

# Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Joang 45 Jakarta

*Tourism Visiting  
Decision and  
Motivation*

Charles Parnauli Saragi, Ika Yulianti Hidayat,  
Sri Endah Yuwantiningrum

*Program Studi Pariwisata, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan  
Email : charlessaragi@ibik.ac.id*

1

## ABSTRACT

*Motivation can trigger the travel process. Tourist motivation is an important factor in carrying out an activity, starting or planning it. Therefore, it is important to know the motivation of tourists to visit tourist attractions, so that it can make it easier for tourist attraction managers to understand the desires and needs of tourists. The aim of this research was to determine the influence of motivation on the decision to visit the Joang 45 Museum, Jakarta. The tourist motivations examined in this research are physical motivation, cultural motivation, individual motivation, and status and prestige motivation. This research uses quantitative methods with a sample of 100 respondents. The sampling technique uses accidental sampling technique. Meanwhile, the data analysis techniques used are validity test, reliability test, normality test, simple linear regression, t test, and coefficient determination. Based on the analysis results from the t test, it shows that motivation which includes physical motivation, cultural motivation, individual motivation, as well as prestige and status motivation influences the decision to visit the Joang 45 Museum, Jakarta.*

Submitted:  
AGUSTUS 2023

Accepted:  
DESEMBER 2023

**Keywords:** *Tourist Motivation, Visiting Decisions, Museum*

## ABSTRAK

Motivasi dapat memicu adanya proses perjalanan berwisata. Motivasi wisatawan menjadi faktor yang penting guna melakukan suatu kegiatan, memulai atau merencanakan. Oleh sebab itu pentingnya mengetahui motivasi wisatawan ke obyek wisata, agar dapat memudahkan pengelola obyek wisata dalam memahami keinginan dan kebutuhan dari wisatawan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung di Museum Joang 45 Jakarta. Motivasi wisatawan yang diteliti dalam penelitian ini adalah motivasi fisik, motivasi kebudayaan, motivasi individu, serta motivasi status dan prestise. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, regresi linear sederhana, uji t, serta determinasi koefisien. Berdasarkan hasil analisis dari uji t menunjukkan bahwa motivasi yang meliputi motivasi fisik, motivasi kebudayaan, motivasi individu, serta motivasi prestise dan status berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Museum Joang 45 Jakarta.

**Kata Kunci:** Motivasi Wisatawan, Keputusan Berkunjung, Museum

**JIPKES**

Jurnal Ilmiah Pariwisata  
Kesatuan  
Vol. 5 No. 1, 2024  
pp. 1 – 8  
IBI KESATUAN  
E-ISSN 2745-7524  
DOI: 10.37641/jipkes.v5i1.2629

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata adalah salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia dan menjadi sumber pendapatan penting bagi banyak negara. Industri pariwisata juga menciptakan banyak lapangan kerja dan berkontribusi pada revitalisasi ekonomi lokal. Dilampir dari unesco.org, (2021) pariwisata budaya merupakan salah satu bagian dari industri pariwisata yang paling cepat berkembang, dengan menyumbang sekitar 40% dari total semua pariwisata di seluruh dunia. Museum termasuk salah satu bagian dari wisata budaya. Berdasarkan data penelitian dari UNESCO bahwa jumlah museum di dunia hampir meningkat 60% sejak tahun 2012, hingga mencapai sekitar 95.000 jumlah institusi. Peningkatan ini menunjukkan bahwa selama dekade terakhir, museum telah mengambil peran penting terhadap kebijakan kebudayaan nasional. Namun, penelitian ini mengungkapkan perbedaan yang besar dengan Afrika dan negara - negara berkembang di pulau kecil yang hanya menyumbang 1,5% dari jumlah total museum di dunia (unesco.org, 2020).

Pada tahun 2020 tercatat bahwa Indonesia memiliki 439 jumlah museum, hal ini berdasarkan pada data dari Statistik Kebudayaan, (2021). Dari data tersebut pada tahun 2020, Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi yang memiliki jumlah museum terbanyak di urutan pertama, selanjutnya Provinsi Jawa Tengah di urutan kedua dan Provinsi DKI Jakarta di urutan ketiga. Adapun Provinsi Jawa Timur memiliki sebanyak 64 jumlah museum, kemudian Provinsi Jawa Tengah memiliki sebanyak 62 jumlah museum. Sedangkan Provinsi DKI Jakarta memiliki sebanyak 61 jumlah museum.

