat yang menjadi daya tarik para wisatawan saat ini baik dalam maupun luar negeri. Di kabupaten bogor terdapat beragam pilihan destinasi wisata yang dapat menarik minat wisatawan. Keberadaan lokasi Bogor yang strategis berdekatan dengan ibukota negara Jakarta dan Ibukota Provinsi Jawa Barat yaitu Bandung dapat diuntungkan karena memungkinkan wisatawan menjadikan Bogor sebagai kota transit atau sebagai pilihan alternatif dalam berwisata. Kebun Raya Bogor yang biasa disingkat KRB merupakan salah satu objek wisata alam unggulan provinsi Jawa Barat, KRB atau Bogor Botanical Garden adalah sebuah kebun botani yang mempunyai koleksi bunga majemuk terbesar di dunia yang terletak di pusat Kota Bogor, Indonesia.

Luasnya mencapai 87 hektar dan memiliki 14.354 jenis koleksi pohon dan tumbuhan. KRB merupakan museum tanaman hidup dengan koleksi tanaman tropis terlengkap dan bunga majemuk terbesar di dunia, dibangun dengan sebuah konsep pertamanan yang indah. KRB menjadi induk dari sejumlah lembaga penelitian di Indonesia dalam bidang biologi, pertanian dan pariwisata. Seperti Herbarium Bogoriense, Treub

Laboratorium, Bibliotheca Bogoriense, Museum Zoologicum Bogoriense, Laboratorium Penyelidikan Laut dan Pariwisata².

Fungsi KRB antara lain melestarikan, mendayagunakan dan mengembangkan potensi tumbuhan melalui kegiatan konservasi, penelitian, pendidikan, peningkatan apresiasi masyarakat terhadap tumbuhan dan lingkungan dalam upaya pemanfaatan yang berkelanjutan untuk kesejahteraan masyarakat (*social welfare*), dan pariwisata karena mempunyai produk wisata yang tidak dimiliki oleh daya tarik wisata yang lain. Daya tarik wisata tersebut mampu mendatangkan wisatawan dengan pertumbuhan yang fluktuatif setiap tahunnya. Berikut jumlah kunjungan wisatawan ke KRB dari tahun 2006 – 2010³.

Tabel I.1 Jumlah pengunjung KRB 2006-2010

Tahun	Wisatawan	% Pertumbuhan
2006	921.721	
2007	971.867	5,44%
2008	848.291	-12,71%

² Hermansyah & Waluya, 2016. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. II, No. 1, 2012-24. *Analisis faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan nusantara terhadap keputusan berkunjung ke Kebun Raya Bogor (Survei Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kebun Raya Bogor)*. *Tourism & Hospitality Essentials Journal*, 2(1), 245-268.

³ *Ibid.*,

2009	1.145.369	35,02%
2010	845.021	-27,98%

Sumber : Pusat Data dan Informasi KRB, 2010.

Pada tahun 2010 terjadi penurunan jumlah kunjungan yang signifikan sebesar -27,98%. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa daya tarik wisata pesaing baru di Kota Bogor. Wisatawan nusantara (wisnus) memiliki peranan yang sangat penting bagi perkembangan pariwisata Indonesia begitu juga dengan KRB karena 97,61% pengunjung KRB merupakan wisnus, menurunnya jumlah kunjungan yang signifikan ke KRB merupakan dampak dari menurunnya niat ke kebun raya bogor. Penurunan ini dapat mengganggu perkembangan KRB sebagai daya tarik wisata dan pusat konservasi tanaman⁴.

Banyaknya permasalahan yang terjadi di Kota Bogor yang dapat mengurungkan niat para wisatawan yang ingin mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor. salah satunya yaitu buruknya sistem lalu lintas di Kota Bogor. Hal tersebut dapat dilihat pada kondisi jalan menuju kebun raya bogor yang sangat tidak kondusif. Pasalnya pada saat pemberlakuan sistem satu arah yang membuat kebingungan para masyarakat untuk melewati jalan tersebut

⁴ *Ibid.*,

membuat perjalanan menjadi macet dan terhambat. Terutama para wisatawan yang ingin mengunjungi kebun raya bogor, ini sangat mengganggu para wisatawan tersebut sehingga membuat mereka berfikir dua kali jika ingin mengunjungi ulang kebun raya bogor.

Sejumlah ruas jalan nyaris lumpuh saat pertama memberlakukan sistem satu arah di sekitar Kebun Raya dan Istana Bogor. Sejumlah pengendara nampak kebingungan begitu melintas di sekitar Kebun Raya Bogor. Di bundaran Tugu Kujang (Jalan Pajajaran-Ottista) dan simpang cagak Jalan Jalak Harupat-Pajajaran, banyak pengendara dari arah Sukasari menuju Warung Jambu maupun memutar arah ke Mall Botani Square, terjebak kemacetan karena bingung lajur.

Sebelumnya, pengendara tinggal lurus (Menuju Warung Jambu) atau yang hendak ke Mall Botani/Tol Jagorawi). Sejak diterapkannya satu arah terpaksa harus mengelilingi Kebun Raya dan Istana Bogor melalui Jalan Ottista, Ir H Juanda, Jalak Harupat, dan kembali ke Jalan Pajajaran. Kondisi tersebut banyak dikeluhkan masyarakat, baik secara langsung saat terjebak kemacetan maupun melalui media sosial⁵.

⁵ Haryudi, 2016. *Berlakukan satu arah, lalu lintas di Bogor nyaris lumpuh*. website: <http://metro.sindonews.com/read/1097546/171/berlakukan-satu-arah-lalu-lintas-di-bogor-nyaris-lumpuh-1459510520>. Diakses pada tanggal 9 Januari 2017

Tidak hanya itu, sering sekali terjadi kecelakaan yang menimpa para wisatawan yang berkunjung ke KRB. Terdapat korban tujuh orang tewas dan 29 lainnya mengalami luka-luka. Seluruh korban merupakan karyawan PT Asalta Mandiri Agung yang sedang melaksanakan family gathering sekaligus membahas permasalahan upah minimum kota/kabupaten⁶. Hal ini menyebabkan rendahnya citra destinasi pada Kebun Raya Bogor.

Kejadian seperti itu disebabkan karena kelalaian para petugas yang seharusnya melakukan pengawasan serta pemeliharaan pohon-pohon yang dianggap tumbang. Tidak hanya itu, di Kebun Raya Bogor belum menyediakan alat pendeteksi untuk pohon agar dapat mengetahui kesehatan pohon dan keadaan di dalam batang pohon juga menjadi penyebab . Keterbatasan dalam fasilitas di kebun raya bogor juga bisa menyebabkan hal tersebut terjadi berulang-ulang hingga memakan korban terus menerus. Sehingga para wisatawan yang belum mengunjungi maupun yang sudah mengunjungi Kebun Raya Bogor terpengaruh dan berfikir dua kali untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor untuk dikemudian hari. Faktor tersebut terjadi karena kurangnya fasilitas di Kebun Raya Bogor.

⁶ Haryudi,2015.Tiga pengelola Kebun Raya Bogor jadi tersangka.
<http://nasional.sindonews.com/read/979562/149/tiga-pengelola-kebun-raya-bogor-jadi-tersangka-1426909501/10>. Diakses pada tanggal 9 Januari 2017

Bunga bangkai adalah salah satu tumbuhan langka yang dapat ditemukan di KRB. Sehingga ini menjadi daya tarik para wisatawan yang ingin mengunjungi KRB. Namun di awal musim penghujan ini bunga bangkai tersebut belum juga menunjukkan keindahannya. Para peneliti menyatakan banyak yang menyebabkan bunga ini belum kunjung mekar, salah satunya nutrisi di alam yang belum tercukupi untuk mekar dan juga kondisi alam yang kian tercemar.

Peneliti mengeluhkan beberapa tahun belakangan saat cuaca sendiri mulai tidak beraturan bunga bangkai dan *rafflesia* sulit untuk diprediksi. Bahkan di tahun 2014 dari banyaknya bunga bangkai di KRB, tidak ada satupun yang mekar⁷. Hal ini membuat kurangnya motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Kebun Raya Bogor.

Dari berbagai permasalahan yang terjadi di KRB ada pula hal sudah sangat familiar di masyarakat. Selain pohon yang membuat enteng jodoh adapula jembatan merah. Di salah satu sisi Kebun Raya Bogor ada sebuah jembatan gantung berwarna merah yang sering disebut Jembatan Cinta. Jembatan ini tampak melintang dengan kokoh di atas Sungai Ciliwung yang mengalir di kebun

⁷Irzal,2016.*Sedih, bunga bangkai di Kebun Raya Bogor tak kunjung mekar.* website: travel.kompas.com/read/2016/02/05/160500527/Sedih.Bunga.Bangkai.di.Kebun.Raya.Bogor.Tak.Kunjung.Mekar. Diakses pada tanggal 21 Januari 2017

raya. Jembatan ini memang tampak kokoh, tapi untuk alasan keamanan maksimal hanya 10 orang yang disarankan melintas pada waktu bersamaan⁸. Karena adanya hal tersebut dapat membuat perasaan yang tidak nyaman bagi para wisatawan saat melintasi jembatan tersebut. Sehingga *place attachment* pada Kebun Raya Bogor berkurang.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk mengangkat permasalahan niat untuk mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa penurunan pengunjung dikarenakan rendahnya intensi para wisatawan terutama yang sudah pernah berkunjung ke Kebun Raya Bogor melalui hal-hal berikut :

1. Kurangnya motivasi wisatawan
2. Buruknya sistem lalu lintas di Kota Bogor
3. *Place attachment* yang semakin berkurang di Kebun Raya Bogor

⁸Yustiana,2015..Mitos cinta di jembatan Kebun Raya Bogor. <https://travel.detik.com>
Diakses pada tanggal 9 Januari 2017

4. Rendahnya citra destinasi pada Kebun Raya Bogor
5. Kurangnya fasilitas yang di sediakan dalam pemeliharaan pohon-pohon di Kebun Raya Bogor.

Dalam menentukan variabel yang akan diuji, peneliti mengkaji tujuh artikel ilmiah yang meneliti tentang wisata disuatu daerah/kota. Setelah itu peneliti membuat tabel studi kajian yang bertujuan untuk mengidentifikasi literatur yang mendukung variabel penelitian.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut, ternyata masalah niat mengunjungi kembali memiliki penyebab yang sangat luas. Oleh karena itu berdasarkan uraian masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“Pengaruh Motivasi, *Place Attachment* dan Citra Destinasi terhadap Intensi mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka masalah dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Motivasi terhadap Intensi mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor ?

2. Apakah terdapat pengaruh *Place Attachment* terhadap Intensi mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor ?
3. Apakah terdapat pengaruh Citra destinasi terhadap Intensi mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor ?

E. Kegunaan Masalah

Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait.

Secara Teoritis :

- a. Penelitian ini menggunakan variabel dengan kombinasi baru yang jarang dilakukan sebelumnya dimana menggabungkan variabel-variabel yang digunakan untuk meneliti suatu objek wisata.
- b. Penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi ataupun rujukan dalam pengembangan teori pengaruh motivasi, *place attachment*, citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor.

Secara Praktis :

Penelitian ini memberikan informasi, gambaran, pandangan untuk para pemilik Kebun Raya maupun pihak terkait dan Pemerintah Daerah tempat wisata terutama di Kota Bogor tentang alasan wisatawan yang berniat untuk berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Niat Mengunjungi Ulang

Definisi niat mengunjungi ulang

Sebelum terjadinya suatu perilaku, ada hal yang menjadi prediktor utama dalam menentukan perilaku, yaitu intensi. Dalam pariwisata, niat mengunjungi kembali merupakan tolak ukur kepuasan para wisatawan terhadap tempat wisata yang mereka kunjungi. Kunjungan ulang para wisatawan tersebut merupakan respon positif terhadap tempat wisata yang mereka kunjungi.

Chen dan Tsai menjelaskan bahwa, "*Revisit intention alongside recommendation behavior is decisive in assuring the prosperity of a particular tourism destination*"⁹. (Niat mengunjungi ulang berdampingan dengan perilaku untuk rekomendasi yang menentukan tujuan wisata tertentu).

Louand dan Hssieh juga berpendapat bahwa :

⁹ Metin Kozak dan Nazmi Kozak, *Aspects of Tourist Behavior*. (Newcastle, Cambridge: Scholars Publishing, 2013), h. 181

in the marketing literature, revisit intention is similar to the notion of repurchase that has grown to be important in the primary body of modernday marketing approaches. Revisit intention is defined as likelihood and willingness to return visit the same destination as well as to recommend to others¹⁰.

(Dalam literatur pemasaran, niat mengunjungi ulang sama dengan gagasan pembelian kembali yang telah berkembang menjadi penting dalam pemasaran zaman modern. Niat mengunjungi ulang didefinisikan sebagai kemungkinan dan kesediaan untuk kembali mengunjungi tujuan yang sama serta merekomendasikan kepada orang lain.)

Dari kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa niat mengunjungi ulang adalah kemungkinan untuk mengunjungi tujuan yang sama dan berdampingan dengan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Baker & Crompton medefinisikan revisit intention adalah “kemungkinan seorang pengunjung untuk mengulang aktifitas atau mendatangi kembali suatu destinasi”¹¹.

Sementara Fisk, Patricio, Lin & Liang menyatakan repurchase intention yang di dalam penelitian disebut revisit intention adalah “sejauh mana konsumen rela membeli produk atau jasa yang sama, dan hal tersebut bersifat sederhana,

¹⁰ Radzi, Salleh Mohd, Anuar, J Sumarjan, N. *Theory and Practice in Hospitality and Tourism Research*. (CRC Press: 2014), h.294

¹¹ Dwayne A. baker & John L. Crompton, *Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions*, *Annals of Tourism Research*, 2000, h.63

objektif, dan menjadi prediktor yang dapat dipelajari dari perilaku pembelian di waktu yang akan datang”¹².

Berdasarkan pengertian diatas revisit intention merupakan kerelaan seorang pengunjung untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi di waktu yang akan datang.

Menurut Back dan Barrett, “*Revisit intention as an established likelihood to revisit derived from positif attitudes and perspective regarding the service provider*”¹³.(Niat mengunjungi ulang sebagai kemungkinan dibentuk untuk meninjau kembali berasal dari sikap positif dan perspektif mengenai penyedia layanan).

Sedangkan Um *et al* menyatakan bahwa, “*revisit intention are derived from tourist satisfaction as opposed to being an initiator of revisit decision making process*”¹⁴.(Niat mengunjungi ulang berasal dari kepuasan wisatawan sebagai inisiator dari pengambilan keputusan untuk berkunjung).

Dari kedua pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa intensi mengunjungi ulang berasal dari sikap positif dan kepuasan wisatawan.

Menurut Baker dan Crompton, terdapat dua dimensi yang dapat mengukur variabel niat mengunjungi ulang, yaitu :

¹² Raymond P. Fisk, Lia Patricio, Jiun-Sheng Chris Lin & Haw-Yi Liang, *The influence of service environments on customer emotion and service outcomes*, Managing Service Quality: An International Journal, 2011,h.109

¹³ Redzi *loc.cit.*,

¹⁴ *Ibid.*,

1. *Intention to revisit* (keinginan seseorang untuk kembali berkunjung ke tempat wisata yang sama di masa yang akan datang).
2. *Intention to recommend* (keinginan untuk merekomendasi tempat wisata yang dikunjungi kepada orang lain).¹⁵

Dapat disimpulkan bahwa niat mengunjungi kembali memiliki 2 dimensi. Dimensi pertama yaitu *intention to revisit* dan dimensi kedua *intention to recommend*.

Dari pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa niat mengunjungi ulang adalah kemungkinan seseorang untuk mengunjungi kembali tempat wisata yang sama. Niat berkunjung ulang dapat diukur dari 2 dimensi. Dimensi pertama yaitu *intention to revisit* dengan indikator niat untuk mengunjungi di masa depan. Dimensi kedua *intention to recommend* dengan indikator niat untuk merekomendasi.

2. Motivasi

Motivasi adalah proses yang mendorong orang berperilaku sesuai dengan apa yang mereka lakukan.

Menurut Sharpley dan Wahab, Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan “Trigger” dari proses perjalanan

¹⁵ Yeni Yuniawati dan Ajeng Dewi Indriyani Finardi, *Pengaruh customer experience terhadap revisit intention di Taman Wisata Alam*, *G Tourism & Hospitality Essentials Journal* 6 no.1 (2016)

wisata, walau motivasi ini tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri¹⁶.

Dapat disimpulkan bahwa motivasi sangat mendasar mengenai pariwisata.

Menurut Vroom, “Motivasi mengacu kepada suatu proses mempengaruhi pilihan-pilihan individu terhadap bermacam-macam bentuk kegiatan yang dikehendaki”¹⁷.

Adapun Hoy dan Miskel menyatakan bahwa :

Motivasi dapat didefinisikan sebagai kekuatan-kekuatan yang kompleks, dorongan-dorongan, kebutuhan-kebutuhan, pernyataan-pernyataan ketegasan (*tension state*), atau mekanisme-mekanisme lainnya yang memulai dan menjaga kegiatan-kegiatan yang diinginkan ke arah pencapaian tujuan-tujuan personal¹⁸.

Dari dua pernyataan dari para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, motivasi adalah proses mempengaruhi pilihan-pilihan individu yang diinginkan ke arah pencapaian tujuan-tujuan personal.

Menurut McIntosh dan Murphy, pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-

¹⁶ I Gusti Rai Utama *Op.cit.* h.119

¹⁷ M. Ngalim Purwanto, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 72

¹⁸ M. Ngalim Purwanto, *Loc. Cit.*,

motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut :

1. *Physical or physiological motivation*, yaitu motivasi yang bersifat fisik antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya
2. *Cultural motivation*, yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat tradisi dan kesenian daerah lain
3. *Social and interpersonal motivation* yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi, melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan
4. *Fantasy motivation* yaitu, adanya motivasi didaerah lain seorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis¹⁹.

Menurut Dann *et al*, konsep motivasi di bagi menjadi dua klasifikasi yakni motivasi pendorong dan penarik. Seseorang melakukan perjalanan wisata disebabkan oleh faktor-faktor yang mendorong (*push factor*) dari dalam diri mereka sendiri, dan faktor yang menarik (*pull factor*) yang berasal dari atribut destinasi pariwisata yang mereka kunjungi²⁰.

Berkenaan dengan pernyataan tersebut Uysal dan Hagan menjelaskan bahwa, faktor pendoronglah (*push factor*) yang memutuskan mengapa seseorang melakukan perjalanan pariwisata dan faktor penarik (*pull factor*) kemudian menentukan kapan, bagaimana, dan kemana seseorang²¹.

¹⁹ I Gusti Rai Utama, *Loc.cit.* h.119-120

²⁰ *Ibid.*,

²¹ *Ibid.*,

Dann mengidentifikasi bahwa :

A range of a basic push motivation as being a reaction to anomie (a feeling of social alienation).or ego anchancement (providing psicological boosts supported by a desire for fantasy. pull motivation consisted of the appealing attributes of destination that the individual is seeking, such as weather, beaches, cleanliness, recreation facilities, cultural attraction, natural scenery or even shopping²².

(Berbagai *push* motivasi dasar sebagai reaksi terhadap anomie (perasaan alienasi sosial). Atau ego anchancement (menyediakan meningkatkan psikis didukung oleh keinginan untuk fantasi. *Pull* motivasi terdiri dari atribut menarik tujuan bahwa yang dicari individu, seperti cuaca, pantai, kebersihan, fasilitas rekreasi, atraksi budaya, pemandangan alam atau bahkan berbelanja).

Crompton mengidentifikasi bahwa:

*Seven motive that provide more detail and relate broudly to Dann's push element of anomie and ego-enhancement.The seven motives are below with Dann's catagories. (Tujuh motif yang menyediakan lebih detail dan berhubungan untuk *push* elemen Dann tentang anomie dan ego-enhancement. Tujuh motif tersebut):*

1. *Escape from perceived mundane environment* (melarikan diri dari lingkungan biasa dirasakan)
2. *Exploration and evaluation of self relaxation* (eksplorasi dan evaluasi diri)
3. *Relaxation* (relaksasi)
4. *Prestige* (harga diri/gengsi)
5. *Less constrained behavior* (perilaku kurang dibatasi)

²² Sue Beeton.*Community Development Through Tourism*.(Landlinks Press,2006).h.36

6. *Enhancement of kinship relation* (meningkatkan hubungan kekerabatan)
7. *Facilitation of social interaction* (fasilitasi interaksi sosial)²³

Dari pernyataan para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi memiliki 2 dimensi yaitu faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*).

Dari seluruh pernyataan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisata adalah dorongan dalam diri yang mempengaruhi seseorang untuk kearah tujuan yang ingin dicapai. Motivasi dapat di ukur dengan 2 dimensi. Dimensi pertama *push factor* (faktor pendorong) yang memiliki 4 indikator, indikator pertama melarikan diri dari rutinitas. Indikator kedua evaluasi diri. Indikator ketiga meningkatkan hubungan kekerabatan dan indikator keempat yaitu relaksasi. Dimensi kedua yaitu *pull factor* yang memiliki 2 indikator, indikator pertama fasilitas rekreasi, dan indikator kedua pemandangan alam.

3. *Place Attachment*

Place attachment merupakan kelekatan kepada suatu tempat. Adanya rasa nyaman terhadap tempat tertentu membuat seseorang secara tidak sadar akan mengunjungi tempat tersebut secara terus-menerus dan akhirnya muncul ikatan emosional.

²³ Sue Beeton.Op.cit.h.37

Menurut Cuba dan Hummon, “*Place attachment can be indicative of place identity, as discourses around the sentiment one has for a place often reveals the extent to which one identifies with it*”²⁴. (Artinya, *place attachment* dapat menjadi indikasi identitas tempat, untuk mengungkapkan sejauh mana yang mengidentifikasi dengan tempat itu).

Sedangkan menurut Proshanky *et al*, “*Place attachment involves an interplay of affect and emotions, knowledge and beliefs and behaviors and actions in reference to a place*”²⁵. (*Place attachment* melibatkan interaksi dan mempengaruhi emosi, pengetahuan dan keyakinan serta perilaku dan tindakan dalam referensi ke suatu tempat).

Dari kedua pendapat dari para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *place attachment* adalah indikasi identitas suatu tempat yang melibatkan perilaku dan tindakan dalam referensi ke suatu tempat.

Menurut Seamon, “*place attachment is part of a broader lived synergy in which the various human and environmental dimensions of place reciprocally impel and sustain each*

²⁴ Adrian T. Fisher, Christopher C. Sonn, Brian J. Bishop. *Psychological Sense of Community: Research, Applications, and Implications*. (Springer Science & Business Media, 2002).h.191

²⁵ Irwin Altman, Setha M. Low. *Place Attachment*. (Springer Science & Business Media, 2012).h.5

*other*²⁶. (*Place attachment* merupakan bagian dari sinergi hidup yang lebih luas di mana berbagai dimensi manusia dan lingkungan tempat timbal balik mendorong dan saling mendukung).

Sedangkan menurut Low dan Altman menyatakan bahwa, “*place attachment can be defined as one's emotional or affective ties to place and is generally thought to be the result of a long-term connection with a place*”²⁷. (*Place attachment* didefinisikan sebagai ikatan emosional seseorang untuk menempatkan dan umumnya dianggap sebagai hasil dari hubungan jangka panjang dengan suatu tempat).

Dari pernyataan para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, *place attachment* merupakan berbagai dimensi manusia memiliki ikatan emosional terhadap suatu tempat.

Menurut Halim, “*place attachment* meliputi perasaan emosional sebagai hasil dari hubungan-hubungan sosial yang terjadi, kenangan sentimental serta interpretasi kognitif lain yang sangat bermakna atas pengalaman hidup di tempat itu serta rasa cemas yang terasosiasi dengan tempat baru yang dirasakan asing”²⁸.

²⁶ Lynne C. Manzo, Patrick Devine-Wright. *Place Attachment: Advances in Theory, Methods and Applications*. (Routledge, 2013).h.12

²⁷ Edward Finch. *Facilities Change Management*. (John Wiley & Sons, 2011).h.160

²⁸ D.K Halim. *Psikologi Lingkungan Perkotaan*. (Jakarta: Bumi aksara).h.22

Dari pengertian diatas mengenai *place attachment* yaitu hubungan antara individu dengan tempat-tempat tertentu yang sangat bermakna atas pengalaman hidup di tempat tersebut.

Brown & Perkins mendefinisikan “*Place Attachment* adalah ikatan positif yang terbentuk dari ikatan perilaku individu, kognitif, dan afektif antara seseorang ataupun kelompok terhadap lingkungan mereka”²⁹. Kemudian Bernardo dan Palma-Oliveir mengemukakan “*Place Attachment* adalah seseorang terikat pada suatu tempat melalui suatu proses yang mencerminkan perilaku mereka, pengalaman kognitif, dan emosional dalam lingkungan sosial dan fisik”³⁰.

Berdasarkan pengertian di atas, *Place Attachment* adalah suatu kondisi yang mengakibatkan adanya ikatan positif yang terbentuk karena adanya perilaku individu, pengalaman kognitif serta pengalaman emosional terhadap suatu lingkungan.

William dan Stewart, menyatakan bahwa, “*Place attachment has also gained increasing scientific interest in the field of natural resource management*”³¹. (*Place attachment* juga telah memperoleh peningkatan intensi ilmiah dalam bidang pengelolaan sumber daya alam). Knez mengemukakan bahwa, “*Place attachment is the affective positive bond between a*

²⁹ Barbara B. Brown & DD. Perkins, *Disruption in Place Attachment*, (New York: Plenum Press, 1992)

³⁰ Fatima Bernardo & José Manuel Palm, *Place Change and Identity Processes*, (Medio Ambiente Comportamiento Humano, 2005)

³¹ Edward Finch. *Op.cit.*h.161

*person and a place more specifically a strong tendency of that person to maintain closeness to such a place*³².(artinya *place attachment* adalah ikatan positif antara seseorang dan suatu tempat yang memiliki kecenderungan kuat dari seseorang yang memelihara kedekatan dengan tempat tersebut).

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa *place attachment* ikatan positif seseorang dengan suatu tempat yang dapat meningkatkan intensi dalam mengelola sumber daya alam).

Wiliam dan Vaske menyatakan bahwa:

*That place attachment can be identified and measured in two dimensions: place dependence and place identity. place dependence reflects the functional attachment which is embodied in the area's physical characteristics. place identity is an emotional attachment which refers to the symbolic importance of a place*³³.

(*Place attachment* dapat diidentifikasi dan diukur dari dua dimensi: *place dependence* dan *place identity*. Tempat ketergantungan mencerminkan lampiran fungsional yang diwujudkan dalam karakteristik fisik daerah itu. Tempat identitas adalah keterikatan emosional yang mengacu pada pentingnya simbolis tempat).

³²Cheng-Yi Pu.*Exploring the Validity of Visitors' Place Attachment in Yangmingshan National Park, Taiwan*.(ProQuest, 2007).h.4

³³ Diaz, *Tourism as a tool development*,(WIT Press,2013), h.24

Menurut Ernawati terdapat 5 aspek dalam *place identity* yaitu:

1. *Continuity* (peran penting lingkungan perkotaan bagi keberlanjutan dengan masa lalu).
2. *Familiarity* (pengaruh pengalaman sehari-hari).
3. *Attachment* (rasa keterikatan secara umum terhadap kota sebagai lingkungan tempat tinggalnya)
4. *Commitment* (peran penting kota sebagai lingkungan tempat tinggalnya).
5. *External evaluation* (perbandingan evaluatif antara kota sendiri dengan kota lain).³⁴

Stokols dan Shumaker menyarankan bahwa, “*there are two factor that individuals and group employ to determine place dependency. the first is quality of current place and the second is the relative quality comparable alternatives*”³⁵. (Terdapat dua faktor yang individu dan kelompok mempekerjakan untuk menentukan tempat ketergantungan. yang pertama adalah kualitas tempat saat ini dan yang kedua adalah alternatif sebanding kualitas relatif).

