

**PENGARUH CITRA DESTINASI, MOTIVASI PERJALANAN
DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP *VISIT INTENTION*
(Studi pada Wisata Vulcano Tour Merapi Kabupaten Sleman)**

TESIS

**Program Studi Magister Ilmu Administrasi
Konsentrasi Magister Ilmu Administrasi Bisnis**



Oleh :
DWI HASTHO
14020115410009

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG
2018**

**PENGARUH CITRA DESTINASI, MOTIVASI PERJALANAN DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP *VISIT INTENTION*
(Studi pada Wisata Vulcano Tour Merapi Kabupaten Sleman)**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu perguruan tinggi, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis telah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Semarang, April 2018

Dwi Hastho

Tesis Final

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to iGroup Student Paper	2%
2	ken-pkmiklan.blogspot.com Internet Source	2%
3	bembyagus.blogspot.com Internet Source	1%
4	eprints.undip.ac.id Internet Source	1%
5	www.emeraldinsight.com Internet Source	1%
6	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
8	postman182.blogspot.co.id Internet Source	<1%

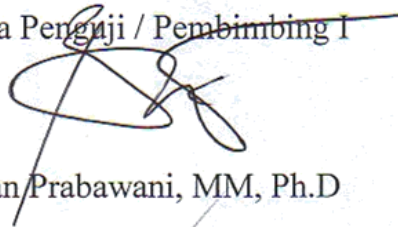
**PENGARUH CITRA DESTINASI, MOTIVASI PERJALANAN DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP *VISIT INTENTION*
(Studi Pada Wisata Vulcano Tour Merapi Kabupaten Sleman)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
DWI HASTHO
14020115410009

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 28 Mei 2018

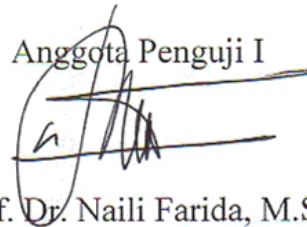
Susunan Tim Penguji:

Ketua Penguji / Pembimbing I



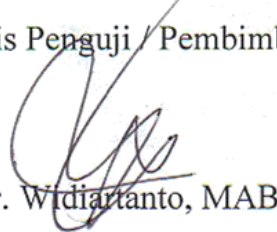
Bulan Prabawani, MM, Ph.D

Anggota Penguji I



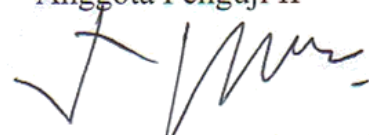
Prof. Dr. Naili Farida, M.Si

Sekretaris Penguji / Pembimbing II



Dr. Widiartanto, MAB

Anggota Penguji II



Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Magister

Tanggal 26 Juni 2018
Ketua Program Studi Magister Ilmu Administrasi
Universitas Diponegoro
Semarang



Dr. Kismartini, M.Si
NIP. 19610328198603 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan berkah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul **“PENGARUH CITRA DESTINASI, MOTIVASI PERJALANAN DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP *VISIT INTENTION* (Studi Pada Wisata Vulcano Tour Merapi Kabupaten Sleman)”**.

Penulisan tesis ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Pascasarjana (Strata 2) pada Program Studi Magister Ilmu Administrasi Konsentrasi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta dorongan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang sangat membantu dalam menyelesaikan penyusunan tesis. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Kismartini, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Administrasi Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bulan Prabawani, MM, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
3. Dr. Widiartanto, MAB selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
4. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si selaku Dosen penguji I yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
5. Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si selaku Dosen penguji II yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam penyusunan tesis ini.

6. Seluruh staf pengajar dan staf administrasi Program Studi Magister Ilmu Administrasi Konsentrasi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang untuk kesediannya membantu kelancaran selama kuliah dan penyelesaian tesis.
7. Kepala Dinas Kesbangpol Kabupaten Sleman, Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, Camat Cangkringan dan Kepala Desa Kepuharjo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di kawasan wisata Volcano Tour Merapi, Kaliadem Desa Kepuharjo Kecamatan Cangkringan Kabupaten Sleman.

Penulis berharap semoga tesis ini memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa penyusunan dan penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar segala kekurangan yang ada dapat diperbaiki.

Semarang, April 2018
Penulis

Dwi Hastho
NIM. 14020115410009

RINGKASAN

Pariwisata merupakan kegiatan populer yang banyak memberikan pendapatan bagi warga negara, sehingga saat ini merupakan salah satu industri yang menopang kehidupan jutaan umat manusia di seluruh penjuru dunia. Indonesia juga merupakan negara yang sedang giat dalam mengembangkan industri pariwisatanya. Tahun 2016 merupakan tahun percepatan yang diprogramkan pemerintah untuk memperlancar jalannya kegiatan wisata di Indonesia. Sleman, adalah salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki banyak destinasi wisata alam. Salah satunya adalah Volcano Tour Merapi. Kurangnya fasilitas umum dan terjadinya beberapa kali kecelakaan dikhawatirkan dapat mengganggu pariwisata dilokasi ini. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh citra destinasi, motivasi perjalanan dan persepsi nilai terhadap Visit Intention.

