

**PENGARUH MOTIVASI PENDORONG DAN MOTIVASI PENARIK TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI MUSEUM PERJOANGAN BOGOR**

*The Effect of Push Motivation and Pull Motivation on Visiting Decisions at The Struggle
Museum of Bogor*

Ika Suryono Djunaid^{1*}, Mikhael²

^{1,2}Program Studi Hospitality dan Pariwisata

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Bunda Mulia Jakarta
Indonesia

idjunaid@bundamulia.ac.id

Diterima: 16 Juli, Disetujui: 16 Agustus, Dipublikasikan: 10 September

Abstrak

Museum Perjuangan Bogor merupakan museum yang menyimpan koleksi benda-benda bersejarah dan cerita perjuangan para pahlawan yang menjadi saksi bisu perjuangan masyarakat kota Bogor. Penulis melakukan analisis pengaruh motivasi dan motivasi terhadap keputusan berkunjung ke Museum Perjuangan Bogor meliputi motivasi pendorong yaitu pelarian, relaksasi, penguatan ikatan, interaksi sosial, kesempatan pendidikan, pemenuhan diri, waktu luang. Motivasi menarik meliputi aksesibilitas, ketersediaan barang dan jasa atau jasa, budaya. minat kunjungan wisatawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi dan motivasi terhadap keputusan berkunjung ke Museum Perjuangan Bogor yang terletak di Jalan Merdeka No.56 Desa Cibogor Kecamatan Bogor Tengah Kota Bogor 16124. metodologi penelitian kuantitatif yang menggambarkan hubungan antar variabel. saling mempengaruhi dengan populasi 100 pengunjung. Pemilihan sampel menggunakan teknik non-probability sampling, pengumpulan data menggunakan metode angket dengan skala likert. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena menggunakan tiga variabel, serta menggunakan uji validitas dan reliabilitas dari 100 kuesioner yang disebarakan terlebih dahulu, uji T, uji koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pengaruh motivasi dan motivasi penarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung nilai R atau korelasi sebesar 0,623 termasuk dalam kuat, R square yaitu pengaruh motivasi X1 terhadap keputusan berkunjung adalah 38,8, sedangkan X2 atau motivasi penarik adalah 37,5%.

Kata kunci: motivasi pendorong, motivasi petarik, keputusan berkunjung

Abstract

The Bogor Struggle Museum is a museum that stores a collection of historical objects and stories of the struggles of the heroes who are silent witnesses of the struggles of the people of the city of Bogor. The author conducted an analysis of the influence of motivation and motivation on the decision to visit the Bogor Struggle Museum including the driving motivations, namely escape, relaxation, strengthening bonds, social interaction, educational opportunities, self-fulfillment, free time. Attractive motivation includes accessibility, availability of goods and services or services, culture. interest in tourist visits. The purpose of this study was to analyze the effect of motivation and motivation on the decision to visit the Bogor Struggle Museum, which is located at Jalan Merdeka No.56, Cibogor Village, Central Bogor District, Bogor City 16124. This study uses a descriptive quantitative research methodology that describes the relationship between variables. influence each other with a population of 100 visitors. Sample selection using non-probability sampling technique, data collected using a questionnaire method with a Likert scale. This study uses multiple regression analysis because it uses three variables, and uses validity and reliability tests of 100 questionnaires distributed first, T test, correlation coefficient test, and coefficient of determination test. The results of this study indicate that: the influence of motivation and motivation of the puller has a positive effect on the decision to visit the R value or correlation of 0.623 is included in the strong, R square that the influence of motivation X1 on the decision to visit is 38.8, while X2 or motivation of the puller is 37.5 %.

Keywords: *push motivation, pull motivation, decision to visit*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pariwisata sebagai fenomena sosial dan sebagai usaha ekonomi telah berkembang selama setengah abad terakhir di abad dua puluhan. Pariwisata berkembang menjadi salah satu industri yang tumbuh dengan dominan di berbagai belahan dunia, jika dilihat dari sumber daya yang digunakan, sektor pariwisata memiliki keunggulan, karena dalam pemanfaatannya, sebagian sumber daya pariwisata termasuk sumber daya yang dapat diperbaharui. Peranan sektor pariwisata dalam meningkatkan perekonomian negara dan kesejahteraan masyarakat tidak dapat diragukan lagi. Pengembangan pariwisata mampu membangkitkan aktivitas bisnis sehingga menghasilkan manfaat sosio-kultur-ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Kepariwisataan akan secara terus menerus memberikan dorongan dan sumbangan kepada pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang dan ekonomi masyarakatnya. Hal tersebut cenderung terjadi di seluruh negara di dunia dan salah satunya Indonesia.

