

# Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi

Suci Nurul Fadiya<sup>1\*</sup>, Adek Kurnia Fiza<sup>2</sup>

Universitas Negeri Padang, Indonesia

[nurulfadiyasuci@gmail.com](mailto:nurulfadiyasuci@gmail.com)<sup>1\*</sup>

Alamat: Jalan Prof. Dr.Hamka, Air Tawar Padang, Sumatera Barat

Korespondensi penulis: [nurulfadiyasuci@gmail.com](mailto:nurulfadiyasuci@gmail.com)

**Abstract.** *This research aims to find problems related to the motivation of tourists' visiting decisions. This type of research is quantitative descriptive using a causal associative approach with a survey method which aims to see the influence of motivation on the decision to visit. This research involved 90 respondents selected through purposive sampling. Data collection was carried out through a questionnaire distributed via Google Form using a Likert scale. The questionnaire was tested for validity and reliability. Data were analyzed using SPSS 20.00. The results of this research show that the motivation variable is in the good category, namely with an average value of 3.73, and the visiting decision variable shows the adequate category with an average value of 3.89. From the motivation value (X), the calculated F value is 120.175 with Sig 0.000 < 0.05, meaning that the motivation variable can explain the visiting decision variable significantly. Furthermore, an Adjusted R Square value of 0.577 was obtained, meaning that the influence of the motivation variable (X) on the visiting decision variable (Y) was 57.7%, while 42.3% was influenced by other factors.*

**Keywords:** *Motivation, Decision to Visit, Tourist Behavior*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menemukan permasalahan yang berkaitan dengan motivasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif melalui pendekatan asosiatif kausal dengan metode survey yang bertujuan untuk melihat pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung. Penelitian ini melibatkan 90 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar melalui *Google Form* dengan menggunakan skala likert. Kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Data dianalisis menggunakan SPSS 20.00. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel motivasi berada pada kategori baik yaitu dengan nilai rata-rata 3,73, dan variabel keputusan berkunjung menunjukkan kategori cukup dengan nilai rata-rata 3,89. Pada nilai motivasi (X) diperoleh nilai F hitung 120.175 dengan Sig 0,000 < 0.05 artinya variabel motivasi dapat menjelaskan variabel keputusan berkunjung secara signifikan. Selanjutnya diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,577 artinya pengaruh variabel motivasi (X) terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) sebanyak 57,7% sedangkan 42,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** Motivasi, Keputusan Berkunjung, Perilaku Wisatawan

## 1. LATAR BELAKANG

Pemerintah Indonesia secara aktif berupaya untuk lebih mengembangkan pariwisata di negaranya agar dapat menunjang pembangunan negara, karena dapat menunjang perekonomian nasional ketika dunia sedang menghadapi kesulitan (Ethika, 2016). Kota Bukittinggi yang terletak di Provinsi Sumatera Barat merupakan tujuan wisata yang populer dan berkontribusi terhadap pertumbuhan pariwisata Indonesia. Kota Bukittinggi memiliki beragam destinasi wisata dengan ciri khas dan keunikannya masing-masing, seperti: Ngarai Sianok, Jam Gadang, Taman Marga Satwa Budaya dan Kinantan, Taman Panorama baru, dan objek wisata lainnya. Diantara objek wisata di atas, Taman Panorama Baru kini menjadi destinasi wisata yang banyak digemari wisatawan.

Taman Panorama Baru merupakan destinasi wisata populer di Bukittinggi, berlokasi hanya 5,2 km atau 15 menit berkendara dari pusat kota. Letaknya dekat Ngarai Sianok, dengan pemandangan tebing ngarai yang memanjang, dan pemandangan Gunung Merapi dan Gunung Singgalang, serta jajaran Bukit Barisan, wisatawan yang melihat pemandangan ini akan tergoda untuk memejamkan mata. Dalam mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi pilihan wisatawan untuk melakukan perjalanan ketika mengembangkan destinasi pariwisata, dengan motivasi wisatawan menjadi faktor kuncinya (Yusendra, 2015).