Citra destinasi merupakan citra dari destinasi kawasan wisata Volcano Tour Merapi yang merupakan gabungan dari berbagai produk, atraksi, dan atribut ditambahkan terhadap kesan perorangan dari proses seleksi berdasarkan berbagai informasi yang didapatkan. Motivasi perjalanan pariwisata adalah gaya dorong dan gaya tarik yang menjadi alasan mengapa seseorang melakukan perjalanan menuju kawasan wisata Volcano Tour Merapi di Kecamatan Cangkringan Kabupaten Sleman. Persepsi nilai merupakan keseluruhan penilaian konsumen tentang kegunaan produk atau jasa berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dengan apa yang dirasakan dari kawasan wisata Volcano Tour Merapi. *Visit intention* merupakan kemauan seorang wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata Volcano Tour Merapi berdasarkan berbagai pertimbangan yang telah dilakukan sebelumnya.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui model persamaan *partial least square*. Mayoritas responden yang menanggapi kuesioner penelitian ini memberikan jawaban setuju terhadap semua pernyataan yang disajikan oleh peneliti. Berdasarkan perhitungan dengan *SmartPLS 3.0* didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan citra destinasi terhadap persepsi nilai, terdapat pengaruh positif signifikan citra destinasi terhadap *visit intention*, terdapat pengaruh positif signifikan motivasi perjalanan terhadap citra destinasi, terdapat pengaruh positif signifikan persepsi nilai terhadap *visit intention*.

Pada akhir penelitian ini saran yang diberikan, kawasan ini, dapat lebih ditonjolkan ragam keunikan destinasi wisatanya dengan memperlihatkan perannya sebagai sarana wisata edukasi melalui penyediaan gambar 3D mengenai cerita proses muncul hingga terjadinya erupsi Gunung Merapi dan melalui sarana edukasi simulasi penanganan bahaya terjadinya erupsi gunung api. Dinas terkait bersama warga dapat lebih memperhatikan sarana prasarana penunjang wisata seperti kebersihan toilet, kenyamanan dan kebersihan sarana ruang tunggu dan tempat parkir melalui kerjasama manajemen pengelolaan dengan pihak ketiga agar semua sarana prasarana yang ada sesuai standar pelayanan lokasi wisata. Penyediaan sarana wisata tambahan seperti menyediakan sarana panjat tebing buatan, *repling* dan *flying fox* untuk menambah sensasi petualangan.

ABSTRAKSI

Judul : Pengaruh Citra destinasi, Motivasi Perjalanan dan Persepsi Nilai terhadap Visit Intention (Studi Pada Wisata Vulcano Tour Merapi Kabupaten Sleman)
Penyusun : Dwi Hastho
NIM : 14020115410009
Program Studi : Magister Ilmu Administrasi

Pariwisata merupakan kegiatan populer yang sering memberikan pendapatan bagi penduduk. Kegiatan ini merupakan industri yang menopang kehidupan jutaan umat manusia di dunia. Indonesia adalah negara yang sedang giat mengembangkan industri pariwisata. Sleman merupakan kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki banyak destinasi wisata alam. Ketersediaan fasilitas umum yang minim dan terjadinya kecelakaan menjadi permasalahan dalam perilaku berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, motivasi perjalanan dan persepsi nilai terhadap *Visit Intention*.