Indonesia memiliki posisi yang strategis yang terletak diantara dua samudera dan dua benua. Posisi ini menguntungkan bagi berkembangnya pariwisata, sebab dengan posisi seperti ini Indonesia akan menjadi perlintasan transportasi orang yang berpergian dari benua yang satu ke benua lainnya. Menurut Kementerian Kebudayaan dan Kepariwisataan (Kemenbudpar) jumlah wisatawan mancanegara (wisman) tahun 2019 mencapai 8 juta kunjungan dengan pengeluaran US\$ 8,96 miliar sementara untuk wisatawan nusantara (wisnus) sebesar Rp.171,5 triliun, maka angka perolehan di sektor pariwisata ini cukup menggembirakan (kemenparekraf.go.id, 2021). Industri pariwisata Indonesia saat ini telah mencapai situasi dimana setiap daerah di Indonesia, menjadikan pariwisata sebagai salah satu industri untuk menambah pendapatan daerahnya, sehingga banyak *event* yang diselenggarakan untuk memperkenalkan budaya dan daya tarik wisata daerah dengan tujuan untuk menarik wisatawan

datang ke daerah. Diantara berbagai jenis pariwisata, pariwisata budaya merupakan jenis pariwisata yang paling ‘tua’ di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari kedatangan wisatawan luar negeri yang ingin melihat kebudayaan, kesenian, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan adat istiadat serta kehidupan seni Indonesia. Selain itu pariwisata budaya menekankan budaya penduduk setempat sebagai fokus untuk menjembatani kepentingan penduduk setempat dan wisatawan, pariwisata budaya mengintegrasikan konflik kepentingan antara penduduk setempat dengan penyedia layanan pariwisata yang berkepentingan secara ekonomi. Objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam dunia kepariwisataan. Dimana objek dan daya tarik wisata dapat mensukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai aset yang dapat dijual kepada wisatawan. Objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan.

Pengertian atraksi budaya adalah atraksi yang berbasiskan pada segala sesuatu yang dihasil dari aktivitas manusia. Contoh atraksi budaya yaitu arkeologi, keramah-tamahan penduduk setempat, aktivitas ekonomi penduduk setempat, situs budaya & sejarah, seni dan kerajinan tangan, museum, festival, budaya. Contoh atraksi budaya (yang ada di Jawa barat) antara lain: Jaipong, Sisingaan, Wayang Golek. Kementerian Pendidikan Kebudayaan menggelar pertemuan nasional museum se-Indonesia. Ketua Umum Asosiasi Museum Indonesia (AMI), Putu Supadma Rudana mengatakan, pertemuan nasional ini membahas berbagai hal di antaranya soal manajemen pengelolaan museum yang sangat penting untuk mengembangkan Museum di Indonesia. Masalah *packaging* dan *marketing* yang bagus. Kita (di Indonesia) perlu meningkatkan SDM-nya, *packaging* dan manajemennya. Termasuk manajemen keamanan juga harus ditingkatkan (www.kemdikbud.go.id). Dia mencontohkan negara Singapura yang sedikit koleksi tetapi karena narasi dan manajemennya bagus, maka museum berkembang dengan baik. Di Eropa juga demikian, koleksi yang ada justru kebanyakan dari Timur Tengah dan Indonesia, tetapi karena manajemen pengelolaan yang baik maka museum berkembang pesat.

Menurut Yoeti dalam bukunya *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya* (2006) yang menjadi permasalahannya, suatu museum sering hanya ditempatkan dalam posisi yang tidak berbeda dengan *art shop* atau *gallery*, indah namun kurang informatif. Kalaupun koleksinya cukup dan memadai, namun tampilan atau penyajiannya yang kurang terkonsep membuatnya tidak mampu membangun ikatan emosional dengan pengunjungnya. Pameran itu pun menjadi tak berjiwa. Ditambah lagi, faktor keterbatasan dana sebagai kendala umum yang sering terjadi di Indonesia membuat museum tampil seperti gudang yang sedikit didandani dan dipercantik. Semua ini membuat museum di tanah air umumnya kurang diminati dan sepi pengunjung. Namun, belakangan ini jumlah kunjungan wisatawan ke museum di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, terlihat pada tabel yang tersaji dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Museum di Indonesia Tahun 2016-2020

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2016	325.486
2	2017	427.446
3	2018	448.545
4	2019	455.329
5	2020	258.323

Sumber: Kebudayaan Kemdikbud (2021)

Tabel 1 menjelaskan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan secara perlahan dan terjadi penurunan yang drastis pada tahun 2020 karena persoalan pandemic Covid-19. Namun, pada kenyataannya masyarakat kurang tertarik untuk berkunjung ke museum kecuali kalangan pelajar. Hal ini dipertegas oleh Dirjen Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam Jaringan Berita Terluas di Indonesia (JPNN.Com pada 3 Mei 2021) Bapak Kacung Marijan mengatakan sekarang museum menjadi alternatif objek wisata bagi para pelancong. Bahkan tiap tahun ada peningkatan yang cukup signifikan. Tapi diakui, jumlah wisatawan yang berkunjung jauh lebih rendah dibandingkan dari kalangan pelajar (rombongan pelajar dari lembaga pendidikan atau sekolah) yang rutin mendatangi museum tiap tahunnya.