Motivasi adalah pergeseran tingkat energi seseorang yang ditentukan oleh pengalaman emosi dan termotivasi oleh pencapaian tujuan tertentu. (Sardiman, 2012). Menurut Pitana dan Gayatri (2005), dalam kegiatan berwisata atau memutuskan untuk melaksanakan suatu kegiatan pariwisata, wisatawan mempertimbangkan berbagai hal, seperti faktor secara internal yang mendorong dan secara eksternal yang menarik. Oleh karena itu, memahami motivasi wisatawan menjadi kunci penting dalam mengembangkan industri pariwisata yang efektif dan menarik bagi wisatawan. Joseph (2013:41) menjabarkan Ada empat alasan utama mengapa orang memilih untuk bepergian: motivasi fisik, sosial, budaya, dan status.

Menurut penelitian Jalilvand dan Samiei dalam Sirait (2017) keputusan wisatawan mengenai tempat berkunjung serupa dengan keputusan konsumen saat membeli produk. Putra (2021) menyebutkan bahwa sebelum mengunjungi suatu destinasi atau wilayah, individu mengambil keputusan untuk berkunjung berdasarkan berbagai faktor. Motivasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, hal itu dikarenakan semakin tinggi motivasi wisatawan maka keputusan berkunjung juga semakin meningkat. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Farida & Lestari (2023), yang menyatakan Faktor motivasi dan keputusan berkunjung berkorelasi positif, hal ini menunjukkan bahwa tingkat motivasi yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan berkunjung semakin tinggi pula keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada bulan Maret 2024 terdapat beberapa permasalahan seperti adanya penilaian negatif dari wisatawan terkait kualitas dan fasilitas yang berdampak kepada keputusan pengunjung yang tidak jadi berkunjung dan lebih memilih tempat wisata yang lain. Wisatawan akan lebih cenderung mengunjungi suatu objek wisata jika objek wisata tersebut menawarkan kualitas yang baik dan fasilitas yang nyaman, karena hal ini mempengaruhi proses pengambilan keputusan mereka.

Permasalahan terkait motivasi fisik yaitu wisatawan mengeluhkan bahwa belum cukup tersedianya fasilitas relaksasi seperti area santai menikmati pemandangan alam sekitar. Alangkah baiknya dibangun pondok atau gazebo yang cukup nyaman sehingga fasilitas ini bisa memfasilitasi

pengunjung untuk melihat pemandangan sekitar. Perlu disediakan minuman tradisional yang mampu memberikan suasana relaksasi seperti minuman hangat wedang jahe, atau juice segar yang menjadi pilihan lain. Untuk kegiatan olahraga di area ini akan lebih bagus lagi jika dibangun jogging track sehingga bisa berolahraga begitu sampai di lokasi juga tentunya menikmati pemandangan alam sekitar. Terkait dengan kesehatan, objek wisata ini perlu juga untuk memikirkan fasilitas yang dapat meningkatkan kesehatan pengunjung seperti tawaran jenis kuliner sehat dengan olahan sehat.

Permasalahan terkait motivasi interpersonal adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Baru dikarenakan objek wisata ini kembali dengan inovasi baru sehingga akan menjadi gengsi tersendiri bagi mereka yang berkunjung ke objek wisata yang tidak diketahui oleh banyak orang baik teman atau kerabat, namun berdasarkan hasil penelusuran penulis pada media sosial instagram melalui hastag Taman Panorama Baru hanya terdapat kurang dari 100 postingan tentang objek wisata ini.

Permasalahan terkait motivasi status dan martabat adalah adanya pengunjung Taman Panorama Baru yang dilarang memesan taxi online di dalam area wisata. Aturan ini menimbulkan kekhawatiran bagi pengunjung terkait keamanan dan kenyamanan mereka. Aturan ini dapat membuat pengunjung merasa seperti mereka tidak memiliki pilihan lain selain menggunakan angkutan lokal.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Keputusan Berkunjung**

Abdulrahman (2018) menjelaskan bahwa keputusan mengunjungi suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh perilaku pembelian seseorang, yang meliputi identifikasi masalah, penelitian informasi, evaluasi pilihan, melakukan pembelian, dan refleksi pengalaman untuk mencapai kepuasan berdasarkan kebutuhan konsumen dan keinginan. Menurut Dewi (2018) menjelaskan bahwa ketika individu memutuskan untuk melakukan perjalanan, mereka terlibat dalam proses pembelian untuk memilih tujuan yang akan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, proses ini mencakup identifikasi masalah, pengumpulan informasi, mempertimbangkan berbagai pilihan, mengambil keputusan, dan melakukan refleksi. pada pilihan mereka setelah perjalanan. Menurut Aprillia (2015) menjelaskan proses pengambilan keputusan yang dilakukan pengunjung ketika memilih untuk mengunjungi suatu tempat, yang melibatkan evaluasi berbagai pilihan dan pengambilan keputusan berdasarkan faktor-faktor tertentu.

