

**“MOTIVASI WISATAWAN DALAM BERKUNJUNG KE *BORDER TOURISM*  
*DESTINATION: DESA TEMAJUK, KALIMANTAN BARAT*”.**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengikuti  
Seminar Usulan Penelitian  
dan Penyusunan Skripsi pada Program Studi Industri Perjalanan  
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh :

Cindiyosi Harits Ramadhani

201621136

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PERJALANAN WISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

**2020**

LEMBAR PENGESAHAN

MOTIVASI WISATAWAN DALAM BERKUNJUNG KE  
*BORDER TOURISM DESTINATION* :  
DESA TEMAJUK, KALIMANTAN BARAT

NAMA : CINDIYOSI HARITS RAMADHANI  
NIM : 201621136  
PROGRAM STUDI : INDUSTRI PERJALANAN WISATA  
JURUSAN : PERJALANAN

Pembimbing I,



**Faisal, MM.Par., CHE.**

NIP. 19730706 199503 1 001

Pembimbing II,



**Rr. Adi Hendraningrum, S.Sos., M.M.**

NIP. 19690807 199403 2 001

Bandung, September 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**

NIP.19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

**Faisal, MM.Par., CHE.**

NIP. 19730706 199503 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Cindiyosi Harits Ramadhani  
Tempat/Tanggal Lahir : Pontianak, 16 Desember 1997  
NIM : 201621136  
Program Studi : studi Industri Perjalanan  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
**MOTIVASI WISATAWAN DALAM BERKUNJUNG KE *BORDER TOURISM DESTINATION*: DESA TEMAJUK, KALIMANTAN BARAT**  
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung,

Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



## ABSTRAK

Sejak adanya wisatawan yang telah mengunjungi Desa Temajuk ini belum ada data yang menjelaskan mengenai motivasi dan karakteristik wisatawan yang berkunjung dan masih banyak orang-orang bahkan penduduk Kalimantan Barat sendiri yang belum mengetahui mengenai keberadaan Desa Temajuk, Kalimantan Barat ini. Hal ini, dapat disebabkan oleh belum adanya fokus dalam bidang promosi yang mana informasi mengenai desa inipun masih sangat minim, yang hanya tersedia oleh para *blogger* tertentu. Hal lain yang peneliti dapat dari Pra-survey adalah masih belum adanya kerjasama antara pemerintah dan masyarakat setempat yang terkesan berjalan sendiri-sendiri, yang mana sudah banyak potensi-potensi wisatanya yang sudah dikelola oleh pihak swasta dan masyarakat setempat dengan tidak mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan wisatawan yang sebenarnya. Peneliti bertujuan untuk mencari faktor pendorong dan penarik Wisatawan dalam mengunjungi Destinasi Wisata Perbatasan Desa Temajuk, Kalimantan Barat. Dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif, peneliti membagikan kuesioner kepada 100 orang responden menggunakan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian menemukan bahwa faktor pendorong wisatawan adalah Culture sedangkan penarik wisatawan berkunjung adalah Daya tarik Desa Temajuk, Kalimantan Barat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Faktor pendorong dan penarik sama-sama berperan dalam kunjungan wisatawan ke Desa Temajuk, Kalimantan Barat

Kata Kunci : Motivasi, Faktor Pendorong, Faktor Penarik, Desa Temajuk,

Wisatawan

## **ABSTRACT**

*From tourists who have visited Temajuk Village, there is no data that explains about visitors and visitors who visit and people in West Kalimantan who have never visited Temajuk Village, West Kalimantan. This, can be caused by the lack of focus in the field of promotion where information about the village is still very minimal, which is only available by certain bloggers. Other things that can be done by the pre-survey researchers still do not have representation between the government and the community that they own, which already has many tourism potentials that have been managed by the private sector and the community with actual different needs. The researcher suggests to look for the driving and peering factors to visit the Border Tourism Destination of Temajuk Village, West Kalimantan. In this study using descriptive quantitative research methods. Researchers asked questionnaires to 100 respondents with purposive sampling technique. The driving factor for tourists is Culture while attracting tourists is the attraction of Temajuk Village, West Kalimantan. The conclusion of this study is the driving and pulling factors together in tourist visits to Temajuk Village, West Kalimantan*

*Keywords : Motivation, push, pull, Desa Temajuk, Tourist*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas ijin-Nya, penyusunan Usulan Penelitian dengan judul “**MOTIVASI WISATAWAN DALAM BERKUNJUNG KE *BORDER TOURISM DESTINATION: DESA TEMAJUK, KALIMANTAN BARAT***”, dapat diselesaikan dengan tepat pada waktunya.