Setiap daerah di Indonesia mempunyai berbagai macam museum yang menjadi wadah pemeliharaan benda bersejarah atau koleksi tertentu untuk dipamerkan secara tetap. Sama halnya dengan di kota Bogor yang memiliki beberapa museum yang berdiri sejak sekian tahun lamanya dan masih terpelihara secara baik. Beberapa museum yang ada di kota Bogor semua lokasinya berada di Bogor tengah dimana lokasi tersebut sangat strategis karena mudah untuk aksesibilitasnya. Hal ini memudahkan untuk wisatawan dalam menuju lokasi museum, sekalipun menggunakan transportasi umum. Museum Perjoangan Bogor merupakan sebuah museum yang menyimpan koleksi benda-benda bersejarah dan cerita perjuangan para pahlawan, khususnya di Bogor, yang berada di Jalan Merdeka No.56, Bogor. Koleksi museum ini terlihat mulai menua, dan disimpan di tempat-tempat pajangan yang juga sudah mulai kusam. Namun tampak depan museum terlihat masih cukup baik. Museum Perjoangan Bogor adalah salah satu museum yang tidak dikelola oleh pihak pemerintah akan tetapi di bangun atau dikelola oleh suatu yayasan yang merupakan wujud apresiasi untuk penghargaan perjuangan di masa lalu. Penulis ingin mengetahui seberapa pentingkah apresiasi masyarakat atau wisatawan yang berkunjung ke museum perjoangan Bogor. Adapun jumlah kunjungan wisatawan Museum Perjoangan Bogor yaitu:

Tabel 2. Data Kunjungan Wisatawan Museum Perjoangan Bogor Tahun 2018-2019

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2018	3.089
2	2019	4.067

Sumber: Museum Perjoangan Bogor (2021)

Berdasarkan tabel 2 diatas jumlah kunjungan wisatawan ke museum Bogor pada tahun 2018 yaitu sebanyak 3.089 dan kunjungan wisatawan pada tahun 2019 yaitu sebanyak 4.067. Adapun data kunjungan terakhir pada tahun 2019 menurut bulannya yang berkunjung ke Museum Perjoangan Bogor yaitu:

Tabel 3. Jumlah Kunjungan Wisatawan Museum Perjoangan Bogor pada Tahun 2019

No	Bulan	Jumlah Kunjungan
1	Januari	335
2	Febuari	332
3	Maret	336

4	April	338
5	Mei	337
6	Juni	337
7	Juli	356
8	Agustus	336
9	September	337
10	Oktober	338
11	November	339
12	Desember	346
Total		4.067

Sumber: Museum Perjoangan Bogor (2021)

Berdasarkan tabel 3 diatas jumlah kunjungan wisatawan Museum Perjoangan Bogor pada tahun 2019 yaitu sebanyak 4.067 yang dimana mengalami peningkatan dari tahun 2018 yaitu sebanyak 3.089.

Battour (2010) menunjukkan bahwa motivasi pariwisata berbeda dari satu orang ke orang lain; semua orang dapat memiliki alasan yang berbeda untuk bepergian. Untuk memprediksi perilaku wisatawan, pemasar pariwisata harus berkonsentrasi pada perilaku mereka yang terdiri dari kebutuhan mereka, motivasi dan manfaat Dalam kajian motivasi berwisata, permintaan mengacu pada motif (faktor pendorong) yang mempertahankan keinginan wisatawan, sementara pasokan berkaitan dengan karakteristik tujuan (faktor penarik).

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan, daya penggerak atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan atau perbuatan. Kata *movere*, dalam bahasa Inggris sering di sepadankan dengan *motivation* yang berarti pemberian motif, atau keadaan yang menimbulkan dorongan (Suwanto dan Priansa, 2013). Sumadi Suryabrata (2010) juga berpendapat bahwa motif adalah keadaan dalam pribadi orang yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu guna mencapai sesuatu tujuan. Dengan kata lain, motivasi adalah keadaan jiwa dan sikap mental yang memberikan energy dan mendorong manusia untuk melakukan suatu kegiatan. Menurut Mc Donald dalam Hadis (2008) Motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya *felling* dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan.

Pihak pengelola Museum Perjoangan Bogor telah melakukan beberapa usaha perbaikan gedung agar membuat hal yang berbeda daripada museum lainnya di kota Bogor, yakni mengadakan tahlilan dan menyanyikan lagu kebangsaan sebelum memulai kunjungan untuk pihak rombongan, hal ini bertujuan untuk memunculkan rasa nasionalisme dan patriotisme serta selalu adanya pemandu yang siap menjelaskan koleksi Museum Perjoangan Bogor kepada pengunjung. Hal ini dilakukan untuk membuat museum ini lebih menarik untuk dikunjungi dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan dari pengunjung.

Peneliti akan meneliti tentang Pengaruh Motivasi Pendorong Dan Motivasi Penarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Perjoangan Bogor. Aspek yang akan dibahas sehubungan dengan masalah yang diungkapkan diatas adalah (1) Apakah terdapat pengaruh antara motivasi pendorong terhadap keputusan berkunjung di meseum perjoangan Bogor? (2)

Apakah terdapat pengaruh antara motivasi penarik terhadap keputusan berkunjung di museum perjuangan Bogor? (3) Apakah motivasi pendorong dan motivasi penarik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung? Berdasarkan penjelasan permasalahan dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi pendorong dan penarik terhadap keputusan berkunjung ke Museum Perjuangan Bogor, serta apakah bersamaan antara pengaruh motivasi pendorong dan penarik terhadap keputusan berkunjung?.

Pariwisata

Spillane dalam Wahid (2015), Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Dalam World Tourism Organization (WTO) (Pitana dalam Wahid, 2015) pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya.