Dapat disimpulkan dari beberapa pernyataan para ahli tersebut bahwa *Place attachment* adalah ikatan positif seseorang terhadap suatu tempat yang melibatkan perilaku dan tindakan dalam referensi ke tempat tersebut. *Place attachment* dapat diukur dengan dimensi *place dependen* dan *place identity*. Dimensi pertama *place dependen* dengan indikator kualitas tempat wisata. Dan dimensi kedua *place identity* dengan

³⁴ Ernawati, *Hubungan aspek residensial dengan place identity dalam skala urban*, *Journal of environmental engineering & sustainable technology*, 2014

³⁵ Dave *et al*, *Effect of place identity, place dependen, and experience-use history on perception of recreation impacts in a natural setting*, Springer: *Environmental Management*: 2008

Indikator pertama perbandingan evaluatif antara KRB dengan tempat wisata lain. Indikator kedua rasa keterikatan secara umum terhadap KRB. Indikator ketiga peran penting KRB dan indikator keempat pengaruh pengalaman sehari-hari.

4. Citra Destinasi

Citra wisata sangat penting sebagai daya tarik tempat wisata kepada para wisatawan. Untuk membangun citra yang positif dibutuhkan kepercayaan dan loyalitas para pengunjung agar menciptakan hubungan yang baik dengan tempat wisata. Maka dari itu sebuah tempat wisata harus menyediakan pelayanan yang terbaik kepada para pengunjungnya untuk mencapai kepuasan para pengunjung dan juga menciptakan citra yang positif.

Lawson dan Bond-Bovy menyatakan bahwa, "Citra destinasi adalah suatu ekspresi tentang sebuah pengetahuan, keyakinan diri, prasangka, hayalan dan pikiran emosional seorang individu tentang suatu objek atau tempat tertentu"³⁶. Kemudian menurut Dichter, "citra destinasi adalah sebuah gambaran yang menerangkan kualitas atau kesan gabungan yang tertanam pada benak seseorang."³⁷

³⁶ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata* (Yogyakarta: Deepublish, 2016) h.169

³⁷ *Ibid.*,

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa, citra destinasi adalah ekspresi tentang sebuah pengetahuan dan gambaran yang tertanam pada seseorang tentang tempat tertentu

Menurut Embacher dan Buttle, "citra destinasi adalah gabungan ide-ide atau konsep-konsep yang dimiliki secara individual maupun kolektif yang merupakan hasil dari sebuah pengamatan yang terdiri dari dua komponen yakni kognitif dan evaluatif"³⁸. Kotler *et al* menyatakan bahwa, "Citra destinasi adalah keyakinan, ide, dan kesan seseorang tentang sebuah tempat"³⁹.

Kesimpulan dari pendapat para ahli tersebut adalah citra destinasi adalah gabungan dari ide yang merupakan hasil dari sebuah pengamatan tentang suatu tempat.

Reynold berpendapat bahwa, "Citra destinasi adalah sebuah konstruksi mental yang terbangun pada seorang konsumen sebagai sebuah kesan dalam diri seseorang yang muncul sebagai sebuah proses kreasi." Sama seperti halnya Fakeye dan Crompton menyatakan bahwa, "Citra destinasi adalah konstruksi mental yang dikembangkan oleh seorang wisatawan berdasarkan apa yang dapat mereka lihat dan rasakan."

³⁸ *Ibid.*,

³⁹ *Ibid.*,

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa citra destinasi adalah sebuah konstruksi mental sebagai sebuah kesan yang muncul dari apa yang mereka lihat dan rasakan.

Menurut Fakeye dan Crompton, "*Destination image represents the image of a destination in the mind of the tourist*"⁴⁰. (Citra destinasi mewakili gambaran dari sebuah destinasi yang ada di dalam pikiran wisatawan).

Dapat disimpulkan bahwa citra mewakili gambaran suatu destinasi.

Menurut teori dari Crompton dalam buku karya Hung & Li mencantumkan definisi dari citra destinasi wisata adalah "*Destination image as a tourist's beliefs, knowledge, and impressions of a particular destination*"⁴¹. (Citra destinasi sebagai sebuah keyakinan, pengetahuan dan kesan dari wisatawan terhadap suatu destinasi wisata).

Menurut Victor & Rebecca, citra berarti "*The ideas and beliefs which people hold about the products they purchase or contemplate become attached to all forms of tourism product*"⁴². (Ide dan keyakinan yang dimiliki oleh individu mengenai produk yang di beli dan akan menjadi melekat pada produk wisata tersebut).

⁴⁰ Kam Hung and Xiang Robert Li, *Chinese Consumers in a New Era: Their Travel Behaviors and Psychology* (Routledge, 2016).h.76.

⁴¹ Hung and Li. p.77

⁴² Victor T.C.Middleton & Rebecca Hawkins, *Sustainable Tourism : A Marketing Perspective* (Reed Educational and Professional Publishing 1998).h. 72-73

Dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa citra destinasi adalah keyakinan, pengetahuan dan kesan wisatawan yang melekat terhadap suatu destinasi wisata sebagai salah satu produk wisata.

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

1. *Cognitive image is defined as an intellectual evaluation of the known attributes or understanding of the product.* (keyakinan dan informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi).
2. *Affective image is related to the underlying motives for selecting the destination.* (motif yang mendasari wisatawan untuk memilih suatu destinasi).
3. *Conative image is analogous to behavior because it is the action component.* (beranalogi dengan perilaku karena komponen tindakan).⁴³

Destination image are made up of three distinctly different but hierarchical interrelated components: cognitive, affective and conative. the interrelationship of these component ultimately determines predisposition for visitation. (Citra destinasi terdiri dari tiga komponen berbeda saling terkait: kognitif, afektif dan konatif. Komponen ini menentukan kecenderungan untuk kunjungan).⁴⁴

1, Cognitive (kognitif)

scott, defines the cognitive image component as an evaluation of the known attributes of the product or an understanding of the product in an intellectual way. boulding, describe the cognitive component as image derived from fact. in other word, teh cognitive component may be viewed as the sums of beliefs and attitude of the object leading to some internally accepted picture of its attributes.

(Scott, mendefinisikan komponen citra kognitif sebagai evaluasi atribut yang dikenal dari produk atau pemahaman tentang produk dengan cara intelektual. Boulding, menggambarkan komponen kognitif sebagai berasal dari kenyataan. dengan kata lain,

⁴³ Hung and Li. p.77

⁴⁴John wiley and sons. *Tourism development: principles, processes, and policies.* (New york: Permissions department), h.457

komponen kognitif dapat dilihat sebagai jumlah dari keyakinan dan sikap dari objek yang mengarah ke beberapa gambar diterima internal atributnya).

5. *Affective* (Afektif)

The affective component of image is related to motive in the sense that it is how a person values the object under consideration. it is the "feelings" we hold about any object. motives determine what we wish to obtain from the object, which the affect the object's valuation. it is easier to evaluate image of activities than it is the places.

(Komponen afektif berhubungan dengan motif dalam arti bahwa itu adalah bagaimana seseorang menghargai objek di bawah pertimbangan. itu adalah "perasaan" kami miliki tentang objek apapun. motif menentukan apa yang kita ingin memperoleh dari objek, yang mempengaruhi valuation objek. lebih mudah untuk mengevaluasi gambar kegiatan daripada tempat-tempat).

6. *Conative* (konatif)

The conative component of image is analogous to behavior because it is the action component. after processing after external and internal stimuli about destination, a decision is made whether or not to travel to the area. the act is conative component. its relationship to the other image component is direct in that it depends on image developed during the cognitive stage which are assessed during the affective stage.

(Komponen konatif dengan perilaku adalah komponen tindakan. Setelah pengolahan rangsangan eksternal dan internal tentang tujuan, keputusan dibuat apakah ya atau tidak untuk melakukan perjalanan ke daerah. Bertindak adalah komponen konatif. hubungannya dengan komponen gambar lainnya adalah langsung di bahwa itu tergantung pada gambar yang dikembangkan selama tahap kognitif yang dinilai selama tahap afektif).⁴⁵

⁴⁵ *Ibid.*,

Dapat disimpulkan bahwa citra destinasi memiliki 3 komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif.

Dari pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa, citra destinasi adalah gambaran dari suatu destinasi berdasarkan pengetahuan dan kesan yang didapatkan dalam destinasi tersebut. Citra destinasi dapat di ukur dari 3 dimensi. Dimensi pertama adalah kognitif dengan indikator pertama pengetahuan. Indikator kedua pemahaman dan indikator ketiga yaitu keyakinan. Dimensi kedua adalah afektif dengan indikator pertama perasaan dan indikator kedua kesan. Dan dimensi ketiga adalah konatif dengan indikator perilaku.

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

Jurnal referensi

H. Kim, Lee, Uysal, Kim, dan Ahn (2015) melakukan penelitian yang berjudul “Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well Being”, Journal of Travel & Tourism Marketing, ISSN: 1054-8408 print / 1540-7306 onlineas doi: 10.1080/10548408.2014.997958

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami perilaku mendaki-turis dengan motivasi menjelajahi wisata, nilai-nilai pribadi, kesejahteraan subjektif, dan niat mengunjungi kembali. Data

yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner onsite terstruktur di Olle trails yang terletak di Pulau Jeju Korea Selatan, dengan sampel wisatawan di Korea Selatan. Kuisisioner dibagikan secara acak untuk responden potensial di pusat pengunjung yang terletak di trail 8, di pintu keluar dari hiking trails 6 dan 7, dan pada rumah-rumah tamu di dekat jalan 7 dan 9. Dari 500 kuisisioner yang di distribusikan, hanya sekitar 430 kuisisioner yang dapat digunakan. Data kemudian di analisis dengan faktor eksploratori (EFA) dan SEM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa niat revisit dipengaruhi oleh motivasi wisatawan dan kesejahteraan subjektif.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berjudul “Pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang atau *revisit intention* (Y) dan variabel bebas adalah motivasi (X1), *place attachment* (X2), dan citra destinasi (X3), kemudian jurnal juga memiliki 4 variabel yaitu, *motivation* (X1), *personal values* (X2) sebagai variabel bebas yang kemudian di mediasi oleh *Subjective well-being* (X3), dan *revisit intention* (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini

dilakukan di Kebun Raya Bogor pada Januari sampai Juni 2017, dengan obyek penelitian adalah Kebun Raya Bogor. Sedangkan pada jurnal penelitian dilakukan di Korea Selatan. Obyek penelitiannya adalah Olle Trails yang terletak di Pulau Jeju

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dengan sampel pengunjung Kebun Raya Bogor yang pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor lebih dari satu kali. Pada jurnal teknik pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuisisioner kepada wisatawan Olle Trails sebanyak 500, namun yang akhirnya digunakan hanya 430. Untuk teknik analisis data peneliti SPSS sedangkan pada jurnal hanya menggunakan teknik EFA dan SEM.

Prayag dan Ryan (2012) melakukan penelitian yang berjudul “Antecedents Of Tourist’ Loyalty To Mauritius: the Role And Influence Of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, And Satisfaction” Journal of Travel Research XX(X) 1 –15 ISSN: 0047-2875 DOI: 10.1177/0047287511410321

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *destination image, place attachment, personal involvement* dan *satisfaction*. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuisisioner dengan total sampel sebanyak 705 responden pengunjung internasional yang tinggal di

hotel di pulau Mauritius. Dengan menggunakan analisis faktor confirmatory data kemudian di analisis. Kemudian hasil dari penelitian ini *Place attachment* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Revisit Intention*.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berjudul “Pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang atau revisit intention (Y) dan variabel bebas adalah motivasi (X1), *place attachment* (X2), dan citra destinasi (X3), berbeda pada jurnal yang memiliki 4 variabel yaitu *Destination image*, *place attachment*, *personal involvement*, dan *satisfaction*. Penelitian ini dilakukan di Kebun Raya Bogor pada Januari sampai Juni 2017, dengan obyek penelitian adalah Kebun Raya Bogor. Sedangkan pada jurnal adalah hotel Mauritius.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner dengan sampel pengunjung Kebun Raya Bogor yang pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor lebih dari satu kali. Pada jurnal teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan total sampel sebanyak 705 responden pengunjung internasional yang

tinggal di hotel di pulau Mauritius. Untuk teknik analisis data peneliti menggunakan teknik SPSS, pada jurnal teknik analisis yang digunakan analisis konfirmatory, dan SEM.

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

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

Kuesioner yang dibagikan secara langsung didistribusikan di daerah wisata utama, pusat perbelanjaan, universitas dengan program internasional dan bandara internasional. Misalnya, daerah wisata utama termasuk *WatPhraKaew* dan *Wat Pho*, pusat perbelanjaan di *Central World* dan *Siam Paragon*, universitas dengan program internasional terdiri dari Universitas *Thammasart* dan *Chulalongkorn University*, dan bandara internasional terdiri dari Bandara Internasional *Don Mueang* dan Bandara Internasional

Suvarnabhumi. Pengumpulan data kuesioner dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu selama September-Oktober tahun 2013.

Jumlah sampel yang valid sebanyak 189 sample dan diasumsikan ada 7 % terjadi kesalahan sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan uji reliabilitas Alpha Cronbach dengan menggunakan analisis deskriptif. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah kepuasan, daya tarik wisata, citra destinasi wisata dan motivasi wisatawan diduga memiliki pengaruh terhadap *revisit intention*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dan berganda untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat melakukan kunjungan ulang secara signifikan. Hasil dari penelitian ini, mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi niat wisatawan asing untuk melakukan kunjungan berulang ke Bangkok. Faktor pertama adalah kepuasan yang di rasakan seperti akomodasi, perbelanjaan dan sikap dari orang-orang Taiwan. Faktor kedua adalah motivasi wisatawan seperti untuk berekreasi dan relaksasi. Faktor ketiga adalah citra destinasi secara keseluruhan. Ketiga faktor di atas secara positif berhubungan dengan niat untuk melakukan kunjungan berulang.

Sedangkan tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah pengaruh motivasi, *place attachment*, dan citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang wisata KRB.

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

Neuvonen, Pouta, & Sievänen (2010), melakukan penelitian yang berjudul “Intention to Revisit a National Park and Its Vicinity Effect of Place Attachment and Quality Perception” International Journal of Sociology No. 3(40) ISSN 0020–7659/2010 \$9.50 + 0.00. DOI 10.2753/IJS0020-7659400303

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana kualitas yang dirasakan dari layanan rekreasi, dengan faktor intervensi dari *place attachment*, menjelaskan niat masa depan untuk mengunjungi kembali wilayah taman nasional. Selain itu, juga menganalisis bagaimana ikatan sosial berhubungan dengan *place attachment* dan niat mengunjungi kembali. Lokasi penelitian ini adalah di Finlandia Selatan tepatnya di Taman Nasional Linansari, Reporvesi, dan Seitseminen.

Populasi pada penelitian ini adalah orang-orang yang mengunjungi Taman Nasional Linansari, Reporvesi, dan Seitseminen. Data empiris yang digunakan dikumpulkan bersama-sama dengan Metsähallitus, layanan administrasi hutan milik negara, dari Seitseminen dan Taman Nasional Linnansaari pada tahun 2006 dan dari Repovesi pada tahun 2007, dengan jumlah responden sebanyak 736 yang mengembalikan kuesioner yang diserahkan kepada mereka selama kunjungan mereka ke taman. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM.

Dan secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan pariwisata dengan faktor intervensi *place attachment*, dengan ikatan sosial, berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat responden untuk mengunjungi kembali wilayah taman nasional.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berjudul “Pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang atau revisit intention (Y) dan variabel bebas adalah motivasi (X1), *place attachment* (X2), dan citra destinasi (X3), berbeda pada jurnal yang memiliki 3 variabel yaitu *place attachment* (X1) , dan *quality perception* (X2) sebagai variabel bebas dan *Intention to revisit* (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan di Kebun Raya Bogor pada Januari sampai Juni 2017, dengan obyek penelitian adalah Kebun Raya Bogor. Sedangkan pada jurnal adalah Taman Nasional Linansari, Reporvesi, dan Seitseminen.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dengan sampel pengunjung Kebun Raya Bogor yang pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor lebih dari satu kali. Pada jurnal teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan total sampel sebanyak 736 yang mengembalikan kuisisioner responden. Untuk teknik analisis data peneliti menggunakan teknik SPSS.

Kil, Holland, Stein, dan Ko (2012), melakukan penelitian dengan judul “Place attachment as a mediator of the relationship

between nature based recreation benefits and future visit intentions". *Journal of Sustainable Tourism*, 20:4, 603-626. ISSN 0966-9582. DOI: 10.1080/09669582.2011.610508

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan teoritis antara manfaat yang dirasakan konsumen, *place attachment* dan niat mengunjungi dimasa depan di rekreasi dan pariwisata daerah berbasis alam. Teknik pengumpulan data menggunakan survei di lokasi dan survei email . Data survei yang dikumpulkan antara Maret dan Mei 2008 dari National Forest Ocala yang terletak di pusat Florida, USA.

Penelitian menggunakan tanggapan dari 934 pengunjung ini diuji menggunakan SPSS, serta analisis SEM via AMOS. Hasilnya memverifikasi pentingnya *place attachment* serta pencapaian manfaat rekreasi dalam memprediksi niat mengunjungi kembali dimasa depan oleh pengunjung.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berjudul "Pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang atau *revisit intention*

(Y) dan variabel bebas adalah motivasi (X1), *place attachment* (X2), dan citra destinasi (X3), berbeda pada jurnal yang memiliki 3 variabel yaitu, *place attachment* (X1), *nature based recreation benefits* (X2), dan *future visit intention* (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan di Kebun Raya Bogor pada Januari sampai Juni 2017, dengan obyek penelitian adalah Kebun Raya Bogor. Sedangkan pada jurnal penelitian dilakukan di Florida, USA. Obyek penelitiannya adalah National Forest Ocala

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dengan sampel pengunjung Kebun Raya Bogor yang pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor lebih dari satu kali. Pada jurnal teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei di lokasi dan juga di email menggunakan kuisisioner dari n = 934 responden. Untuk teknik analisis data peneliti menggunakan teknik SPSS.

**Hallmann, Zehrer, & Müller (2013), melakukan penelitian yang berjudul “Perceived Destination Image: An Image Model for a Winter Sports Destination and Its Effect on Intention to Revisit”
Journal of Travel Research, No. 1. (54) 94 –106 ISSN: 0047-2875
DOI: 10.1177/0047287513513161**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model citra destinasi dalam mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali tempat tujuan olahraga musim dingin. Teknik pengumpulan

data dilakukan dengan survei menggunakan kuisisioner dari $n = 795$ wisatawan olahraga musim dingin di Oberstdorf (Jerman) dan Saalbach-Hinterglemm (Austria), dikumpulkan antara Februari 14 dan 28, 2011. Teknik analisis data menggunakan SEM

Model ini menggambarkan bahwa citra tujuan memiliki pengaruh yang signifikan pada niat turis untuk mengunjungi kembali tujuan olahraga musim dingin.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan peneliti saat ini berjudul “Pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang ke Kebun Raya Bogor. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu variabel terikat adalah niat mengunjungi ulang atau *revisit intention* (Y) dan variabel bebas adalah motivasi (X1), *place attachment* (X2), dan citra destinasi (X3), berbeda pada jurnal yang memiliki 2 variabel yaitu, *destination image* (X) sebagai variabel bebas dan *revisit intention* (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan di Kebun Raya Bogor pada Januari sampai Juni 2017, dengan obyek penelitian adalah Kebun Raya Bogor. Sedangkan pada jurnal penelitian dilakukan di tempat tujuan olahraga musim dingin di Oberstdorf (Jerman) dan Saalbach-Hinterglemm (Austria),

dikumpulkan antara Februari 14 dan 28, 2011. Obyek penelitiannya adalah tempat tujuan olahraga musim dingin

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dengan sampel pengunjung Kebun Raya Bogor yang pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor lebih dari satu kali. Pada jurnal teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei menggunakan kuisisioner dari $n = 795$ wisatawan olahraga musim dingin di Oberstdorf (Jerman) dan Saalbach-Hinterglemm (Austria). Untuk teknik analisis data peneliti menggunakan teknik SPSS

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

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

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

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

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

Populasi yang digunakan oleh peneliti adalah wisatawan asing yang berkunjung ke Bandung selama bulan Desember 2012 hingga Januari 2013. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang nantinya diisi oleh responden. Semua responden didekati secara pribadi oleh peneliti dalam waktu dua bulan di daerah tujuan wisata. Penelitian

ini di tulis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengunjungi ulang wisatawan ke suatu destinasi. Berdasarkan penelitian, motivasi dan citra destinasi merupakan variabel terpenting terhadap niat mengunjungi ulang sehingga hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi merupakan salah satu alasan terpenting dari niat berkunjung ulang dan berpengaruh juga terhadap kepuasan wisatawan dan citra destinasi. Citra destinasi secara positif dan signifikan berhubungan dengan niat mengunjungi ulang dan berpengaruh juga terhadap kepuasan wisatawan dan terdapat pengaruh yang positif & signifikan antara kepuasan wisatawan dengan niat mengunjungi ulang.

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

sedang berada di lingkungan KRB baik itu di dalam KRB maupun di luar KRB. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala likert 6 untuk menguji instrumen. Realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta tekhnik analisis data menggunakan *software* SPSS 16.0. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah motivasi, *place attachment*, dan citra destinasi diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi ulang ke KRB.

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

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

wisatawan yang sedang atau pernah melakukan kunjungan wisata di Provinsi Aceh.

Peneliti menggunakan lokasi penelitian disekitar tempat wisata, yaitu di kawasan Kota Banda Aceh, Kabupaten Aceh Besar, dan Kota Sabang. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS 18.0 dan skala Likert dengan lima rentangan untuk menganalisis dan mengolah data. Menurut peneliti, salah satu upaya untuk menciptakan citra (*image*) destinasi yang positif agar dapat dikenal oleh masyarakat luas yaitu dengan cara melakukan promosi. Promosi tersebut seharusnya bisa menjadi salah satu alat agar dapat membentuk citra yang baik bagi pengunjungnya sehingga niat untuk berkunjung ke tempat wisata yang ada di Kota Aceh semakin meningkat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk atraksi, sarana&prasarana dan bauran promosi wisata berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap citra destinasi dan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke provinsi Aceh. Hasil pengujian hipotesis selanjutnya, secara parsial menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk melakukan kunjungan berulang ke provinsi Aceh.

Sedangkan tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan pada saat ini adalah pengaruh motivasi, *place attachment* dan citra destinasi wisata terhadap niat mengunjungi ulang studi kasus pada wisata Kebun Raya Bogor. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yaitu

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

C. Kerangka Teoretik

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Faktor yang dijadikan variabel penelitian diantaranya motivasi, *place attachment* dan citra destinasi. Hubungan ketiga variabel ini dideskripsikan sebagai berikut:

1. Motivasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang ke KRB

Baloglu menyatakan bahwa, “Motivasi merupakan hal yang mendahului untuk menciptakan niat berkunjung ulang”⁴⁶.

Huang & Shu menunjukkan bahwa “*Motivation determines behavioral intention, in particular revisit intention*”⁴⁷.

(Motivasi menentukan niat perilaku, terutama dalam niat revisit).

Rittichainuwat, Qu & Leong juga menemukan bahwa “*Travel motivation that has the greatest impact on revisit intention*”⁴⁸.

(Motivasi wisata merupakan faktor penting yang mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu tujuan).

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi mempengaruhi niat berkunjung ulang.

2. Place Attachment terhadap Niat Mengunjungi Ulang ke KRB

Babu dan Bibin P. George, menyatakan “*Place attachment could be a significant pathway of influence through which previous visit has its effect on the intention to revisit*”⁴⁹. (*Place*

⁴⁶ Seyhmus Baloglu, *A path analytic model of visitation intention involving information sources, socio-psychological motivations, and destination image*, Journal of Travel & Tourism Marketing, 2000

⁴⁷ Seungwoo Lee, Sangtak Lee & Gyumin Lee, *Ecotourists' Motivation and Revisit Intention: A Case Study of Restored Ecological Parks in South Korea*, Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2014

⁴⁸ Yueying Xu, Xiangping Li & Pamela A. Weaver, *Examining The Dimensions Of Travel Behavior: A Case Of Chinese Tourist Visiting The United States*, Tourism Analysis, 2010

⁴⁹ Babu P.George & Bibin P.George, *Past visits and the intention to revisit a destination: place attachment as the mediator and novelty seeking as the moderator*, The Journal of tourism studies.2011

attachment menjadi jalur pengaruh yang signifikan melalui kunjungan sebelumnya memiliki efek pada niat untuk mengunjungi ulang).

G. Brown *et al.*, menyatakan “Place/venue attachment was found to have the strongest effect on intention to revisit”⁵⁰. (Place/venue attachment ditemukan memiliki efek paling kuat pada niat untuk kembali).

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *place attachment* memiliki efek penting yang berperan dalam niat berkunjung ulang)

3. Citra Destinasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang ke KRB

Assaker & Hallak menyatakan bahwa “*The level of tourist satisfaction with a destination image increases intention to revisit the destination in the long and short term*”⁵¹. (Tingkat kepuasan wisata dengan citra destinasi meningkatkan niat untuk mengunjungi kembali tujuan/destinasi dalam jangka panjang dan pendek)

Menurut Chen *et al* dalam buku karya Hung & Li menuliskan “*Destination image is positively related to revisit*

⁵⁰ Graham Brown, Andrew Smit & Guy Assaker, *Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics*, Tourism Management, 2016

⁵¹ Guy Assaker & Rob Hallak, *Moderating effects of tourists’ novelty-seeking tendencies on destination image, visitor satisfaction, and short-and long-term revisit intentions*, Journal of Travel Research, 2013

intention”⁵². (Citra destinasi wisata secara positif berhubungan dengan niat mengunjungi ulang).

Fakeye & Crompton juga menegaskan bahwa “*complex image is formed after tourists interact with a place, which consequently affect their purchase decision and revisit intention. This means that destination image is an integral part that helps to understand tourists' behaviours*”⁵³.

(Citra kompleks terbentuk setelah turis berinteraksi dengan tempat, yang akibatnya mempengaruhi keputusan pembelian mereka dan niat mengunjungi kembali. Ini berarti bahwa citra destinasi merupakan bagian integral yang membantu untuk memahami perilaku wisatawan).

Menurut teori dari Bigne *et al* dalam buku karya James A. Seba menyatakan bahwa “*Returning intentions and recommending intentions are influenced by tourism image and quality variables of the destination*”⁵⁴. (Niat berkunjung kembali dan niat merekomendasikan dipengaruhi oleh citra pariwisata dan kualitas dari tujuan suatu destinasi wisata).

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Citra destinasi mempengaruhi niat berkunjung ulang.

⁵² Hung and Li. p.76

⁵³ Paul C. Fakeye & John L. Crompton, *Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley*, Journal Of Travel Research, 1991

⁵⁴ James A. Seba. (2012). *Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention*. Dalam J. A. Seba, *Tourism and Hospitality : Issues and Developments*, (Canada : Apple Academic Press), h.57

D. Perumusan Hipotesis Penelitian

H1 : Adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari motivasi terhadap intensi mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor.

H2 : adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari *place attachment* terhadap intensi mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor.

H3 : adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari citra tempat wisata terhadap intensi mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar dan valid) dan dapat dipercaya tentang :

1. Pengaruh positif dan signifikan motivasi terhadap niat mengunjungi ulang.
2. Pengaruh positif dan signifikan *place attachment* terhadap niat mengunjungi ulang.
3. Pengaruh positif dan signifikan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Kebun Raya Bogor (KRB) di Bogor. Tempat ini dipilih karena ketertarikan peneliti pada Kebun Raya Bogor yang memiliki tumbuhan langka satu-satunya di wilayah Jabodetabek, namun terdapat masalah pada jumlah kunjungan

yang semakin berkurang dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah tersebut peneliti dapatkan dari data-data penelitian sebelumnya mengenai kunjungan ke Kebun Raya Bogor.

2. Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada bulan Januari 2017 sampai bulan Juni 2017. Alasan memilih waktu tersebut adalah jadwal perkuliahan yang tidak padat, sehingga peneliti memiliki waktu yang cukup banyak untuk melaksanakan penelitian.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian⁵⁵

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi⁵⁶. Metode ini digunakan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data penelitian pada metode ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Peneliti

⁵⁵ Noor, Juliansyah, 2011, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Thesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. h.254

⁵⁶ Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, (Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan 2011), h.3

menggunakan metode survei dan teknik kuesioner pada penelitian ini.

Kerlinger mengemukakan bahwa,

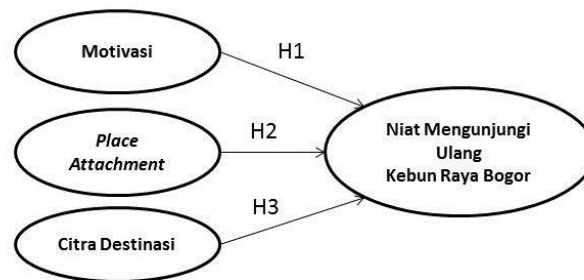
Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis⁵⁷.

Alasan peneliti menggunakan penelitian survey adalah untuk mengetahui seberapa penting pengaruh motivasi, *place attachment*, dan citra tempat wisata terhadap niat mengunjungi ulang wisata ke Kebun Raya Bogor.

1. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel X_1 (Motivasi), X_2 (*Place Attachment*), X_3 (Citra Destinasi) terhadap variabel Y (Niat Mengunjungi Kembali Kebun Raya Bogor) secara parsial. Adapun konstelasi hubungan antara variabel X_1 , X_2 , X_3 dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut :

⁵⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung: Alfabeta, 2012), h, 7



Gambar III. 1 – Model Penelitian

D. Populasi dan Sampling

- **Populasi**

Menurut Sugiyono, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁵⁸. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Kebun Raya Bogor.

- **Sampel**

Menurut Sugiyono, “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁵⁹. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk

⁵⁸ Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2010), h.61

⁵⁹ Sugiyono. *Op.cit*, h.90

menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan⁶⁰.

Teknik penggunaan sampel yang di gunakan adalah *convenience sampling*. Menurut Sugiyono, *convenience sampling* atau sampling incidental adalah teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang itu kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data⁶¹.

Alasan peneliti menggunakan *convenience sampling* adalah diharapkan sampel yang diambil benar-benar memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Batasan dalam metode *Convenience sampling* ini adalah pengunjung Kebun Raya Bogor. Dengan jumlah sampel sebanyak 240 sampel

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel yaitu motivasi (X1), *place attachment* (X2), citra destinasi (X3) dengan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y). Adapun instrumen untuk mengukur Keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

⁶⁰ *Ibid.*,

⁶¹ Sugiyono. *Op.cit.*, h.96

1. Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

a. Definisi Konseptual

Niat mengunjungi ulang adalah kemungkinan seseorang untuk mengunjungi kembali tempat wisata yang sama.

b. Definisi Operasional

Niat berkunjung ulang dapat di ukur dari 2 dimensi. Dimensi pertama yaitu *intention to revisit* dengan indikator niat untuk mengunjungi di masa depan. Dimensi kedua *intention to recommend* dengan indikator niat untuk merekomendasi.

c. Kisi-kisi Instrumen Niat mengunjungi ulang

Pada bagian ini disajikan kisi-kisi instrumen niat mengunjungi ulang yang akan digunakan untuk uji coba dan mengukur variabel niat mengunjungi ulang setelah diuji validitasnya sebagai kisi-kisi in strumen final.

Kisi-kisi instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai indikator yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas.

Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen niat mengunjungi ulang

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Intention to revisit</i>	Niat untuk mengunjungi di masa depan	1		25	1		1	
		2			2		2	
		3			3		3	
		4			4		4	
		5			5		5	
		6			6		6	
		7			7		7	
		9			9		9	
		17			17		17	
		20			20		20	
		21			21		21	
		22			22		22	
		23			23		23	
		25			23		23	
		<i>Intention to recommended</i>	Niat untuk merekomendasi		8		8 24	
10				10		10		
11				11		11		
12				12		12		
13				13		13		
14				14		14		
15				15		15		
16				16		16		
18				18		18		
19				19		19		
24								

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 2 Skala Penilaian Instrumen Niat Mengunjungi Ulang

No.	Alternatif Jawaban	Skor	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: data diolah oleh pebeliti (2017)

d. Validasi instrument Niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrument tersebut telah mengukur indikator dari variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden pengunjung Kebun Raya Bogor. *Factor analysis* dengan ketentuan *factor loading* 0.40 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”⁶².

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*⁶³.

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.

⁶² Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 2007) , p. 115.

⁶³ Joseph F. Hair Jr, *et al.*, *Op Cit*, p. 110.

Hair menjelaskan bahwa, koefisien validitas $>0,30$ dapat dipertimbangkan untuk level minimal. *Loading* kurang lebih $0,40$ akan lebih baik dan $>0,50$ signifikan secara praktikal⁶⁴.

Metode pengujian reabilitas cukup banyak, salah satunya (dikaitkan dengan penggunaan SPSS) adalah Metode *Cronbach's Alpha*. Penggunaan metode ini sangat mudah, karena *option* telah disediakan dalam menu SPSS. Metode ini telah memberi batasan, dimana jika koefisien reabilitas (*Alpha*) mendekati 1 sangat baik, jika berada diatas $0,8$ baik, tetapi bila berada di bawah $0,6$ tidak baik. Artinya bila nilai *Alpha* berada dibawah nilai $0,6$ maka dapat dikatakan bahwa pengukuran yang dilakukan tidak konsisten atau pengukuran tidak reliabel⁶⁵.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validasi butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

⁶⁴Hair; Syamsul Bahri, and Fakhry Zamzam. *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-Amos*.(Yogyakarta: Deepublish,2014), p. 34

⁶⁵Mustafa Edwin *Loc.Cit*

$$r_{it} = \frac{\sum x_{ixt}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 66$$

Dimana :

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
 x_i = Deviasi skor butir dari x_i
 x_t = Deviasi skor dari x_t

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 67$$

Dimana :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
 $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir
 st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad 68$$

⁶⁶Djaali dan Pudji Muljono, *Loc. Cit.*,

⁶⁷*Ibid.*, h. 89.

⁶⁸ Sudjana, *Loc. Cit.*,

Dimana :

$$\begin{aligned}
 S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\
 n &= \text{Jumlah populasi} \\
 \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\
 \sum X_i &= \text{Jumlah data}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang terdapat pada Lampiran 12 halaman 165. Dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

2. Motivasi

a. Definisi Konseptual

Motivasi adalah dorongan dalam diri yang mempengaruhi seseorang untuk kearah tujuan yang ingin dicapai.

b. Definisi Operasional

Motivasi dapat di ukur dengan 2 dimensi. Dimensi pertama *push factor* (faktor pendorong) yang memiliki 4 indikator, indikator pertama melarikan diri dari rutinitas. Indikator kedua evaluasi diri. Indikator ketiga meningkatkan hubungan kekerabatan dan indikator keempat yaitu relaksasi. Dimensi kedua yaitu *pull factor* yang memiliki 2 indikator,

indikator pertama fasilitas rekreasi, dan indikator kedua pemandangan alam.

c. Kisi-kisi Instrumen Motivasi

Pada bagian ini disajikan kisi-kisi instrumen motivasi wisata yang akan digunakan untuk uji coba dan mengukur variabel motivasi wisata setelah diuji validitasnya sebagai kisi-kisi instrumen final.

Kisi-kisi instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai indikator yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas.

Tabel III. 3 Kisi-kisi Instrumen Motivasi

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Push factor</i>	Melarikan diri dari rutinitas.	8 11 26 27 29	25	8 11	26 27 29	25	26 27 29	25
	Evaluasi diri.	12 13 14 16 21		12	13 14 16 21		13 14 16 21	

	Meningkatkan hubungan kekerabatan	6 4 9 10			6 4 9 10		6 4 9 10	
	Relaksasi	18 17 19		17	18 19		18 19	
<i>Pull Factor</i>	Fasilitas rekreasi	2 7 22 23 24 28		2 7	22 23 24 28		22 23 24 28	
	Pemandangan alam	1 3 5 15 20		15	1 3 5 20		1 3 5 20	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 4 Skala Penilaian Instrumen Motivasi

No.	Alternatif Jawaban	Skor	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif

1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

d. Validasi Instrumen Motivasi

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrument tersebut telah mengukur indikator dari variabel motivasi.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden pengunjung Kebun Raya Bogor. *Factor analysis* dengan ketentuan *factor loading* 0.40 dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences (SPSS)*.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validasi butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{ixt}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 69$$

Dimana :

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
 x_i = Deviasi skor butir dari x_i
 x_t = Deviasi skor dari x_t

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 70$$

Dimana :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
 $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir
 st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad 71$$

⁶⁹Djaali dan Pudji Muljono, *Loc. Cit.*,

⁷⁰*Ibid.*, h. 89.

⁷¹ Sudjana, *Loc. Cit.*,

Dimana :

$$\begin{aligned}
 S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\
 n &= \text{Jumlah populasi} \\
 \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\
 \sum X_i &= \text{Jumlah data}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang terdapat pada Lampiran 18 halaman 173. Dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur variabel motivasi.

3. Place Attachment

a. Definisi Konseptual

Place attachment adalah ikatan positif seseorang terhadap suatu tempat yang melibatkan perilaku dan tindakan dalam referensi ke tempat tersebut.

b. Definisi Operasional

Place attachment dapat diukur dengan dimensi *place dependen* dan *place identity*. Dimensi pertama *place dependen* dengan indikator kualitas tempat wisata. Dan dimensi kedua *place identity* dengan Indikator pertama perbandingan evaluatif antara KRB dengan tempat wisata lain. Indikator kedua rasa keterikatan secara umum terhadap

KRB. Indikator ketiga peran penting KRB dan indikator keempat pengaruh pengalaman sehari-hari.

c. Kisi-kisi Instrumen *Place Attachment*

Pada bagian ini disajikan kisi-kisi instrumen *place attachment* yang akan digunakan untuk uji coba dan mengukur variabel *place attachment* setelah diuji validitasnya sebagai kisi-kisi instrumen final.

Kisi-kisi instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai indikator yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas.

Tabel III. 5 Kisi-kisi Instrumen *Place attachment*

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Place dependen</i>	Kualitas tempat wisata	1	4	10	1	4	1	4
		2			2		2	
		3			3		3	
		5			5		5	
		6			6		6	
		7			7		7	
		8			8		8	
		10			16		16	
		16			18		18	
		18			19		19	
		19			20		20	
<i>Place identity</i>	Perbandingan evaluatif antara	24	28	26	24	28	24	28
		26			27		27	

	KRB dengan tempat wisata lain	27 28			27			
	Rasa keterikatan secara umum terhadap KRB.	9 11 13 14	12	9 11	13 14	12	13 14	12
	Peran penting KRB	15 23	25	15	23	25	23	25
	Pengaruh pengalaman sehari-hari	22 29	17	29	22	17	22	17

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 6 Skala Penilaian Instrumen *Place Attachment*

No.	Alternatif Jawaban	Skor	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4

5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5
----	---------------------------	---	---

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

d. Validasi Instrumen *Place Attachment*

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrument tersebut telah mengukur indikator dari variabel *place attachment*.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden pengunjung Kebun Raya Bogor. *Factor analysis* dengan ketentuan *factor loading* 0.40 dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Berdasarkan perhitungan yang terdapat pada Lampiran 24 halaman 182. Dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur variabel *place attachment*.

4. Citra destinasi

a. Definisi Konseptual

Citra destinasi adalah gambaran dari suatu destinasi berdasarkan pengetahuan dan kesan yang didapatkan dalam destinasi tersebut.

b. Definisi Operasional

Citra destinasi dapat di ukur dari 3 dimensi. Dimensi pertama adalah kognitif dengan indikator pertama pengetahuan. Indikator kedua pemahaman dan indikator ketiga yaitu keyakinan. Dimensi kedua adalah afektif dengan indikator pertama perasaan dan indikator kedua kesan. Dan dimensi ketiga adalah konatif dengan indikator perilaku.

c. Kisi-kisi Instrumen Citra destinasi

Pada bagian ini disajikan kisi-kisi instrumen citra destinasi yang akan digunakan untuk uji coba dan mengukur variabel citra destinasi setelah diuji validitasnya sebagai kisi-kisi instrumen final.

Kisi-kisi instrumen ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai indikator yang dimasukkan untuk uji validasi dan reliabilitas.

Tabel III. 7 Kisi-kisi Instrumen Citra destinasi

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kognitif	Pengetahuan	1		1	7		7	
		7			8		8	
		8			14		14	
		14			15		15	
		15			16		16	
		16			17		17	
Kognitif	Pemahaman	2		12	2		2	
		3			3		3	
	Keyakinan	6			6		6	
		10			10		10	
		11			11		11	
		12			24		24	
24		25		25				
25								
Afektif	Perasaan	4		21	4		4	
		5			5		5	
		13			13		13	
	Kesan	9			9		9	
		19			19		19	
		20			20		20	
Konatif	Perilaku	22			22		22	
		23			23		23	

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan

tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 8 Skala Penilaian Instrumen Citra Destinasi

No.	Alternatif Jawaban	Skor	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2017)

d. Validasi Instrumen Citra destinasi

Konsep instrumen kemudian dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrument tersebut telah mengukur indikator dari variabel citra destinasi.

Setelah disetujui, langkah selanjutnya instrumen dan butir-butir pernyataan tersebut akan diuji coba kepada 50 responden pengunjung Kebun Raya Bogor. *Factor analysis* dengan ketentuan *factor loading* 0.40 dan uji reliabilitas pada program *Statistical Process for Social Sciences* (SPSS).

Berdasarkan perhitungan yang terdapat pada Lampiran 30 halaman 190. Dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 21 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur variabel citra destinasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validasi butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 72$$

Dimana :

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari x_i
- x_t = Deviasi skor dari x_t

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

⁷²Djaali dan Pudji Muljono, *Loc. Cit.*,

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{73}$$

Dimana :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{74}$$

Dimana :

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi SPSS versi 16. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

⁷³*Ibid.*, h. 89.

⁷⁴ Sudjana, *Loc. Cit.*,

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menggambarkan setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Pendekatan teknik analisis deskriptif dalam hal ini antara lain penyajian data melalui tabel atau grafik. Perhitungan data dengan menggunakan frekuensi dan penggunaan persentase, dalam analisis deskriptif diolah per variabel.

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Priyatno menyatakan bahwa, “uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak”⁷⁵. 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)⁷⁶.

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

⁷⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), hal.71

⁷⁶ Imam Ghazali. *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2009). p. 113

- 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

b. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan SPSS menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi kurang dari $0,05^{77}$.

Hipotesis penelitiannya adalah :

- 1) H_0 : artinya data tidak linier
- 2) H_a : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik yaitu :

⁷⁷ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Progam SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2005),h. 180.

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima artinya data tidak linear
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak artinya data linier.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linearyang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas⁷⁸.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas⁷⁹.

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

⁷⁸ Bambang Suharjo, *Statistika Terapan disertai contoh Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), p. 120

⁷⁹ Imam Ghazali. *Op., Cit.* p. 25

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.

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 Diagnostics*.
6. Klik *Continue*
7. Abaikan pilihan lain, klik *Ok*⁸⁰.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu penyimpangan asumsi OLS dalam bentuk varians gangguan estimasi yang dihasilkan oleh estimasi OLS tidak bernilai konstan. Untuk

⁸⁰ Victorianus Aries Siswanto. *op. cit.*, p. 94

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 distudentized⁸¹.

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

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

⁸¹ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p. 73

8) Abaikan pilihan lain, klik **Ok**⁸².

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.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier

Dalam analisis regresi, akan dikembangkan sebuah *estimating equation* (persamaan regresi). Yaitu suatu formula yang mencari nilai variabel *dependent* dari nilai variabel *independent* yang diketahui. Menurut Singgih Santoso, “analisis regresi digunakan untuk tujuan peramalan, dimana dalam model tersebut ada sebuah variabel *dependent* dan variabel *independent*”⁸³.

⁸² Victorianus Aries Siswanto. *op. cit.*, p. 89

⁸³ Singgih Santoso, *Panduan Langkah Menguasai SPSS 16*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), p. 273

Langkah pengujian analisis regresi lineia menggunakan SPSS 16 dijabarkan sebagai berikut:

- a. Klik *Analyze* → *Regression* → *Linier*
- b. Masukkan variabel Y pada kotak *Dependent*
- c. Masukkan semua variabel X pada kotak *Independent(s)*
- d. Klik *Statistics*
- e. Pastikan *Estimate* dan *Model Fit* diaktifkan.
- f. Klik *Continue*
- g. Abaikan pilihan lain, klik *Ok*⁸⁴

Persamaan regresi pada linier sederhana adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

\hat{Y} = variabel *dependent*

X = variabel *independent*

a = titik potong (*intercept*)

b = koefisien regresi (*slope*)

Kriteria pengujian analisis regresi linier, dirumuskan sebagai berikut:

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

⁸⁴ *Ibid.*, pp. 275-278

b. $H_1: b \neq 0$ (ada hubungan linear antara kedua variabel)

b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”⁸⁵. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan SPSS Versi 16.00.

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

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

β_n : koefisien regresi masing-masing variabel.

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

Selanjutnya Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ H_0 diterima
2. Jika probabilitas $< 0,05$ H_0 ditolak⁸⁶.

⁸⁵Bambang Soepeno, *Statistik Terapan : Dalam Penelitian Ilmu-Ilmu Social & Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 134.

⁸⁶*Ibid.*

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Selanjutnya, dilakukan perhitungan koefisien determinasi (penentu) untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi.

Nilai koefisien determinasi adalah hanya berkisar antara 0 sampai 1 ($0 < R < 1$) yang dijelaskan dalam ukuran persentase. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat⁸⁷.

Rumus koefisien determinasi adalah :

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

Dimana:

r^2 = Koefisien determinasi

\hat{Y}_1 = Jumlah kuadrat

\bar{Y} = Jumlah total kuadrat variabel Y⁸⁸

⁸⁷*Ibid.*

⁸⁸ Herjanto, Eddy, "Manajemen Operasi edisi 3" Grasindo Jakarta 2008 p.100

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Data Responden

Peneliti mendeskripsikan karakteristik data dari 240 pengunjung Kebun Raya Bogor. Berikut adalah karakteristik yang akan dideskripsikan:

a. Domisili

Tabel IV. 1 Domisili Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jakarta	173	72.1	72.1	72.1
Bogor	20	8.3	8.3	80.4
Depok	28	11.7	11.7	92.1
Tangerang	2	.8	.8	92.9
Bekasi	3	1.3	1.3	94.2
Di luar JABODETABEK	14	5.8	5.8	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan domisili, jumlah responden yang berdomisili di Jakarta sebanyak 173 orang, responden berdomisili di Bogor sebanyak 20 orang, responden berdomisili di Depok sebanyak 28

orang, responden berdomisili di Tangerang sebanyak 2 orang, responden berdomisili di Bekasi sebanyak 3 orang. Dan responden yang berdomisili di luar Jabodetabek 14 orang.

b. Jenis Kelamin dan Usia

Tabel IV. 2 Jenis Kelamin dan Usia

		Usia					Total
		<18 tahun	18-23	24-29	30-35	36-41	
Gender	Laki-laki	56	20	17	3	0	96
	Perempuan	85	38	18	2	1	144
Total		141	58	35	5	1	240

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan jenis kelamin dengan usia, jumlah responden dengan rentang usia kurang dari 18 tahun sebanyak 56 laki-laki dan 85 perempuan dengan jumlah 141 responden, responden dengan rentang usia 18-23 tahun sebanyak 20 laki-laki dan 38 perempuan dengan jumlah 58 responden, responden dengan rentang usia 30-35 tahun sebanyak 3 laki-laki dan 2 perempuan dengan jumlah 5 responden, responden dengan rentang usia 36-41 tahun sebanyak 1 perempuan.

c. Jenis kelamin dan Tingkat Pendidikan

Tabel IV. 3 Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan

		Pendidikan					Total
		<SLTA	SLTA	Diploma	S-1	S-2/S-3	
Gender	Laki-laki	40	33	6	16	1	96
	Perempuan	60	54	7	21	2	144
Total		100	87	13	37	3	240

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan, responden dengan pendidikan terakhir pada <SLTA sebanyak 40 laki-laki dan 60 perempuan dengan jumlah 100 responden, responden dengan pendidikan terakhir pada tingkat SLTA/Sederajat sebanyak 33 laki-laki dan 54 perempuan dengan jumlah 87 responden, responden dengan pendidikan terakhir pada tingkat Diploma sebanyak 6 laki-laki dan 7 perempuan dengan jumlah 13 responden, responden dengan pendidikan terakhir pada tingkat S1 sebanyak 16 laki-laki dan 21 perempuan dengan jumlah 37 responden, responden dengan pendidikan terakhir pada tingkat S2/S3 sebanyak 1 laki-laki dan 2 perempuan dengan jumlah 3 responden.

d. Jenis Kelamin dan Status Pernikahan

Tabel IV. 4 Jenis Kelamin dan Status Pernikahan

	Pernikahan				Total
	Belum Menikah	Menikah	Berpisah	Pasangan Meninggal	
Gender Laki-laki	84	11	1	0	96
Perempuan	123	20	0	1	144
Total	207	31	1	1	240

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan jenis kelamin dan status pernikahan, responden dengan status belum menikah sebanyak 84 laki-laki dan 123 perempuan dengan jumlah 207 responden, responden dengan status menikah sebanyak 11 laki-laki dan 20 perempuan dengan jumlah 31 responden, responden dengan status berpisah sebanyak 1 laki-laki, responden dengan status pasangan meninggal sebanyak 1 perempuan.

e. Responden pernah Mengunjungi Kebun Raya Bogor dan Jumlah Kunjungan

Tabel IV. 5 Responden pernah Mengunjungi Kebun Raya Bogor dan Jumlah Kunjungan

	Berapa Kali Dalam Tiga Tahun Terakhir Ke KRB				Total
	Sekali	2 x	3 x	> 3x	
Berkunjung KRB Ya	149	56	21	14	240

Total	149	56	21	14	240
-------	-----	----	----	----	-----

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan responden yang pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor dengan jumlah kunjungan, responden dengan jumlah kunjungan sekali sebanyak 149 responden, responden dengan jumlah kunjungan 2x sebanyak 56 responden, responden dengan jumlah kunjungan 3x sebanyak 21 responden, responden dengan jumlah kunjungan lebih dari 3x sebanyak 14 responden dan jumlah total responden yang pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor sebanyak 240 responden.

2. Deskripsi Data Variabel

Terdapat 3 variabel bebas, antara lain motivasi (X1), place attachment (X2), citra destinasi (X3) dan satu variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (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 Ulang Kebun Raya Bogor

Data variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala Likert 1-5 oleh 240 pengunjung Kebun Raya Bogor.

Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 16.

Tabel IV. 6 Deskriptif Statistik Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Niat Mengunjungi Ulang KRB	240	63.00	105.00	84.6125	11.01520	121.335
Valid N (listwise)	240					

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pengolahan data kuesioner niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor diperoleh skor terendah sebesar 63, skor tertinggi sebesar 105 dan skor rata rata sebesar 84,6125. Varians (S^2) variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 121,335 dan standar deviasi (S) sebesar 11,01520.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel niat mengunjungi Kebun Raya Bogor dapat dilihat pada tabel IV.7 dimana besar rentang skor adalah 42, banyaknya kelas adalah 9 dan panjang kelas interval adalah 5.

Tabel IV. 7 Distribusi Frekuensi Niat Mengunjungi Ulang

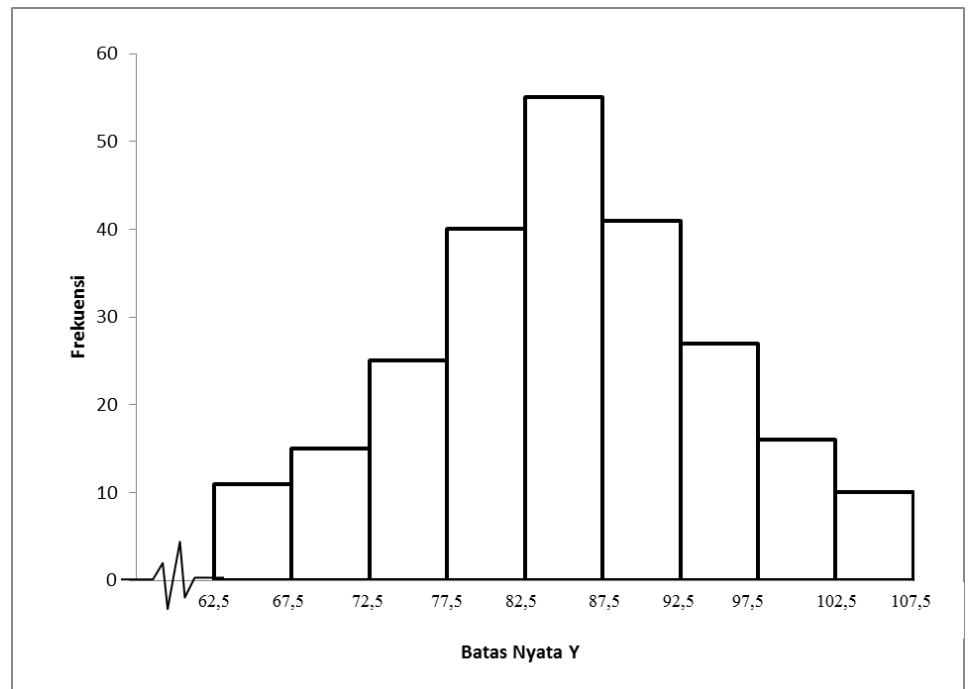
Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
63	-	67	62.5	67.5	11	4.6%
68	-	72	67.5	72.5	15	6.3%
73	-	77	72.5	77.5	25	10.4%
78	-	82	77.5	82.5	40	16.7%

83	-	87	82.5	87.5	55	22.9%
88	-	92	87.5	92.5	41	17.1%
93	-	97	92.5	97.5	27	11.3%
98	-	102	97.5	102.5	16	6.7%
103	-	107	102.5	107.5	10	4.2%
Jumlah					240	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel IV.7, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel niat mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor, yaitu 55 dan terletak pada interval ke-6 yakni antara 83-87 dengan frekuensi relatif sebesar 22,9%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 10 yang terletak pada interval ke-9, yakni antara 103-107 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 4,2%.

Untuk mempermudah menjelaskan data frekuensi absolut niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 1 Histogram Niat Mengunjungi Ulang

Berdasarkan tabel frekuensi dan grafik histogram di atas, peneliti membuat tabel rata-rata hitung skor, yang menjabarkan skor rata-rata dan persentase skor indikator dari variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV. 8 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel Niat Mengunjungi Ulang KRB

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Intentions to revisit</i>	Niat untuk mengunjungi di masa depan	13	859,076	48,70%
<i>Intention to recommended</i>	Niat untuk merekomendasi	9	904,88	51,30%
Total Skor			1763,956	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

b. Variabel Motivasi

Data variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala Likert 1-5 oleh 240 pengunjung Kebun Raya Bogor. Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 16.

Tabel IV. 9 Distribusi Statistik Motivasi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X1	240	45.00	94.00	71.3458	10.29081	105.901
Valid N (listwise)	240					

Berdasarkan pengolahan data kuesioner motivasi diperoleh skor terendah sebesar 45, skor tertinggi sebesar 94 dan skor rata rata sebesar 71.3458. Varians (S^2) variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 105.901 dan standar deviasi (S) sebesar 10.29081.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel motivasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini, dimana besar rentang skor adalah 49, banyaknya kelas adalah 9 dan panjang kelas interval adalah 5.