Salah satu museum yang terdapat di Provinsi DKI Jakarta adalah Museum Joang 45 Jakarta yang berlokasi di Jl. Menteng Raya No. 31, Kebon Sirih, Jakarta Pusat. Museum Joang 45 Jakarta merupakan tempat peristiwa kebangkitan dan perjuangan para pejuang Indonesia ketika meraih kemerdekaan Republik Indonesia. Museum ini juga menyimpan barang-barang bersejarah para pejuang Indonesia, sekaligus terdapat koleksi 3 buah mobil kepresidenan. Museum Joang 45 Jakarta tergabung dalam satu unit pengelola museum Kesenjaraan Jakarta, museum Kesenjaraan Jakarta sendiri membawahi 4 museum yaitu Museum Joang 45, Museum sejarah Jakarta, museum taman prasasti, serta museum MH Thamrin. Sedangkan pengelolaannya dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta. Berikut ini terdapat data jumlah pengunjung Museum Joang 45 dalam tiga tahun terakhir:

Tabel 1. 1 Jumlah pengunjung museum joang 45 jakarta

<b>NO</b>	<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2020</b>	<b>Tahun 2021</b>	<b>Tahun 2022</b>
1	Januari	581	47	345
2	Februari	1.263	193	233
3	Maret	512	393	250
4	April	TUTUP COVID 19	198	185
5	Mei		206	707
6	Juni	66	175	483
7	Juli	76	PPKM TUTUP MUSEUM	677
8	Agustus	284		1.301
9	September	99		582
10	Oktober	179	481	1.211
11	November	229	303	1.118

NO	Bulan	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
12	Desember	217	534	697
<b>Jumlah</b>		<b>3.506</b>	<b>2.530</b>	<b>7.789</b>

Sumber: Museum Joang 45, 2022

Berdasarkan pada data jumlah pengunjung diatas, menunjukkan bahwa selama 3 tahun terakhir yakni pada tahun 2020, 2021 hingga 2022. Pada tahun 2021 terjadi penurunan jumlah pengunjung Museum Joang 45 Jakarta ditengah pandemi covid 19, hal tersebut dikarenakan museum sempat tutup lantaran mengikuti aturan pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan pengunjung kembali usai pandemi covid 19. Namun pengelola museum juga perlu mengetahui motivasi dari pengunjung dalam mengunjungi Museum Joang 45 Jakarta.

Menurut Haryanto, (2022) motivasi dalam pariwisata merupakan hasrat guna memenuhi keinginan serta kebutuhan seseorang, yang tujuannya adalah memperoleh kepuasan melalui melakukan perjalanan berwisata. Lalu keinginan inilah yang akhirnya menggerakkan seseorang guna melakukan perjalanan berwisata jika tujuan tersebut sesuai keinginan dan kebutuhannya. Motivasi perjalanan berwisata berhubungan pada pertanyaan dan alasannya seseorang mengapa berpegian. Sedangkan menurut Sudigdo dan Khalifa (2020) keputusan berkunjung diartikan secara umum adalah keputusan wisatawan menentukan destinasi wisata yang hendak dikunjunginya dengan berbagai pertimbangan.

Motivasi wisatawan menjadi faktor yang penting guna melakukan suatu kegiatan, memulai ataupun merencanakan. Maka dengan mengetahui motivasi setiap pengunjung, pengelola Museum Joang 45 Jakarta dapat memahami keinginan serta kebutuhannya pengunjung tersebut. Sehingga tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung di Museum Joang 45 Jakarta.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuesioner, studi pustaka dan observasi. Sumber data pada penelitian ini yaitu berupa data primer dan sekunder. Penelitian ini dilakukan di Museum Joang 45 Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Pada penelitian ini pelaksanaan *accidental sampling* ditujukan kepada pengunjung yang berkunjung ke Museum Joang 45 Jakarta. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan pada perhitungan dengan rumus Slovin yakni berjumlah 100 responden. Kemudian teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, regresi linear sederhana, uji t, serta determinasi koefisien.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdapat 61 responden perempuan dengan persentase (61%) dan 39 responden laki-laki dengan persentase (39%). Sehingga menurut data penelitian ini, responden terbanyak yakni perempuan. Karakteristik responden berdasarkan pada usia, dimana usia 17-20 tahun terdapat 71 orang dengan persentase (71%), kemudian responden dengan usia 21-30 tahun terdapat 20 orang dengan persentase (20%) dan responden berusia 31-40 tahun terdapat 9 orang dengan persentase (9%). Sehingga menurut data penelitian ini, usia responden terbanyak yakni berusia 17-20 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan, terdapat pelajar/mahasiswa sebanyak 84 orang dengan persentase (84%), terdapat pegawai swasta berjumlah 5 orang dengan persentase (5%), terdapat ibu rumah tangga berjumlah 4 orang dengan persentase (4%), dan terdapat guru berjumlah 7 orang dengan persentase (7%). Sehingga menurut data penelitian ini, pekerjaan responden terbanyak yakni pelajar/mahasiswa.

### Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Motivasi	M 1	0,704	0,1966	VALID
	M 2	0,757	0,1966	VALID
	M 3	0,654	0,1966	VALID
	M 4	0,660	0,1966	VALID
	M 5	0,750	0,1966	VALID
	M 6	0,771	0,1966	VALID
	M 7	0,693	0,1966	VALID
	M 8	0,611	0,1966	VALID
Keputusan Berkunjung	KB 1	0,631	0,1966	VALID
	KB 2	0,570	0,1966	VALID
	KB 3	0,535	0,1966	VALID
	KB 4	0,678	0,1966	VALID
	KB 5	0,792	0,1966	VALID
	KB 6	0,676	0,1966	VALID
	KB 7	0,668	0,1966	VALID

Dalam Uji Validitas yaitu membandingkan nilai r hitung serta r tabel. Variabel Motivasi (X) memiliki nilai r hitung  $> 0,1966$ . Sedangkan Keputusan Berkunjung (Y) memiliki r hitung  $> 0,1966$ . Jadi bisa disimpulkan bahwa seluruh item variabel pada penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Keterangan
Motivasi (X)	0,844	0,60	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,769	0,60	Reliabel

Pada uji reliabilitas, nilai cronbach's alpha variabel Motivasi (X) yakni  $0,844 > 0,60$ . Kemudian nilai cronbach's alpha variabel Keputusan Berkunjung (Y) yakni  $0,769 > 0,60$ . Sehingga hasil uji reliabilitas pada penelitian ini yakni reliabel.

### Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.52846011
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.071
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Pada uji normalitas, memperoleh nilai asymp.sig (2-tailed) yakni 0,200. Artinya nilai 0,200 > 0,05 sehingga dinyatakan data tersebut berdistribusi normal.

### Regresi Linear Sederhana

Tabel 5 Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.585	1.760		8.286	.000
	Motivasi	.431	.058	.598	7.380	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Hasil nilai pada persamaan regresi linear sederhana, sehingga persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 14,585 + 0,431 X + e$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) yaitu 14,585 maka jika variabel independen motivasi (X) dianggap tidak ada atau diasumsikan 0, untuk itu keputusan berkunjung bernilai 14,585. Nilai koefisien regresi variabel motivasi (X) memiliki nilai positif terhadap keputusan berkunjung (Y) yaitu nilai koefisien sebesar 0,431. Hal itu menunjukkan bahwa motivasi bernilai positif serta searah, maka apabila variabel motivasi terdapat peningkatan, tentunya akan menyebabkan juga peningkatan pada keputusan berkunjung.

### Uji t (Parsial)

Tabel 6 Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.585	1.760		8.286	.000
	Motivasi	.431	.058	.598	7.380	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Tabel 4.12 terdapat hasil uji T yang memperoleh nilai pada motivasi (X) yaitu 0,000. Jadi perolehan nilai signifikansi pada variabel motivasi mempunyai nilai yang lebih kecil dari nilai probabilitas signifikansi 0,05. Kemudian dapat diketahui nilai t tabel paraf signifikansi 5% yakni  $t_{tabel} = t_{(a/2; n-k-1)} = t_{(0,025; 98)} = 1,984$

Uji t pada variabel motivasi terhadap keputusan berkunjung mempunyai tingkat signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$  yang artinya mempunyai nilai yang signifikan lebih kecil dari 0,05. Kemudian t hitung pada motivasi 7,380 > t tabel 1,984 yang artinya mempunyai nilai t hitung lebih besar daripada t tabel. Hal tersebut menunjukkan  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Jadi variabel motivasi (X) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung (Y) di Museum Joang 45 Jakarta.

### Koefisien Determinasi

Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.598 <sup>a</sup>	.357	.351	2.54133

a. Predictors: (Constant), Motivasi

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Hasil dari koefisien determinasi (R square) diperoleh sebesar 0,357. Jadi bisa dikatakan bahwa keputusan berkunjung di Museum Joang 45 Jakarta dipengaruhi pada variabel motivasi (X) dengan persentase (35,7%). Sedangkan

sisanya yaitu 64,3% pengunjung akan dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada variabel motivasi dengan perolehan rata-rata yakni 3,72 dikategorikan baik.