Menurut Yoeti dalam Anindita (2015), Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sarana dan prasarana pariwisata yang lancar merupakan salah satu indikator perkembangan pariwisata. Sarana/prasarana diartikan sebagai proses tanpa hambatan dari pengadaan dan peningkatan hotel, restoran, tempat hiburan dan sebagainya serta prasarana jalan dan transportasi yang lancar dan terjangkau oleh wisatawan. (a) Prasarana Pariwisata. Prasarana (*infrastructures*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, pelayanan kesehatan, terminal/pelabuhan, dan lain sebagainya. (Suwantoro, 2004). (b) Sarana Pariwisata. Sarana kepariwisataan (*tourism infrastructure*) adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar prasarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. (Suwantoro, 2004).

Objek dan Daya Tarik Wisata

Wardiyanta (2006) memberikan penjelasan tentang yang dimaksud dengan obyek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan. Hal yang dimaksud berupa (1) Berasal dari alam, misalnya pantai, pemandangan alam, pegunungan, hutan, dan lain-lain. (2) Merupakan hasil budaya, misalnya museum, candi, dan galeri. (3) Merupakan kegiatan masyarakat keseharian, misalnya tarian, karnaval, dan lain-lain.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa objek wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang kesuatu daerah tertentu.

Daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata (Witt, 1994 dalam Basiya R dan Hasan Rozak, 2012). Menurutnya

destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik, yaitu (1) Daya tarik Wisata Alam (*Natural Attraction*) meliputi pemandangan alam berupa daratan dan lautan. (2) Daya tarik Wisata Bangunan dan Arsitektur (*Building Attraction*) meliputi bangunan dan arsitektur berejarah, bangunan dan arsitektur modern, peninggalan arkeologi dan monumen. (3) Daya tarik Wisata yang dikelola khusus (*Managed Visitor Attraction*) meliputi kawasan yang dikelola oleh pemerintah atau pihak swasta seperti taman hiburan, kebun binatang, taman kota. Daya Tarik Wisata Budaya (*Cultural Attraction*) meliputi museum, festival budaya, musik, tarian tradisional, kampung.

Penggolongan Museum

Museum yang terdapat di Indonesia dapat dibedakan melalui beberapa jenis klasifikasi (Direktorat Museum. 2009), yakni sebagai berikut: Jenis museum berdasarkan koleksi yang dimiliki, yaitu terdapat dua jenis (1) Museum Umum, museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan atau lingkungannya yang berkaitan dengan berbagai cabang seni, disiplin ilmu dan teknologi. (2) Museum Khusus, museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia atau lingkungannya yang berkaitan dengan satu cabang seni, satu cabang ilmu atau satu cabang teknologi.

Berdasarkan koleksi yang dimiliki Museum Perjuangan Bogor termasuk ke dalam kategori Museum Umum. Jenis museum berdasarkan kedudukannya, terdapat tiga jenis (1) Museum Nasional, museum yang koleksinya dikumpulkan dari seluruh wilayah Indonesia (2) Museum Regional, museum yang koleksinya dikumpulkan dari satu wilayah tertentu di mana museum itu berada. (3) Museum Lokal, museum yang koleksinya dikumpulkan dari wilayah kabupaten atau kotamadya di mana museum tersebut berada. Berdasarkan kedudukannya museum perjuangan Bogor termasuk ke dalam kategori Museum Nasional. Jenis Museum berdasarkan kepemilikannya, terdapat dua jenis (1) Museum Pemerintah, museum yang dikelola pemerintah melalui lembaga-lembaga pemerintah. (2) Museum Swasta, museum yang dikelola oleh lembaga non-pemerintahan yang bersifat perorangan maupun kelompok. Berdasarkan kepemilikannya museum Perjuangan Bogor termasuk ke dalam kategori Museum Swasta.

Fungsi Museum

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1995 dalam Pedoman Museum Indonesia, 2008. museum memiliki tugas menyimpan, merawat, mengamankan dan memanfaatkan koleksi museum berupa benda cagar budaya. Dengan demikian museum memiliki dua fungsi besar yaitu; Sebagai tempat pelestarian, museum harus melaksanakan kegiatan sebagai berikut (1) Penyimpanan, yang meliputi pengumpulan benda untuk menjadi koleksi, pencatatan koleksi, sistem penomoran dan penataan koleksi. (2) Perawatan, yang meliputi kegiatan mencegah dan menanggulangi kerusakan koleksi. (3) Pengamanan, yang meliputi kegiatan perlindungan untuk menjaga koleksi dari gangguan atau kerusakan oleh faktor alam dan ulah manusia. Sebagai sumber informasi, museum melaksanakan kegiatan pemanfaatan melalui penelitian dan penyajian. Penelitian dilakukan untuk mengembangkan kebudayaan nasional, ilmu pengetahuan dan teknologi. Penyajian harus tetap memperhatikan aspek pelestarian dan pengamanannya.

Motivasi Pendorong

Menurut Mc. Donald (Syaiful Bahri dalam Djamarah, 2008) yang mengatakan bahwa motivasi adalah suatu perubahan energi di dalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif (perasaan) dan reaksi untuk mencapai tujuan. Perubahan energi dalam diri seseorang itu dapat berbentuk suatu aktivitas nyata berupa kegiatan fisik. Oleh karena

seseorang mempunyai tujuan dalam aktivitasnya, maka seseorang mempunyai motivasi yang kuat untuk mencapainya dengan segala upaya yang dapat dia lakukan.