Pembuatan Usulan Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah syarat syarat dalam mengikuti Seminar Usulan Penelitian Industri Perjalanan program Strata-1 Program Studi Industri Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Pada kesempatan kali ini, penyelesaian Usulan Penelitian ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada Peneliti. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih serta penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Faisal, MM. Par. CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM. Par., selaku Ketua Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Singgih Tri Wibowo, MP. Par., selaku Ketua Program Studi Industri Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung
4. Bapak Faisal, MM. Par. CHE., selaku Dosen Pembimbing I, terimakasih

atas waktu bimbingan dan masukan yang telah diberikan.

5. Ibu Rr. Adi Hendraningrum, S.Sos., MM., selaku Dosen Pembimbing II, terimakasih atas waktu bimbingan dan masukan yang telah diberikan.
6. Bapak Wiwin Supriadi, SE, ME selaku Kepala Bidang Pemberdayaan Masyarakat Desa Dinas Sosial Kabupaten Sambas
7. Kepada Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sambas yang telah memberikan izin penelitian & informasi yang terkait.
8. Dosen – dosen serta staff Jurusan Perjalanan khususnya Studi Industri Perjalanan yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Orang tua penulis, Bapak Subandiyo, SH & Ibu Erlusi, Am. Keb. Kembaran saya Cindiyola Harits Ramadhana serta kakak perempuan saya Sandi Putri Askara Utami.
10. Sahabat penulis, Atikah Shidqi Rahayu, Yudhistira Nuas Kusuma, Nanda Septiani, Ni Putu Santi, Hiafa Dwi Muharani dan Natasha Ventary.
11. Keluarga penulis yang berada di Kalimantan Barat terutama geng dalam keluarga yaitu Uray Ayu Alda & Muhammad Rifky
12. Teman seperjuangan, Seluruh Mahasiswa/I SIP 2016 terutama yang tergabung dalam grup bimbingan Adi Sensei
13. Terimakasih kepada *Boy Group* GOT7, Podcast Malam Kliwon dan Podcast *Do You See What I See* yang telah memberikan hiburan dan menemani peneliti selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Peneliti menyadari bahwa Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, saran dan kritik yang sifatnya membangun peneliti harapkan dari semua pihak guna meningkatkan kualitas dari penelitian selanjutnya.

Bandung, Juli 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN MAHASISWA .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan penelitian .....	7
D. Keterbatasan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Wisatawan.....	10
2. Motivasi wisatawan .....	11
3. Faktor Pendorong ( <i>push</i> ) Wisatawan .....	13
4. Faktor Penarik ( <i>pull</i> ) Wisatawan .....	16

5. Karakteristik Wisatawan.....	19
7. Border Tourism Destination .....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	33
B. Obyek Penelitian .....	34
C. Populasi dan Sampel.....	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel .....	35
D. Metode Pengumpulan Data .....	36
1. Teknik Pengumpulan Data.....	36
2. Alat Pengumpulan Data .....	36
3. Validitas & Reabilitas.....	36
E. Matrix Operational Variable.....	42
F. Analisis Data .....	46
G. Jadwal Penelitian.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Profil wisatawan .....	49
B. Analisis Faktor Motivasi Pendorong (push).....	55
C. Analisis Faktor Motivasi Penarik ( <i>push</i> ) .....	85
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....</b>	<b>132</b>
A. Simpulan.....	132
B. Implikasi .....	133

C. Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA .....	137
LAMPIRAN.....	147

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1	KERANGKA PEMIKIRAN.....	32
GAMBAR 2	GARIS KONTINUM <i>PSYCHOLOGICAL RELIEF</i> .....	58
GAMBAR 3	GARIS KONTINUM <i>FAMILY &amp; FRIEND TOGETHERNESS</i> .....	62
GAMBAR 4	GARIS KONTINUM <i>EDUCATION &amp; KNOWLEDGE</i> .....	65
GAMBAR 5	GARIS KONTINUM <i>CULTURE</i> .....	71
GAMBAR 6	GARIS KONTINUM <i>SOCIAL &amp; FUN</i> .....	77
GAMBAR 7	GARIS KONTINUM <i>ESTEEM &amp; ACHIEVMENT</i> .....	82
GAMBAR 8	GARIS KONTINUM VARIABEL PENDORONG.....	84
GAMBAR 9	GARIS KONTINUM DAYA TARIK.....	100
GAMBAR 10	GARIS KONTINUM AKSESIBILITAS .....	106
GAMBAR 11	GARIS KONTINUM AMENITAS .....	111
GAMBAR 12	GARIS KONTINUM KETERSEDIAAN PAKET .....	115
GAMBAR 13	GARIS KONTINUM AKTIVITAS .....	123
GAMBAR 14	GARIS KONTINUM LAYANAN TAMBAHAN.....	128
GAMBAR 15	GARIS KONTINUM VARIABEL PENARIK .....	130