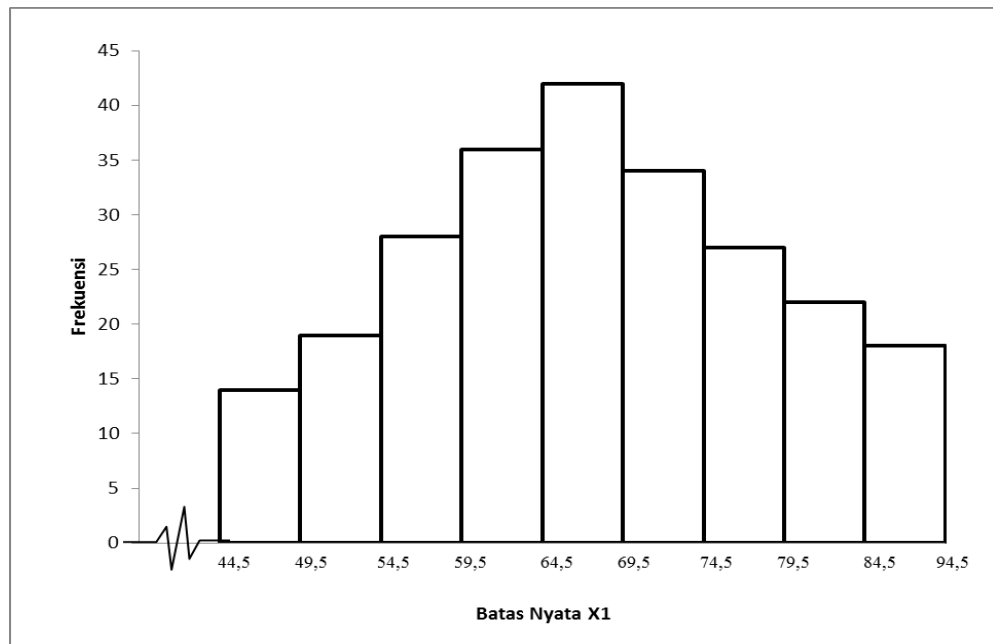
Tabel IV. 10 Distribusi Frekuensi Motivasi

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
45	-	49	44.5	49.5	14	5.8%
50	-	54	49.5	54.5	19	7.9%
55	-	59	54.5	59.5	28	11.7%
60	-	64	59.5	64.5	36	15.0%
65	-	69	64.5	69.5	42	17.5%
70	-	74	69.5	74.5	34	14.2%
75	-	79	74.5	79.5	27	11.3%
80	-	84	79.5	84.5	22	9.2%
85	-	94	84.5	94.5	18	7.5%
Jumlah					240	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel IV.9, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel motivasi, yaitu 42 dan terletak pada interval ke-5 yakni antara 65-69 dengan frekuensi relatif sebesar 17,5%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 15 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 45-49 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 5,8%.

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



Gambar IV. 2 Histogram Motivasi

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

Tabel IV. 11 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel Motivasi

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Push Factor</i>	Melarikan diri dari rutinitas.	4	801	16,995%
	Evaluasi diri.	4	754,75	16,011%
	Meningkatkan hubungan kekerabatan	4	787,25	16,701%
	Relaksasi	2	776	16,462%
<i>Pull Factor</i>	Fasilitas rekreasi	4	794,25	16,849%
	Pemandangan alam	4	800,5	16,982%
Total Skor			4713,75	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

c. Variabel *Place Attachment*

Data variabel *place attachment* diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala Likert 1-5 oleh 240 pengunjung Kebun Raya Bogor. Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 16.

Tabel IV. 12 Distribusi Statistik *Place Attachment*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Place Attachment	240	39.00	101.00	70.9875	10.36186	107.368
Valid N (listwise)	240					

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pengolahan data kuesioner motivasi diperoleh skor terendah sebesar 39, skor tertinggi sebesar 101 dan skor rata rata sebesar 70.9875. Varians (S^2) variabel *place attachment* sebesar 107.368 dan standar deviasi (S) sebesar 10.36186.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel *place attachment* dapat dilihat pada tabel IV.11 dimana besar rentang skor adalah 62, banyaknya kelas adalah 9 dan panjang kelas interval adalah 7.

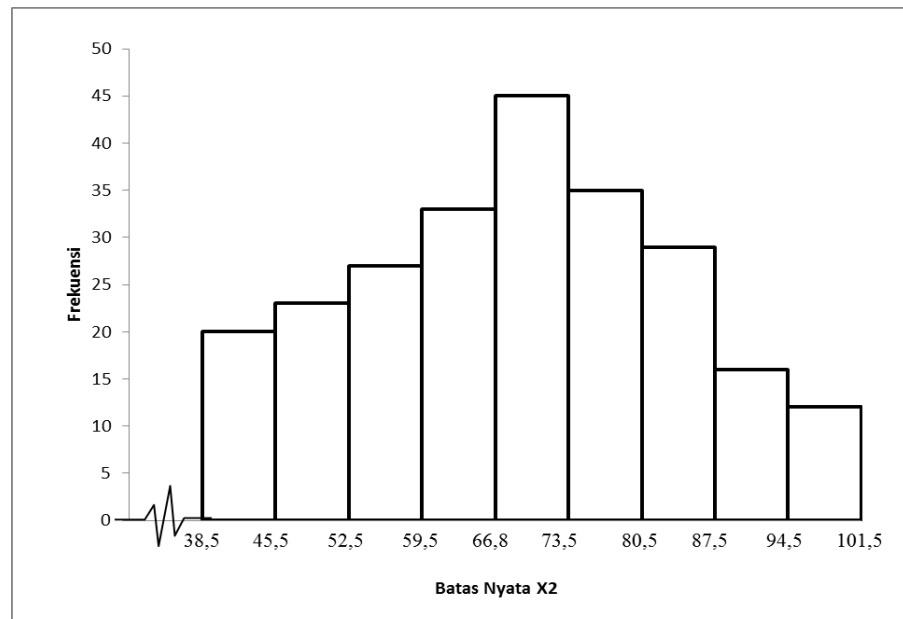
Tabel IV. 13 Distribusi Frekuensi *Place Attachment*

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
39	-	45	38.5	45.5	20	8.3%
46	-	52	45.5	52.5	23	9.6%
53	-	59	52.5	59.5	27	11.3%
60	-	66	59.5	66.5	33	13.8%
67	-	73	66.5	73.5	45	18.8%
74	-	80	73.5	80.5	35	14.6%
81	-	87	80.5	87.5	29	12.1%
88	-	94	87.5	94.5	16	6.7%
95	-	101	94.5	101.5	12	5.0%
Jumlah					240	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel *place attachment*, yaitu 45 dan terletak pada interval ke-5 yakni antara 67-73 dengan frekuensi relatif sebesar 18,8%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 12 yang terletak pada interval ke-9, yakni antara 95-101 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 5,0%.

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



Gambar IV. 3 Histogram *Place Attachment*

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 *place attachment*. Sebagaimana terdapat pada tabel berikut:

Tabel IV. 14 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel *Place Attachment*

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Place dependen</i>	Kualitas tempat wisata	12	789,41	20,282471%
<i>Place identity</i>	Perbandingan evaluatif antara KRB dengan tempat wisata lain	3	800	20,554562%
	Rasa keterikatan secara umum terhadap KRB.	3	752,67	19,338503%
	Peran penting KRB	2	781	20.066391%

	Pengaruh pengalaman sehari-hari	2	769	19.758073%
Total Skor			3892.08	100%

d. Variabel Citra Destinasi

Data variabel citra destinasi diperoleh dari pengisian instrumen penelitian yang berupa skala Likert 1-5 oleh 240 pengunjung Kebun Raya Bogor. Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 16.

Tabel IV. 15 Statistik Deskriptif Citra Destinasi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Citra Destinasi	240	42.00	105.00	72.4292	10.077 69	101.560
Valid N (listwise)	240					

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan pengolahan data kuesioner motivasi diperoleh skor terendah sebesar 42, skor tertinggi sebesar 105 dan skor rata rata sebesar 72.4292. Varians (S^2) variabel citra destinasi Kebun Raya Bogor sebesar 101.560 dan standar deviasi (S) sebesar 10.07769.

Deskriptif data dan distribusi frekuensi variabel citra destinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini, dimana besar rentang skor adalah 63, banyaknya kelas adalah 9 dan panjang kelas interval adalah 7.

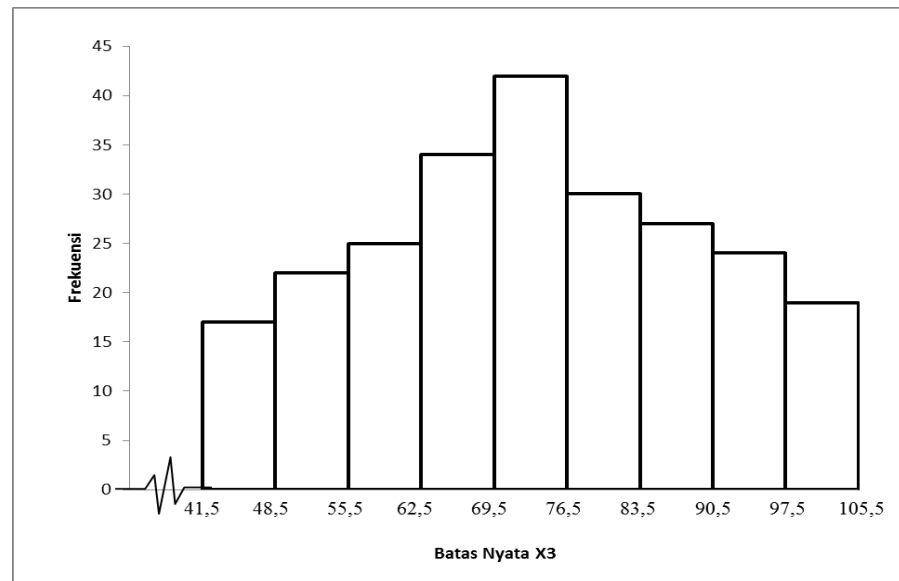
Tabel IV. 16 Distribusi Frekuensi Citra Destinasi

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
42	-	48	41.5	48.5	17	7.1%
49	-	55	48.5	55.5	22	9.2%
56	-	62	55.5	62.5	25	10.4%
63	-	69	62.5	69.5	34	14.2%
70	-	76	69.5	76.5	42	17.5%
75	-	83	76.5	83.5	30	12.5%
84	-	90	83.5	90.5	27	11.3%
91	-	97	90.5	97.5	24	10.0%
98	-	105	98.5	105.5	19	7.9%
Jumlah					240	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel citra destinasi, yaitu 42 dan terletak pada interval ke-5 yakni antara 70-76 dengan frekuensi relatif sebesar 17,5%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 17 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 42-48 dengan frekuensi relatif yaitu sebesar 7,1%.

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



Gambar IV. 4 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. 17 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel Citra Destinasi

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
Kognitif	Pengetahuan	6	781	16,618789%
	Pemahaman	2	822,50	17,501862%
	Keyakinan	5	778	16,554953%
Afektif	Perasaan	3	777	16,533674%
	Kesan	3	773	16,448558%
Konatif	Perilaku	2	768	16,342164%
Total Skor			4699,5	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak 240 orang dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $>0,05$ dan jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi secara normal.

Tabel IV. 18 Output Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov pada SPSS

		Niat Mengunjungi Ulang KRB	Motivasi	Place Attachment	Citra Destinasi
N		240	240	240	240
Normal Parameters ^a	Mean	84.6125	72.13	74.98	72.10
	Std. Deviation	11.01520	11.405	11.746	10.877
Most Extreme Differences	Absolute	.086	.061	.058	.070
	Positive	.075	.054	.058	.057
	Negative	-.086	-.061	-.049	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.329	.946	.903	1.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058	.333	.388	.196

a. Test distribution is Normal.

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

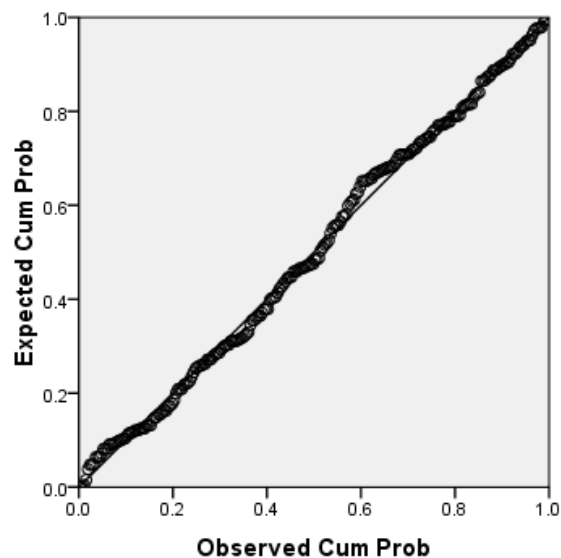
Berdasarkan hasil output pada tabel IV.14 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,058 untuk variabel Y (niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor), 0,333 untuk variabel X1

(motivasi), 0,388 untuk variabel X2 (*place attachment*), 0,196 untuk variabel X3 (citra destinasi). Nilai keseluruhan variabel lebih besar dari taraf signifikan yakni 0,05 maka dapat disimpulkan data setiap variabel berdistribusi normal.

Untuk gambar Normal Probability Plot setiap variabel disajikan sebagai berikut:

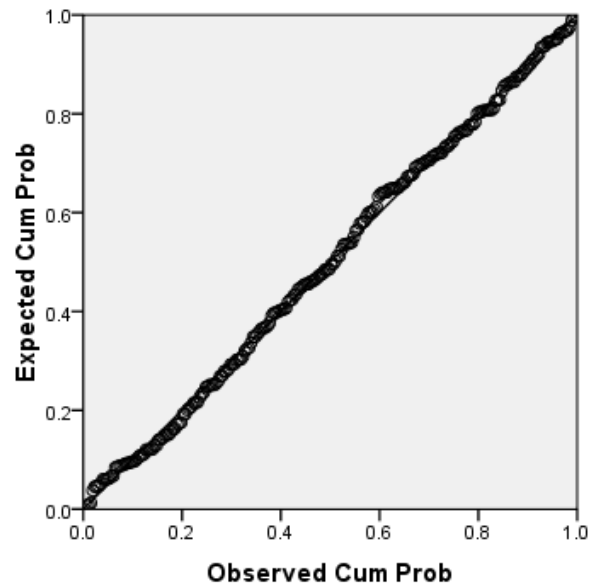
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB



Gambar IV. 5 *Normal Probability Plot* Motivasi dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Dari gambar IV.5 dapat dianalisa bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data motivasi dengan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor berdistribusi normal.

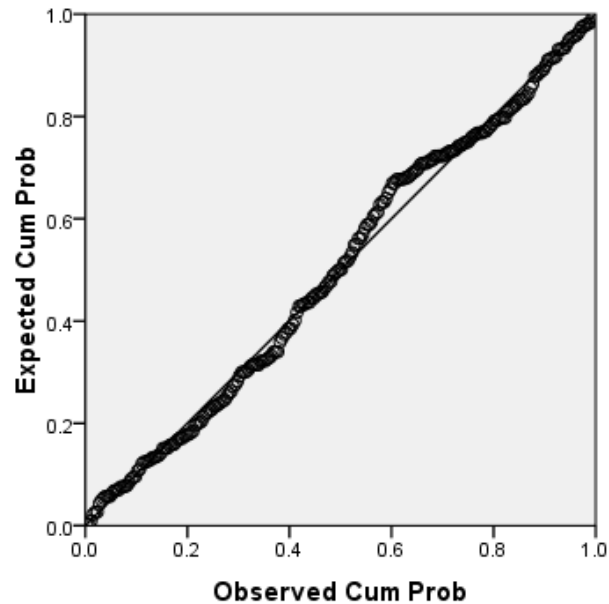
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB**

Gambar IV. 6 *Normal Probability Plot Place Attachment* dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Dari gambar IV.6 dapat dianalisa bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data *place attachment* dengan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB



Gambar IV. 7 Normal Probability Plot Citra Destinasi dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Dari gambar IV.7 dapat dianalisa bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data citra destinasi dengan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas Regresi

Menguji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi bersifat linier atau tidak dengan kriteria pengujian pertama: $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau menggunakan kriteria pengujian kedua: dengan melihat nilai signifikansi, jika nilai $sig. < 0,05$, maka regresi dinyatakan linier. Proses

penghitungan menggunakan SPSS 16 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 19 Output SPSS Uji Linieritas Y atas X₁

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Niat	Between	(Combined)	14687.237	47	312.494	3.798	.000
Mengunjungi	Groups	Linearity	9299.349	1	9299.349	113.014	.000
Ulang KRB *		Deviation					
Motivasi		from	5387.889	46	117.128	1.423	.053
		Linearity					
	Within Groups		15798.746	192	82.285		
	Total		30485.983	239			

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Dari pengolahan data yang sudah dilakukan, maka diperoleh hasil untuk linearitas regresi Y atas X₁ (motivasi) memiliki nilai sig. $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan jika Y atas X₁ (motivasi) merupakan regresi linear.

Tabel IV. 20 Output SPSS Uji Linieritas Y atas X₂

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Niat	Between	(Combined)	14697.435	48	306.197	3.704	.000
Mengunjungi	Groups	Linearity	9517.759	1	9517.759	115.140	.000
Ulang KRB *		Deviation					
Place		from	5179.675	47	110.206	1.333	.092
Attachment		Linearity					
	Within Groups		15788.549	191	82.663		
	Total		30485.983	239			

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Selanjutnya, hasil diperoleh untuk linearitas regresi Y atas X2 (*place attachment*) memiliki nilai sig. $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan jika Y atas X2 (*place attachment*) merupakan regresi linear.

Tabel IV. 21 Output SPSS Uji Linieritas Y atas X₃

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Niat Mengunjungi Ulang KRB * Citra Destinasi	Between Groups	(Combined) Linearity	14695.788	47	312.676	3.802	.000
		Deviation from Linearity	9356.395	1	9356.395	113.769	.000
			5339.393	46	116.074	1.411	.057
	Within Groups		15790.195	192	82.241		
	Total		30485.983	239			

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Hasil terakhir dari output diperoleh untuk linearitas regresi Y atas X3 (citra destinasi) memiliki nilai sig. $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan jika Y atas X3 (citra destinasi) merupakan regresi linear.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, hasil dari kedua uji tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana ada dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan

linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas .

Ketentuan penarikan kesimpulan dalam uji ini dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factors (VIF), Berikut penjelasannya:

Berdasarkan nilai Tolerance:

- a) Jika nilai Tolerance $> 0,10$, artinya, tidak terjadi multikolonieritas.
- b) Jika nilai Tolerance $< 0,10$, artinya terjadi multikolonieritas.

Berdasarkan nilai VIF (Variance Inflation Factors):

- a) Jika nilai VIF $< 10,00$, artinya, tidak terjadi multikolonieritas.
- b) Jika nilai VIF $> 10,00$, artinya, terjadi multikolonieritas.

Tabel IV. 22 Output Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	35.450	4.202		8.437	.000		
	Motivasi	.310	.125	.290	2.491	.013	.196	5.114
	Place Attachment	.158	.145	.149	1.092	.276	.142	7.035
	Citra Destinasi	.218	.134	.199	1.626	.105	.176	5.674

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Dari hasil output diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Motivasi

Berdasarkan hasil *output* maka nilai *Tolerance* dari variabel motivasi sebesar 0,196 hal ini lebih besar dari 0,10. Dan nilai VIF sebesar 5,114 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

2) *Place Attachment*

Berdasarkan hasil *output* maka nilai *Tolerance* dari variabel *place attachment* sebesar 0,142 hal ini lebih besar dari 0,10. Dan nilai VIF sebesar 7,035

lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

3) Citra Destinasi

Berdasarkan hasil output maka nilai *Tolerance* dari variabel sikap sebesar 0,176 hal ini lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF sebesar 5,674 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Maka dari itu untuk menguji heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *Spearman' rho* yaitu dengan mengkorelasikan nilai residual dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai sig. < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas.

Tabel IV. 23 Output Uji Heteroskedastisitas

			Motivasi	Place Attachment	Citra Destinasi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Motivasi	Correlation Coefficient	1.000	.991**	.993**	.091
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.162
		N	240	240	240	240
Place Attachment	Place Attachment	Correlation Coefficient	.991**	1.000	.993**	.104
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.108
		N	240	240	240	240
Citra Destinasi	Citra Destinasi	Correlation Coefficient	.993**	.993**	1.000	.097
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.135
		N	240	240	240	240
Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.091	.104	.097	1.000
		Sig. (2-tailed)	.162	.108	.135	.
		N	240	240	240	240

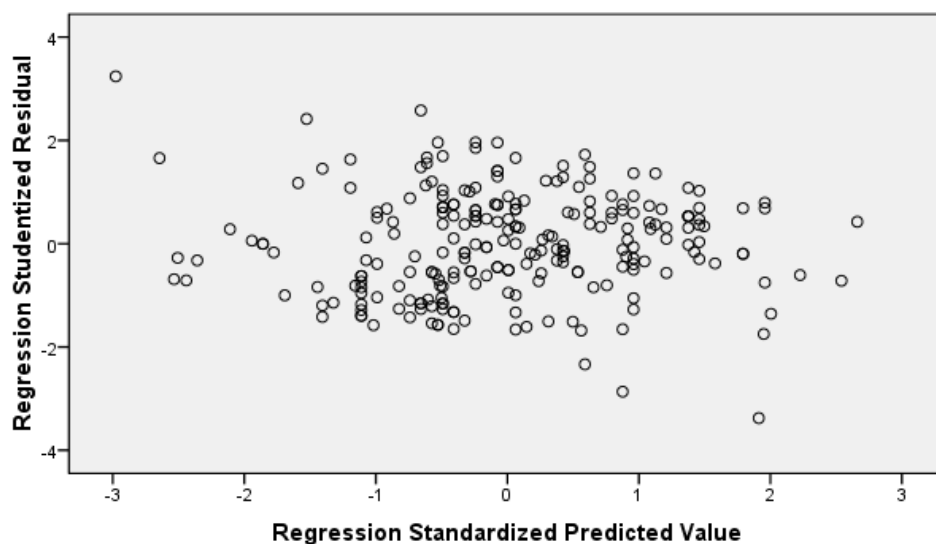
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2tailed).

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Dari hasil *output* diatas maka dapat di jelaskan bahwa nilai residual signifikan untuk motivasi sebesar 0,162, untuk norma *place attachment* sebesar 0,108 dan untuk citra destinasi sebesar 0,135 dari ketiga nilai tersebut dilihat dari nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas terhadap yang diuji.

Langkah lain untuk menguji heteroskedastisitas dapat menggunakan model sebagai berikut: salah satunya dengan melihat pola gambar *scatterplots*. Tidak terjadi gejala atau masalah heteroskedastisitas dengan melihat pola gambar *scatterplots*, jika:

- Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka
- Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- Penyebaran titik-titik data tidak berpola



Gambar IV. 8 Hasil Output Uji Heteroskedastisitas dengan model Scatterplots

Berdasarkan output Scatterplots di atas diketahui bahwa:

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

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

C. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier

Pengujian selanjutnya dalam penelitian ini adalah menguji persamaan regresi. Persamaan yang digunakan adalah regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu motivasi (X1) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y), *place attachment* (X2) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y), citra destinasi (X3) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y). Analisis

regresi sederhana menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

a. Motivasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang

Tabel IV. 24 Motivasi (X₁) terhadap Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	38.916	3.974		9.792	.000
Motivasi	.636	.055	.602	11.623	.000

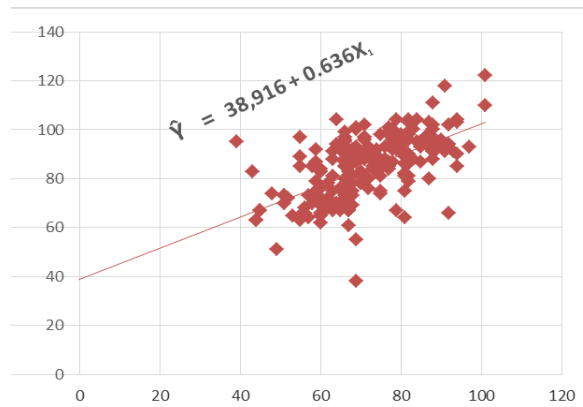
a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear sederhana antara motivasi (X₁) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y) sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 38,916 + 0.636X_1$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstan sebesar 38,916 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel motivasi sebagai X₁ atau dapat dikatakan jika nilai X₁ = 0, maka niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 38,916. Nilai koefisien regresi X₁ sebesar 0.636 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% motivasi dengan konstanta 38,916, maka akan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor meningkat sebesar 0.636%, dapat dilukiskan pada gambar berikut ini:



Gambar IV. 9 Grafik Persamaan Regresi Motivasi dengan Niat Mengunjungi Ulang

b. Place Attachment terhadap Niat Mengunjungi Ulang

Tabel IV. 25 Place Attachment (X2) terhadap Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor(Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	38.210	4.014		9.518	.000
Place Attachment	.647	.055	.604	11.681	.000

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

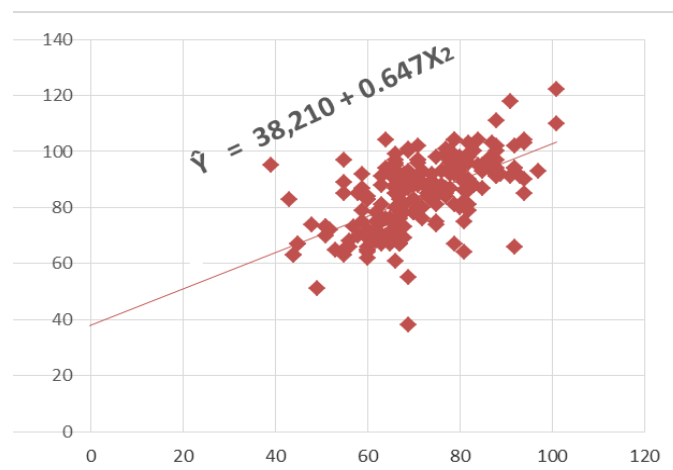
Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear sederhana antara *place attachment* (X_2) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y) sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 38,210 + 0.647X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstan sebesar 38.210 menunjukkan bahwa apabila tidak

ada variabel *place attachment* sebagai X_2 atau dapat dikatakan jika nilai $X_2 = 0$, maka niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 38.210. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0.647 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% *place attachment* dengan konstanta 38.210, maka akan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor meningkat sebesar 0.647%, dapat dilukiskan pada gambar berikut ini:



Gambar IV. 10 Grafik Persamaan Regresi *Place Attachment* dengan Niat Mengunjungi Ulang

c. Citra Destinasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang

Tabel IV. 26 Citra Destinasi (X3) terhadap Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor(Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.881	4.749		6.924	.000
	Citra Destinasi	.713	.065	.580	10.974	.000

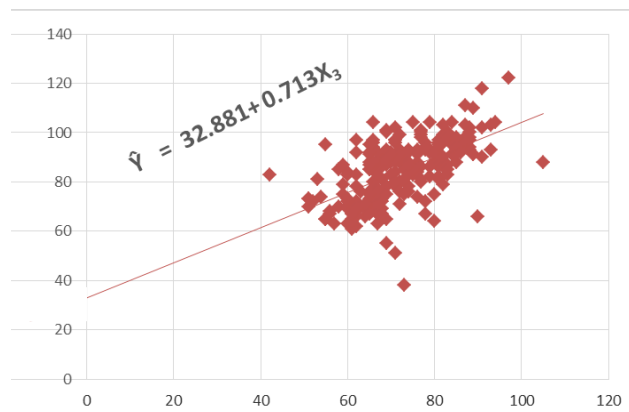
a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear sederhana antara citra destinasi (X_3) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y) sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 32.881 + 0.713X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstan sebesar 32.881 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel citra destinasi sebagai X_3 atau dapat dikatakan jika nilai $X_3 = 0$, maka niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 32.881. Nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0.713 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% citra destinasi dengan konstanta 32.881, maka akan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor meningkat sebesar 0.713%, dapat dilukiskan pada gambar berikut ini:



Gambar IV. 11 Grafik Persamaan Regresi Citra Destinasi dengan Niat Mengunjungi Ulang

2. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara tersendiri memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, yang artinya variabel bebas tidak secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.
- H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang artinya variabel bebas tidak secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil pengujian uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV. 27 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial Motivasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	38.916	3.974		9.792	.000
Motivasi	.636	.055	.602	11.623	.000

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil uji t diatas maka nilai t_{hitung} variabel motivasi (X_1) sebesar 11,623. Nilai t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 : 2 (uji 2 sisi) dengan

derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96, jadi $t_{hitung} (11,623) > t_{tabel} (1,96)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika motivasi secara parsial mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Tabel IV. 28 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial *Place Attachment*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	38.210	4.014		9.518	.000
Place Attachment	.647	.055	.604	11.681	.000

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil uji t diatas maka nilai t_{hitung} variabel *place attachment* (X_2) sebesar 11,681. Nilai t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikasi dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 : 2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96, jadi $t_{hitung} (11,681) > t_{tabel} (1,96)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika *place attachment* secara parsial mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Tabel IV. 29 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial Citra Destinasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	32.881	4.749		6.924	.000
Citra Destinasi	.713	.065	.580	10.974	.000

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Berdasarkan hasil uji t diatas maka nilai t_{hitung} variabel citra destinasi (X_3) sebesar 10,974. Nilai t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikasi dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 : 2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96, jadi $t_{hitung} (10,974) > t_{tabel} (1,96)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika citra destinasi secara parsial mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

a. Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu motivasi (X_1) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV. 30 Koefisien Determinasi Motivasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang KRB

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.362	.359	9.91772

a. Predictors: (Constant), Motivasi

b. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil *output* analisis koefisien determinasi diatas maka diperoleh besar nilai R Square (R^2) sebesar 0,362, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu motivasi terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 36,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel motivasi.

b. Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu *place attachment* (X_2) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV. 31 Koefisien Determinasi *Place Attachment* terhadap Niat Mengunjungi Ulang KRB

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.580 ^a	.336	.333	10.11855

- a. Predictors: (Constant), Place Attachment
 b. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB
Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil *output* analisis koefisien determinasi diatas maka diperoleh besar nilai R Square (R^2) sebesar 0,336, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu *place attachment* terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 33,6%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel *place attachment*.

c. Koefisien Determinasi X_3 terhadap Y

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu citra destinasi (X_3) terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV. 32 Koefisien Determinasi Citra Destinasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang KRB

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 ^a	.364	.362	9.89986

- a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi
 b. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB
Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil *output* analisis koefisien determinasi diatas maka diperoleh besar nilai R Square (R^2) sebesar 0,364, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu citra destinasi terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 36,4%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel citra destinasi.

d. Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu motivasi, *place attachment* dan citra destinasi secara serentak terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV. 33 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607 ^a	.368	.360	9.91460

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Motivasi, Place Attachment

b. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Sumber: data diolah oleh peneliti (2017)

Berdasarkan hasil *output* analisis koefisien determinasi diatas maka diperoleh besar nilai R Square (R^2) sebesar 0,368, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh secara serentak antara variabel bebas yaitu motivasi, *place attachment* dan

citra destinasi terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 36,8%.