Woodworth dan Marques (Sunarto, 2008), mendefinisikan motivasi sebagai satu set motif atau kesiapan yang menjadikan individu cenderung melakukan kegiatan-kegiatan tertentu dan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Pendapat tersebut senada dengan yang disampaikan oleh Chung dan Meggison (Suhaimin, 2009), yang mendefinisikan motivasi sebagai perilaku yang ditujukan kepada sasaran, motivasi berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mengejar suatu tujuan. Motivasi berkaitan erat dengan kepuasan pekerjaan.

Motivasi Penarik

Soebiyantoro (2009) mendefinisikan pariwisata sebagai aktivitas ekonomi yang harus dilihat dari dua sisi yakni sisi permintaan (*demand side*) dan sisi pasokan/penawaran (*supply side*), lebih lanjut Gunn mengemukakan bahwa keberhasilan dalam pengembangan pariwisata di suatu daerah tergantung kepada kemampuan perencana dalam mengintegrasikan kedua sisi tersebut secara berimbang ke dalam sebuah rencana pengembangan pariwisata

Permintaan pariwisata adalah jumlah total dari orang yang melakukan perjalanan untuk menggunakan fasilitas dan pelayanan wisata di tempat yang jauh dari tempat tinggal dan tempat kerja Mathieson dan Wall dalam Indra Mulyana (2009).

Definisi Keputusan Berkunjung

Seluruh teori keputusan berkunjung organisasi atau bisnis merupakan modifikasi dari teori keputusan pembelian bisnis agar sesuai dengan judul dan isi penelitian, keputusan berkunjung secara tidak langsung menggunakan produk yang dihasilkan suatu destinasi, tetapi lebih merasakan manfaat dari produk yang dihasilkan tersebut.

Kotler dan Amstrong (2012) mengungkapkan keputusan pembelian yang sebenarnya merupakan bagian dari proses membeli yang lebih besar, dimulai dengan pengakuan melalui bagaimana pembeli merasakan setelah melakukan pembelian dan pemasar ingin terlihat selama proses pembelian. Menurut Kotler dan Keller, (2012), prinsipnya pembeli organisasi lebih mencari produk untuk menghasilkan nilai dan manfaat terbaik (ekonomi, teknologi, layanan, dan sosial) dalam memasarkan nilai yang dihasilkannya dengan harga yang ditawarkan. Motivasi pembeli organisasi yaitu pembelian atas dasar perbedaan antara manfaat dan harga yang dirasakan dari suatu produk. Pemasar organisasi harus menjamin nilai terbaik yang diperoleh konsumen bagaimana perusahaan tersebut menawarkan yang berbeda dan terbaik.

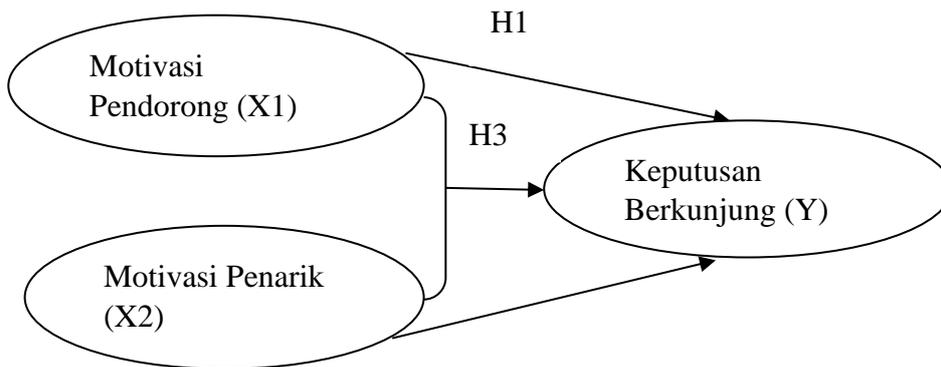
Dimensi Keputusan Berkunjung Bisnis

Keputusan berkunjung bisnis beserta dimensinya diadopsi dari teori keputusan pembelian bisnis yang disertai dimensinya agar sesuai dengan judul dan isi penelitian. Berdasarkan pemaparan pada bab II bahwa museum ini dikelola secara swasta, dimana pihak pengelola selain bertujuan untuk melestarikan juga bertujuan untuk mencari keuntungan. Sehingga di asumsikan bahwa mereka yang berkunjung adalah untuk tujuan bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2012) pemasaran bisnis terdiri dari organisasi bisnis untuk memperoleh produk dan layanan yang digunakan untuk menghasilkan produk dan layanan yang dijual kembali, disewakan, dan dipasok kepada konsumen lainnya. **Hipotesis atau Definisi Konsep**

Berdasarkan pada beberapa penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa terdapat Pengaruh Motivasi Pendorong dan Motivasi Penarik Terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Perjuangan Bogor. maka dapat dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

- a. H₀ = Tidak terdapat pengaruh antara Motivasi Pendorong Terhadap Keputusan Berkunjung

- H1 = Terdapat pengaruh antara Motivasi Pendorong Terhadap Keputusan Berkunjung
- b. H0 = Tidak terdapat pengaruh antara Motivasi Penarik Terhadap Keputusan Berkunjung
- H2 = Terdapat pengaruh antara Motivasi Penarik Terhadap Keputusan Berkunjung
- c. H0 = Tidak terdapat pengaruh antara Motivasi Pendorong dan Penarik secara simultan Terhadap Keputusan Berkunjung
- H3 = Terdapat pengaruh antara Motivasi Pendorong dan Penarik secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah (2021)