## DAFTAR DIAGRAM

DIAGRAM 1	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA PER BULAN KE INDONESIA MENURUT PINTU MASUK (2019)...	4
DIAGRAM 2	JENIS KELAMIN RESPONDEN .....	49
DIAGRAM 3	USIA RESPONDEN.....	50
DIAGRAM 4	PEKERJAAN RESPONDEN .....	51
DIAGRAM 5	TEMAN PERJALANAN .....	52
DIAGRAM 6	KENDARAAN YANG DIGUNAKAN WISATAWAN .....	53
DIAGRAM 7	LAMA TINGGA WISATAWAN .....	54
DIAGRAM 8	TANGGAPAN RESPONDEN DALAM KEINGINAN UNTUK MENJAUH DARI TEMPAT TINGGAL.....	56
DIAGRAM 9	TANGGAPAN RESPONDEN DALAM MENGUNJUNGI KELUARGA ATAU KERABAT .....	59
DIAGRAM 10	TANGGAPAN RESPONDEN DALAM MENGUNJUNGI TEMPAT YANG AKAN DAPAT SAYA CERITAKAN KETIKA PULANG .....	62
DIAGRAM 11	TANGGAPAN RESPONDEN UNTUK MENCOBA MAKANAN YANG BERBEDA .....	66
DIAGRAM 12	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KEINGINAN UNTUK MENCOBA GAYA HIDUP BERBEDA.....	67
DIAGRAM 13	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MENCOBA KEBIASAAN ATAU TRADISI YANG BERBEDA .....	68
DIAGRAM 14	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT BERTEMU DENGAN ORANG BARU & BERBEDA .....	72
DIAGRAM 15	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT BERTEMU DENGAN ORANG YANG MEMILIKI KETERTARIKAN YANG SAMA.	73
DIAGRAM 16	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MENEMUKAN KESENANGAN & KEGEMBIRAAN .....	74

DIAGRAM 17	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MENUNJUKAN STATUS SOCIAL .....	78
DIAGRAM 18	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MENUNJUKAN PENGALAMANNYA .....	79
DIAGRAM 19	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MENUNJUKAN PENGALAMANNYA .....	86
DIAGRAM 20	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KEINDAHAN BIOTA LAUT .....	87
DIAGRAM 21	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KEINDAHAN PEMANDANGAN .....	88
DIAGRAM 22	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT CUACA YANG BERSAHABAT .....	89
DIAGRAM 23	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT RUMAH MIRING .....	91
DIAGRAM 24	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KEBUDAYAAN & SEJARAH .....	92
DIAGRAM 25	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT PATOK PERBATASAN .....	94
DIAGRAM 26	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KERAMAHAN PENDUDUK LOKAL .....	95
DIAGRAM 27	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT BIAYA PERJALANANNYA MURAH .....	96
DIAGRAM 28	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT BIAYA PENGELUARAN DI DESTINASI MURAH .....	97
DIAGRAM 29	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KEMUDAHAN AKSESIBILITASNYA .....	101
DIAGRAM 30	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KUALITAS JALANNYA .....	102
DIAGRAM 31	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KETERSEDIAAN TRANSPORTASI UMUM.....	103