## **Motivasi**

Menurut Suwarman (2014:23), motivasi adalah kekuatan batin yang memaksa orang untuk bertindak guna mencapai tujuan atau hasil tertentu. Ini memengaruhi perilaku dan dapat menyebabkan individu bertindak tanpa kesadaran. Menurut Mangkunegara (2013:94) Motivasi adalah keadaan psikologis yang mendorong individu untuk berusaha mencapai potensi maksimalnya dan mencapai tujuan mereka. Hal ini dapat dikategorikan menjadi dua jenis: motivasi umum, yang merupakan dorongan dasar yang dimiliki semua individu, dan motivasi khusus, yang khusus untuk keinginan dan aspirasi unik setiap individu. Menurut Usman (2013:276) motivasi dipandang sebagai dorongan umum untuk mengambil tindakan, sedangkan motif mengacu pada kebutuhan, keinginan, atau dorongan tertentu.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hubungan antar variabel dan dilakukan di Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi pada bulan Mei hingga Juli 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan motivasi dengan keputusan pengunjung mengunjungi Taman Panorama Baru di Kota Bukittinggi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang mengunjungi taman tersebut. Penelitian menggunakan *purposive sampling* dan menentukan jumlah sampel sebanyak 90 responden berdasarkan pedoman dari Hair (2010) yang menyarankan kisaran 5 hingga 10 x dari jumlah indikator yang digunakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data yang melibatkan formulir-formulir berisi pertanyaan tertutup. Formulir ini diberikan kepada responden secara langsung untuk memperoleh jawaban, tanggapan, dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur respons dari para responden, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 20.00.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil Penelitian**

##### **a. Analisis Deskripsi Variabel**

##### **1) Variabel Motivasi**

Data motivasi meliputi 14 item pernyataan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pertanyaan-pertanyaan ini dijawab oleh 90 responden. Data penelitian menunjukkan hasil respon kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 1.** Data Statistik Variabel Motivasi

Statistics		
Motivasi		
N	Valid	90
	Missing	0
Mean		52.34
Median		52.00
Mode		49
Std. Deviation		6.529
Variance		42.633
Range		32
Minimum		38
Maximum		70
Sum		4711

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 20 (2024)

Tabel menunjukkan, peserta berjumlah 90 orang dan rata-rata skornya adalah 52,34, *standar deviation* sebesar 6.529, *variance* sebesar 42.633, *range* 32, *minimum* sebesar 38, *maximum* sebesar 70 dan total nilai (*sum*) sebesar 4711.

## 2) Analisis Variabel Keputusan Berkunjung

Data keputusan berkunjung meliputi 16 item pernyataan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pertanyaan-pertanyaan ini dijawab oleh 90 responden. Data penelitian menunjukkan hasil respon kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 2.**Data Statistik Variabel Keputusan Berkunjung

Statistics		
Keputusan Berkunjung		
N	Valid	90
	Missing	0
Mean		62.39
Median		63.00
Mode		64
Std. Deviation		7.091
Variance		50.285
Range		41
Minimum		39
Maximum		80
Sum		5615

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 20 (2024)

Tabel menunjukkan, peserta berjumlah 90 orang dan rata-rata skornya adalah 62.39, *standar deviation* sebesar 7.091, *variance* sebesar 50.285, *range* 41, *minimum* sebesar 39, *maximum* sebesar 80 dan total nilai (*sum*) sebesar 5615.

b. Uji Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4.61049245
	Absolute	.069
Most Extreme Differences	Positive	.039
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.652
Asymp. Sig. (2-tailed)		.789

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: SPSS, 20.00 (2024)

Uji normalitas menunjukkan hasil variabel motivasi terhadap keputusan berkunjung berdistribusi normal dengan nilai Asymp Sig sebesar 0,789 dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

2) Uji Homogenitas

**Tabel 4.** Hasil Uji Homogenitas

**Test of Homogeneity of Variances**

Hasil

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.138	1	178	.711

Sumber: SPSS, 20.00 (2024)

Hasil uji homogenitas menunjukkan nilai Sig sebesar 0,711 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan besar data tersebut berasal dari populasi yang variansinya homogen.