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dengan mengambil objek penelitian di Museum Perjuangan Bogor Jl. Merdeka No.56, Kelurahan Cibogor, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor 16124. Lokasi Museum Perjuangan Bogor sangat strategis dan di tengah keramaian kota Bogor dekat dengan stasiun Bogor dan Taman Topi dimana dilalui oleh angkot 02 arah Sukasari dan 03 arah Bubulak sehingga memudahkan wisatawan yang datang dari luar kota Bogor. Letak Museum Perjuangan Bogor berhadapan dengan pusat perbelanjaan sehingga memudahkan wisatawan dalam memperoleh kebutuhannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mereka yang pernah berkunjung ke Museum Perjuangan Bogor. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 pengunjung.

Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu (1) Sumber Data Primer. Menurut Sugiyono (2011) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan Aziz Firdaus (2012) berpendapat bahwa data primer adalah data yang diperoleh sendiri oleh perseorangan atau organisasi langsung melalui objeknya seperti rekapitulasi data kuesioner, pengamatan langsung, dan hasil wawancara. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada setiap wisatawan yang berkunjung ke Museum Perjuangan Bogor. (2) Sumber Data Sekunder. Menurut Sugiyono (2011) sumber sekunder merupakan sumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sedangkan Aziz Firdaus (2012) berpendapat bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi seperti data-data laporan

keuangan perusahaan, data-data dari jurnal, majalah, website atau lembaga perusahaan. Pada penelitian ini sumber data sekunder antara lain data jumlah kunjungan wisatawan, profil Museum Perjuangan Bogor serta struktur organisasinya.

Berbagai macam data yang digunakan pada penelitian ini dibagi berdasarkan dua kelompok sesuai dengan sumber data yang didapatkan dan data-data yang digunakan, ditampilkan pada tabel 4.

Tabel 4. Sumber Data Penelitian

No.	Bentuk Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah kunjungan wisatawan ke museum di Indonesia	Sekunder	Kebudayaan kemdikbud (2018)
2.	Jumlah kunjungan museum kota Bogor	Sekunder	Data pariwisata kota Bogor
3.	Data kunjungan museum perjuangan Bogor	Sekunder	Pengelola museum perjuangan Bogor
4.	Profil perusahaan dan struktur organisasi museum perjuangan Bogor	Sekunder	Pengelola museum perjuangan Bogor
5.	Tanggapan responden terhadap pengaruh motivasi pendorong dan motivasi penarik di museum perjuangan Bogor	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke museum perjuangan Bogor
6.	Tanggapan responden terhadap keputusan berkunjung ke museum perjuangan Bogor	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke museum perjuangan Bogor

Sumber: Pengolahan berbagai sumber (2021)

Metode analisis menggunakan skala likert, bahwa semakin tinggi skor maka individu tersebut mempunyai sikap positif atau mendukung, dan sebaliknya semakin rendah skor maka individu tersebut mempunyai sikap negatif atau tidak mendukung.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas.

Rumus yang digunakan untuk mengukur kevalidan suatu *instrument* pada penelitian ini adalah rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = Pearson r correlation coefficient

N = jumlah sampel

Adapun rumus r hitung menurut Sugiyono:2011 adalah sebagai berikut:

$$Db = n - 2$$

Dimana:

Db = Derajat bebas

n = Jumlah variable

Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi adalah analisis yang digunakan untuk mengecek atau lemahnya atau arah dan pengaruh motivasi pendorong dan motivasi penarik terhadap keputusan berkunjung di museum perjuangan Bogor. Teknik analisis data yang digunakan dalam mengolah hasil penelitian yaitu dengan menggunakan program software SPSS versi 16.0. Untuk dapat memberi penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut kuat atau lemahnya, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tersaji pada tabel 3.3 sebagai berikut: Tabel 5. Pedoman interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2021)

Analisis Koefisien Determinasi

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan Koefisien Determinasi (r^2). Koefisien ini disebut koefisien penentu, karena varians yang terjadi pada variabel *dependen* dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel *independen*. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 yang berfungsi mengolah data yang diperoleh dari 30 orang responden untuk uji validitas awal dan menghitung sisa dari kuesioner dengan jumlah keseluruhan sebanyak 100 responden. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka dihitung menggunakan rumus:

$$Kd = rs^2 \times 100\%$$

Kd = Koefisien determinasi

Rs = Koefisien rank Spearman

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2011) penelitian deskriptif adalah penelitian yang tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel lain, dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Sedangkan Azis Firdaus (2012) berpendapat riset atau penelitian deskriptif mempunyai ciri dominan yaitu menjelaskan karakteristik satu variabel tertentu secara terstruktur dan spesifik, dimana data yang dianalisis berupa data sekunder atau hasil observasi yang *relative* banyak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan jumlah responden pria sebanyak 54 responden (54,49%) dan wanita 56 responden (56,51%). Sementara hasil identifikasi responden berdasarkan usia memperlihatkan bahwa lebih dominan diantara usia 20-25 sebanyak 33,33% dan 33 responden, yang paling sedikit di usia 35-43

sebanyak 19,19% sebanyak 19 responden. Sedangkan untuk usia yang <20 tahun hanya 21 responden sebanyak 21,21% dan usia 26-34 tahun sebanyak 27 responden dengan presentase 27,27% dari total 100 koresponden.