DIAGRAM 32	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KETERSEDIAAN TOKO MAKANAN & MINUMAN .....	107
DIAGRAM 33	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KETERSEDIAAN FASILITAS AKOMODASI.....	108
DIAGRAM 34	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT FASILITAS PERBELANJAAN PRODUK MALAYSIA .....	109
DIAGRAM 35	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KETERSEDIAAN PEMANDU UNTUK MENYEBRANG KE LINTAS BATAS...	112
DIAGRAM 36	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MEMUNGKINKAN UNTUK MELAKUKAN PENDAKIAN DI BATU BEJULANG .....	116
DIAGRAM 37	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MEMUNGKINKAN UNTUK MELAKUKAN SNORKELING .....	117
DIAGRAM 38	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MEMUNGKINKAN SAYA UNTUK MELIHAT UNTUK PENYU BERTELUR.....	119
DIAGRAM 39	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT MEMUNGKINKAN MELINTAS KE NEGARA MALAYSIA MELALUI POS LINTAS BATAS .....	120
DIAGRAM 40	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KETERSEDIAAN KETERSEDIAAN LAYANAN KESEHATAN .....	124
DIAGRAM 41	TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT KETERSEDIAAN LAYANAN SINYAL KOMUNIKASI YANG BAIK.....	125

## DAFTAR TABEL

TABEL 1	KARAKTERISTIK PERJALANAN WISATAWAN.....	19
TABEL 2	PENELITIAN TERDAHULU.....	29
TABEL 3	HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN .....	38
TABEL 4	<i>CASE PROCESSING SUMMARY</i> .....	41
TABEL 5	NILAI UJI VALIDITAS INSTRUMEN .....	41
TABEL 6	<i>MATRIX OPERATIONAL VARIABLE</i> .....	42
TABEL 7	BOBOT PENILAIAN SKALA LIKERT .....	47
TABEL 8	JADWAL PENELITIAN.....	48
TABEL 9	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR <i>PHYSICOLOGICAL RELIEF</i> .....	57
TABEL 10	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR FAMILY & FRIEND TOGETHERNESS .....	60
TABEL 11	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR <i>EDUCATION &amp; KNOWLEDGE</i> .....	64
TABEL 12	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR <i>CULTURE</i> .....	70
TABEL 13	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR <i>SOCIAL &amp; FUN</i> .....	76
TABEL 14	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR <i>ESTEEM &amp; ACHIEVEMENT</i> .....	81
TABEL 15	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR <i>ESTEEM &amp; ACHIEVEMENT</i> .....	83
TABEL 16	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR DIMENSI DAYA TARIK .....	98
TABEL 17	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR AKSESIBILITAS ...	104
TABEL 18	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR AMENITAS .....	110
TABEL 19	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR KETERSEDIAAN PAKET .....	113



TABEL 20	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR AKTIFITAS .....	121
TABEL 21	REKAPITULASI PENGOLAHAN SKOR LAYANAN TAMBAHAN .....	126
TABEL 22	REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN VARIABEL PENARIK .....	129

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, G. (2017). Hubungan Perkembangan Wisata terhadap Ekonomi Wilayah di Gunungkidul Selatan. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 1(1), 16. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2017.1.1.16-27>
- Adomaitiene, R., & Seyidov, J. (2017). Factors Influencing Local Tourists' Decision-Making on Choosing a Destination: a Case of Azerbaijan. *Ekonomika*, 95(3), 112. <https://doi.org/10.15388/ekon.2016.3.10332>
- Africa, S. (2015). " *Tourism Destination Marketing : Approaches Improving Effectiveness and Efficiency* ", *Journal of Hospitality and Tourism , Technology* , 2012 , vol : 3 ,. October.
- Al-Haj Mohammad, B. A. M., & Mat Som, A. P. (2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v5n12p41>
- Albayrak, T., & Caber, M. (2018). Examining the relationship between tourist motivation and satisfaction by two competing methods. *Tourism Management*, 69(June), 201–213. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.015>
- Anggela, M. M., Oka Karini, N. M., & Sofia Wijaya, N. M. (2018). Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Jembong Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*, 5(2), 76. <https://doi.org/10.24843/ipta.2017.v05.i02.p01>
- Antara, M., & Prameswari, Y. A. (2018). Push and Pull Factors of Tourists Visit the Tourism Destination of Bali, Indonesia. *Tourism and Hospitality Management*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.15640/jthm.v6n1a11>
- Arcana, K. T. P. (2017). The Correlation of Event Tourism towards Travel Motivation and Its Impact on Destination Image of Bali. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 3(1), 127. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v3i1.95>
- Asbollah, A. Z., Hassan, N., Yusoff, Y. M., & Idris, H. (2017). The tourist behaviour in different environments: A literature review. *Planning Malaysia*, 15(1), 279–288. <https://doi.org/10.21837/pmjournal.v15.i6.24>
- Aswin Sangpikul. (2017). The effects of travel experience dimensions on tourist satisfaction and destination loyalty: the case of an island destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1–15.

