

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN KE KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh

studi Program Strata - 1

Program Studi Industri Perjalanan Wisata

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh:

JESSICA ANZAMAR SIBARANI

201621142

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

2020

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN KE KOTA BANDUNG

NAMA : JESSICA ANZAMAR SIBARANI
NIM : 201621142
PROGRAM STUDI : INDUSTRI PERJALANAN WISATA
JURUSAN : PERJALANAN

Pembimbing I,



Drs. Jatmiko Edy Waluyo, MM, Par.

NIP. 19581109 199503 1 001

Pembimbing II,



Dra. P. Jessica J. Josary, M.Sc.

NIP. 19600429 199003 2 001

Bandung, Juli 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung

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

NIP.19710506 199803 1 001

Faisal, MM.Par.,CIE

NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Jessica Anzamar Sibarani
Tempat/Tanggal Lahir : Jambi, 13 Maret 1998
NIM : 201621142
Program Studi : Industri Perjalanan Wisata
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **"Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang Wisatawan ke Kota Bandung"** 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, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,


METERAI
MPEL
Rp. 6000
JESSICA ANZAMAR SIBARANI

NIM: 201621142

ABSTRAK

Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *revisit intention* wisatawan sangat penting bagi pemerintah, para manajer atau *stakeholder* pariwisata lainnya untuk memiliki tujuan secara fundamental untuk mengetahui cara membangun citra yang menarik dan mengembangkan pemasaran pariwisata yang efektif dengan strategi manajemen untuk membangun motivasi perjalanan sehingga dapat menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Kunjungan ulang wisatawan sangat penting bagi pelaku usaha pariwisata agar dapat beroperasi secara efektif dan efisien, karena menarik pengunjung sebelumnya lebih menghemat biaya daripada mendatangkan pengunjung baru. Penelitian bertujuan untuk mencari faktor-faktor apa saja yang paling memengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan ke Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis faktor. Kuesioner *online* dibagikan secara acak dan diperoleh 100 orang wisatawan yang sudah pernah berwisata ke Bandung. Hasil penelitian menyatakan terdapat empat faktor yang memengaruhi wisatawan untuk kembali berwisata ke Bandung. Faktor yang paling berpengaruh adalah atribut motivasi untuk meningkatkan status sosial. Faktor yang paling tidak berpengaruh adalah faktor cuaca dan iklim. Dengan mengetahui faktor ini diharapkan pihak pemerintah ataupun swasta yang bergerak dalam bidang kepariwisataan mampu untuk mengembangkan destinasi wisata dan strategi promosi yang sesuai dengan permintaan pasar agar tetap dapat mendatangkan wisatawan *repeater*.

Kata Kunci: Minat Berkunjung Ulang, *Revisit Intention*, Kota Bandung, *Destination Image*, *Motives*

ABSTRACT

Understanding the factors that influence tourist revisit intention is very important for the government, managers or other tourism stakeholders to have a fundamental goal in order to better know how to build an attractive image and develop effective tourism marketing. Factors analysis are very important for tourism businesses to operate effectively and efficiently, because attracting previous visitors is more efficient than bringing in new visitors. The research aims to find out what factors most influence the interest of returning tourists to the city of Bandung using the behavioral revisit model theory. This research uses quantitative methods with factor analysis techniques. The online questionnaire was randomly distributed to 100 tourists who had already traveled to Bandung. The results of the study stated there are four factors that influence tourists to return to Bandung. The most influential factor is the motivation attribute to improve social status. The least influential factor is the weather and climate factors. By knowing this factor, it is expected that the government or the private sector which is engaged in tourism will be able to develop tourist destinations and promotional strategies that are in accordance with market demand so that they can bring in repeater.

Keywords: Revisit Behavioral Intention, Bandung City, Destination Image, Motives

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang Wisatawan ke Kota Bandung”** ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan menempuh studi strata – 1 di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Pada kesempatan ini, Peneliti ingin berterimakasih atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM. Par., CHE. selaku Ketua STP NHI Bandung;
2. Bapak Andar Danova Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik (ADAK);
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, MM.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Perjalanan;
4. Bapak Singgih Tri Wibowo, MP. Par. selaku Ketua Program Studi Studi Industri Perjalanan;
5. Bapak Drs. Jatmiko Edy Waluyo, MM.Par. selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta dukungannya;
6. Ibu Dra. Priscilla Jessica J Josary, M.Sc., CHE. selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta dukungannya;
7. Ibu Iqlima Ramadhani, MM.Par. selaku Pembina Kemahasiswaan Program Studi Industri Perjalanan;

8. Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dan Badan Kesatuan Bangsa dan Politik yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk mencari dan mengumpulkan data;
9. Seluruh keluarga terutama ayah, ibu, dan kedua adik yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa;
10. Saudari Amelia Nur, Sandra Nisrina, Willyanda, Febby Indriani, dan Vienti Angelita yang turut membantu peneliti dalam pengerjaan skripsi ini; serta
11. Teman-teman seperjuangan SIP angkatan 2016 yang selalu memberikan semangat serta dukungan antar satu dengan yang lain.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi 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

Jessica Anzamar Sibarani

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 4 |
| D. Keterbatasan Penelitian | 4 |
| E. Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| A. Kajian Teori | 7 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 18 |
| C. Kerangka Pemikiran | 20 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 21 |
| A. Desain Penelitian | 21 |
| B. Objek Penelitian | 22 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 22 |
| D. Metode Pengumpulan Data..... | 24 |
| E. Definisi Operasional Variabel | 32 |
| F. Analisis Data..... | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 42 |
| A. Profil Responden | 42 |
| B. Pembahasan Analisis Faktor | 46 |
| C. Interpretasi Hasil Analisis Faktor | 58 |

| | |
|---|-----------|
| BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN..... | 65 |
| A.Simpulan..... | 65 |
| B.Implikasi..... | 67 |
| C.Saran..... | 67 |
| LAMPIRAN | 74 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| TABEL 1 PENELITIAN TERDAHULU | 17 |
| TABEL 2 PENGUKURAN SKALA LIKERT | 18 |
| TABEL 3 HASIL UJI VALIDITAS..... | 30 |
| TABEL 4 HASIL UJI RELIABILITAS | 293 |
| TABEL 5 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL..... | 304 |
| TABEL 6 RENTANG NILAI KMO | 40 |
| TABEL 7 JADWAL PENELITIAN..... | 42 |
| TABEL 8 <i>KAISER-MEYER-OLKIN MEASURE OF SAMPLING ADEQUACY</i> | 47 |
| TABEL 9 <i>ANTI IMAGE MATRICES</i> | 49 |
| TABEL 10 <i>COMMUNALITIES</i> INDIKATOR <i>DESTINATION ATTRIBUTES</i> ...50 | |
| TABEL 11 <i>COMMUNALITIES</i> INDIKATOR <i>MOTIVES</i> | 52 |
| TABEL 12 <i>TOTAL VARIANCE EXPLAINED</i> | 54 |
| TABEL 13 <i>COMPONENT MATRIX</i> | 55 |
| TABEL 14 <i>ROTATED COMPONENT MATRIX</i> | 56 |
| TABEL 15 <i>COMPONENT TRANSFORMATION MATRIX</i> | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------|----|
| GAMBAR 1 KERANGKA PEMIKIRAN | 20 |
| GAMBAR 2 GENDER..... | 42 |
| GAMBAR 3 USIA | 43 |
| GAMBAR 4 DAERAH ASAL | 44 |
| GAMBAR 5 PEKERJAAN | 45 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| LAMPIRAN 1 KUESIONER | 75 |
| LAMPIRAN 2 <i>TURNITIN REPORT</i> | 79 |
| LAMPIRAN 3 BUKTI BIMBINGAN | 80 |
| LAMPIRAN 4 BIODATA | 83 |

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. Peraturan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan usaha Rumah Makan. Jakarta: Menteri Sekretaris Negara.
- Anonim, Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 304/Menkes/Per/89 tentang Ketentuan Umum Restoran. Jakarta: Menteri Sekretaris Negara.
- Anonim. Undang Undang tentang Kepariwisataaan, UU No. 9 Tahun 1990. Jakarta: Menteri Sekretaris Negara.
- Allameh, S. M., Pool, J. K., Jaber, A., Salehzadeh, R., & Asadi, H. (2015). Factors Influencing Sport Tourists' Revisit Intentions: The Role and Effect of Destination Image, Perceived Quality, Perceived Value and Satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 191-207.
- Anggela, M., Ni Made, K., & Ni Made, W. (2017). Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*, 76-88.
- Aprilianty, W. T. (2017). *Analisis Faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan ke Kota Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.
- Artuđer. (2013). The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: Application in Alanya. *European Journal of Business and Management*, 124-136.
- Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG). (2019). Curah Hujan di Kota Bandung, <https://ayobandung.com/read/2019/12/30/74861/bmkg-bandung-akan-disambut-curah-hujan-tinggi> diakses pada 10 Februari 2020.
- Bigne, e. a. (2001). Tourism iimage, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*, 607-616.
- Carballo. (2015). Economic Valuation of Tourism Destination Image. *Tourism Economics*, 741-759.
- Carvalho, Salazar, & Ramos. (2015). Modelo conceptual integrativo de Destination Branding: teste empírico no Porto e Norte de Portugal. *PASOS*, 865-874.
- Chen, & Tsai. (2007). How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions. *Tourism Management*, 1115-1122.

