

**PENGARUH AUTENTISITAS DAYA TARIK TERHADAP MOTIVASI  
WISATAWAN DI TJONG A FIE MANSION, KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan  
Program Strata 1  
pada Program Studi Studi Desintasi Pariwisata  
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



**Disusun oleh :**

**RIVA MOHAMAD FADHILAH DAULAY**

**NIM : 201621074**

**PROGRAM S1 STUDI DESTINASI PARIWISATA  
JURUSAN KEPARIWISATAAN  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH AUTENTISITAS DAYA TARIK TERHADAP MOTIVASI  
WISATAWAN DI TJONG A FIE MANSION, KOTA MEDAN

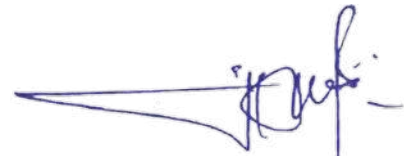
NAMA : RIVA MOHAMAD FADHILAH DAULAY  
NIM : 201621074  
PROGRAM STUDI : STUDI DESTINASI PARIWISATA  
JURUSAN : KEPARIWISATAAN

Pembimbing I,



**Rachmat Syam, S.Sos., MM. Par.**  
NIP: 19600505 198303 1 002

Pembimbing II,



**Sumaryadi, M.M.**  
NIP: 19670211 199303 1 001

Bandung, September 2020

Mengetahui,

Kabag. 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., CHE**  
NIP: 19730706 199503 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Riva Mohamad Fadhilah Daulay  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 01 April 1998  
NIM : 201621074  
Program Studi : Studi Destinasi Pariwisata  
Jurusan : Kepariwisataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
**Pengaruh Autentisitas Daya Tarik Terhadap Motivasi Wisatawan di Tjong A Fie Mansion, Kota Medan**  
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, September 2020

Yang membuat pernyataan,



**Riva Mohamad Fadhilah Daulay**  
NIM 201621074

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat Rahmat dan HidayahNya, skripsi dengan judul **“Pengaruh Autentisitas Daya Tarik Terhadap Motivasi Wisatawan di Tjong A Fie Mansion, Kota Medan”** dapat tersusun dengan baik.

Dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang setinggi – tingginya kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak R. Wisnu Rahtomo, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Kepariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Ibu Endah Trihayuningtyas S.Sos., MM. Par. selaku Ketua Program Studi Studi Destinasi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Bapak Rachmat Syam, S.Sos., MM.Par. selaku Pembimbing I.
6. Bapak Sumaryadi, SE., MM. selaku Pembimbing II.
7. Bapak Rudiansyah, M.Hum. selaku wakil pengelola sekaligus perwakilan dari Tjong A Fie Mansion, yang telah memberikan izin, dan segala bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Keluarga besar Tjong yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
9. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dorongan semangat serta doa demi kelancaran penulisan skripsi ini.
10. Teman dan sahabat yang selalu memberi masukan dan semangat bagi penulis.
11. Rekan – rekan mahasiswa SDP angkatan 2016 yang bersama – sama berjuang dan saling memberikan dorongan semangat dalam penulisan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini dari segala pihak.

Bandung, September 2020

Peneliti

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui autentisitas daya tarik di Tjong A Fie Mansion, motivasi wisatawan untuk berkunjung dan hubungan antara autentisitas daya tarik terhadap motivasi kunjungan wisatawan di Tjong A Fie Mansion. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 103 responden secara daring dengan target responden wisatawan yang pernah berkunjung ke Tjong A Fie Mansion dalam kurun waktu maksimal 2 tahun setelah waktu dijalankannya penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa autentisitas daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap motivasi wisatawan sebesar 56,9%. Implikasi dari penelitian ini adalah autentisitas daya tarik merupakan elemen vital bagi daya tarik wisata berupa museum. Maka dari itu, upaya – upaya penyajian autentisitas dirasa merupakan hal yang sangat penting. Semakin baik penyajian dan pembuktian autentisitas daya tarik, maka akan semakin besar pula motivasi wisatawan untuk berkunjung dan melihat daya tarik.