1. Indikator motivasi fisik dikategorikan baik yakni 3,72 dengan item rekreasi dan melepaskan penat dari rutinitas keseharian.
2. Indikator motivasi kebudayaan dengan rata-rata tertinggi yakni 4,22 dikategorikan baik dengan item melihat koleksi peninggalan sejarah dan menambah wawasan terkait sejarah memperjuangkan kemerdekaan.
3. Indikator motivasi individu dengan rata-rata terendah yakni 3,39 dikategorikan cukup dengan item menghabiskan waktu dengan keluarga atau teman dan menambah kenalan atau teman baru.
4. Indikator motivasi status dan prestise dikategorikan baik yakni 3,58 dengan item berkunjung karena keperluan tugas kampus/sekolah dan mengunjungi Museum Joang 45 Jakarta karena trend yang sedang viral yaitu berkunjung ke museum.

Pada variabel keputusan berkunjung dengan perolehan rata-rata yakni 3,90. dikategorikan baik. Indikator evaluasi alternatif dengan rata-rata tertinggi yakni 4,33 dikategorikan sangat baik, dengan item bisa berwisata sambil belajar tentang sejarah memperjuangkan kemerdekaan. Sedangkan indikator keputusan berkunjung dengan rata-rata yakni 3,09 dikategorikan cukup dengan item memutuskan berkunjung ke Museum Joang 45 Jakarta dibanding wisata sejarah lainnya yang ada di Provinsi DKI Jakarta.

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara motivasi terhadap keputusan berkunjung di Museum Joang 45 Jakarta. Dimana dari hasil perhitungan SPSS 25 yaitu  $0,000 < sig 0,05$ . Dengan nilai  $t$  hitung  $7,380 > t$  tabel  $1,984$ . Artinya menunjukkan  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Sehingga hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya oleh Syawaluddin Lingga dan Zia Kemala (2022) bahwa motivasi wisatawan motivasi wisatawan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis, motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Museum Joang 45 Jakarta. Untuk dapat terus meningkatkan motivasi kebudayaan, diharapkan kepada pihak pengelola museum dengan menambah teknologi pendukung berupa animasi atau ilustrasi digital yang mampu menjelaskan maupun menampilkan video informasi yang menarik terkait sejarah atau koleksi, serta adanya permainan digital mengenai sejarah yang dapat dimainkan langsung oleh pengunjung. Pada indikator motivasi individu dengan rata-rata terendah, maka disarankan kepada pihak pengelola museum dapat diselenggarakannya festival budaya, event atau program menarik yang dapat menambah rasa sosialisasi kepada pengunjung lainnya.

Bagi penulis atau peneliti selanjutnya yang akan mengambil topik yang serupa dengan penelitian ini alangkah baiknya untuk memperdalam dan mengembangkan variabel lain, sehingga dapat diketahui hal-hal lain yang menjadi faktor berpengaruh pada keputusan berkunjung.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Arifin, Z. (2019). *Evaluasi Program Teori dan Praktik Dalam Konteks Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- [2] Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9), e04839.
- [3] Çelik, S., & Dedeoğlu, B. B. (2019). Psychological factors affecting the behavioral intention of the tourist visiting Southeastern Anatolia. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.
- [4] COVID-19: UNESCO and ICOM Concerned About The Situation Faced by The World's Museums. (18 Mei 2020). unesco.org: <https://www.unesco.org/en/articles/covid-19-unesco-and-icom-concerned-about-situation-faced-worlds-museums> [diakses pada tanggal 25 September 2022]
- [5] Cutting Edge: Bringing cultural tourism back in the game. (1 Maret 2021). unesco.org: <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game>
- [6] Daliansyah. (2021). *Melirik Bisnis Usaha Perjalanan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [7] Definisi Baru Museum Rawat Keragaman dan Keberlanjutan - Green Network Asia - Indonesia. (2022) Tersedia pada: <https://greennetwork.id/unggulan/definisi-baru-museum-rawat-keragaman-dan-keberlanjutan/>. [diakses pada tanggal 9 Juni 2023]
- [8] Donargo, S. (2022, July). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Kesawan Kota Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 862-875).
- [9] Estikowati., Alvianna, S., Astuti, w., Hidayatullah, S., Krisnanda, R. (2022). *Pengantar Ilmu Pariwisata (Sejarah, Jenis, Macam, Dampak, Dan Istilah Dalam Pariwisata)*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- [10] Fanggidae, A. H., Soares, Y. O., Fanggidae, R. P., Bessie, J. L., Sabon, M. G., Fanggidae, R. E., Maak, C. S. (2021). *Analisis Potensi Pariwisata Di Nusa Tenggara Timur Seri Buku Kasus-Kasus Manajemen 3*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- [11] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [12] Marjukah, A. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- [13] Muharto. (2020). *Pariwisata Berkelanjutan: Kombinasi Strategi Dan Paradigma Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [14] Muksin, D. R. M. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Universitas Brawijaya*.
- [15] Murdana, I. M., Fauzan, R., Damanik, D., Sucandrawati, N. L., Umar, M., Febrianto, R. S., Mastutie, F. (2023). *Ekonomi Pariwisata*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- [16] Nazrin, N., Ismail, A. I., & Merican, F. M. I. (2018). Psychological Factors Affecting Visitor's Visitation Decision Of Museums In Kedah. *International Journal*, 1(5), 35-44.
- [17] Noor, M. F., Keliwar, S., Nala, I. W., Sukmana, E., & Uhai, S. (2021). *Survey Wisatawan Nusantara Dan Wisatawan Mancanegara Provinsi Kalimantan Timur*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- [18] PP 66 tahun 2015 tentang Museum. (2023). Tersedia pada: <https://www.jogloabang.com/budaya/pp-66-2015-museum> [diakses pada tanggal 11 Juni 2023]
- [19] Prabainastu, H. (2020). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Denpasar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 184-188.
- [20] Pusat Data dan Teknologi Informasi Sekretariat Jenderal Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. Statistik Kebudayaan 2021. Tersedia pada: [http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi\\_CC4179A6-B4FF-4E0C-809B-5CADD9132AB5\\_.pdf](http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi_CC4179A6-B4FF-4E0C-809B-5CADD9132AB5_.pdf) [diakses pada tanggal 27 September 2022]