D. Pembahasan

1. Motivasi dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah di jabarkan sebelumnya, dapat diketahui bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara motivasi dengan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Dari perhitungan itu juga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas motivasi mempengaruhi variabel terikat niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor dengan demikian semakin tinggi motivasi wisatawan, maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Hasil penelitian relevan sebelumnya merupakan salah satu pendukung untuk melakukan penelitian ini, yaitu penelitian yang dilakukan H. Kim *et al*, dengan judul *Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well Being*. Tun & Athapol dengan judul *Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand* dan penelitian lain dilakukan oleh Sri Astuti, Christina & Tetty Rimenta berjudul

Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan besarnya nilai normalitas Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,058 untuk variabel terikat niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor dan 0,333 untuk variabel bebas motivasi dengan nilai diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Dari hasil perhitungan uji-t dapat diketahui bahwa besarnya t_{hitung} sebesar 11,623 dan nilai *Sig.* sebesar 0,000. Serta nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikasi menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 0,05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96. Karena besarnya nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$ dan besarnya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi (X1) mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y).

Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,362 yang dapat disimpulkan jika motivasi sebagai variabel bebas mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebagai variabel terikat sebesar 36,2%

2. *Place Attachment* dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah di jabarkan sebelumnya, dapat diketahui bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara *place attachment* dengan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Dari perhitungan itu juga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas *place attachment* mempengaruhi variabel terikat niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor dengan demikian semakin tinggi *place attachment*, maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Hasil penelitian relevan sebelumnya merupakan salah satu pendukung untuk melakukan penelitian ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Prayag & Ryan dengan judul *Antecedents Of Tourist' Loyalty To Mauritius: the Role And Influence Of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, And Satisfaction*. Penelitian lain juga dilakukan oleh Neuvonen *et al* berjudul *Intention to Revisit a National Park and Its Vicinity Effect of Place Attachment and Quality Perception*.

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan besarnya nilai normalitas Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,058 untuk variabel terikat niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor

dan 0,388 untuk variabel bebas *place attachment* dengan nilai diatas 0,050 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Dari hasil perhitungan uji-t dapat diketahui bahwa besarnya t_{hitung} sebesar 11,681 dan nilai *Sig.* sebesar 0,000. Serta nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikasi menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 0,05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96. Karena besarnya nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$ dan besarnya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa variabel *place attachment* (X_2) mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y).

Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,336 yang dapat disimpulkan jika *place attachment* sebagai variabel bebas mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebagai variabel terikat sebesar 33,6%

3. Citra Destinasi dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah di jabarkan sebelumnya, dapat diketahui bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara citra destinasi dengan niat mengunjungi

ulang Kebun Raya Bogor. Dari perhitungan itu juga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas citra destinasi mempengaruhi variabel terikat niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor dengan demikian semakin tinggi citra destinasi, maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Hasil penelitian relevan sebelumnya merupakan salah satu pendukung untuk melakukan penelitian ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fani, Jasman & Mukhlis berjudul Pengaruh Produk dan Bauran Promosi Wisata terhadap Citra (Image) Destinasi dan dampaknya pada Niat Wisatawan untuk Melakukan Kunjungan Ulang ke Provinsi Aceh. Penelitian selanjutnya dari Hallmann *et al* dengan judul *Perceived Destination Image: An Image Model for a Winter Sports Destination and Its Effect on Intention to Revisit*.

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan besarnya nilai normalitas Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,058 untuk variabel terikat niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor dan 0,196 untuk variabel bebas citra destinasi dengan nilai diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Dari hasil perhitungan uji-t dapat diketahui bahwa besarnya t_{hitung} sebesar 10,974 dan nilai *Sig.* sebesar 0,000. Serta nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 0,05:2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96. Karena besarnya nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$ dan besarnya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi (X_3) mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap variabel niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor (Y).

Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,364 yang dapat disimpulkan jika citra destinasi sebagai variabel bebas mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebagai variabel terikat sebesar 36,4%.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Motivasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Berdasarkan kajian teoretik, data, pengolahan data, deskripsi hasil, dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor dengan persamaan regresi yaitu

$$\hat{Y} = 38,916 + 0.636X_1$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstan sebesar 38,916 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel motivasi sebagai X_1 atau dapat dikatakan jika nilai $X_1 = 0$, maka niat mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor sebesar 38,916. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0.636 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% motivasi dengan konstanta 38,916, maka akan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor meningkat sebesar 0.636%.

Berdasarkan hasil uji t maka nilai t_{hitung} variabel motivasi (X1) sebesar 11,623. Nilai t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 : 2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1 atau 240-3-1= 236, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96, jadi t_{hitung} (11,623) > t_{tabel} (1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika motivasi secara parsial mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Berdasarkan hasil output analisis koefisien determinasi diatas maka diperoleh besar nilai R Square (R^2) sebesar 0,362, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu motivasi terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 36,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel motivasi.

2. *Place Attachment* terhadap Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Berdasarkan kajian teoretik, data, pengolahan data, deskripsi hasil, dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *place attachment* terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor dengan persamaan regresi yaitu

$$\hat{Y} = 38,210 + 0.647X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstan sebesar 38.210 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel *place attachment* sebagai X_2 atau dapat dikatakan jika nilai $X_2 = 0$, maka niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 38.210. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0.647 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% *place attachment* dengan konstanta 38.210, maka akan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor meningkat sebesar 0.647%.

Hasil uji t nilai t_{hitung} variabel motivasi (X_2) sebesar 11,681. Nilai t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 : 2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96, jadi t_{hitung} (11,681) > t_{tabel} (1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika *place attachment* secara parsial mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Hasil *output* analisis koefisien determinasi diatas maka diperoleh besar nilai R Square (R^2) sebesar 0,336, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu *place attachment* terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 33,6%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel *place attachment*.

3. Citra Destinasi terhadap Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Berdasarkan kajian teoretik, data, pengolahan data, deskripsi hasil, dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor dengan persamaan regresi yaitu

$$\hat{Y} = 32,881 + 0.713X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstan sebesar 32.881 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel citra destinasi sebagai X_3 atau dapat dikatakan jika nilai $X_3 = 0$, maka niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 32.881. Nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0.713 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% citra destinasi dengan konstanta 32.881, maka akan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor meningkat sebesar 0.713%.

Berdasarkan hasil uji t diatas maka nilai t_{hitung} variabel citra destinasi (X_3) sebesar 10,974. Nilai t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 : 2 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $240-3-1= 236$, maka didapat t_{tabel} sebesar 1,96, jadi

$t_{hitung} (10,974) > t_{tabel} (1,96)$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan dapat disimpulkan jika citra destinasi secara parsial mempengaruhi niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Berdasarkan hasil output analisis koefisien determinasi diatas maka diperoleh besar nilai R Square (R^2) sebesar 0,364, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas yaitu citra destinasi terhadap variabel terikat yaitu niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor sebesar 36,4%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel citra destinasi.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat pengaruh motivasi, place attachment dan citra destinasi terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi, place attachment dan citra destinasi menentukan terbentuknya niat para wisatawan untuk mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel niat mengunjungi ulang, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator niat merekomendasi sebesar 51,30%. Ini berarti bahwa niat mengunjungi ulang wisatawan Kebun Raya Bogor memiliki niat untuk merekomendasi yang tinggi. Sedangkan indikator terendah dalam niat mengunjungi ulang yaitu niat untuk

mengunjungi di masa depan sebesar 48,70% ini berarti niat para wisatawan yang datang sangat rendah untuk mengunjungi ulang di masa depan.

Pada variabel motivasi, dimensi yang paling dominan yaitu dimensi push factor pada indikator melarikan diri dari rutinitas sebesar 16,995%, ini berarti Kebun Raya Bogor merupakan tempat yang cocok untuk para wisatawan berlibur dari rutinitas sehari-hari, sedangkan indikator terendah dalam motivasi yaitu evaluasi diri yang terletak pada dimensi pull factor sebesar 16,011% ini berarti para wisatawan yang datang sangat rendah untuk evaluasi diri.

Pada variabel place attachment, dimensi yang paling dominan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor adalah place identity pada indikator perbandingan evaluatif antara Kebun Raya Bogor dengan tempat wisata lain sebesar 20,554562% hal ini menunjukkan bahwa para wisatawan yang datang lebih menyukai Kebun Raya Bogor daripada tempat wisata lain. Sedangkan indikator terendah terdapat pada dimensi yang sama dan terletak di indikator rasa keterikatan umum secara umum terhadap Kebun Raya Bogor sebesar 19,338503% hal tersebut dikarenakan rasa terikat para wisatawan pada Kebun Raya Bogor terbilang rendah.

Pada variabel citra destinasi, dimensi yang paling dominan niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor adalah kognitif pada indikator pemahaman sebesar 17,501862% hal ini menunjukkan bahwa para wisatawan yang datang sudah paham betul bagaimana suasana dan keadaan di Kebun Raya Bogor. Sedangkan indikator terendah terdapat pada dimensi konatif dan terletak di indikator perilaku sebesar 16,342164% hal tersebut dikarenakan akibat dari citra yang kurang baik menimbulkan perilaku yang rendah para wisatawan.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra destinasi adalah efek terkuat yang mempengaruhi niat untuk mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Hal tersebut dapat dilihat dari pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai pengaruh yang paling tinggi berada pada variabel citra destinasi (X3) sebesar 36,4% terhadap niat untuk mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor. Sedangkan untuk variabel motivasi dan place attachment memiliki nilai pengaruh 36,2% dan 33,6% terhadap niat mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

Untuk pengelola Kebun Raya Bogor, ini menunjukkan bahwa citra destinasi merupakan kunci penting untuk meningkatkan niat para pengunjung untuk mengunjungi ulang ke tempat wisata Kebun Raya Bogor. Oleh karena itu, bagi pihak pengelola Kebun Raya Bogor untuk melakukan upaya-upaya atau membenahi segala

sesuatu yang masih memiliki kekurangan guna memberikan citra positif kepada para wisatawan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran, antara lain :

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel niat mengunjungi ulang, indikator niat mengunjungi di masa depan adalah indikator terendah sebesar 48,70% maka pengelola Kebun Raya Bogor seharusnya dapat membuat para wisatawan lebih tertarik. Adapun cara yang dilakukan dengan menambah fasilitas yang lebih menarik misalnya *outbond* atau aneka rekreasi lain di dalam lingkup Kebun Raya Bogor.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel motivasi, indikator evaluasi diri adalah indikator terendah sebesar 16,011% maka pengelola Kebun Raya Bogor seharusnya membuat suasana Kebun Raya Bogor menjadi tenang, memiliki udara yang sejuk serta nyaman agar wisatawan yang datang berkunjung dengan tujuan ingin melepaskan diri dari ritinitas sehari-hari dapat dengan tenang mengevaluasi dirinya.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *place attachment*, indikator rasa keterikatan umum adalah indikator terendah sebesar 19.0338503% maka pengelola Kebun Raya Bogor

seharusnya selalu menjaga kebersihan, keamanan serta kenyamanan di lingkungan Kebun Raya Bogor agar para wisatawan memiliki rasa terikat pada wisata Kebun Raya Bogor dan selalu ingin mengunjunginya.

4. Berdasarkan hasil penelitian citra destinasi, indikator perilaku adalah indikator terendah sebesar 16,342164% maka pengelola Kebun Raya Bogor seharusnya menyediakan fasilitas yang menarik serta meningkatkan citra yang positif agar dapat meningkatkan perilaku para wisatawan untuk mengunjungi kembali wisata Kebun Raya Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Altman, I., & Low., S. M. *Place Attachment*. Springer Science & Business Media.(2012)
- Bahri, S., & Zamzam, F. *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS*. Yogyakarta: Daepublish.(2014)
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. *Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions, Annals of Tourism Research*,(2000)
- Beeton, S. *Community Development Through Tourism*. Landlinks Press.(2000)
- Bernardo, F., & Palm, J. M. *Place Change and Identity Processes*. Medio Ambiente Comportamiento Humano.(2005)
- Brown, B. B., & Perkins, D. *Disruption in Place Attachment*. New York: Plenum Press.(1992)
- Brown, G., Smit, A., & Assaker, G. *Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics, Tourism Management*,.(2016)
- Finch, E. *Facilities Change Management*. John Wiley & Sons.(2011)
- Fisher, A. T., Sonn, C. C., & Bishop., B. J. *Psychological Sense of Community: Research, Applications, and Implications*. Springer Science & Business Media.(2002)

- Ghozali, I. *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.(2009)
- Hair, J. F. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.(2010)
- Halim. *Psikologi Lingkungan Perkotaan*. Jakarta: Bumi aksara.(2008)
- Hung, K., & Li, X. R. *Chinese Consumers in a New Era: Their Travel Behaviors and Psychology*. Routledge.(2016)
- Kozak, M., & Kozak, N. *Aspects of Tourist Behavior*. Newcstle: Scholars Publishing.(2013)
- Kuncoro, M. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan.(2011)
- Manzo, L. C., & Devine-Wright., P. *Place Attachment: Advances in Theory, Methods and Applications*. Routledge.(2013)
- Middleton, V. T., & Hawkins, R. *Sustainable Tourism : A Marketing Perspective*. Reed Educational and Professional Publishing.(1998)
- Nasution, M. E., & Usman, H. *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI.(2007)
- Noor Juliansyah, S. *Metodologi Penelitian:Skripsi, Thesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*.(2011)
- Priyatno, D. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.(2010)

- Pu, C.Y. *Exploring the Validity of Visitors' Place Attachment in Yangmingshan National Park, Taiwan*. ProQuest.(2007)
- Purwanto, M. N. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.(2010)
- Radzi, S. M., & Anuar, J. S. *Theory and Practice in Hospitality and Tourism Research*. CRC Press.(2014)
- Santoso, S.*Konsep dan Aplikasi dengan AMOS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.(2007)
- Seba, J. A.*Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention. Dalam J. A. Seba, Tourism and Hospitality : Issues and Developments*. Canada: Apple Academic Press.(2012)
- Siswanto, V. A. *Belajar Sendiri SPSS 22*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.2015
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.(2008)
- Suharjo, B.*Statistika Terapan disertai contoh Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.(2013)
- Suryana. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat. (2011)
- Utama, I. G. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wiley, J., & sons. (n.d.). *Tourism development: principles, processes, and policies*. New york: Permissions department.(2011)

Xu, Y., Li, X., & Weaver, P. A. *Examining The Dimensions Of Travel Behavior: A Case Of Chinese Tourist Visiting The United States, Tourism Analysis.* (2010)

JURNAL :

Assaker, G., & Hallak, R. Moderating effects of tourists' novelty-seeking tendencies on destination image, visitor satisfaction, and short-and long-term revisit intentions. *Journal of Travel Research.* (2013).

Baloglu, S. A path analytic model of visitation intention involving information sources, socio-psychological motivations, and destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing.* (2000)

Fakeye, P. C., & Crompton, J. L. Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal Of Travel Research.* (1991).

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

Fisk, R. P., Patricio, L., Lin, J.-S. C., & Liang, H.-Y. *The influence of service environments on customer emotion and service outcomes, Managing Service Quality.* An International Journal. (2011).

George, B. P., & George, B. P. *Past visits and the intention to revisit a destination: place attachment as the mediator and novelty seeking as the moderator.* The Journal of tourism studies.(2008)

H. Kim, Lee, Uysal, Kim, dan Ahn.*Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well Being,* Journal of Travel & Tourism Marketing, ISSN: 1054-8408 print / 1540-7306 onlineas doi: 10.1080/10548408.2014.997958.(2015).

- Hallmann, Zehrer, & Müller. *Perceived Destination Image: An Image Model for a Winter Sports Destination and Its Effect on Intention to Revisit* Journal of Travel Research, No. 1. (54) 94 –106 ISSN: 0047-2875 DOI: 10.1177/0047287513513161. (2013)
- Hermansyah, & Waluya. *Analisis faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan nusantara terhadap keputusan berkunjung ke kebun raya bogor*. Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, 245. (2012)
- Kil, Holland, Stein, dan Ko. *Place attachment as a mediator of the relationship between nature based recreation benefits and future visit intentions*. Journal of Sustainable Tourism, 20:4, 603-626. ISSN 0966-9582. DOI: 10.1080/09669582.2011.610508. (2012)
- Lee, S., Lee, S., & Lee, G. *Ecotourists' Motivation and Revisit Intention: A Case Study of Restored Ecological Parks in South Korea, Asia Pacific*. Journal of Tourism Research. (2014)
- Neuvonen, Pouta, & Sievänen. *Intention to Revisit a National Park and Its Vicinity Effect of Place Attachment and Quality Perception*. International Journal of Sociology No. 3(40) ISSN 0020-7659/2010 \$9.50 + 0.00. DOI 10.2753/IJS0020-7659400303. (2010)
- Prayag dan Ryan. *Antecedents Of Tourist' Loyalty To Mauritius: the Role And Influence Of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, And Satisfaction*. Journal of Travel Research XX(X) 1 –15 ISSN: 0047-2875 DOI: 10.1177/0047287511410321. (2012)
- Tun & Athapol. *Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand*. Journal of Economics, Business and Management. DOI : 10.7763. (2016)

INTERNET :

Chryshna. <http://edukasi.kompas.com>.(di akses pada tanggal 8 Januari 2017)

Haryudi.<http://nasional.sindonews.com/read/979562/149/tiga-pengelola-kebun-roya-bogor-jadi-tersangka-1426909501/10>.(di akses pada tanggal 9 Januari 2017)


Haryudi.<http://metro.sindonews.com/read/1097546/171/berlakukan-satu-arah-lalu-lintas-di-bogor-nyaris-lumpuh-1459510520>. (di akses pada tanggal 9 Januari 2017)

Indrawan.<https://news.detik.com/berita/3110785/menengok-spesies-burung-di-kebun-roya-bogor-yang-terus-berkurang>. (di akses pada tanggal 9 Januari 2017)

Irzal.travel.kompas.com/read/2016/02/05/160500527/Sedih.Bunga.Bangkai.di.Kebun.Roya.Bogor.Tak.Kunjung.Mekar. (di akses pada tanggal 21 Januari 2017)

Sompotan.<http://lifestyle.okezone.com/read/2015/02/07/406/1102681/pariwisata-penyumbang-devisa-nomor-empat-di-indonesia>. (di akses pada tanggal 8 Januari 2017)

Lampiran 1 Surat 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, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
 BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
 Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
 Laman : www.unj.ac.id

Building Future Leaders

Nomor : 2148/UN39.12/KM/2017

11 April 2017

Lamp. : -

H a l : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian
 untuk Penulisan Skripsi

Yth. Kepala Pengelola Kebun Raya Bogor
 Jl. Ir. H. Juanda No.13
 Bogor

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


N a m a : Lusi Julistia
 Nomor Registrasi : 8135132245
 Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
 Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
 No. Telp/HP : 085718155525

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

"Pengaruh Motivasi, Place Attachment dan Citra Destinasi Terhadap Niat Mengunjungi Ulang Ke Kebun Raya Bogor"

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
 dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmoyo, SH
 NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :

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

Lampiran 2 Survey awal

Hasil wawancara dengan wisatawan Kebun Raya Bogor yang berkunjung lebih dari sekali dan berniat untuk mengunjungi ulang Kebun Raya Bogor.

- | | | |
|-------------|------------|---------------|
| 1. Ayu | 22. Nur | 42. Randi |
| 2. Cahyo | 23. Galih | 43. Thomas |
| 3. Dimas | 24. Reza | 44. Ginanjar |
| 4. Rangga | 25. Hana | 45. Tresno |
| 5. Radit | 26. Dinda | 46. Ikhsan |
| 6. Tiara | 27. Ika | 47. Hariri |
| 7. Friska | 28. Iren | 48. Santi |
| 8. Nanda | 29. Rena | 49. Fahrul |
| 9. Satria | 30. Ella | 50. Lona |
| 10. Ricky | 31. Lia | 51. Debby |
| 11. Faiz | 32. Dessy | 52. Thara |
| 12. Ferry | 33. Syifa | 53. Christine |
| 13. Galuh | 34. Saras | 54. Maria |
| 14. Gunawan | 35. Laras | 55. Doni |
| 15. Hari | 36. Inggit | 56. Deden |
| 16. Aaaa | 37. Ratna | 57. Chelsea |
| 17. Rian | 38. Wulan | 58. Lucky |
| 18. Danu | 39. Asih | 59. Hakim |
| 19. Jaja | 40. Joko | 60. Lukman |
| 20. Ocha | 41. Putra | 61. Lilis |
| 21. Dewi | | 62. Iwan |

63. Budi	89. Naomi	115. Yoanda
64. Rudi	90. Amel	116. Reva
65. Hariri	91. Sekar	117. Febi
66. Ilman	92. Andika	118. Yani
67. Jefri	93. Bima	119. Gilang
68. Putri	94. Fina	120. Yuri
69. Raja	95. Ida	121. Lina
70. Reno	96. Yazid	122. Rosa
71. Bastian	97. Ina	123. Talia
72. Kinal	98. Gina	124. Afif
73. Tiara	99. Rizka	125. Fahmi
74. Anisa	100. Diba	126. Sutan
75. Siska	101. Rifka	127. Aziz
76. Farisa	102. Sasil	128. Stefanus
77. Astuti	103. Prisil	129. Eka
78. Nadia	104. Talita	130. Iman
79. Tia	105. Hasna	131. Tri
80. Astrid	106. Aira	132. Setya
81. Abdullah	107. Baim	133. Ayu
82. Dipta	108. Zahran	134. Dias
83. Nova	109. Rama	135. Lestari
84. Juwita	110. Razaq	136. Deni
85. Mega	111. Aulia	137. Raffi
86. Safira	112. Taufik	138. Shita
87. Amalia	113. Mazid	139. Bella
88. Dwi	114. Angelina	140. Dian

141. Yunita	167. Arif	193. Susi
142. Bayu	168. Arya	194. Syara
143. Okta	169. Royan	195. Triana
144. Mutia	170. Intan	196. Hasna
145. Mulyanti	171. Diko	197. Fadila
146. Grace	172. Aldo	198. Anggi
147. Cecilia	173. Sendi	199. Ike
148. Bisma	174. Ratih	200. Cinddy
149. Adi	175. Andiyanti	201. Lani
150. Tanto	176. Fitri	202. Corry
151. Ado	177. Andari	203. Winny
152. Wilda	178. Fika	204. Andini
153. Della	179. Indri	205. Adela
154. Tian	180. Tiyas	206. Rini
155. Gita	181. Nofria	207. Alya
156. Rahma	182. Nurul	208. Setyadi
157. Yogi	183. Hidayat	209. Safitri
158. Tomi	184. Rahmat	210. Ana
159. Sayid	185. Leo	211. Ardi
160. Wisnu	186. Ferdina	212. Bagus
161. Ahmad	187. Rahman	213. Dewa
162. Fauzan	188. Ridho	214. Lutfi
163. Ajeng	189. Aditya	215. Farhan
164. Kinanti	190. Soleh	216. Arsal
165. Amira	191. Ririn	217. Lita
166. Aprilian	192. Robby	218. Meilina

219. Jamil	227. Aldy	235. Mutia
220. Kahfi	228. Salsa	236. Raida
221. Rafli	229. Cahya	237. Ratna
222. Rafael	230. Desti	238. Rika
223. Nabila	231. Daffa	239. Suci
224. Windy	232. Fenny	240. Ivan
225. Vera	233. Indah	
226. Iis	234. Maurel	

Lampiran 3 Matrix Variabel

No.	Judul	X1	X2	X3	Y
1	H. Kim et al (2015) “ <i>Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well Being</i> ”	✓			✓
2	Prayag & Ryan (2012) “ <i>Antecedents Of Tourist’ Loyalty To Mauritius: the Role And Influence Of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, And Satisfaction</i> ”		✓	✓	✓
3	Tun & Athapol (2016) “ <i>Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand</i> ”	✓		✓	✓
4	Neuvonen et al (2010) “ <i>Intention to Revisit a National Park and Its Vicinity Effect of Place Attachment and Quality Perception</i> ”		✓		✓
5	Kil et al (2012) “ <i>Place attachment as a mediator of the relationship between nature based recreation benefits and future visit intentions</i> ”.			✓	✓
6	Hallmann et al (2013) “ <i>Perceived Destination Image: An Image Model for a Winter Sports Destination and Its Effect on Intention to Revisit</i> ”			✓	✓
7	Sri Astuti, Christina &Tetty Rimenta (2014) “ <i>Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung – Indonesia</i> ”.	✓		✓	✓
8	Fani,Jasman&Mukhlis (2014) “Pengaruh Produk dan Bauran Promosi Wisata terhadap Citra (<i>Image</i>) Destinasi dan dampaknya pada Niat Wisatawan untuk Melakukan Kunjungan Ulang ke Provinsi Aceh”			✓	✓

Lampiran 4 Analisis Kerangka Teoritik

Referensi Jurnal

Variabel Bebas	Variabel Terikat	Arah Pengaruh	Penulis
Motivasi	Niat Mengunjungi Ulang	<ul style="list-style-type: none"> • (+) • (+) • (+) 	<ul style="list-style-type: none"> • H. Kim <i>et al</i> • Tun & Athapol • Sri Astuti, Christina & Tetty Rimenta
<i>Place Attachment</i>	Niat Mengunjungi Ulang	<ul style="list-style-type: none"> • (+) • (+) 	<ul style="list-style-type: none"> • Prayag & Ryan • Neuvonen <i>et al</i>
Citra Destinasi	Niat Mengunjungi Ulang	<ul style="list-style-type: none"> • (+) • (+) • (+) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kill <i>et al</i> • Hallmann <i>et al</i> • Fani, Jasman & Mukhlis

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 |

Bagian 1

Apakah Anda pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor sebelumnya?