Hasil identifikasi responden berdasarkan pendidikan memperlihatkan bahwa, responden dengan pendidikan SMA yaitu sebanyak 54 orang responden, berpendidikan S1 sebanyak 24 orang responden, latar belakang pendidikan SMP/Sederajat sebanyak 12 orang responden, dan ada 10 orang responden berlatar belakang lainnya. Hasil identifikasi responden berdasarkan pekerjaan memperlihatkan responden pegawai negeri sebanyak 18 orang responden, sebanyak 45 orang responden berlatar belakang pegawai swasta, 1 orang responden berlatar belakang PNS, kemudian sebanyak 18 orang responden mahasiswa/i, 7 orang responden berlatar belakang wiraswasta dan 11 orang berlatar belakang pekerjaan lainnya.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Berikut ini adalah tabel KMO dan Bartlett's Test sebagai alat ukur validitas data:

Table 6. Tabel Uji Validitas
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,582
	Approx. Chi-Square	82,260
Bartlett's Test of Sphericity	Df	21
	Sig.	,000

Sumber data SPSS 16.0 (2021)

Berdasarkan data SPSS 16.0, dilihat dari KMO (Kaiser- MayerOlkin Measure of Sampling Adequacy) terdapat nilai 0.582 dapat diartikan data tersebut valid karena telah melebihi keabsahan data validitas yakni lebih dari 0,5.

Uji Reliabilitas

Table 7. Table Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,739	15

Sumber: Olahan data SPSS 16.0 (2021)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha untuk semua butir pertanyaan baik X1, X2 maupun Y memenuhi syarat nilai keabsahan data yaitu 0,739 dimana nilai ini lebih besar dari pada 0,6. Maka dapat dikatakan bahwa semua butir pertanyaan reliable. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi pada setiap variable.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 8. Uji Hipotesis

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	,388	,375	,36399

Sumber: Olahan Data SPSS 16.0 (2021)

Dari hasil data diatas menjelaskan bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang di dapat dari uji R adalah 0.623 yang berarti hubungan korelasi kuat (0,60 – 0,799). Berdasarkan tabel diatas juga dapat besar pengaruh Motivasi Pendorong dan Motivasi Penarik terhadap keputusan berkunjung dengan melihat R Square, dari tabel tersebut tampak bahwa skor R. Square adalah 0,388. Hal ini memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 0,388 atau 38,8% sedangkan sisanya 61,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

Tabel 9. Uji Hipotesis 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,125	,466		2,414	,018
1 Rata-rata X1	,734	,123	,517	5,978	,000

a. Dependent Variable: Rata rata Y

Sumber: Olahan Data SPSS 16.0 (2021)

1. Uji t yang berkaitan dengan variabel Motivasi Pendorong (X1) dengan Keputusan Berkunjung (Y).

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari t_{hitung} sebesar $5,978 > t_{tabel}$ sebesar 1,9847 dan nilai sig $0,000 < 0,050$, maka H_0 ditolak sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel Motivasi Pendorong(X1) dengan keputusan Berkunjung(Y).

Tabel 10. Uji Hipotesis 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,916	,386		4,963	,000
Rata rata X2	,490	,095	,463	5,171	,000

a. Dependent Variable: Rata rata Y

Sumber: Olahan Data SPSS 16.0 (2021)

2. Uji t yang berkaitan dengan variabel Motivasi Penarik(X2) dengan Keputusan Berkunjung(Y).

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari t_{hitung} sebesar 5,171 > t_{tabel} sebesar 1,9847 dan nilai sig 0,000 < 0,050, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel Motivasi Penarik(X2) dengan Keputusan Berkunjung(Y).

Uji Simultan (Uji F)

Table 11. Uji Simultan(Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8,148	2	4,074	30,750	,000 ^b
Residual	12,852	97	,132		
Total	21,000	99			

Sumber: Olahan Data SPSS 16.0 (2021)

Hasil pengolahan data diperoleh F_{hitung} sebesar 30,750 sehingga $F_{hitung} > f_{tabel}$ (30,750 > 2,70) dan sig. bernilai 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan tolak H_0 , terima H_3 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variable Motivasi

Pendorong (X1), Motivasi Penarik(X2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung(Y) di Museum Perjuangan Bogor.

Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,058	,493		,117	,907
1 Rata-rata X1	,610	,116	,430	5,246	,000
Rata-rata X2	,379	,087	,358	4,375	,000

Sumber: Olahan Data SPSS 16.0 (2021)

Berdasarkan perhitungan tabel SPSS 16.0 di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,058 + 0,610X1 + 0,379X2$$

Nilai konstanta (a) 0,058. Artinya apabila kedua variabel bernilai 0 maka nilai positif kepuasan pengunjung 0,058 dan akan mengalami peningkatan.

Pembahasan

Pengaruh X₁ terhadap Y

Nilai koefisien regresi variable Motivasi Pendorong (X1) 0,610, yang berarti variabel Motivasi Pendorong (X1) berpengaruh positif pada keputusan berkunjung(Y). Dengan kata lain, peningkatan aspek Motivasi Pendorong atau bukti fisik fasilitas akan meningkatkan Keputusan Berkunjung di Museum Perjuangan Bogor.