Kata kunci: Autentisitas daya tarik, motivasi wisatawan, wisata budaya, museum

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the attraction's authenticity in Tjong A Fie Mansion, tourist's motivation to visit, and to find out the relationship between authenticity of the attraction to the motivation of tourist visits in Tjong A Fie Mansion. This study used a descriptive method with a quantitative approach using simple linear regression analysis . Data collection was carried out by distributing questionnaires to 103 respondents online with the target tourist respondents who had visited Tjong A Fie Mansion within a maximum period of 2 years after the time the study was conducted. Based on the results of the study, it was found that the authenticity of tourist attraction has a positive effect on tourist motivation of 56.9%. The implication of this research is that the authenticity of the attraction is a vital element for a tourist attraction such as museum. Therefore, efforts to present authenticity are deemed very important. The better the presentation and proofing of the authenticity of the attraction, the greater the motivation of tourists to visit and see the attraction.*

*Keywords: Authenticity of attraction, tourist motivation, cultural tourism, museum*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	13
A. Latar Belakang Masalah.....	13
B. Rumusan Masalah .....	16
C. Tujuan Penelitian .....	17
D. Keterbatasan Penelitian.....	18
E. Manfaat Penelitian .....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	19
A. Kajian Teori .....	19
1. Autentisitas Daya Tarik Wisata.....	19
2. Motivasi Wisatawan Budaya.....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan Penelitian .....	34
B. Obyek Penelitian .....	35
C. Populasi dan Sampel .....	35
1. Populasi .....	35
2. Sampel dan teknik pengambilan sampel .....	36
D. Metode Pengumpulan Data.....	38
1. Teknik pengumpulan data .....	38
2. Uji validitas dan realibilitas.....	39



E. Definisi Operasional Variabel.....	43
F. Analisis Data .....	44
1. MSI (Method of Successive Interval).....	44
2. Statistik deskriptif.....	44
3. Regresi linear sederhana.....	45
4. Uji normalitas .....	46
5. Uji heteroskedastisitas .....	46
G. Jadwal Penelitian.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran umum objek penelitian .....	48
B. Profil daya tarik wisata di Tjong A Fie Mansion .....	50
C. Profil wisatawan di Tjong A Fie Mansion .....	56
D. Autentisitas daya tarik di Tjong A Fie Mansion .....	62
E. Motivasi berkunjung wisatawan di Tjong A Fie Mansion.....	68
F. Pengaruh antara autentisitas daya tarik terhadap motivasi berkunjung wisatawan di Tjong A Fie Mansion.....	73
1. Uji normalitas .....	73
2. Uji heteroskedastisitas .....	75
3. Uji regresi linear sederhana .....	76
4. Analisis korelasi .....	78
5. Koefisien determinasi.....	80
6. Pengujian hipotesis.....	81
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
A. Simpulan .....	90
B. Implikasi.....	92
C. Saran.....	93
1. Saran Terhadap Daya Tarik Wisata.....	93
2. Saran Terhadap Penelitian Selanjutnya .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
1	Perceived authenticity approaches	20
2	Tourists needs, motives, and desires/actions	23
3	Cultural tourist classification	25
4	Kerangka pemikiran	32
5	Museum Tjong A Fie Mansion	49
6	Contoh koleksi artefak di Tjong A Fie Mansion	51
7	Penerapan prinsip <i>well of heaven</i>	52
8	Bagian depan bangunan Tjong A Fie Mansion	53
9	Ruang tamu melayu di Tjong A Fie Mansion	55
10	Ruang dansa di Tjong A Fie Mansion	56
11	Wisatawan berdasarkan jenis kelamin	57
12	Wisatawan berdasarkan rentang usia	58
13	Wisatawan berdasarkan kota asal	59
14	Wisatawan berdasarkan tingkat pendidikan	60
15	Wisatawan berdasarkan pekerjaan	61
16	Wisatawan berdasarkan waktu kunjungan terakhir ke Tjong A Fie Mansion	62
17	Hasil rata - rata persepsi autentisitas ( berdasarkan dimensi)	63
18	Hasil rata - rata motivasi berkunjung wisatawan (berdasarkan dimensi)	68
19	Wisatawan di Tjong A Fie Mansion berdasarkan klasifikasi wisatawan McKercher	71
20	Kurva uji hipotesis	82

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
1	Penelitian terdahulu	26
2	Hasil uji validitas instrumen	41
3	Hasil uji reliabilitas instrumen	42
4	Operasionalisasi variabel	43
5	Jadwal penelitian	47
6	Hasil nilai rata - rata persepsi autentisitas (berdasarkan indikator)	64
7	Hasil rata - rata motivasi berkunjung wisatawan (berdasarkan indikator)	69
8	Hasil uji normalitas	74
9	Hasil uji heteroskedastisitas	75
10	Hasil uji regresi linier	77
11	Pedoman interpretasi koefisien korelasi	78
12	Hasil uji analisis korelasi	79
13	Koefisien determinasi	80
14	Pengujian hipotesis	81