- Ay, E., İpek, K., Özdağ, N. B., Özekici, E., & Alvarez, M. D. (2019). *Travel Bloggers as Influencers: What Compels Them to Blog*.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-030-16981-7\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-030-16981-7_9)
- Azman, H. A. (2019). Pengaruh Push Dan Pull Factor Terhadap Kunjungan. *Benefita*, 4(1), 182–195.
- A. V. Seaton, M. M. (1996). *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases*. Croatia: Zrinski d.d.
- Badarab, F., Trihayuningtyas, E., & Suryadana, M. L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togeana Provinsi Sulawesi Tengah. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(2), 97.  
<https://doi.org/10.17509/thej.v7i2.9016>
- Bahaudin, G. (2012). Cultural Value And Travel Motivation Of European Tourists - ABI/INFORM Collection - ProQuest. *Clutejournals.Com*, 28(6), 1295–1304.  
<https://clutejournals.com/index.php/JABR/article/view/7344%0Ahttps://search.proquest.com/abicomplete/docview/1221279374/E3FEEEE0AF9DE48C1PQ/10?accountid=17214>
- Beeton, S. (2005). The competitive destination. In *Tourism Management* (Vol. 26, Issue 2). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.009>
- Blasco, D., Guia, J., & Prats, L. (2014). Emergence of governance in cross-border destinations. *Annals of Tourism Research*, 49, 159–173.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.09.002>
- Bossaerts, P., & Ødegaard, B. A. (2006). Present Value. *Lectures on Corporate Finance*, 23–37. [https://doi.org/10.1142/9789812773005\\_0005](https://doi.org/10.1142/9789812773005_0005)
- Brouder, P., Clavé, S. A., Gill, A., & Ioannides, D. (2016). Tourism Destination Evolution. In *Tourism Destination Evolution*.  
<https://doi.org/10.4324/9781315550749>
- Buhalis, D. D. (2000). Marketing the competitive destination of the future . *Tourism Management* 21 .
- BChang, L. H., Stylos, N., Yeh, S. S., & Tung, Y. Y. (2015). How do motivation, pre-visit information search and destination image affect post-visit behavioural intention? The case of an island destination. *European Journal of Tourism Research*, 9(July 2017), 8–23.
- Chiang, C.-C., Wang, M.-Y., Lee, C.-F., & Chen, Y.-C. (2015). Assessing Travel Motivations of Cultural Tourists: A Factor-Cluster Segmentation Analysis.

- Journal of Information and Optimization Sciences*, 36(3), 269–282.  
<https://doi.org/10.1080/02522667.2014.996028>
- Cruz, A. P. S. (2013). *The Physical Tourist A Science Guide for the Traveler*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Da Costa Mendes, J., Do Valle, P. O., Guerreiro, M. M., & Silva, J. A. (2010). The tourist experience: Exploring the relationship between tourist satisfaction and destination loyalty. *Tourism*, 58(2), 111–126.
- Daniele, R., Frew, A. J., Varini, K., & Magakian, A. (2009). Affiliate Marketing in Travel and Tourism. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2009*. [https://doi.org/10.1007/978-3-211-93971-0\\_29](https://doi.org/10.1007/978-3-211-93971-0_29)
- Dayour, F., & Adongo, C. A. (2015). Why They Go There : International Tourists ' Motivations and Revisit Intention to Northern Ghana. *Tourism Management* 2015, 4(1), 7–17. <https://doi.org/10.5923/j.tourism.20150401.02>
- del Río, J. A. J., Agüera, F. O., Cuadra, S. M., & Morales, P. C. (2017). Satisfaction in border tourism: An analysis with structural equations. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 103–112.  
<https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.02.001>
- Dewi, M. A., & Rachmawati, I. (2018). The barriers and strategy of Sota's border tourism area development. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 31(4), 400.  
<https://doi.org/10.20473/mkp.v31i42018.400-409>
- Eichhorn, V., & Buhalis, D. (2010). Accessibility: A key objective for the tourism industry. *Accessible Tourism: Concepts and Issues, January 2017*, 46–61.  
<https://doi.org/10.21832/9781845411626-006>
- Fallis, A. . (2013). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Frent, C. (2016). An overview on the negative impacts of tourism. *Revista de Turism: Studii Si Cercetari in Turism*, 0(22), 32–37.
- Frochot, I., & Batat, W. (2013). *Marketing and Designing the Tourist Experience*.
- Gao, J., Ryan, C., Cave, J., & Zhang, C. (2019). Tourism border-making: A political economy of China's border tourism. *Annals of Tourism Research*, 76(July 2018), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.02.010>
- Gnanapala, A. (2017). *Travel Motives , Perception And Satisfaction Of Millennial Travellers : A Study In East Coast Of Sri Lanka Grace Phang Ing , Zaiton*