Pengaruh X₂ terhadap Y

Nilai koefisien regresi variable Motivasi Penarik (X2) 0,379, yang berarti variabel Motivasi Penarik(X2) berpengaruh positif pada keputusan berkunjung(Y). Dengan kata lain, peningkatan aspek Motivasi Penarik atau sesuatu hal yang terpercaya akan meningkatkan keputusan berkunjung di Museum Perjuangan Bogor.

Pengaruh X Simultan terhadap Y

Hasil pengolahan data diperoleh F_{hitung} sebesar 30,750 sehingga $F_{hitung} > f_{tabel}$ ($30,750 > 2,70$) dan sig. bernilai $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan tolak H_0 , terima H_3 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variable Motivasi Pendorong

(X1), Motivasi Penarik(X2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung(Y) di Museum Perjuangan Bogor.

Pengaruh X Simultan terhadap Y

Hasil pengolahan data diperoleh F_{hitung} sebesar 30,750 sehingga $F_{hitung} > f_{tabel}$ ($30,750 > 2,70$) dan sig. bernilai $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan tolak H_0 , terima H_3 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variable Motivasi Pendorong (X1), Motivasi Penarik(X2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung(Y) di Museum Perjuangan Bogor.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian yang penulis lakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Motivasi Pendorong (X1) dengan keputusan Berkunjung (Y). (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Motivasi Penarik (X2) dengan Keputusan Berkunjung (Y). 1) Menerima H_3 dan menolak H_0 yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variable Motivasi Pendorong (X1), Motivasi Penarik(X2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung(Y) di Museum Perjuangan Bogor. Saran pengelola diharapkan lebih informatif dan kreatif dalam menyajikan informasi koleksi, seperti memperlengkapi informasi berupa tulisan menggunakan warna dan gambar yang bervariasi supaya pengunjung tidak merasa bosan dalam membacanya atau menggunakan media elektronik supaya lebih menarik dan modern agar tidak tertinggal dengan museum yang lain. Selain itu, museum juga perlu mengadakan acara yang lebih sering dengan bertemakan perjuangan, sejarah, dan hal yang berkaitan dengan nilai patriotism (cinta tanah air) seperti mengadakan opera mini tentang perjuangan rakyat Bogor selain untuk memberikan informasi dan ilmu juga dapat menjadi bahan sebuah promosi untuk menarik masyarakat atau wisatawan untuk menonton dan kembali untuk berkunjung dilain waktu. Saran lain, tata pajang koleksi alangkah baiknya menggunakan warna yang berbeda, tidak cenderung ke warna gelap karena hal tersebut memberikan kesan gelap.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman. 2011. Dasar-Dasar metode Statistika untuk Penelitian. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Anindita, M. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Ary Widiastini, Ni Made. 2012. Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng Bali. Jurnal
- Aziz, M Firdaus. 2012. Metode Penelitian. Danggerang: Jelajah Nusa.
- Battour, M., Ismail, MN, dan Battor, M. 2010. Toward a Halal Tourism Market. Tourism Analysis.
- Chaplin, J. P. 2008. Kamus Lengkap Psikologi Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S. (2011). Business research methods (11th ed.). New York: Mc GrawHill/Irwin
- Dalyono. 2009. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta

- Danu Hermansyah, Badja Waluya (2012) Analisis Faktor-Faktor pendorong Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor. *Universitas Managament Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI*.
- Direktorat Museum. 2009. Himpunan Peraturan Perundang-undangan Rep. Indonesia tentang Museum. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata
- Direktorat Museum. 2008. Pedoman Museum Indonesia. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata
- Eka Rosyidah (2017) Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*
- Hadis, Abdul. 2008. Psikologi dalam Pendidikan. Bandung:Alfabeta
- Hasan, M. Iqbal. 2008. Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta:PT. Bumi Aksara
- Husein, Umar. 2010. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1.Jakarta: Erlangga.
- Lita Sari Dewi (2015) Pengaruh Komponen Produk Wisata Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Museum Perjuangan Bogor. *Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor*.
- Nyoman Indra Pranata (2013) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Domestik Berkunjung Ke Bali Safari & Marine Park, Gianyar Bali. *Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia*
- Pavule, Giva. 2006. International Tourism Market for camping Sites in Latvia. Bornemouth University. Hochschule Heilbronn.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 10 tahun 1993 tentang Pelaksanaan UU RI No. 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya.
- Peraturan Pemerintah No. 19 th. 1995 Tentang Pemeliharaan dan Pemanfaatan Benda Cagar Budaya di Museum. Undang-undang Republik Indonesia No. 5 tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya.
- R, Basiya; Hasan Adul Rozak. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. Semarang.
- Soebiyantoro, Ugy. (2009). Pengaruh ketersediaan Sarana Prasarana Transportasi terhadap kepuasan wisatawan.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Suryabrata, Sumadi. (2010). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Grafindo Persada.
- Suwanto dan Donni Juni Priansa. 2013. Manajemen SDM Dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta

Syaiful Bahri Djamarah. 2008. Psikologi Belajar. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Wahid, Abdul. 2015. Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami. Skripsi

Wardiyanta, 2006, Metode Penelitian Pariwisata, Yogyakarta: Andi

Yoeti, H. Oka A. dkk, 2006, Pariwisata Budaya: Masalah dan solusinya Jakarta: PT. Pradnya