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>		<b>Halaman</b>
1	Format Kuesioner	99
2	Rekap Hasil Kuesioner	104
3	Method of Successive Interval	107
4	Pedoman wawancara	112
5	Transkrip wawancara	113
6	Surat izin penelitian dari lokus	119
7	Surat keterangan telah melakukan penelitian dari lokus	120
8	Hasil turnitin	121
9	Biodata mahasiswa	122

## DAFTAR PUSTAKA

- Bonner, D., & Wright, T. (2014). *Cronbach's Alpha Reliability: Interval Estimation Hypothesis Testing, and Sample Size Planning*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Boyd, S. (2001). Cultural and heritage tourism in Canada: Opportunities, principles and challenges. *Tourism and Hospitality Research*, 3(3).  
<https://doi.org/10.4324/9781315239248-8>
- Chhabra, D. (2012). Authenticity Of The Objectively Authentic. In *Annals of Tourism Research* (Vol. 39, Issue 1). Elsevier Ltd.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.09.005>
- Dahlan, M. S. (2009). *Besar Sampel dan Cara Pengambilan Sampel dalam Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*. Salemba Medika.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N., & Rahman, N. V. (2016). Maimoon Palace Heritage District in Medan , Indonesia : What we preserve and why we preserve ? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 332–341.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.177>
- Jamal, T., & Hill, S. (2002). The Home and the World: (Post)touristic Spaces of (In)authenticity? In G. M. S. Dann (Ed.), *The Tourist as a Metaphor of the Social World* (pp. 77–107).

- Knudsen, B. T., & Waade, A. M. (2010). Re-Investing authenticity Tourism, Place and Emotions. In *Channel View Publications*. Channel View Publications.
- Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management, 31*(5), 652–664. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.010>
- Mckercher, B. (2002). Towards a Classification of Cultural Tourists. *International Journal of Tourism Research, 38*. <https://doi.org/10.1002/jtr.346>
- Mckercher, B., & Du Cros, H. (2002). Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management. In *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management* (1st ed.). The Haworth Press. <https://doi.org/10.4324/9780203479537>
- Mckercher, B., & Du Cros, H. (2015). *Cultural Tourism, Second Edition* (2nd ed.). Routledge.
- Morrison, A. M. (2019). MARKETING AND MANAGING TOURISM DESTINATIONS. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (2nd ed., Vol. 53, Issue 9). Routledge. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nababan, C. R. (2013). Analisis Program Publisitas Wisata Budaya Tjong A Fie Mansion Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Domestik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Flow, 1*(3), 1–15.
- Nasution, J. (2018). Transformasi Modernitas di Kota Medan : Dari Kampung Medan Putri Hingga Gemeente Medan. *Jurnal Sejarah, 1*(2), 65–83.

- Nguyen, T. H. H., & Cheung, C. (2016). Chinese heritage tourists to heritage sites : what are the effects of heritage motivation and perceived authenticity on satisfaction ? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1665(April).  
<https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1125377>
- Panjaitan, K. P. (2015). Perancangan Sistem Penanda Museum Tjong A Fie Mansion Kota Medan Sumatera Utara. *E-Proceeding of Art & Design*, 2(3).
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.); 2nd ed.). Zifatama Publishing.
- Reisinger, Y., & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 65–86. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.04.003>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.  
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Rickly, J. M., & Vidon, E. S. (2018). Introduction: From Pseudo-Events to Authentic Experiences. In *Authenticity & Tourism: Materialities, Perceptions, Experiences* (1st ed., Vol. 24, pp. 1–12). Emerald Publishing Limited.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Cetakan Pe). Literasi Media Publishing.
- Steiner, C. J., & Reisinger, Y. (2006). Understanding existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 299–318.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.08.002>

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Wahyuni, I. (2012). STRATEGI PENGELOLAAN MUSEUM ASI MBOJO SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI KABUPATEN BIMA – NTB Indry. *Humanis*, 1(2). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Wang, N. (2000). Tourism and modernity: a sociological analysis. In J. Jafari (Ed.), *Tourism Social Science Series* (1st ed., Issue 1). Elsevier Ltd. [https://doi.org/10.1016/s0969-6989\(01\)00015-7](https://doi.org/10.1016/s0969-6989(01)00015-7)
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan software SPSS*. Salemba Infotek.
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Sederhana*.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Cetakan Ke). PT Fajar Interpratama Mandiri.