*Osman , Roslee Mohidin , Kamarul Mizal Marzuki , Dayangku Aslinah Abdul Rahim , Roslinah Mahmud , Yuzainy Janin Jointly Org. December.*

- Gnanapala, W. K. A. C. (2012). Travel Motivations and Destination Selection: A Critique. *International Journal of Research in Computer Application & Management*, 2(1), 49–53.
- Harman, S. (2007). Importance of Destination Attributes Affecting Destination Choice of. *Education*, 131–145.
- Hermansyah, D., & Waluya, B. (2012). 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 and Hospitality Essentials Journal*, 11(1), 245–268.
- Hsu, T. K., Tsai, Y. F., & Wu, H. H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management*, 30(2), 288–297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.011>
- Indonesia, I. N. (2011). Comparative study of tourist characteristics on cultural heritage tourism sites: survey on tourist in Indonesia and Thailand heritage sites. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 3(3), 53–68. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1605.3525>
- Jani, D., & Nguni, W. (2016). Pre-trip vs. post-trip destination image variations: A case of inbound tourists to Tanzania. *Tourism*, 64(1), 27–40.
- Kartini, D. (2015). The Influence of Cultural Values, Tourist Motivation, and Word Of Mouth towards the Destination Image and the Implications of Visit Intention (Study on Tourist Destinations in Yogyakarta). *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 1, 99–110.
- Kassean, H., & Gassita, R. (2013). Exploring tourists’ “push and pull” motivations to visit mauritius as a holiday destination. *Tourismos*, 8(2), 39–56.
- Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol. 12, No. 2, Oktober 2015 Motivasi Dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang Di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort*, 12(2), 10–27.
- Khuong, M. N., & Ha, H. T. T. (2014). The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists’ Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam — A Mediation Analysis of Destination Satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6), 490–496. <https://doi.org/10.7763/ijtef.2014.v5.421>

- Kirom, N. R., Sudarmiati, S., & Adi Putra, I. W. J. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan - Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(3), 536–546. <https://doi.org/10.17977/jp.v1i3.6184>
- Koc, E. (2015). Food tourism: A practical marketing guide. In *Annals of Tourism Research* (Vol. 54). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.05.008>
- Kozak, M., & Andreu, L. (2006). Progress in tourism marketing. In *Progress in Tourism Marketing* (Issue June 2014). <https://doi.org/10.4324/9780080480480>
- Kozak, M., & Buhalis, D. (2019a). Cross-border tourism destination marketing: Prerequisites and critical success factors. *Journal of Destination Marketing and Management*, 14(October), 100392 <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100392>
- Lagiewski, R., & Revelas, D. (2004). Challenges in cross-border tourism regions. *RIT Scholar Works*, 1–7. <http://scholarworks.rit.edu/other/551>
- Lee, C. H., Chen, H. S., Liou, G. B., Tsai, B. K., & Hsieh, C. M. (2018). Evaluating international tourists' perceptions on cultural distance and recreation demand. *Sustainability (Switzerland)*, 10(12), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su10124360>
- Leiper, N. (1995). *Tourism Management*. Melbourne: RMIT Press
- Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553–575. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90071-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90071-5)
- Luiza, S. M. (2010). *ACCESSIBLE TOURISM – THE IGNORED OPPORTUNITY*. Romania: Babe-Bolyai University Cluj Napoca.
- Manafe, J. ., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(1), 101. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i1.1687>
- McInerney, D. M., Maehr, M. L., & Dowson, M. (2016). Motivation and culture. *The Curated Reference Collection in Neuroscience and Biobehavioral Psychology*, January 2017, 631–639. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809324-5.05634-0>
- Muksin, D. R. M., & Sunarti. (2018). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol.55*, 55(1), 196–203. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2258>
- Mutanga, C. N., Vengesayi, S., Chikuta, O., Muboko, N., & Gandiwa, E. (2017). Travel motivation and tourist satisfaction with wildlife tourism experiences in Gonarezhou and Matusadona National Parks, Zimbabwe. *Journal of Outdoor*