Ya Tidak [STOP]

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

Sekali 2 x 3 x >3 x

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

Ya Tidak

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

Ya Tidak

Tempat-tempat seperti 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"/> | | |

Lampiran 6 Data View Demografik Uji Coba

SPSS Data Editor window: *Input Data Kuesioner Uji Coba.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

1 : Domisili 6

	Domisili	Gender	Usia	Pendidikan	Pernikahan	Pekerjaan	Berkunjung RB	BerapaKaliDa lamTigaTahun TerakhirK...	PerjalananKel uarKotaDala mEnamBu...	PerjalananKel uarNegeriDal amEnamB...	TempatYang DisukaiUntuk Berlibur
1	6.00	2.00	2.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00
2	5.00	2.00	2.00	4.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00
3	6.00	2.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	5.00
4	3.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00
5	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00
6	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00
7	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	8.00
8	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00
9	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00
10	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00
11	6.00	2.00	2.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	6.00
12	6.00	2.00	2.00	4.00	1.00	5.00	1.00	4.00	2.00	2.00	2.00
13	1.00	2.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00	5.00
14	4.00	1.00	3.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00
15	6.00	2.00	2.00	4.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00
16	6.00	2.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	4.00	2.00	2.00	6.00
17	6.00	2.00	2.00	4.00	1.00	5.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00
18	6.00	2.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00
19	6.00	2.00	2.00	2.00	5.00	4.00	1.00	2.00	2.00	2.00	6.00
20	2.00	2.00	2.00	4.00	1.00	5.00	11.00	1.00	1.00	2.00	2.00
21	1.00	2.00	2.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00
22	1.00	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	1.00	1.00	2.00	2.00	5.00
23	2.00	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	3.00	1.00	2.00	3.00
24	1.00	2.00	1.00	3.00	1.00	6.00	1.00	1.00	2.00	2.00	7.00
25	5.00	2.00	2.00	4.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00
26	3.00	2.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00	8.00
27	2.00	1.00	3.00	4.00	2.00	1.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00
28	2.00	1.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	4.00	1.00	2.00	2.00
29	1.00	1.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	4.00	2.00	2.00	2.00
30	2.00	1.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	4.00	1.00	2.00	1.00
31	1.00	3.00	2.00	4.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00
32	2.00	1.00	3.00	4.00	1.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00
33	1.00	2.00	2.00	4.00	1.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00
34	3.00	2.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00
35	6.00	1.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00
36	3.00	1.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00	10.00
37	1.00	1.00	3.00	4.00	2.00	2.00	1.00	4.00	1.00	2.00	2.00
38	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	3.00	1.00	2.00	2.00
39	1.00	2.00	3.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	6.00
40	2.00	2.00	3.00	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00	2.00	2.00	2.00
41	2.00	1.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00
42	2.00	1.00	3.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	11.00
43	1.00	1.00	3.00	3.00	2.00	1.00	1.00	3.00	1.00	2.00	2.00
44	4.00	1.00	3.00	4.00	2.00	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00
45	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00
46	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00
47	1.00	3.00	1.00	2.00	1.00	5.00	1.00	2.00	1.00	1.00	2.00
48	1.00	1.00	2.00	4.00	1.00	6.00	1.00	3.00	1.00	2.00	2.00
49	1.00	2.00	3.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	5.00
50	1.00	1.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	4.00

Lampiran 7 Data Responden Uji Coba

Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jakarta	22	44.0	44.0	44.0
	Bogor	10	20.0	20.0	64.0
	Depok	4	8.0	8.0	72.0
	Tangerang	2	4.0	4.0	76.0
	Bekasi	2	4.0	4.0	80.0
	Di luar JABODETABEK	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	18	36.0	36.0	36.0
	Perempuan	30	60.0	60.0	96.0
	Tidak Tersedia	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18 tahun	10	20.0	20.0	20.0
	18-23	22	44.0	44.0	64.0
	24-29	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<SLTA	7	14.0	14.0	14.0
	SLTA	17	34.0	34.0	48.0
	Diploma	3	6.0	6.0	54.0
	S-1	22	44.0	44.0	98.0
	S-2/S-3	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pernikahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Menikah	43	86.0	86.0	86.0
	Menikah	6	12.0	12.0	98.0
	Pasangan Meninggal	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bekerja	19	38.0	38.0	38.0
	Memiliki usaha sendiri	3	6.0	6.0	44.0
	Keluar dari pekerjaan & sedang mencari pekerjaan baru	1	2.0	2.0	46.0
	Keluar dari pekerjaan tapi tidak sedang mencari pekerjaan baru	1	2.0	2.0	48.0
	Pelajar/mahasiswa	24	48.0	48.0	96.0
	Mahasiswa sambil bekerja	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 8 Uji Coba Kuesioner Niat Mengunjungi Ulang

Bagian 2

Niat mengunjungi kembali

Mohon beri indikasi untuk pernyataan-pernyataan di bawah yang menunjukkan niat Anda untuk mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor.

	Pernyataan	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Ragu-ragu (3)	Setuju (4)	Sangat setuju (5)
1	Saya akan kembali Kebun Raya Bogor untuk liburan	1	2	3	4	5
2	Saya akan kembali berkunjung ke Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
3	Saya akan mengunjungi Kebun Raya Bogor lagi di masa depan	1	2	3	4	5
4	Saya akan mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor dalam tiga tahun ke depan	1	2	3	4	5
5	Kebun Raya Bogor layak untuk dikunjungi kembali	1	2	3	4	5
6	Saya lebih suka mengunjungi Kebun Raya Bogor, dibandingkan dengan tempat-tempat lain di Bogor	1	2	3	4	5
7	Kebun Raya Bogor adalah tempat pilihan utama saya untuk berlibur di masa depan	1	2	3	4	5
8	Saya berharap untuk mengunjungikembali Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
9	Saya lebih suka berkunjung ke Kebun Raya Bogor di bandingkan dengan tempat lain di Jakarta	1	2	3	4	5
10	Saya akan mendorong saudara saya untuk mengunjungi Kebun Raya	1	2	3	4	5

	Bogor					
11	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor kepada teman-teman saya	1	2	3	4	5
12	Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang Kebun Raya Bogor kepada orang lain	1	2	3	4	5
13	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor untuk orang lain	1	2	3	4	5
14	Saya mengunjungi Kebun Raya Bogor karena tempat ini terkenal memiliki tumbuhan langka (seperti, bunga Rafflesia Arnoldi)	1	2	3	4	5
15	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor kepada kerabat saya sebagai tujuan liburan	1	2	3	4	5
16	Saya bersedia untuk merekomendasikan Kebun Raya Bogor untuk keluarga dan teman sebagai tujuan liburan (misalnya, karena Kebun Raya Bogor tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama keluarga/teman)	1	2	3	4	5
17	Untuk selanjutnya saya akan menyimpan kontak dengan orang yang saya kenal ketika saya berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
18	Saya akan mengatakan hal positif tentang Kebun Raya Bogor ke yang lain orang-orang	1	2	3	4	5
19	Saya akan mendorong teman dan kerabat untuk mengunjungi Kebun Raya	1	2	3	4	5

	Bogor					
20	Saya selalu kembali ke tempat wisata Kebun Raya Bogor saat saya berkunjung ke Bogor.	1	2	3	4	5
21	Saya bersedia untuk kembali ke Kebun Raya Bogor di masa depan.	1	2	3	4	5
22	Saya lebih suka mengunjungi Kebun Raya Bogor dibandingkan tempat wisata lain di Bogor, karena Kebun Raya Bogor memiliki pemandangan yang indah dan tanaman yang langka.	1	2	3	4	5
23	Saya lebih suka mengunjungi / berada di Kebun Raya Bogor, daripada pergi / melakukan alternatif di tempat lain	1	2	3	4	5
24	Saya akan mencari informasi baru tentang Kebun Raya Bogor (misalnya, mengenai pertumbuhan tanaman langka yang ada di Kebun Raya Bogor)	1	2	3	4	5
25	Saya mengunjungi Kebun Raya Bogor karena ada tujuan tertentu (misalnya, untuk berkumpul bersama keluarga)	1	2	3	4	5

Lampiran 10 Hasil EFA dan Reabilitas Niat Mengunjungi Ulang

Pattern Matrix^a

	Component	
	1	2
N9	.926	
N6	.853	
N4	.796	
N21	.781	
N5	.765	
N22	.738	
N20	.732	
N23	.628	
N1	.610	
N2	.593	
N7	.555	
N3	.541	
N17	.533	
N13		-.989
N18		-.971
N19		-.941
N11		-.917
N12		-.837
N10		-.808
N16		-.807
N15		-.768
N14		-.747

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 16 iterations.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	13

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	9

Lampiran 11 Kisi-kisi Instrumen Niat Mengunjungi Ulang

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Intention to revisit</i>	Niat untuk mengunjungi di masa depan	1		25	1		1	
		2			2		2	
		3			3		3	
		4			4		4	
		5			5		5	
		6			6		6	
		7			7		7	
		9			9		9	
		17			17		17	
		20			20		20	
		21			21		21	
		22			22		22	
		23			23		23	
		25			23		23	
		<i>Intention to recommended</i>	Niat untuk merekomendasi		8		8 24	
10				10		10		
11				11		11		
12				12		12		
13				13		13		
14				14		14		
15				15		15		
16				16		16		
18				18		18		
19				19		19		
24								

Lampiran 12 Validasi Instrumen Niat Mengunjungi Ulang

	Pernyataan	Factor Loadings
	Dimensi <i>Intention to revisit</i> Indikator niat untuk mengunjungi di masa depan.	$\alpha = 0,657$
N9	Saya lebih suka berkunjung ke Kebun Raya Bogor di bandingkan dengan tempat lain di Jakarta	0.926
N6	Saya lebih suka mengunjungi Kebun Raya Bogor, dibandingkan dengan tempat-tempat lain di Bogor	0.853
N4	Saya akan mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor dalam tiga tahun ke depan	0.796
N21	Saya bersedia untuk kembali ke Kebun Raya Bogor di masa depan.	0.781
N5	Saya akan kembali Kebun Raya Bogor untuk liburan	0.765
N22	Saya lebih suka mengunjungi Kebun Raya Bogor dibandingkan tempat wisata lain di Bogor, karena Kebun Raya Bogor memiliki pemandangan yang indah dan tanaman yang langka.	0.738
N20	Saya selalu kembali ke tempat wisata Kebun Raya Bogor saat saya berkunjung ke Bogor.	0.732
N23	Saya lebih suka mengunjungi / berada di Kebun Raya Bogor, daripada pergi / melakukan alternatif di tempat lain	0.628
N1	Saya akan kembali Kebun Raya Bogor untuk liburan	0.610
N2	Saya akan kembali berkunjung ke Kebun Raya Bogor	0.593
N7	Kebun Raya Bogor adalah tempat pilihan utama saya untuk berlibur di masa depan	0.555
N3	Saya akan mengunjungi Kebun Raya Bogor lagi di masa depan	0.541
N17	Untuk selanjutnya saya akan menyimpan kontak dengan orang yang saya kenal ketika saya berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor	0.533
	Dimensi <i>Intention to recommend</i> Indikator niat untuk merekomendasi	$\alpha = 0,841$
N13	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor untuk orang lain	-0.989
N18	Saya akan mengatakan hal positif tentang Kebun Raya Bogor ke yang lain orang-orang	-0.971

N19	Saya akan mendorong teman dan kerabat untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor	-0.941
N11	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor kepada teman-teman saya	-0.917
N12	Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang Kebun Raya Bogor kepada orang lain	-0.837
N10	Saya akan mendorong saudara saya untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor	-0.808
N16	Saya bersedia untuk merekomendasikan Kebun Raya Bogor untuk keluarga dan teman sebagai tujuan liburan (misalnya, karena Kebun Raya Bogor tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama keluarga/teman)	-0.807
N15	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor kepada kerabat saya sebagai tujuan liburan	-0.768
N14	Saya mengunjungi Kebun Raya Bogor karena tempat ini terkenal memiliki tumbuhan langka (seperti, bunga Rafflesia Arnoldi)	-0.747

Lampiran 13 Kuesioner Uji Coba Motivasi

Bagian 3

Motivasi

Berikan indikasi seberapa penting atau tidak penting dengan pernyataan-pernyataan di bawah yang berhubungan dengan motivasi Anda untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor. 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'.

	Pernyataan	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat setuju (5)
1	Mengunjungi Kebun Raya Bogor adalah liburan yang nyaman	1	2	3	4	5
2	Mengunjungi Kebun Raya Bogor adalah liburan yang murah	1	2	3	4	5
3	Untuk dapat dekat dengan alam	1	2	3	4	5
4	Agar dapat bertemu dengan orang-orang baru	1	2	3	4	5
5	Penting bagi saya untuk pergi ke suatu tempat yang populer pada saat liburan	1	2	3	4	5
6	Agar dapat berlibur dengan teman/keluarga	1	2	3	4	5
7	Agar jauh dari tekanan fisik sehari-hari	1	2	3	4	5
8	Agar jauh dari rumah (ingin menikmati liburan diluar rumah)	1	2	3	4	5
9	Agar bisa bergabung dengan teman-teman traveller lain	1	2	3	4	5
10	Untuk menghabiskan waktu dengan keluarga/teman	1	2	3	4	5
11	Agar mandiri	1	2	3	4	5
12	Berlibur berarti tidak melakukan apapun	1	2	3	4	5
13	Agar dapat	1	2	3	4	5

	mengistirahatkan pikiran					
14	Agar dapat melakukan hal-hal sesuai dengan cara saya sendiri	1	2	3	4	5
15	Agar bisa bertemu dengan orang-orang Bogor	1	2	3	4	5
16	Untuk dapat lebih memahami diri saya	1	2	3	4	5
17	Agar jauh dari kerumunan orang	1	2	3	4	5
18	Agar dapat bersenang-senang	1	2	3	4	5
19	Saya akan memiliki kesempatan untuk beristirahat dan rileks	1	2	3	4	5
20	Kebun Raya Bogor memiliki kualitas udara yang baik	1	2	3	4	5
21	Saya hanya suka traveling untuk mengunjungi suatu tempat dan mengerjakan sesuatu	1	2	3	4	5
22	Kebun Raya Bogor menawarkan aktivitas fisik	1	2	3	4	5
23	Kebun Raya Bogor menyediakan kegembiraan	1	2	3	4	5
24	Kebun Raya Bogor membuat saya aktif (seperti mengunjungi galeri yang ada di Kebun Raya Bogor dan berjalan-jalan di lingkungan Kebun Raya Bogor)	1	2	3	4	5
25	Tidak perlu mencemaskan soal waktu	1	2	3	4	5
26	Untuk melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari	1	2	3	4	5
27	Agar jauh dari tuntutan hidup yang biasa dihadapi sehari-hari	1	2	3	4	5
28	Untuk mencari petualangan	1	2	3	4	5
29	Agar jauh dari tekanan psikis sehari-hari	1	2	3	4	5

Lampiran 14 Hasil Kuesioner Uji Coba Motivasi

*Input Data Kuesioner Uji Coba.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

40: N10 4 Visible: 124 of 124 Variables

	M15	M16	M17	M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29
25	00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00
26	00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
27	00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	5.00	5.00
28	00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00
29	00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00
30	00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00
31	00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00
32	00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
33	00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	5.00	5.00
34	00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00
35	00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00
36	00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00
37	00	5.00	5.00	5.00	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	2.00	2.00
38	00	4.00	5.00	2.00	2.00	5.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	2.00	2.00
39	00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00	3.00	5.00	3.00	4.00	5.00	3.00	3.00	3.00
40	00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00
41	00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
42	00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00
43	00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
44	00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	5.00	5.00
45	00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00
46	00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00
47	00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
48	00	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	3.00	2.00
49	00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	5.00
50	00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00

Data View Variable View SPSS Processor is ready

Lampiran 15 Hasil EFA Kuesioner Uji Coba Motivasi

Pattern Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
M27	.847					
M26	.808					
M29	.804					
M25	.718					
M13		.889				
M16		.871				
M14		.609				
M21		.421				
M6			-.792			
M9			-.712			
M10			-.583			
M4			-.545			
M19				.916		
M18				.621		
M23					-.898	
M22					-.759	
M24					-.674	
M28					-.569	
M20						.825
M3						.770
M5						.676
M1						.520

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 16 iterations.

Lampiran 16 Hasil Reabilitas Uji Coba Motivasi

Dimensi 1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

Dimensi 4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.605	2

Dimensi 2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	4

Dimensi 5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	4

Dimensi 3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	4

Dimensi 6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.807	4

Lampiran 17 Kisi-Kisi Instrument Motivasi

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Push factor</i>	Melarikan diri dari rutinitas.	8 11 26 27 29	25	8 11	26 27 29	25	26 27 29	25
	Evaluasi diri.	12 13 14 16 21		12	13 14 16 21		13 14 16 21	
	Meningkatkan hubungan kekerabatan	6 4 9 10			6 4 9 10		6 4 9 10	
	Relaksasi	18 17 19		17	18 19		18 19	
<i>Pull Factor</i>	Fasilitas rekreasi	2 7 22 23 24 28		2 7	22 23 24 28		22 23 24 28	
	Pemandangan alam	1 3 5 15 20		15	1 3 5 20		1 3 5 20	

Lampiran 18 Validasi Instrumen Motivasi

	Pernyataan	Factor Loadings
	Dimensi <i>Push Factors</i> Indikator Melarikan Diri dari Rutinitas	$\alpha = 0,873$
M27	Agar jauh dari tuntutan hidup yang biasa dihadapi sehari-hari	0.847
M26	Untuk melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari	0.808
M29	Agar jauh dari tekanan psikis sehari-hari	0.804
M25	Tidak perlu mencemaskan soal waktu	0.718
	Dimensi <i>Push Factors</i> Indikator Evaluasi Diri	$\alpha = 0,813$
M13	Agar dapat mengistirahatkan pikiran	0.889
M16	Untuk dapat lebih memahami diri saya	0.871
M14	Agar dapat melakukan hal-hal sesuai dengan cara saya sendiri	0.609
M21	Saya hanya suka traveling untuk mengunjungi suatu tempat dan mengerjakan sesuatu	0.421
	Dimensi <i>Push Factors</i> Indikator Meningkatkan Hubungan Keperabatan	$\alpha = 0,817$
M6	Agar dapat berlibur dengan teman/keluarga	-0.792
M9	Agar bias bergabung dengan teman-teman traveller lain	-0.712
M10	Untuk menghabiskan waktu dengan keluarga/teman	-0.583
M4	Agar dapat bertemu dengan orang-orang baru	-0.545
	Dimensi <i>Push Factors</i> Indikator Relaksasi	$\alpha = 0,605$
M19	Saya akan memiliki kesempatan untuk beristirahat dan rileks	0.916
M18	Agar dapat bersenang-senang	0.621
	Dimensi <i>Pull Factors</i> Indikator Fasilitas Rekreasi	$\alpha = 0,886$
M23	Kebun Raya Bogor menyediakan kegembiraan	-0.898
M22	Kebun Raya Bogor menawarkan aktivitas fisik	-0.759
M24	Kebun Raya Bogor membuat saya aktif (seperti mengunjungi galeri yang ada di Kebun Raya Bogor dan berjalan-jalan di lingkungan Kebun Raya Bogor)	-0.674
M28	Untuk mencari petualangan	-0.569

	Dimensi <i>Pull Factors</i> Indikator Pemandangan Alam	$\alpha = 0,807$
M20	Kebun Raya Bogor memiliki kualitas udara yang baik	0.825
M3	Untuk dapat dekat dengan alam	0.770
M5	Penting bagi saya untuk pergi ke suatu tempat yang populer pada saat liburan	0.676
M1	Mengunjungi Kebun Raya Bogor adalah liburan yang nyaman	0.520

Lampiran 19 Kuesioner Uji Coba *Place Attachment*

Bagian 4

Place attachment

Berikan indikasi seberapa setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan di bawah. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, berarti Anda semakin 'sangat tidak setuju', dan jika jawaban Anda semakin mendekati angka 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

	Pernyataan	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat setuju (5)
1	Kebun Raya Bogor adalah tempat terbaik untuk apa yang saya lakukan	1	2	3	4	5
2	Saya suka sekali dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
3	Saya merasa rileks ketika saya berada di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
4	Saya tidak akan menggantikan tempat manapun untuk melakukan hal-hal sejenis seperti yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
5	Saya merasa dapat benar-benar menjadi diri sendiri ketika berada di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
6	Saya teridentifikasi sangat kuat dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
7	Kebun Raya Bogor benar-benar berarti bagi saya	1	2	3	4	5
8	Saya merasa bahwa Kebun Raya Bogor adalah bagian dari diri saya	1	2	3	4	5
9	Saya merasa kuat, perasaan yang positif terhadap	1	2	3	4	5

	Kebun Raya Bogor					
10	Kebun Raya Bogor adalah tujuan yang sangat istimewa bagiku	1	2	3	4	5
11	Saya teridentifikasi dengan kuat saat di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
12	Tidak ada tempat lain yang bisa memberikan liburan yang sama seperti di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
13	Berlibur di Kebun Raya Bogor sangat berarti bagiku	1	2	3	4	5
14	Saya sangat terikat dengan tujuan liburan di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
15	Kebun Raya Bogor adalah tempat terbaik untuk apa yang ingin saya lakukan liburan	1	2	3	4	5
16	Berlibur di Kebun Raya Bogor lebih penting bagiku daripada berlibur di tempat lain	1	2	3	4	5
17	Saya tidak akan mengganti tujuan lain untuk jenis hal yang saya lakukan selama liburan di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
18	Saya merasa Kebun Raya Bogor adalah bagian dari diri saya	1	2	3	4	5
19	Kebun Raya Bogor sangat spesial untuk saya	1	2	3	4	5
20	Saya mengidentifikasi dengan kuat dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
21	Saya sangat terikat dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
22	Mengunjungi Kebun Raya Bogor banyak bercerita tentang siapa saya	1	2	3	4	5
23	Kebun Raya Bogor sangat berarti bagi saya	1	2	3	4	5

24	Kebun Raya Bogor adalah tempat terbaik untuk apa yang saya suka lakukan	1	2	3	4	5
25	Tidak ada tempat lain yang bisa dibandingkan dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
26	Saya mendapatkan kepuasan lebih dari mengunjungi Kebun Raya Bogor daripada yang lain	1	2	3	4	5
27	Melakukan apa yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor lebih penting bagi saya daripada melakukannya di tempat lain	1	2	3	4	5
28	Saya tidak akan mengganti area lain untuk melakukan jenis hal yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
29	Hal-hal yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor saya akan menikmati melakukan hal yang sama seperti di situs yang sama	1	2	3	4	5

Lampiran 20 Hasil Kuesioner *Place Attachment*

Input Data Kuesioner Uji Cobas.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

40: N10 4 Visible 124 of 124 Variables

	PA1	PA2	PA3	PA4	PA5	PA6	PA7	PA8	PA9	PA10	PA11	PA12	PA13	PA14	PA15	P
25	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00	1.00	3.00	2.00	5.00	5.00	4.00	2.00	
26	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	2.00	1.00	2.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	
27	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	1.00	
28	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	1.00	4.00	2.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	
29	3.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	4.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	
30	2.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	1.00	1.00	3.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	
31	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00	5.00	4.00	3.00	4.00	
32	4.00	5.00	4.00	1.00	4.00	4.00	3.00	1.00	4.00	2.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	
33	4.00	4.00	4.00	3.00	1.00	2.00	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	
34	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	1.00	1.00	2.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	
35	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	
36	2.00	4.00	4.00	1.00	4.00	2.00	1.00	1.00	2.00	2.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	
37	4.00	4.00	4.00	3.00	1.00	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	
38	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	
39	2.00	3.00	4.00	3.00	1.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	
40	3.00	2.00	4.00	3.00	5.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	
41	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	1.00	4.00	3.00	2.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	
42	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	
43	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	
44	2.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	2.00	3.00	5.00	4.00	3.00	4.00	
45	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	
46	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	
47	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	
48	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	
49	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	
50	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	1.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	

Data View Variable View SPSS Processor is ready

Input Data Kuesioner Uji Cobas.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

51: PA9 Visible 124 of 124 Variables

	PA15	PA16	PA17	PA18	PA19	PA20	PA21	PA22	PA23	PA24	PA25	PA26	PA27	PA28	PA29
25	4.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	2.00
27	1.00	1.00	2.00	1.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	1.00	4.00	5.00	2.00	5.00	4.00
28	1.00	1.00	3.00	3.00	3.00	2.00	1.00	4.00	4.00	1.00	2.00	2.00	4.00	3.00	2.00
29	3.00	3.00	2.00	1.00	4.00	3.00	4.00	1.00	3.00	5.00	5.00	1.00	3.00	4.00	1.00
30	2.00	4.00	1.00	5.00	5.00	4.00	4.00	1.00	4.00	1.00	4.00	1.00	2.00	4.00	4.00
31	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00
32	4.00	3.00	1.00	3.00	2.00	2.00	3.00	5.00	4.00	3.00	4.00	1.00	2.00	4.00	3.00
33	5.00	4.00	3.00	1.00	2.00	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	3.00	3.00	4.00	1.00
34	2.00	4.00	2.00	4.00	3.00	4.00	3.00	2.00	4.00	2.00	2.00	5.00	5.00	5.00	4.00
35	4.00	4.00	4.00	1.00	3.00	2.00	1.00	4.00	5.00	5.00	1.00	2.00	5.00	5.00	5.00
36	4.00	3.00	3.00	4.00	2.00	2.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	5.00	4.00	3.00	1.00
37	4.00	4.00	3.00	2.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00
38	4.00	3.00	2.00	4.00	1.00	2.00	1.00	2.00	4.00	5.00	4.00	5.00	2.00	4.00	4.00
39	4.00	3.00	2.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	3.00
40	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	3.00	3.00	4.00	1.00
41	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	1.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00
42	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	2.00	3.00	5.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00
43	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	1.00	2.00	4.00	3.00	1.00	4.00	3.00	4.00	1.00
44	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	1.00	2.00	5.00	5.00
45	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	3.00
46	3.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	1.00	3.00	2.00	3.00	2.00
47	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00	4.00
48	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	5.00	5.00
49	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	2.00	5.00	4.00	3.00
50	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	4.00

Data View Variable View SPSS Processor is ready

Lampiran 21 Hasil EFA Uji Coba *Place Attachment*

Pattern Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
PA1	.918				
PA3	.917				
PA2	.911				
PA4	.878				
PA19	.876				
PA18	.868				
PA6	.813				
PA5	.793				
PA20	.736				
PA8	.718				
PA16	.696				
PA7	.693				
PA24		.794			
PA28		.708			
PA27		.642			
PA13			.944		
PA14			.813		
PA12			.697		
PA23				-.896	
PA25				-.888	
PA22					.797
PA17					.689

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 17 iterations.