- [21] Putri, S. W., Radjab, R., & Utami, I. A. Y. S. D. (2022). Pengaruh Motivasi Wisatawan Domestik terhadap Minat Kunjung ke Kuta Mandalika. *Journal of Mandalika Review*, 1(1), 29-37.
- [22] Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10-18..
- [23] Ramadhani, N. D., Rini, & Setiawan, H. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 162-171.
- [24] Srisusilawati, P., Kusuma, G. P. E., Budi, H., Haryanto, E., Nugroho, H., Satmoko, N. D., Adelia, S., Andriani, D., Wicaksono, A., Sinurat, J., Lumanauw, N., Arifien, Y., Sudirman, A., Putra, A. R., Agustini, I. G. A. A., Titahelu, J. A. S., Octaviany, V., Kurniawan, A. P., Ardiansyah, I. (2022). *Manajemen Pariwisata*. Bandung: CV Widina Media Utama.
- [25] Subhiksu, I. B., & Utama, G. B. (2018). *Daya Tarik Wisata Museum Sejarah dan Perkembangannya di Ubud Bali*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [26] Sudigdo, A., & Khalifa, G. S. A. (2020). The impact of Islamic destination attributes on Saudi Arabians' decision to visit Jakarta: Tourism destination image as a mediating variable. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 8(3), 3.
- [27] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- [28] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- [29] Sukaatmadja, I. P., & Yasa, N. N. (2021). *Perilaku Wisatawan Domestik Terhadap Bali*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- [30] Tourism Meaning: Learn About the Definition of Tourism Industry. (2022). <https://www.revfine.com/tourismmeaning/#:~:text=The%20United%20Nations%20World%20Tourism,%2C%20business%2C%20or%20other%20purposes> [diakses pada tanggal 10 Juni 2023]
- [31] Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tanggal 16 Januari 2009. (2023). Tersedia pada: [https://jdih.kominfo.go.id/produk\\_hukum/view/id/138/t/undangundang+nomor+10+tahun+2009+tanggal+16+januari+2009](https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/138/t/undangundang+nomor+10+tahun+2009+tanggal+16+januari+2009) [diakses pada tanggal 9 Juni 2023]
- [32] UNWTO Tourism Definitions, Definitions Du Tourisme De l'OMT, Definiciones De Turismo de la OMT. World Tourism Organization (UNWTO). (2019). Tersedia pada: <https://doi.org/10.18111/9789284420858> [diakses pada tanggal 9 Juni 2023]
- [33] Widayati, C. C., Ali, H., Permana, D., & Nugroho, A. (2020). The role of destination image on visiting decisions through word of mouth in urban tourism in Yogyakarta. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(3), 177-196.
- [34] Wisnawa, I. M., Kartimin, I. W., & Hartini, N. M. (2022). *Brand dan E-Marketing Pariwisata*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [35] Wolor, C. W., & Sari, D. A. (2021). *Hospitality*. Ponorogo: Gracias Logis Kreatif.