3) Uji Linearitas

**Tabel 5.** Hasil Uji Linearitas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Berkunjung * Motivasi	(Combined)	3232.394	23	140.539	7.462	.000
	Between Groups	2583.548	1	2583.548	137.180	.000
	Linearity					
	Deviation from Linearity	648.846	22	29.493	1.566	.083
	Within Groups	1242.995	66	18.833		
Total		4475.389	89			

Sumber: SPSS, 20.00 (2024)

Uji linearitas menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi dengan keputusan berkunjung, dengan nilai Sig sebesar 0,083 pada tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05.

4) Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis data secara menyeluruh dengan menggunakan uji regresi linier sederhana, diketahui hubungan antara motivasi (X) dengan keputusan berkunjung (Y). Hasil analisis tersebut dirangkum dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 6.** Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 <sup>a</sup>	.577	.572	4.637

a. Predictors: (Constant), Motivasi

Sumber: SPSS, 20.00 (2024)

Dari tabel diatas diperoleh nilai R square sebesar 0,577 , artinya variabel motivasi berpengaruh sebesar 57,7% terhadap keputusan berkunjung Wisatawan di Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi dan 42,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Berikut adalah hasil uji regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7.**Nilai Signifikansi

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	2583.548	1	2583.548	120.175	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1891.841	88	21.498		
Total		4475.389	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Motivasi

Sumber: SPSS, 20.00 (2024)

Empat belas item pernyataan yang berkaitan dengan motivasi diuji dalam data. Uji ANOVA menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara motivasi dengan keputusan berkunjung, dengan nilai F hitung sebesar 120,175 dan tingkat signifikansi 0,000. Artinya motivasi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan berkunjung. Oleh karena itu,  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Koefisien regresi antara motivasi dan keputusan berkunjung dapat ditentukan dari tabel:

**Tabel 8.** Koefisiensi Regresi Variabel X terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.196	3.970		4.835	.000
	Motivasi	.825	.075	.760	10.962	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: SPSS, 20.00 (2024)

Analisis regresi menunjukkan bahwa dengan peningkatan motivasi sebesar 1 satuan, maka terdapat peningkatan yang signifikan sebesar 0,825 satuan pada keputusan berkunjung.

## Pembahasan

### a. Motivasi

Temuan menunjukkan bahwa data dari 90 peserta dianalisis menggunakan SPSS versi 20.00, diketahui bahwa variabel motivasi wisatawan secara umum menunjukkan kategori baik dengan nilai sebesar 3,73. Adapun penilaian terendah dengan kategori cukup terdapat pada indikator motivasi interpersonal dengan nilai terendah sebesar 2,82, dengan hal ini tentu harusnya lebih di upayakan supaya motivasi berwisata lebih meningkat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Motivasi Wisatan di Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi secara keseluruhan di kategorikan baik atau masih butuh peningkatan. Menurut Mangkunegara (2013:94), motivasi adalah keadaan psikologis yang menginspirasi individu untuk berusaha mencapai kinerja.

### b. Keputusan Berkunjung

Temuan menunjukkan bahwa data dari 90 peserta dianalisis menggunakan SPSS versi 20.00, diketahui bahwa variabel keputusan berkunjung secara umum menunjukkan kategori baik dengan nilai sebesar 3,89. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Keputusan

Berkunjung wisatawan di Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi berada pada kategori baik. Hal ini diperkuat oleh teori Sirait (2017) yang mengatakan bahwa wisatawan membuat keputusan dan mengambil tindakan dalam membeli suatu produk setelah meneliti dan membandingkan berbagai pilihan selama tahap kunjungan.

c. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis untuk menguji bagaimana motivasi mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Panorama Baru di Kota Bukittinggi. Analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.00 dan ditemukan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke taman, dengan nilai F hitung sebesar 120,175 dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga diperoleh hipotesis pertamanya adalah  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Selanjutnya koefisien regresi linear sebesar 0,825 dengan sig  $0,000 < 0,005$  artinya setiap peningkatan 1 satuan motivasi akan meningkat 0,825 Keputusan Berkunjung Wisatawan. Kemudian diperoleh nilai 0,577, artinya variabel motivasi berpengaruh sebesar 57,7% terhadap keputusan berkunjung Wisatawan di Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi dan 42,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Syawaluddin Lingga (2022) bahwa motivasi wisatawan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan berkunjung ke Desa Wisata Lamajang. Dan menurut teori Sardiman (2011) motivasi adalah kekuatan yang berasal dari dalam diri seseorang, mendorong untuk bertindak dengan cara yang berdampak pada perilaku dan pada akhirnya mendorong menuju hasil atau tujuan tertentu. Ini adalah energi halus namun menarik yang menginspirasi individu untuk mengambil langkah-langkah menuju pencapaian tujuan yang mereka inginkan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Setelah meninjau penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka temuannya dapat dirangkum sebagai berikut.:

- a. Motivasi wisatawan di Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi secara keseluruhan menunjukkan penilaian sebesar 3,73 dari 5 dengan kategori baik. Adapun skor nilai tertinggi pada indikator motivasi fisik sedangkan untuk nilai terendah pada indikator motivasi budaya.

- b. Keputusan Berkunjung di Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi secara keseluruhan menunjukkan penilaian sebesar 3,89 dari 5 dengan kategori baik. Adapun skor nilai tertinggi pada indikator perilaku setelah berkunjung sedangkan untuk nilai terendah pada indikator pengenalan masalah.
- c. Motivasi wisatawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi, dengan besar pengaruh sebesar 57,7% berasal dari faktor tersebut. Sisanya sebesar 42,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

### **Saran**

Diharapkan pihak pengelola Taman Panorama Baru bisa memperhatikan berbagai aktivitas yang dilakukan wisatawan selama berkunjung ke Taman Panorama Baru tersebut. Hal ini penting karena aktivitas yang dilakukan wisatawan memainkan peran penting dalam menentukan pilihan mereka untuk mengunjungi Taman Panorama Baru. Pada indikator motivasi interpersonal pada pernyataan “saya termotivasi mengunjungi Taman Panorama Baru untuk meningkatkan gengsi diantara teman saya” Peneliti merekomendasikan agar Taman Panorama Baru memperbaiki spot foto berbasis alam agar dapat meningkatkan daya tarik tempat wisata secara keseluruhan, karena ternyata taman tersebut memiliki nilai rata-rata terendah dalam hasil penelitian.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Abdulrahman, D. (2018). *Analisis Pengaruh City Branding dan Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya terhadap Keputusan Berkunjung ke Sukabumi* (Bachelor's thesis, Fak. Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta).
- Aprillia, F. (2015). "Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 24. No.1.
- Ethika, T. D. (2016). Pengembangan pariwisata berbasis budaya berdasarkan undang-undang no. 10 tahun 2009 di kabupaten sleman. *Jurnal Kajian Hukum*, 1(2), 133-158.
- Farida, F., & Lestari, E. (2023). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Tua Jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2)
- Gustia, A. E., & Putra, T. (2021). Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(1), 7–12.
- Joseph, P. (2013). *Tourism Principles, Policies & Practices*. Pondicherry: Directorate of Distance Education, Pondicherry University
- Kumalasari, Reni Dewi (2018) Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Di Cafe Sawah Desa Wisata Pujon Kidul, Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Lingga, S., & Kemala, Z. (2022). Analisis Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Lamajang. *Manajemen dan Pariwisata*, 1(1), 66-75.

- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pitana, I G. dan Gayatri, P G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sardiman, A. M. 2011. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar Jakarta*: PT. Rajawali Pers
- Sardiman, A. M. 2012. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Radjawali.
- Sirait, H. (2017). Pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata bukit Gibeon kecamatan Ajibata kabupaten Toba Samosir (Doctoral dissertation, Unimed)
- Usman, Husaini. 2013. *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. Ed.4. Cet.1
- Yusendra, A. E. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan domestik nusantara. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 1(01), 46–64.