- Chung-Hslen, L. (2012). Effect of Cuisine Experience, Psychological WellBeing, And Self-Health Perception on The Revisit Intention of Hot Springs Tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1-22.
- Coshall, & Charlesworth. (2011). A Management Orientated Approach to Combination Forecasting of Tourism Demand. *Tourism Management*, 759-769.
- Dinas Pariwisata dan Budaya Jawa Barat. (2019). Perkembangan Wisatawan yang Berkunjung ke Jawa Barat Melalui Pintu Masuk Bandara Husein Sastranegara dan Pelabuhan Muarajati, April 2019 - April 2020. <http://www.disparbud.jabarprov.go.id/applications/frontend/index.php?mod=statistik-wisatawan&catid=14>, diakses 1 Maret 2020.
- Gomez, M. (2005). Weather, climate and tourism. *Annals of Tourism Research*, 571-591.
- Guzel, B. (2017). Destination Attribus in the Eye of Local People. *Kastamonu University Journal of faculty of Economics and Administrative Sciences*, 128-137.
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Kholid, M. M. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 44-52.
- Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Johnson, & Winchern. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- KBBI, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Available at: <http://kbbi.web.id/pusat>, diakses pada 20 Februari 2020.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2016). Laporan Pendapatan Devisa Negara Kementerian Pariwisata Tahun 2009-2018. www.kemenpar.go.id: <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=19&id=3704>, diakses pada 10 Februari 2020.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2017). Bandung Ditetapkan sebagai Destinasi Wisata Kuliner Nasional. <https://bandung.bisnis.com/read/20170929/549/1107772/emil-bersyukur->

bandung-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-kuliner-nasional, diakses 8 April 2020

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2018). Kontribusi Industri Kuliner untuk Pariwisata Tanah Air <https://www.suara.com/lifestyle/2019/09/17/213000/menpar-arief-yahya-sebut-4-persoalan-mandeknya-wisata-kuliner-indonesia>, diakses 24 Juni 2020.

Kementerian Pariwisata Reublik Indonesia. (2019). Pemerintah Targetkan Penerimaan Devisa Pariwisata 2019 Rp 250 Triliun. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/19/pemerintah-targetkan-penerimaan-devisa-pariwisata-2019-rp-250-triliun>, diakses 3 Maret 2020.

Kneesel, Baloglu, & Millar. (2010). Gaming Destination Images: Implications for Branding. *Journal of Travel Research*, 67-78.

Kuo, Tzu-Li, & Shu-Chen. (2013). Effects of Inertia and satisfaction in Female Online Shoppers on Repeat Purchase Intention (The Moderating Roles of Word of Mouth And Alternative Attraction). *Managing Service Quality*, 168-187.

Lemeshow. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University.

Lestari, F. D., & Sunarti. (2019). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya*, 29-35.

Margareta, S. (2013). *Hubungan Pelaksanaan Sistem Kearsipan Dengan Efektivitas Pengambilan Keputusan Pimpinan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Martin, E., & Juan. (2003). Tourism and Hospitality Research. *Modelling Determinant of Tourism Demand as a Five Stages Process*, 341 - 354.

Moutinho, L. (2000). Consumer Behaviour. *Strategic Management in Tourism*, 41-78.

Muhanna, E. (2006). Sustainable Tourism Development and Environmental Management for Developing Countries. *Problems and Perspectives in Management*, 14-30.

Nazir. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

- Pradini, G. (2017). Pengaruh Tourism Destination Parts, Service Quality Terhadap Destination Loyalty Melalui Tourist Satisfaction di Taman Margasatwa Raganan. *Jurnal EKSEKUTIF Universitas Pancasila*, 136-157.
- Prayag, & Ryan. (2010). The Relationship Between the "Push"and "Pull' Factors of a Tourist Destination: The Role of Nationality Analytical Qualitative Research Approach. *Currrent Issues in Tourism*, 121-143.
- Rachmadi, H. (2016). Model Pengambilan Keputusan Berwisata. *Jurnal Media Wisata*.
- Ratmawati, S. P. (2019). Hubungan Antara Experiential Marketing, Kepuasan, dan Loyalitas (Studi Pada Wisata Telaga Sarangan Magetan). *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Riduwan, A. (2011). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan. (2003). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Santana. (2011). The Impact of Mega Sport Events on Tourist Arrivals. *Tourism Management*, 1364-1370.
- Santoso. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Kumputindo.
- Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Andi.
- Shoemaker, & Lewis. (1999). Customer Loyalty: The Future of Hospitality Marketing. *International Journal of Hospitality Management*, 345-370.
- Som, M., & Marzuki, A. (2012). Factors Influencing Visitors' Revisit Behavioral Intentions: A Case Study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 39-50.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sujarweni, W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supranto. (2004). *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*. Jakarta: PT. Rineka.
- Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- Swarbrooke, & Horner. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Linacre House.
- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*.