Lampiran 22 Hasil Reabilitas Uji Coba *Place Attachment*

Dimensi 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	13

Dimensi 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.664	3

Dimensi 3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	3

Dimensi 4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	2

Dimensi 5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.586	2

Lampiran 23 Kisi-Kisi Instrument *Place Attachment*

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Place dependen</i>	Kualitas tempat wisata	1	4	10 21	1	4	1	4
		2			2		2	
		3			3		3	
		5			5		5	
		6			6		6	
		7			7		7	
		8			8		8	
		10			16		16	
		16			18		18	
		18			19		19	
		19			20		20	
		20						
21								
<i>Place identity</i>	Perbandingan evaluatif antara KRB dengan tempat wisata lain	24 26 27 28	28	26	24 27	28	24 27	28
	Rasa keterikatan secara umum terhadap KRB.	9 11 13 14	12	9 11	13 14	12	13 14	12
	Peran penting KRB	15 23	25	15	23	25	23	25
	Pengaruh pengalaman sehari-hari	22 29	17	29	22	17	22	17

Lampiran 24 Validasi Instrument *Place Attachment*

	Pernyataan	Factor Loadings
	Dimensi <i>Place Dependen</i> Indikator Kualitas tempat wisata	$\alpha = 0,659$
PA1	Kebun Raya Bogor adalah tempat terbaik untuk apa yang saya lakukan	0.918
PA3	Saya merasa rileks ketika saya berada di Kebun Raya Bogor	0.917
PA2	Saya suka sekali dengan Kebun Raya Bogor	0.911
PA4	Saya tidak akan menggantikan tempat manapun untuk melakukan hal-hal sejenis seperti yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor	0.878
PA19	Kebun Raya Bogor sangat spesial untuk saya	0.876
PA18	Saya merasa Kebun Raya Bogor adalah bagian dari diri saya	0.868
PA6	Saya teridentifikasi sangat kuat dengan Kebun Raya Bogor	0.813
PA5	Saya merasa dapat benar-benar menjadi diri sendiri ketika berada di Kebun Raya Bogor	0.793
PA20	Saya mengidentifikasi dengan kuat dengan Kebun Raya Bogor	0.736
PA8	Saya merasa bahwa Kebun Raya Bogor adalah bagian dari diri saya	0.718
PA16	Berlibur di Kebun Raya Bogor lebih penting bagiku daripada berlibur di tempat lain	0.696
PA7	Kebun Raya Bogor benar-benar berarti bagi saya	0.693
	Dimensi <i>Place Identity</i> Indikator Perbandingan evaluatif antara kota sendiri dengan kota lain	$\alpha = 0,664$
PA24	Kebun Raya Bogor adalah tempat terbaik untuk apa yang saya suka lakukan	0.794
PA28	Saya tidak akan mengganti area lain untuk melakukan jenis hal yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor	0.708
PA27	Melakukan apa yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor lebih penting bagi saya daripada melakukannya di tempat lain	0.642
	Dimensi <i>Place Identity</i> Indikator Rasa keterikatan secara umum terhadap kota sebagai lingkungan tempat tinggalnya	$\alpha = 0,779$

PA13	Berlibur di Kebun Raya Bogor sangat berarti bagiku	0.944
PA14	Saya sangat terikat dengan tujuan liburan di Kebun Raya Bogor	0.813
PA12	Tidak ada tempat lain yang bisa memberikan liburan yang sama seperti di Kebun Raya Bogor	0.697
	Dimensi <i>Place Identity</i> Indikator Peran penting kota sebagai lingkungan tempat tinggalnya	$\alpha = 0,896$
PA23	Kebun Raya Bogor sangat berarti bagi saya	-0.896
PA25	Tidak ada tempat lain yang bisa dibandingkan dengan Kebun Raya Bogor	-0.888
	Dimensi <i>Place Identity</i> Indikator Pengaruh pengalaman sehari-hari	$\alpha = 0,586$
PA22	Mengunjungi Kebun Raya Bogor banyak bercerita tentang siapa saya	0.797
PA17	Saya tidak akan mengganti tujuan lain untuk jenis hal yang saya lakukan selama liburan di Kebun Raya Bogor	0.689

Lampiran 25 Kueioner Uji Coba Citra Destinasi

Bagian 5

Citra Kebun Raya Bogor

Berikan indikasi seberapa setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan di bawah. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, berarti Anda semakin 'sangat tidak setuju', dan jika jawaban Anda semakin mendekati angka 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

	Pernyataan	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat setuju (5)
1	Ada restoran yang berkualitas baik di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
2	Banyak spot menarik di dalam Kebun Raya Bogor yang dapat dikunjungi	1	2	3	4	5
3	Udara di Kebun Raya Bogor menyenangkan	1	2	3	4	5
4	Kebun Raya Bogor menawarkan banyak hal dalam keindahan pemandangan alam	1	2	3	4	5
5	Kualitas akomodasi di Kebun Raya Bogor bagus	1	2	3	4	5
6	Kebun Raya Bogor memiliki pasar tradisional yang unik untuk kunjungan saya	1	2	3	4	5
7	Kebun Raya Bogor memiliki fasilitas untuk melakukan olahraga	1	2	3	4	5
8	Kebun Raya Bogor memiliki area rekreasi yang menarik	1	2	3	4	5
9	Kebun Raya Bogor memiliki tumbuhan khas yaitu bunga raflesia arnoldi	1	2	3	4	5
10	Kebun Raya Bogor memiliki ikon wisata (opera house) yang cantik	1	2	3	4	5
11	Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5

	memiliki pemandangan yang indah					
12	Kebun Raya Bogor memiliki kualitas infrastruktur yang baik dalam perjumpaan	1	2	3	4	5
13	Kebun Raya Bogor memiliki kualitas infrastruktur yang baik (jalan)	1	2	3	4	5
14	Kebun Raya Bogor memiliki museum yang bagus	1	2	3	4	5
15	Kebun Raya Bogor memiliki layanan transportasi yang nyaman	1	2	3	4	5
16	Kebun Raya Bogor memiliki banyak jenis restoran	1	2	3	4	5
17	Kebun Raya Bogor memiliki alam yang indah.	1	2	3	4	5
18	Kebun Raya Bogor adalah tempat wisata yang memiliki suasana santai	1	2	3	4	5
19	Kebun Raya Bogor memiliki lingkungan yang bebas polusi udara	1	2	3	4	5
20	Kebun Raya Bogor adalah tempat wisata yang aman	1	2	3	4	5
21	Kebun Raya Bogor memiliki suasana lingkungan yang menenangkan	1	2	3	4	5
22	Orang-orang yang saya temui di Kebun Raya Bogor ramah-ramah	1	2	3	4	5
23	Orang-orang yang saya temui di Kebun Raya Bogor suka membantu	1	2	3	4	5
24	Kebun Raya Bogor memiliki lingkungan yang bersih	1	2	3	4	5
25	Kebun Raya Bogor memiliki suasana santai	1	2	3	4	5

Lampiran 26 Hasil Uji Coba Citra Destinasi

Input Data Kuesioner Uji Coba.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

40: N10 4 Visible 124 of 124 Variables

	D11	D12	D13	D14	D15	D16	D17	D18	D19	D10	D11	D12	D13	D14	D15
25	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	1.00	3.00	3.00	2.00
26	5.00	1.00	2.00	1.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	2.00
27	1.00	5.00	4.00	4.00	2.00	5.00	4.00	4.00	1.00	5.00	4.00	2.00	1.00	1.00	1.00
28	5.00	1.00	4.00	4.00	2.00	2.00	4.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00
29	5.00	5.00	4.00	1.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	4.00	2.00	1.00	3.00	4.00
30	1.00	4.00	2.00	5.00	5.00	4.00	2.00	3.00	1.00	4.00	4.00	3.00	4.00	2.00	1.00
31	5.00	3.00	4.00	1.00	4.00	5.00	3.00	2.00	5.00	4.00	2.00	5.00	1.00	2.00	1.00
32	2.00	1.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00
33	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	2.00	2.00	2.00	4.00	1.00	4.00
34	3.00	1.00	4.00	3.00	1.00	3.00	2.00	3.00	2.00	1.00	1.00	2.00	2.00	3.00	1.00
35	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	1.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	4.00	4.00
36	2.00	1.00	4.00	5.00	1.00	4.00	4.00	2.00	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	4.00	5.00
37	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00	2.00	5.00	4.00	2.00	2.00	4.00	2.00
38	2.00	3.00	5.00	4.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00
39	4.00	4.00	5.00	3.00	3.00	5.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00
40	2.00	1.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	1.00	2.00	2.00
41	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	2.00	2.00	1.00	3.00	1.00	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00
42	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	2.00	2.00	1.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	1.00	2.00
43	4.00	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	1.00	3.00	2.00	4.00	5.00	4.00
44	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	3.00	2.00	4.00	2.00	5.00	2.00
45	4.00	2.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	1.00	4.00	2.00	4.00	3.00	2.00	4.00	2.00
46	2.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	5.00	2.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	5.00
47	4.00	3.00	5.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	5.00	1.00	5.00	4.00	2.00	5.00	4.00
48	3.00	2.00	5.00	3.00	3.00	5.00	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	2.00
49	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	1.00	3.00	5.00	4.00	5.00	2.00	4.00
50	4.00	3.00	5.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	4.00	1.00	3.00	4.00	2.00	2.00	4.00

Data View Variable View SPSS Processor is ready

Input Data Kuesioner Uji Coba.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

40: N10 4 Visible 124 of 124 Variables

	D11	D12	D13	D14	D15	D16	D17	D18	D19	D20	D21	D22	D23	D24	D25	
25	0	2.00	1.00	3.00	3.00	2.00	4.00	1.00	2.00	4.00	2.00	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00
26	0	2.00	3.00	4.00	1.00	2.00	3.00	4.00	1.00	4.00	3.00	4.00	2.00	3.00	2.00	4.00
27	0	4.00	2.00	1.00	1.00	1.00	3.00	3.00	4.00	1.00	3.00	2.00	4.00	3.00	3.00	1.00
28	0	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	2.00	1.00	4.00	3.00	4.00	1.00	1.00
29	0	4.00	2.00	1.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	1.00	2.00	4.00	4.00	5.00	4.00
30	0	4.00	3.00	4.00	2.00	1.00	3.00	3.00	1.00	2.00	4.00	5.00	2.00	4.00	5.00	5.00
31	0	2.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00	1.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
32	0	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	5.00	3.00	1.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00
33	0	2.00	2.00	4.00	1.00	4.00	5.00	5.00	5.00	2.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	5.00
34	0	1.00	2.00	2.00	3.00	1.00	3.00	4.00	4.00	2.00	1.00	5.00	2.00	4.00	5.00	2.00
35	0	1.00	3.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00
36	0	5.00	4.00	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
37	0	4.00	2.00	2.00	4.00	2.00	4.00	5.00	2.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	2.00
38	0	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	1.00	5.00	1.00	4.00
39	0	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
40	0	5.00	4.00	5.00	1.00	2.00	3.00	5.00	5.00	4.00	3.00	4.00	1.00	4.00	1.00	2.00
41	0	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00
42	0	5.00	4.00	3.00	1.00	2.00	2.00	4.00	5.00	1.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00	2.00
43	0	3.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00	2.00
44	0	2.00	4.00	2.00	5.00	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00	2.00	2.00	4.00	3.00	2.00
45	0	4.00	3.00	2.00	4.00	2.00	2.00	4.00	5.00	1.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
46	0	4.00	4.00	4.00	2.00	5.00	4.00	5.00	4.00	1.00	5.00	3.00	5.00	5.00	4.00	1.00
47	0	5.00	4.00	2.00	5.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
48	0	3.00	3.00	4.00	3.00	2.00	2.00	4.00	2.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00	4.00	4.00
49	0	5.00	4.00	5.00	2.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	3.00	1.00	3.00	4.00	4.00	4.00
50	0	3.00	4.00	2.00	2.00	4.00	2.00	4.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00

Data View Variable View SPSS Processor is ready

Lampiran 27 Hasil EFA Uji Coba Citra Destinasi

attenn Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
DI7	.838					
DI16	.792					
DI17	.711					
DI15	.685					
DI14	.619					
DI8	.606					
DI3		.914				
DI2		.887				
DI10			-.832			
DI24			-.784			
DI25			-.768			
DI6			-.598			
DI11			-.527			
DI5				.760		
DI4				.741		
DI13				.470		
DI9					.808	
DI20					.703	
DI19					.574	
DI22						.876
DI23						.704

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 19 iterations.

Lampiran 28 Hasi Reabilitas Uji Coba Citra Destinasi

Dimensi 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	6

Dimensi 4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	3

Dimensi 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	2

Dimensi 5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	3

Dimensi 3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	5

Dimensi 6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	2

Lampiran 29 Kisi-Kisi Instrumen Uji Coba Citra Destinasi

imensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	Butir Valid		Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kognitif	Pengetahuan	1		1 18	7		7	
		7			8		8	
		8			14		14	
14			15			15		
15			16			16		
16			17			17		
	Pemahaman	2			2		2	
		3			3		3	
	Keyakinan	6		12	6		6	
		10			10		10	
		11			11		11	
		12			24		24	
		24			25		25	
		25						
Afektif	Perasaan	4		21	4		4	
		5			5		5	
13			13			13		
	Kesan	9			9		9	
		19		19		19		
		20		20		20		
Konatif	Perilaku	22			22		22	
		23			23		23	

Lampiran 30 Validasi Instrumen Uji Coba Citra Destinasi

	Pernyataan	Factor Loadings
	Dimensi Kognitif Indikator Pengetahuan	$\alpha = 0,885$
DI7	Kebun Raya Bogor memiliki fasilitas untuk melakukan olahraga	0.838
DI16	Kebun Raya Bogor memiliki banyak jenis restoran	0.792
DI17	Kebun Raya Bogor memiliki alam yang indah.	0.711
DI15	Kebun Raya Bogor memiliki layanan transportasi yang nyaman	0.685
DI14	Kebun Raya Bogor memiliki museum yang bagus	0.619
DI8	Kebun Raya Bogor memiliki area rekreasi yang menarik	0.606
	Dimensi Kognitif Indikator Pemahaman	$\alpha = 0,815$
DI3	Udara di Kebun Raya Bogor menyenangkan	0.914
DI2	Banyak spot menarik di dalam Kebun Raya Bogor yang dapat dikunjungi	0.887
	Dimensi Kognitif Indikator Keyakinan	$\alpha = 0,878$
DI10	Kebun Raya Bogor memiliki ikon wisata (opera house) yang cantik	-0.832
DI24	Kebun Raya Bogor memiliki lingkungan yang bersih	-0.784
DI25	Kebun Raya Bogor memiliki suasana santai	-0.768
DI6	Kebun Raya Bogor memiliki pasar tradisional yang unik untuk kunjungan saya	-0.598
DI11	Kebun Raya Bogor memiliki pemandangan yang indah	-0.527
	Dimensi Afektif Indikator Perasaan	$\alpha = 0,641$
DI5	Kualitas akomodasi di Kebun Raya Bogor bagus	0.760
DI4	Kebun Raya Bogor menawarkan banyak hal dalam keindahan pemandangan alam	0.741
DI13	Kebun Raya Bogor memiliki kualitas infrastruktur yang baik (jalan)	0.470
	Dimensi Afektif Indikator Kesan	$\alpha = 0,696$
DI9	Kebun Raya Bogor memiliki tumbuhan khas yaitu bunga <i>raflesia arnoldi</i>	0.808

DI20	Kebun Raya Bogor adalah tempat wisata yang aman	0.703
DI19	Kebun Raya Bogor memiliki lingkungan yang bebas polusi udara	0.574
	Dimensi Konatif Indikator Perilaku	$\alpha = 0,605$
DI22	Orang-orang yang saya temui di Kebun Raya Bogor ramah-ramah	0.876
DI23	Orang-orang yang saya temui di Kebun Raya Bogor suka membantu	0.704

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 |

Bagian 1

Apakah Anda pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor sebelumnya?

Ya Tidak [STOP]

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

Sekali 2 x 3 x >3 x

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

Ya Tidak

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

Ya Tidak

Tempat-tempat seperti 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"/> | | |

Lampiran 32 Hasil Demografik Sampel

	Domisili	Gender	Usia	Pendidikan	Pernikahan	Pekerjaan	Berkunjung RB	Berapa kali Dalam Tiga Tahun Terakhir	Perjalanannya ke Luar Kota Dalam enam bulan terakhir	Perjalanannya ke Dalam Negeri Dalam enam bulan terakhir	Tempat yang Disukai untuk Berlibur	N1	N2	N3	N4
210	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	2.00	2.00	4.00	4.00
217	3.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	5.00	4.00	5.00	1.00	2.00
218	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00
219	1.00	2.00	2.00	3.00	2.00	1.00	1.00	3.00	1.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00
220	3.00	1.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	4.00	2.00	4.00	4.00
221	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00
222	3.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00	4.00	4.00	5.00	4.00
223	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	2.00	2.00	2.00	11.00	2.00	2.00	4.00	5.00
224	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00
225	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	4.00	3.00	2.00	1.00
226	3.00	1.00	1.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00
227	1.00	2.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00
228	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	5.00	4.00	2.00	4.00	1.00
229	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	4.00	2.00	2.00	1.00	3.00	4.00	5.00	1.00
230	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	4.00	2.00	2.00	6.00	4.00	4.00	3.00	3.00
231	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	5.00	2.00	1.00	3.00	2.00
232	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	5.00	4.00	1.00	2.00	4.00
233	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	4.00	1.00	1.00	1.00
234	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	2.00	6.00	1.00	4.00	4.00	5.00
235	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	7.00	1.00	1.00	3.00	2.00
236	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	7.00	4.00	4.00	2.00	3.00
237	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	5.00	4.00	1.00	4.00	1.00
238	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	7.00	1.00	4.00	1.00	2.00
239	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	7.00	4.00	1.00	4.00	4.00
240	6.00	2.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	2.00	5.00	4.00	4.00	3.00	2.00

Lampiran 33 Data Responden Sampel

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jakarta	173	72.1	72.1	72.1
Bogor	20	8.3	8.3	80.4
Depok	28	11.7	11.7	92.1
Tangerang	2	.8	.8	92.9
Bekasi	3	1.3	1.3	94.2
Di luar JABODETABEK	14	5.8	5.8	100.0
Total	240	100.0	100.0	

		Usia					Total
		<18 tahun	18-23	24-29	30-35	36-41	
Gender	Laki-laki	56	20	17	3	0	96
	Perempuan	85	38	18	2	1	144
Total		141	58	35	5	1	240

		Pendidikan					Total
		<SLTA	SLTA	Diploma	S-1	S-2/S-3	
Gender	Laki-laki	40	33	6	16	1	96
	Perempuan	60	54	7	21	2	144
Total		100	87	13	37	3	240

		Pernikahan				Total
		Belum Menikah	Menikah	Berpisah	Pasangan Meninggal	
Gender	Laki-laki	84	11	1	0	96
	Perempuan	123	20	0	1	144
Total		207	31	1	1	240

		BerapaKaliDalamTigaTahunTerakhirKeKRB				Total
		Sekali	2 x	3 x	> 3x	
BerkunjungKRB	Ya	149	56	21	14	240
Total		149	56	21	14	240

Lampiran 34 Kuesioner Final Niat Mengunjungi Kembali

Bagian 2

Niat mengunjungi kembali

Mohon beri indikasi untuk pernyataan-pernyataan di bawah yang menunjukkan niat Anda untuk mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor.

	Pernyataan	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Ragu-ragu (3)	Setuju (4)	Sangat setuju (5)
1	Saya akan kembali Kebun Raya Bogor untuk liburan	1	2	3	4	5
2	Saya akan kembali berkunjung ke Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
3	Saya akan mengunjungi Kebun Raya Bogor lagi di masa depan	1	2	3	4	5
4	Saya akan mengunjungi kembali Kebun Raya Bogor dalam tiga tahun ke depan	1	2	3	4	5
5	Kebun Raya Bogor layak untuk dikunjungi kembali	1	2	3	4	5
6	Saya lebih suka mengunjungi Kebun Raya Bogor, dibandingkan dengan tempat-tempat lain di Bogor	1	2	3	4	5
7	Kebun Raya Bogor adalah tempat pilihan utama saya untuk berlibur di masa depan	1	2	3	4	5
8	Saya lebih suka berkunjung ke Kebun Raya Bogor di bandingkan dengan tempat lain di Jakarta	1	2	3	4	5
9	Saya akan mendorong saudara saya untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
10	Saya akan	1	2	3	4	5

	merekomendasikan Kebun Raya Bogor kepada teman-teman saya					
11	Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang Kebun Raya Bogor kepada orang lain	1	2	3	4	5
12	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor untuk orang lain	1	2	3	4	5
13	Saya mengunjungi Kebun Raya Bogor karena tempat ini terkenal memiliki tumbuhan langka (seperti, bunga Rafflesia Arnoldi)	1	2	3	4	5
14	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor kepada kerabat saya sebagai tujuan liburan	1	2	3	4	5
15	Saya bersedia untuk merekomendasikan Kebun Raya Bogor untuk keluarga dan teman sebagai tujuan liburan (misalnya, karena Kebun Raya Bogor tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama keluarga/teman)	1	2	3	4	5
16	Untuk selanjutnya saya akan menyimpan kontak dengan orang yang saya kenal ketika saya berkunjung kembali ke Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
17	Saya akan mengatakan hal positif tentang Kebun Raya Bogor ke yang lain orang-orang	1	2	3	4	5
18	Saya akan mendorong teman dan kerabat untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
19	Saya selalu kembali ke	1	2	3	4	5

	tempat wisata Kebun Raya Bogor saat saya berkunjung ke Bogor.					
20	Saya bersedia untuk kembali ke Kebun Raya Bogor di masa depan.	1	2	3	4	5
21	Saya lebih suka mengunjungi Kebun Raya Bogor dibandingkan tempat wisata lain di Bogor, karena Kebun Raya Bogor memiliki pemandangan yang indah dan tanaman yang langka.	1	2	3	4	5
22	Saya lebih suka mengunjungi / berada di Kebun Raya Bogor, daripada pergi / melakukan alternatif di tempat lain	1	2	3	4	5

Lampiran 35 Hasil Niat Mengunjungi Kembali

*Input Data 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

1: Donisli 1 Visible: 101 of 101 Variables

	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12	N13	N14	N15	N1
217	4.00	3.00	1.00	2.00	3.00	4.00	4.00	1.00	2.00	3.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	
218	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	1.00	4.00	2.00	5.00	
219	1.00	5.00	1.00	1.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	
220	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	4.00	4.00	1.00	5.00	5.00	5.00	
221	4.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	1.00	4.00	3.00	3.00	5.00	1.00	4.00	1.00	
222	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	1.00	4.00	5.00	2.00	1.00	
223	2.00	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	2.00	4.00	2.00	2.00	5.00	2.00	4.00	4.00	4.00	
224	2.00	2.00	1.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	1.00	1.00	3.00	1.00	
225	4.00	3.00	2.00	1.00	1.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	2.00	3.00	5.00	3.00	5.00	
226	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00	2.00	1.00	1.00	4.00	4.00	2.00	1.00	4.00	4.00	
227	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00	2.00	5.00	5.00	4.00	4.00	
228	4.00	2.00	4.00	1.00	4.00	2.00	4.00	3.00	3.00	4.00	5.00	4.00	3.00	3.00	2.00	
229	3.00	4.00	5.00	1.00	3.00	4.00	5.00	1.00	1.00	1.00	5.00	2.00	1.00	2.00	4.00	
230	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	4.00	2.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	
231	2.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00	1.00	4.00	3.00	4.00	5.00	2.00	
232	4.00	1.00	2.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00	5.00	3.00	3.00	5.00	4.00	2.00	5.00	
233	4.00	1.00	1.00	1.00	2.00	4.00	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	2.00	4.00	5.00	
234	1.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	2.00	5.00	1.00	5.00	
235	1.00	1.00	3.00	2.00	5.00	5.00	5.00	1.00	5.00	3.00	2.00	3.00	5.00	5.00	5.00	
236	4.00	4.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	5.00	5.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	
237	4.00	1.00	4.00	1.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	4.00	
238	1.00	4.00	1.00	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	3.00	4.00	
239	4.00	1.00	4.00	4.00	3.00	1.00	2.00	4.00	3.00	1.00	5.00	1.00	1.00	3.00	4.00	
240	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	
241																

5:37 PM 7/6/2017

*Input Data 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

1: Donisli 1 Visible: 101 of 101 Variables

	N8	N9	N10	N11	N12	N13	N14	N15	N16	N17	N18	N19	N20	N21	N22	M1
217	1.00	2.00	3.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	1.00	1.00	4
218	2.00	4.00	4.00	2.00	1.00	4.00	2.00	5.00	5.00	2.00	4.00	1.00	4.00	1.00	4.00	4
219	3.00	3.00	1.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	1.00	3.00	4.00	2.00	4.00	2.00	4
220	2.00	2.00	4.00	4.00	1.00	5.00	5.00	5.00	2.00	4.00	1.00	3.00	1.00	4.00	4.00	3
221	1.00	4.00	3.00	3.00	5.00	1.00	4.00	1.00	4.00	2.00	4.00	2.00	3.00	2.00	3.00	4
222	3.00	3.00	4.00	1.00	4.00	5.00	2.00	1.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	2.00	2.00	4
223	4.00	2.00	2.00	5.00	2.00	4.00	4.00	4.00	1.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	5.00	4
224	5.00	4.00	4.00	3.00	1.00	1.00	3.00	1.00	4.00	1.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	4
225	5.00	3.00	3.00	2.00	3.00	5.00	3.00	5.00	4.00	4.00	1.00	2.00	4.00	1.00	5.00	4
226	1.00	1.00	4.00	4.00	2.00	1.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00	3.00	3
227	4.00	3.00	5.00	2.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4
228	3.00	3.00	4.00	5.00	4.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	1.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3
229	1.00	1.00	1.00	5.00	2.00	1.00	2.00	4.00	1.00	1.00	4.00	2.00	1.00	5.00	3.00	4
230	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	1.00	2.00	1.00	1.00	3.00	4
231	2.00	3.00	1.00	4.00	3.00	4.00	5.00	2.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	1.00	2.00	4
232	4.00	5.00	3.00	3.00	5.00	4.00	2.00	5.00	5.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5
233	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	2.00	4.00	5.00	1.00	3.00	4.00	4.00	5.00	3.00	3.00	4
234	5.00	4.00	4.00	3.00	2.00	5.00	1.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4
235	1.00	5.00	3.00	2.00	3.00	5.00	5.00	5.00	1.00	4.00	1.00	2.00	2.00	2.00	5.00	4
236	5.00	5.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	1.00	4.00	3.00	2.00	4.00	1.00	4
237	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	4.00	3.00	3.00	4.00	1.00	5.00	4.00	5.00	4
238	3.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	3.00	4.00	1.00	4.00	3.00	4.00	1.00	3.00	4.00	4
239	4.00	3.00	1.00	5.00	1.00	1.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	2.00	1.00	4
240	1.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	3.00	2.00	4.00	3.00	1.00	4.00	3.00	4
241																

5:37 PM 7/6/2017

Lampiran 36 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Niat Mengunjungi Kembali

. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 105 - 63 \\ &= 42 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 110 \quad \log 240 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2.380211 \\ &= 8.85 \\ &= 9 \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{42}{9} = 4.67 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 5) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
63	-	67	62.5	67.5	11	4.6%
68	-	72	67.5	72.5	15	6.3%
73	-	77	72.5	77.5	25	10.4%
78	-	82	77.5	82.5	40	16.7%
83	-	87	82.5	87.5	55	22.9%
88	-	92	87.5	92.5	41	17.1%
93	-	97	92.5	97.5	27	11.3%
98	-	102	97.5	102.5	16	6.7%
103	-	107	102.5	107.5	10	4.2%
Jumlah					240	100%

Lampiran 37 Statistik Deskriptif Niat Mengunjungi Ulang

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X1	240	45.00	94.00	71.3458	10.29081	105.901
Valid N (listwise)	240					

Lampiran 38 Perhitungan Skor Variabel Niat Mengunjungi Ulang

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Intentions to revisit</i>	Niat untuk mengunjungi di masa depan	13	859,076	48,70%
<i>Intention to recommended</i>	Niat untuk merekomendasi	9	904,88	51,30%
Total Skor			1763,956	100%

Lampiran 39 Kuesioner Final Motivasi

Bagian 3

Motivasi

Berikan indikasi seberapa penting atau tidak penting dengan pernyataan-pernyataan di bawah yang berhubungan dengan motivasi Anda untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor. 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'.