- Recreation and Tourism*, 20(June), 1–18.  
<https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.08.001>
- Nana Trisnawati, N. I. (2019). Motivasi Pengunjung Mengunjungi Museum Di Kawasan Kota Tua Jakarta. *IKRAITH-EKONOMIKA* Vol 2 No 1.
- Nurdianisa, L., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Motivasi Wisatawan Dalam Berbagi Pengalaman Wisata Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1), 95–105. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i1.13291>
- Noel Scott, J. G. (2017). Exploring Experience and Motivation Using Means-end Chain Theory. *Visitor Experience Design*, 53-64.
- Ong, C. E., Ormond, M., & Sulianti, D. (2017). Performing ‘Chinese-ness’ in Singkawang: Diasporic moorings, festivals and tourism. *Asia Pacific Viewpoint*, 58(1), 41–56. <https://doi.org/10.1111/apv.12149>
- Pariwisata, P. (2016). *Dr . I Gusti Bagus Rai Utama , MA . September*.  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36451.96804>
- Park, J., Wu, B., Morrison, A. M., Shen, Y., Cong, L., & Li, M. (2016). The Tourism System Research Categorization Framework. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(9), 968–1000. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1085885>
- Prada-Trigo, J., Pérez Gálvez, J. ., López-Guzmán, T., & Pesántez Loyola, S. . (2016). Tourism and Motivation in Cultural Destinations: towards those Visitors Attracted by Intangible Heritage. *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 7(14), 17–37.
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of tourists’ emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(2), 118–127.  
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.05.001>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Taman Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Rahmani, P. (2011). The relationship between self-esteem, achievement goals and academic achievement among the primary school students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 29, 803–808.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.308>
- Rai Utama, I. G. B., & Junaedi, I. W. R. (2017). Motivasi wisatawan mengunjungi desa wisata Blimbingsari, Jembrana, Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 7(1), 165. <https://doi.org/10.24843/jkb.2017.v07.i01.p10>

- Rani, F. P., Kusuma, H. E., & Ardhyanto, A. (2018). Pariwisata Pusaka: Destinasi Dan Motivasi Wisata Di Pusaka Saujana Imogiri Yogyakarta. *Jurnal Planologi*, 15(2), 149. <https://doi.org/10.30659/jpsa.v15i2.3524>
- Richards, G. (2002). Tourism attraction systems: Exploring Cultural Behavior. *Annals of Tourism Research*.
- Sagala, P. L. (2017). Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Daerah Tujuan wisata Danau Toba Sumatera Utara. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8261.1992.tb00148.x>
- Santika, I. N. E., & Suryasih, I. A. (2018). Elemen Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Wisata Pengotan, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2018.v06.i01.p06>
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–22. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13762>
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sayangbatti, D. P. (2015). *Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu*. 5(2), 126–136. <https://doi.org/10.22146/jnp.6372>
- Schmerler, K. (2008). Medical Tourism in Germany. In *Tourism in Germany*.
- Setiawan, I. B. D. (2015). *Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali*.
- Sebastian Vengeysayi, F. M. (2009). Tourism Destination Attractiveness: Attractions, Facilities, and People as Predictors. *Tourism Analysis*.
- Skodova Parmova, D., Dvorakova Lískova, Z., & Kain, R. (2018). *Cross-Border Regions As Supporting Structures for Raising Competitiveness in Europe*. January 2018, 65–78. <https://doi.org/10.31410/eraz.2018.65>
- Smith, V. (1989). *Hosts and guest: the anthropology of tourism. pensylvania: university of pensylvania press*.
- Soemanto, R. B. (2010). Pengertian Pariwisata, Sosiologi, dan Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata. *Jurnal Sosiologi Pariwisata*, 1–32.