	Pernyataan	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat setuju (5)
1	Mengunjungi Kebun Raya Bogor adalah liburan yang nyaman	1	2	3	4	5
2	Untuk dapat dekat dengan alam	1	2	3	4	5
3	Agar dapat bertemu dengan orang-orang baru	1	2	3	4	5
4	Penting bagi saya untuk pergi ke suatu tempat yang populer pada saat liburan	1	2	3	4	5
5	Agar dapat berlibur dengan teman/keluarga	1	2	3	4	5
6	Agar bisa bergabung dengan teman-teman traveller lain	1	2	3	4	5
7	Untuk menghabiskan waktu dengan keluarga/teman	1	2	3	4	5
8	Agar dapat mengistirahatkan pikiran	1	2	3	4	5
9	Agar dapat melakukan hal-hal sesuai dengan cara saya sendiri	1	2	3	4	5
10	Untuk dapat lebih memahami diri saya	1	2	3	4	5
11	Agar dapat bersenang-senang	1	2	3	4	5

12	Saya akan memiliki kesempatan untuk beristirahat dan rileks	1	2	3	4	5
13	Kebun Raya Bogor memiliki kualitas udara yang baik	1	2	3	4	5
14	Saya hanya suka traveling untuk mengunjungi suatu tempat dan mengerjakan sesuatu	1	2	3	4	5
15	Kebun Raya Bogor menawarkan aktivitas fisik	1	2	3	4	5
16	Kebun Raya Bogor menyediakan kegembiraan	1	2	3	4	5
17	Kebun Raya Bogor membuat saya aktif (seperti mengunjungi galeri yang ada di Kebun Raya Bogor dan berjalan-jalan di lingkungan Kebun Raya Bogor)	1	2	3	4	5
18	Tidak perlu mencemaskan soal waktu	1	2	3	4	5
19	Untuk melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari	1	2	3	4	5
20	Agar jauh dari tuntutan hidup yang biasa dihadapi sehari-hari	1	2	3	4	5
21	Untuk mencari petualangan	1	2	3	4	5
22	Agar jauh dari tekanan psikis sehari-hari	1	2	3	4	5

Lampiran 41 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Motivasi

. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 94 - 45 \\ &= 49 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

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

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{49}{9} = 5.444444444 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 5) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
45	-	49	44.5	49.5	14	5.8%
50	-	54	49.5	54.5	19	7.9%
55	-	59	54.5	59.5	28	11.7%
60	-	64	59.5	64.5	36	15.0%
65	-	69	64.5	69.5	42	17.5%
70	-	74	69.5	74.5	34	14.2%
75	-	79	74.5	79.5	27	11.3%
80	-	84	79.5	84.5	22	9.2%
85	-	94	84.5	94.5	18	7.5%
Jumlah					240	100%

Lampiran 42 Statistik Deskriptif Motivasi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X1	240	45.00	94.00	71.3458	10.29081	105.901
Valid N (listwise)	240					

Lampiran 43 Perhitungan Skor Variabel Motivasi

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Push Factor</i>	Melarikan diri dari rutinitas.	4	801	16,995%
	Evaluasi diri.	4	754,75	16,011%
	Meningkatkan hubungan kekerabatan	4	787,25	16,701%
	Relaksasi	2	776	16,462%
<i>Pull Factor</i>	Fasilitas rekreasi	4	794,25	16,849%
	Pemandangan alam	4	800,5	16,982%
Total Skor			4713,75	100%

Lampiran 44 Kuesioner Final *Place Attachment*

Bagian 4

Place attachment

Berikan indikasi seberapa setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan di bawah. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, berarti Anda semakin 'sangat tidak setuju', dan jika jawaban Anda semakin mendekati angka 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

	Pernyataan	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat setuju (5)
1	Kebun Raya Bogor adalah tempat terbaik untuk apa yang saya lakukan	1	2	3	4	5
2	Saya suka sekali dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
3	Saya merasa rileks ketika saya berada di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
4	Saya tidak akan menggantikan tempat manapun untuk melakukan hal-hal sejenis seperti yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
5	Saya merasa dapat benar-benar menjadi diri sendiri ketika berada di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
6	Saya teridentifikasi sangat kuat dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
7	Kebun Raya Bogor benar-benar berarti bagi saya	1	2	3	4	5
8	Saya merasa bahwa Kebun Raya Bogor adalah bagian dari diri saya	1	2	3	4	5
9	Tidak ada tempat lain yang bisa memberikan liburan yang sama seperti di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
10	Berlibur di Kebun Raya	1	2	3	4	5

	Bogor sangat berarti bagiku					
11	Saya sangat terikat dengan tujuan liburan di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
12	Berlibur di Kebun Raya Bogor lebih penting bagiku daripada berlibur di tempat lain	1	2	3	4	5
13	Saya tidak akan mengganti tujuan lain untuk jenis hal yang saya lakukan selama liburan di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
14	Saya merasa Kebun Raya Bogor adalah bagian dari diri saya	1	2	3	4	5
15	Kebun Raya Bogor sangat spesial untuk saya	1	2	3	4	5
16	Saya mengidentifikasi dengan kuat dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
17	Mengunjungi Kebun Raya Bogor banyak bercerita tentang siapa saya	1	2	3	4	5
18	Kebun Raya Bogor sangat berarti bagi saya	1	2	3	4	5
19	Kebun Raya Bogor adalah tempat terbaik untuk apa yang saya suka lakukan	1	2	3	4	5
20	Tidak ada tempat lain yang bisa dibandingkan dengan Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5
21	Melakukan apa yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor lebih penting bagi saya daripada melakukannya di tempat lain	1	2	3	4	5
22	Saya tidak akan mengganti area lain untuk melakukan jenis hal yang saya lakukan di Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5

Lampiran 45 Hasil Kuesioner Final *Place Attachment*

*Input Data 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

1: Domsili 1

Visible: 101 of 101 Variables

	PA1	PA2	PA3	PA4	PA5	PA6	PA7	PA8	PA9	PA10	PA11	PA12	PA13	PA14	PA15
216	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00
217	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	3.00
218	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
219	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
220	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00
221	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	1.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
222	5.00	5.00	5.00	2.00	2.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
223	3.00	2.00	2.00	3.00	4.00	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	2.00	3.00
224	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	2.00
225	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	5.00	5.00	5.00	1.00
226	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	2.00
227	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	2.00
228	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	2.00
229	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	2.00
230	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	2.00
231	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	2.00
232	5.00	3.00	4.00	3.00	3.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00
233	3.00	3.00	2.00	1.00	1.00	3.00	5.00	2.00	1.00	1.00	5.00	5.00	4.00	1.00	1.00
234	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
235	4.00	4.00	3.00	1.00	1.00	2.00	4.00	2.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00
236	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00
237	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	3.00	5.00	1.00	5.00	3.00	3.00	5.00	5.00	4.00	3.00
238	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00
239	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00	3.00	1.00	4.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00
240	2.00	3.00	3.00	2.00	2.00	5.00	2.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	4.00	4.00	3.00

Data View Variable View

SPSS Processor is ready

*Input Data 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

1: Domsili 1

Visible: 101 of 101 Variables

	PA9	PA10	PA11	PA12	PA13	PA14	PA15	PA16	PA17	PA18	PA19	PA20	PA21	PA22
216	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00
217	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	3.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
218	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00
219	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
220	4.00	4.00	1.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00
221	5.00	4.00	1.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00
222	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	1.00
223	3.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	2.00	3.00	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	3.00
224	2.00	3.00	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	2.00	3.00	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00
225	1.00	2.00	1.00	2.00	5.00	5.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00
226	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	5.00	2.00	2.00
227	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	2.00	3.00
228	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	2.00
229	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	4.00	2.00
230	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	5.00	2.00	2.00
231	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	5.00	2.00	2.00	2.00	4.00	3.00	2.00	5.00	2.00
232	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	3.00	3.00	1.00	2.00	1.00
233	2.00	1.00	1.00	5.00	5.00	4.00	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00	3.00	5.00	1.00
234	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
235	2.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
236	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	2.00	5.00	2.00	1.00	2.00	3.00
237	1.00	5.00	3.00	3.00	5.00	5.00	4.00	3.00	3.00	5.00	5.00	1.00	4.00	1.00
238	3.00	2.00	2.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00
239	4.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	5.00	3.00	2.00	1.00	4.00	1.00
240	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	3.00	2.00	4.00	2.00

Data View Variable View

SPSS Processor is ready

Lampiran 46 Proses Perhitungan Menggambar Grafik *Place Attachment*

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 101 - 39 \\ &= 62 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

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

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{62}{9} = 6.888888889 \quad (\text{ditetapkan menjadi } 7) \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
39	-	45	38.5	45.5	20	8.3%
46	-	52	45.5	52.5	23	9.6%
53	-	59	52.5	59.5	27	11.3%
60	-	66	59.5	66.5	33	13.8%
67	-	73	66.5	73.5	45	18.8%
74	-	80	73.5	80.5	35	14.6%
81	-	87	80.5	87.5	29	12.1%
88	-	94	87.5	94.5	16	6.7%
95	-	101	94.5	101.5	12	5.0%
Jumlah					240	100%

Lampiran 47 Statistik Deskriptif *Place Attachment*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Place Attachment	240	39.00	101.00	70.9875	10.36186	107.368
Valid (listwise)	N 240					

Lampiran 48 Perhitungan Skor Variable *Place Attachment*

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
<i>Place dependen</i>	Kualitas tempat wisata	12	789,41	20,282471%
<i>Place identity</i>	Perbandingan evaluatif antara KRB dengan tempat wisata lain	3	800	20,554562%
	Rasa ketertarikan secara umum terhadap KRB.	3	752,67	19,338503%
	Peran penting KRB	2	781	20.066391%
	Pengaruh pengalaman sehari-hari	2	769	19.758073%
Total Skor			3892.08	100%

Lampiran 49 Kuesioner Final Citra Destinasi

Bagian 5

Citra Kebun Raya Bogor

Berikan indikasi seberapa setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan di bawah. Jika jawaban Anda semakin mendekati angka 1, berarti Anda semakin 'sangat tidak setuju', dan jika jawaban Anda semakin mendekati angka 5, berarti Anda semakin 'sangat setuju'.

	Pernyataan	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat setuju (5)
1	Banyak spot menarik di dalam Kebun Raya Bogor yang dapat dikunjungi	1	2	3	4	5
2	Udara di Kebun Raya Bogor menyenangkan	1	2	3	4	5
3	Kebun Raya Bogor menawarkan banyak hal dalam keindahan pemandangan alam	1	2	3	4	5
4	Kualitas akomodasi di Kebun Raya Bogor bagus	1	2	3	4	5
5	Kebun Raya Bogor memiliki pasar tradisional yang unik untuk kunjungan saya	1	2	3	4	5
6	Kebun Raya Bogor memiliki fasilitas untuk melakukan olahraga	1	2	3	4	5
7	Kebun Raya Bogor memiliki area rekreasi yang menarik	1	2	3	4	5
8	Kebun Raya Bogor memiliki tumbuhan khas yaitu bunga raflesia arnoldi	1	2	3	4	5
9	Kebun Raya Bogor memiliki ikon wisata (opera house) yang cantik	1	2	3	4	5
10	Kebun Raya Bogor	1	2	3	4	5

	memiliki pemandangan yang indah					
11	Kebun Raya Bogor memiliki kualitas infrastruktur yang baik (jalan)	1	2	3	4	5
12	Kebun Raya Bogor memiliki museum yang bagus	1	2	3	4	5
13	Kebun Raya Bogor memiliki layanan transportasi yang nyaman	1	2	3	4	5
14	Kebun Raya Bogor memiliki banyak jenis restoran	1	2	3	4	5
15	Kebun Raya Bogor memiliki alam yang indah.	1	2	3	4	5
16	Kebun Raya Bogor memiliki lingkungan yang bebas polusi udara	1	2	3	4	5
17	Kebun Raya Bogor adalah tempat wisata yang aman	1	2	3	4	5
18	Orang-orang yang saya temui di Kebun Raya Bogor ramah-ramah	1	2	3	4	5
19	Orang-orang yang saya temui di Kebun Raya Bogor suka membantu	1	2	3	4	5
20	Kebun Raya Bogor memiliki lingkungan yang bersih	1	2	3	4	5
21	Kebun Raya Bogor memiliki suasana santai	1	2	3	4	5

Lampiran 50 Hasil Kuesioner Citra Destinasi

*Input Data 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

1: Domestik 1 Visible: 101 of 101 Variables

	D11	D12	D13	D14	D15	D16	D17	D18	D19	D110	D111	D112	D113	D114	D115
216	4.00	4.00	5.00	3.00	3.00	5.00	2.00	3.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00
217	2.00	1.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	1.00	2.00
218	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	2.00	2.00	1.00	3.00	1.00	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00
219	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	2.00	2.00	1.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	1.00	2.00
220	4.00	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	1.00	3.00	2.00	4.00	5.00	4.00
221	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	3.00	5.00	4.00	4.00
222	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
223	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00
224	3.00	3.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	4.00	3.00	3.00	1.00
225	3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	2.00
226	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00
227	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00
228	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00
229	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00
230	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	1.00	4.00	5.00	5.00	3.00	3.00	2.00
231	3.00	1.00	5.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00
232	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	1.00	4.00	4.00	3.00	3.00	1.00
233	2.00	3.00	5.00	3.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00
234	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00
235	4.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00
236	4.00	3.00	4.00	3.00	1.00	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00
237	4.00	3.00	4.00	3.00	1.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00
238	4.00	4.00	1.00	1.00	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	1.00	5.00	1.00	2.00	5.00	1.00
239	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00
240	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	3.00	4.00	1.00	3.00	3.00	1.00	4.00	4.00	4.00

Data View Variable View SPSS Processor is ready

*Input Data 240.sav [DataSet1] - SPSS Data Editor

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

1: Domestik 1 Visible: 101 of 101 Variables

	D17	D18	D19	D110	D111	D112	D113	D114	D115	D116	D117	D118	D119	D120	D121
216	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	1.00	3.00	3.00
217	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	5.00	1.00	2.00	3.00	5.00	5.00	4.00	3.00	4.00
218	2.00	1.00	3.00	1.00	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.00
219	2.00	1.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	1.00	2.00	2.00	4.00	5.00	1.00	4.00	4.00
220	5.00	4.00	3.00	1.00	3.00	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00
221	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	3.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	3.00	5.00	5.00	5.00
222	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	1.00	1.00	5.00
223	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00
224	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	4.00	3.00	3.00	1.00	1.00	3.00	4.00	1.00	1.00	5.00
225	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	3.00	2.00	1.00	2.00	4.00
226	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00
227	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00
228	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00	3.00	4.00
229	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	2.00	5.00	1.00	4.00	4.00	5.00
230	4.00	3.00	1.00	4.00	5.00	5.00	3.00	3.00	2.00	3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	4.00
231	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	5.00	5.00
232	5.00	3.00	4.00	1.00	4.00	4.00	3.00	3.00	1.00	4.00	1.00	4.00	5.00	5.00	5.00
233	4.00	5.00	5.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	5.00	5.00	5.00	2.00	3.00	5.00
234	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00	1.00	4.00	5.00
235	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00
236	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	1.00	4.00	3.00	1.00	2.00	4.00
237	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	2.00	5.00
238	5.00	4.00	2.00	1.00	5.00	1.00	2.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
239	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00
240	3.00	4.00	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00

Data View Variable View SPSS Processor is ready

Lampiran 51 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Citra Destinasi

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 105 - 42 \\ &= 63 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

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

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{63}{9} = 7 \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
42	-	48	41.5	48.5	17	7.1%
49	-	55	48.5	55.5	22	9.2%
56	-	62	55.5	62.5	25	10.4%
63	-	69	62.5	69.5	34	14.2%
70	-	76	69.5	76.5	42	17.5%
77	-	83	76.5	83.5	30	12.5%
84	-	90	83.5	90.5	27	11.3%
91	-	98	90.5	98.5	24	10.0%
99	-	105	98.5	105.5	19	7.9%
Jumlah					240	100%

Lampiran 52 Statistik Deskriptif Citra Destinasi

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Citra Destinasi	240	42.00	105.00	72.4292	10.07769	101.560
Valid N (listwise)	240					

Lampiran 53 Perhitungan Skor Variabel Citra Destinasi

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor Rata-rata	Persentase
Kognitif	Pengetahuan	6	781	16,618789%
	Pemahaman	2	822,50	17,501862%
	Keyakinan	5	778	16,554953%
Afektif	Perasaan	3	777	16,533674%
	Pengalaman	3	773	16,448558%
Konatif	Perilaku	2	768	16,342164%
Total Skor			4699,5	100%

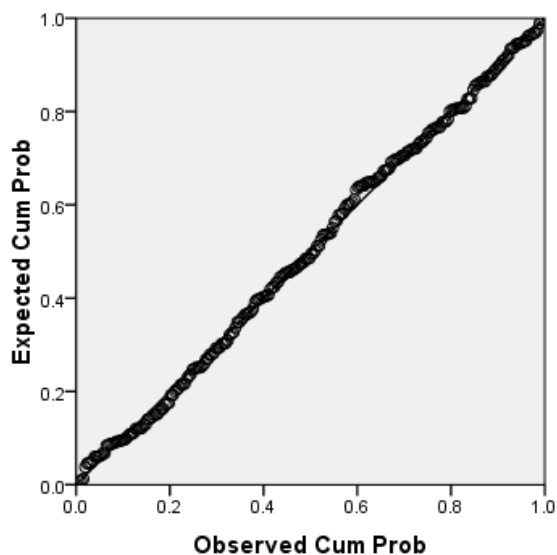
Lampiran 54 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		Niat Mengunjungi Ulang KRB	Motivasi	Place Attachment	Citra Destinasi
N		240	240	240	240
Normal Parameters ^a	Mean	84.6125	72.13	74.98	72.10
	Std. Deviation	11.01520	11.405	11.746	10.877
Most Extreme Differences	Absolute	.086	.061	.058	.070
	Positive	.075	.054	.058	.057
	Negative	-.086	-.061	-.049	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.329	.946	.903	1.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058	.333	.388	.196

a. Test distribution is Normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

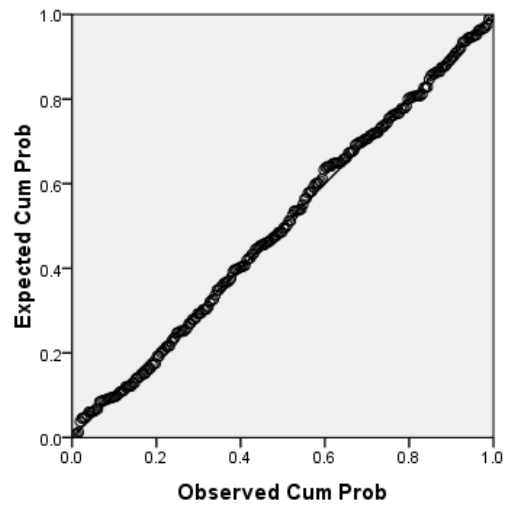
Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB



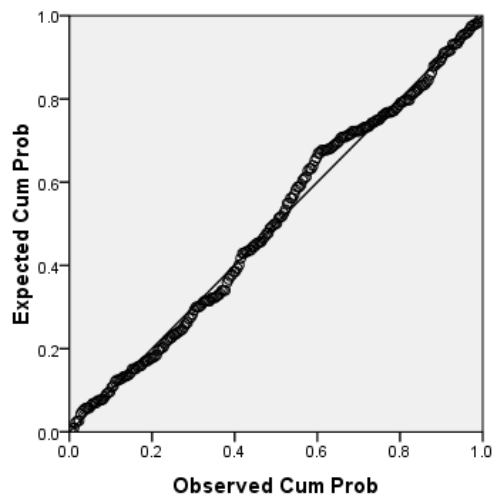
Normal Probability Plot Motivasi dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

***Normal Probability Plot Place Attachment* dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor****Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

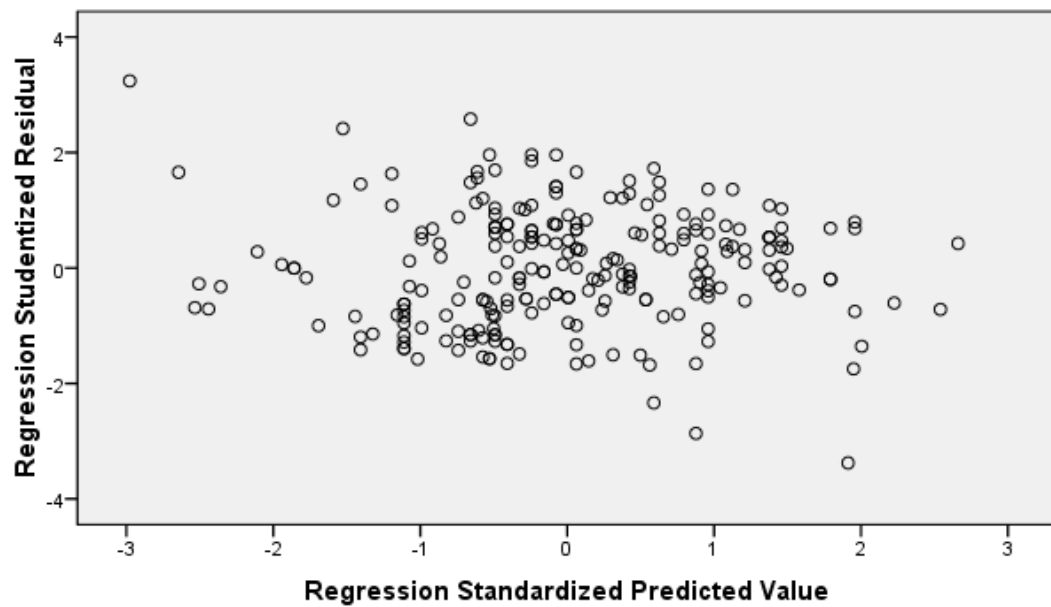
***Normal Probability Plot Citra Destinasi* dengan Niat Mengunjungi Ulang Kebun Raya Bogor**

Lampiran 55 Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	35.450	4.202		8.437	.000		
Motivasi	.310	.125	.290	2.491	.013	.196	5.114
Place Attachment	.158	.145	.149	1.092	.276	.142	7.035
Citra Destinasi	.218	.134	.199	1.626	.105	.176	5.674

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Lampiran 56 Uji Heterokedastisitas



			Motivasi	Place Attachment	Citra Destinasi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Motivasi	Correlation Coefficient	1.000	.991**	.993**	.091
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.162
		N	240	240	240	240
	Place Attachment	Correlation Coefficient	.991**	1.000	.993**	.104
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.108
		N	240	240	240	240
	Citra Destinasi	Correlation Coefficient	.993**	.993**	1.000	.097
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.135
		N	240	240	240	240
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.091	.104	.097	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.162	.108	.135	.	
	N	240	240	240	240	

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

$$X_1 \Rightarrow Y$$

Lampiran 57 Uji Linieritas Y atas X_1

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Niat Mengunjungi Ulang KRB * Motivasi	Between Groups	(Combined) Linearity Deviation from Linearity	14687.237	47	312.494	3.798	.000
	Within Groups		9299.349	1	9299.349	113.014	.000
			5387.889	46	117.128	1.423	.053
			15798.746	192	82.285		
	Total		30485.983	239			

Lampiran 58 Analisis Regresi X_1 atas Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.916	3.974		9.792	.000
	Motivasi	.636	.055	.602	11.623	.000

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

$$\text{Persamaan Regresi } \hat{Y} = 38.916 + 0.636X_1$$

Lampiran 59 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) Motivasi (X_1)

Nilai t hitung motivasi dapat dilihat pada lampiran 52 pada nilai t

Nilai t Hitung (11,623) > Nilai t Tabel (1,96)

Lampiran 60 Analisis Koefisien Determinasi X_1 atas Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.362	.359	9.91772

a. Predictors: (Constant), Motivasi

b. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

$$X_2 \Rightarrow Y$$

Lampiran 61 Uji Linieritas Y atas X₂

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Niat Mengunjungi Ulang KRB * Place Attachment	Between Groups	(Combined) Linearity Deviation from Linearity	14697.435	48	306.197	3.704	.000
			9517.759	1	9517.759	115.140	.000
			5179.675	47	110.206	1.333	.092
	Within Groups		15788.549	191	82.663		
	Total		30485.983	239			

Lampiran 62 Analisis Regresi X₂ atas Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.210	4.014		9.518	.000
	Place Attachment	.647	.055	.604	11.681	.000

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

$$\text{Persamaan Regresi } \hat{Y} = 38.210 + 0.647X_2$$

Lampiran 63 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) Motivasi (X₁)

Nilai t hitung motivasi dapat dilihat pada lampiran 52 pada nilai t

$$\text{Nilai } t_{\text{Hitung}} (11,681) > \text{Nilai } t_{\text{Tabel}} (1,96)$$

Lampiran 64 Analisis Koefisien Determinasi X₂ atas Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.580 ^a	.336	.333	10.11855

a. Predictors: (Constant), Place Attachment

b. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

$$X_3 \Rightarrow Y$$

Lampiran 65 Uji Linieritas Y atas X_3

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Niat Mengunjungi Ulang KRB * Citra Destinasi	Between Groups	(Combined) Linearity Deviation from Linearity	14695.788	47	312.676	3.802	.000
			9356.395	1	9356.395	113.769	.000
			5339.393	46	116.074	1.411	.057
	Within Groups		15790.195	192	82.241		
	Total		30485.983	239			

Lampiran 66 Analisis Regresi X_3 atas Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.881	4.749		6.924	.000
	Citra Destinasi	.713	.065	.580	10.974	.000

a. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

$$\text{Persamaan Regresi } \hat{Y} = 32.881 + 0.713X_3$$

Lampiran 67 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) Motivasi (X_1)

Nilai t hitung motivasi dapat dilihat pada lampiran 52 pada nilai t

$$\text{Nilai } t_{\text{Hitung}} (10,974) > \text{Nilai } t_{\text{Tabel}} (1,96)$$

Lampiran 68 Analisis Koefisien Determinasi X_3 atas Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 ^a	.364	.362	9.89986

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi

b. Dependent Variable: Niat Mengunjungi Ulang KRB

Lampiran 69 Tabel Uji t

DAFTAR - F
 Harga Kritik Untuk t

df	Level of significance for one-tailed test					
	.10	.05	.025	.01	.005	.0005
	Level of significance for two-tailed test					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	636.619
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	31.598
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	12.941
4	1.533	2.132	2.770	3.747	4.604	8.613
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	6.859
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.959
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	5.405
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	5.041
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.781
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.587
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.437
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	4.318
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	4.221
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	4.140
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	4.073
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	4.015
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.965
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.922
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.883
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.850
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.819
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.792
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.767
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.745
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.725
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.707
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.690
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.674
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.659
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.646
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.551
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.460
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617	3.373
∞	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.291

Sumber: Diambil dari Gullford, JP. dan Benyamin, F., *Fundamental Statistic in Psychology and Education*; McGraw-Hill Book Company; Sydney; 1978

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



LUSI JULISTIA, lahir di Bogor, 20 Juli 1995. Mulai menempuh pendidikan di TK Taruna Bakti, lalu melanjutkan ke jenjang selanjutnya yaitu SD Negeri Curug 2 Depok. Selanjutnya mengenyam pendidikan di SMP Negeri 233 Jakarta. Setelah itu melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 105 Jakarta. Kemudian melanjutkan studi di Universitas Negeri Jakarta Program Studi Pendidikan Tata Niaga pada tahun 2013. Penulis memiliki pengalaman berorganisasi Drumband di SDN Curug 2 Depok, Taekwondo dan PMR di SMPN 233 Jakarta. Paskibra di SMAN 105 Jakarta, Staf Danus di HMJEA FE UNJ dan Humas di Econo Channel FE UNJ. Sejak kecil penulis bercita-cita untuk menjadi guru yang amanah dan ikut serta berperan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Penulis juga ingin memiliki usaha di bidang *fashion* terutama pakaian karena bidang tersebut adalah salah satu kebutuhan primer setiap manusia dan usaha tersebut merupakan usaha yang menguntungkan.