- Spyriadis, T. (2010). Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Vol. 22, Issue 2). <https://doi.org/10.1108/09596111011018232>
- Stoffelen, A., & Vanneste, D. (2017). Tourism and cross-border regional development: insights in European contexts. *European Planning Studies*, 25(6), 1013–1033. <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1291585>
- Studzieniecki, T., & Mazurek, T. (2007). How to promote a cross-border region as a tourism destination - the case study of the bug Euroregion. *Tourism Review*, 62(1), 34–38. <https://doi.org/10.1108/16605370780000160>
- Sudaryono. (2018). *Metode Penelitian*. Depok, Jakarta, Indonesia: Rajawali Pers.
- Sudiar, S. (2015). Pembangunan Wilayah Perbatasan Negara: Gambaran Tentang Strategi Pengelolaan Kawasan Perbatasan Darat di Provinsi Kalimantan Utara. *Jurnal Administrative Reform*, 3(4), 489–500.
- Suharsimi, Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Sumarni, Z. I. (2011). Faktor-Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam. Sumatera Utara.
- Suryani. (2015). *Metedo apaenelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. *Analisis Pariwisata*, 58–72.
- Terzic, A., & Bjeljic, Z. (2016). Cultural Routes - Cross-border Tourist Destinations within Southeastern Europe. *Forum Geografic*, XV(2), 180–188. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5775/fg.2067-4635.2015.041.d>
- This, E., Furvv, Z., Wrxulvp, E., Erughu, F., Wrxulvp, F., Lv, R., Dv, U., Timothy, D. J., Saarinen, J., & Viken, A. (2016). Editorial: Tourism issues and international borders in the Nordic Region. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(April), 1–13. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1244504>
- Tosun, C., Timothy, D. J., Parpairis, A., Macdonald, D., Timothy, D. J., & Macdonald, D. (2008). Cross-Border Cooperation in Tourism Marketing Growth Strategies Cross-Border Cooperation in Tourism Marketing Growth Strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8408(October), 37–41. <https://doi.org/10.1300/J073v18n01>

- Tunjungsari, K. R. (2018). Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), 108. <https://doi.org/10.22146/jpt.43178>
- Upamannyu, N. K., & Sankpal, S. (2014). *Effect Of Brand Image On Customer Satisfaction & Loyalty Intention And The Role Of Customer Satisfaction Between Brand Image And Loyalty Intention* Council for Innovative Research Council for Innovative Research. *Council for Innovative Research Peer Review - Journal of Social Science*, Vol 3, No(February), 274–285.
- Utama, I. G. B. R. (2015). Preferensi Wisatawan Senior Terhadap Pemilihan Aktivitas Wisata Pada Sebuah Destinasi. *Kajian Sekunder Pra Disertasi Program Doktor Universitas Udayana*, September, 1–17. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2828.0809>
- Vengesayi, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14(5), 621–636. <https://doi.org/10.3727/108354209X12597959359211>
- Vodeb, K. (2010). Cross-border regions as potential tourist destinations along the Slovene-Croatian frontier. *Tourism and Hospitality Management*, 16(2), 219–228.
- Vorobiova, N., & Miguel Guerreiro Patolea Pintassilgo Patricia Pinto, P. (2017). *Motivations of Tourists in Wine Regions : the Case of La Rioja* *Motivations of Tourists in Wine Regions : the Case of La Rioja*.
- Vuuren, C. Van, & Slabbert, E. (2011). Travel Motivation and Behaviour of Tourists to a South African Resort. *International Conference on Tourism and Management Studies - Algarve 2011, I*, 295–304. <https://doi.org/http://tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/196>
- Weidenfeld, A. (2013). Tourism and cross border regional innovation systems. *Annals of Tourism Research*, 42(xx), 191–213. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.003>
- Wilkinson, J. (2015). *Digital Receipt Page*. 1(Bb 54277138), 4473839.
- Woyo, E., & Slabbert, E. (2019). Cross-border destination marketing of attractions between borders: the case of Victoria Falls. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(2), 145–165. <https://doi.org/10.1108/jhti-10-2018-0073>
- Xu, J., & Chan, S. (2016). A new nature-based tourism motivation model: Testing the moderating effects of the push motivation. *Tourism Management Perspectives*, 18, 107–110. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.01.001>

- Yan, Y. Q. (2019). Wine tourism destination management and marketing: theory and cases. In *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* (Vol. 19, Issues 4–5). <https://doi.org/10.1080/15022250.2019.1695660>
- Yusof, S., Amran, H., Wafa, S. K. W. S. A., Kaur Kler, B., & Abd Majid, M. R. (2014). The Influence of Tourist Motivation and Cultural Heritage Attributes on Tourist Satisfaction of Homestay Programme. *Universiti Malaysia Sabah, XXXIII*(2), 81–87. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Yoo, C. Y. (2018). Tourist Motivation an integral approach to destination choices. *Tourism Review*.
- Zhang, S., Zhong, L., Ju, H., & Wang, Y. (2019). Land border tourism resources in China: Spatial patterns and tourism management. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(1). <https://doi.org/10.3390/su11010236>
- Zhou, L. (2005). *Destination Attributes That Attract*. November, 121.