Citra destinasi adalah citra dari kawasan wisata Volcano Tour Merapi yang merupakan gabungan dari berbagai produk, atraksi, dan atribut ditambah kesan perorangan dari proses seleksi berdasarkan berbagai informasi yang didapat. Motivasi perjalanan adalah gaya dorong dan gaya tarik yang menjadi alasan seseorang melakukan perjalanan menuju kawasan wisata Volcano Tour Merapi. Persepsi nilai merupakan seluruh penilaian konsumen mengenai kegunaan produk atau jasa berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dengan apa yang dirasakan dari kawasan wisata Volcano Tour Merapi. *Visit intention* merupakan kemauan seorang wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata Volcano Tour Merapi menurut pertimbangan yang telah dilakukan.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, dengan sampel besar. Data primer dikumpulkan dengan cara memberikan kuesioner kepada wisatawan sebagai responden menggunakan skala likert. Data dianalisis dengan metode persamaan *Partial Least Square*. Model yang diajukan diuji kelayakannya secara *inner model* dan *outer model*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju terhadap semua pernyataan yang diajukan peneliti. Berdasarkan perhitungan dengan *SmartPLS 3.0* diperoleh hasil terdapat pengaruh positif dan signifikan citra destinasi terhadap persepsi nilai, terdapat pengaruh positif signifikan citra destinasi terhadap *visit intention*, terdapat pengaruh positif signifikan motivasi perjalanan terhadap citra destinasi, terdapat pengaruh positif signifikan persepsi nilai terhadap *visit intention*. Oleh karena itu, semua hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima. Hasil kesimpulan ini mendukung penelitian sebelumnya. Saran yang diberikan antara lain dapat lebih ditonjolkan ragam keunikan destinasi dengan memperlihatkan perannya sebagai wisata edukasi melalui penyediaan gambar 3D cerita proses erupsi Gunung Merapi dan simulasi penanganan bahaya erupsi gunung api. Dinas terkait lebih memperhatikan sarana prasarana penunjang wisata melalui kerjasama manajemen pengelolaan dengan pihak ketiga agar standar pelayanan lokasi wisata. Menambah sensasi petualangan melalui sarana panjat tebing buatan, *repling* dan *flying fox* untuk menambah sensasi petualangan.

Kata Kunci: Citra destinasi, Motivasi Perjalanan, Persepsi Nilai, *Visit Intention*

ABSTRACT

Title : The Influence of Destination Image, Travel Motivation and Perceived Value to Visit Intention
Compiler : Dwi Hastho
NIM : 14020115410009
Study Program : Master of Science in Administration

Tourism is a popular activity that often provides income for the population. This activity is an industry that sustains the lives of millions of human beings in the world. Indonesia is a country that is actively developing the tourism industry. Sleman is a district in the Special Region of Yogyakarta which has many natural tourist destinations. The availability of minimal public facilities and the occurrence of accidents is a problem in visiting behavior. This study aims to determine the effect of destination image, travel motivation and perception of value to Visit Intention.

The image of the destination is the image of the tourist area of Volcano Tour Merapi which is a combination of various products, attractions, and attributes plus the personal impressions of the selection process based on various information gained. Motivation of travel is the style of thrust and the attraction that the reason someone travel to the tourist area Volcano Tour Merapi. The perception of value is the whole consumer's assessment of the usefulness of the product or service based on the perception of what is received with what is felt from the tourist area of Volcano Tour Merapi. Visit intention is a willingness of a tourist to visit the tourist area Volcano Tour Merapi according to considerations that have been done.

The research was done by quantitative approach. Type of research used is explanatory research, with large sample. Primary data was collected by giving questionnaires to tourists as respondents using Likert scale. Data were analyzed by Partial Least Square equation method. The proposed model is tested for its feasibility in inner model and outer model.

The results showed that most respondents gave the answer agreed to all statements submitted by researchers. Based on the calculation with SmartPLS 3.0, there are positive and significant effect of destination image on the perception of value, there are significant positive effect of destination image on visit intention, there is significant positive influence of travel motivation toward destination image, there is significant positive influence of value perception toward visit intention. Therefore, all hypotheses submitted are accepted. The results of this conclusion support the previous study. Suggestions given among others can be more highlighted the variety of uniqueness of the destination by showing its role as an educational tour through the provision of 3D images of the eruption of Mount Merapi eruption and simulation of the handling of volcanic eruption hazard. The relevant offices pay more attention to the supporting facilities of tourism infrastructure through management cooperation with third party management for service standard of tourist location. Adding the sensation of adventure through means of artificial rock climbing, repling and flying fox to add the sensation of adventure

Keywords: Destination image, Motivation of Travel, Perception of Value, Visit Intention

DAFTAR ISI

PERYATAAN	ii
HASIL <i>OUTPUT TURNITIN</i>	iii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
RINGKASAN	vii
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pemasaran	12
2.2 Pemasaran Jasa.....	13
2.3. Pemasaran Pariwisata.....	17
2.4 Perilaku Konsumen	19
2.5 Teori Perilaku Terencana	23
2.6 Citra destinasi.....	25
2.7 Motivasi Perjalanan.....	26
2.8 Persepsi Nilai	28
2.9 <i>Visit Intention</i>	30

2.10 <i>State Of The Art</i>	32
2.11 <i>Research Gap</i> Penelitian	42
2.12 Hubungan Antar Variabel	44
2.11.1 Pengaruh Citra destinasi terhadap Persepsi Nilai.....	44
2.11.2 Pengaruh Citra destinasi terhadap <i>Visit Intention</i>	45
2.11.3. Pengaruh Motivasi Perjalanan terhadap Citra destinasi.....	46
2.11.4 Pengaruh Persepsi Nilai terhadap <i>Visit Intention</i>	47
2.13 Model Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	50
3.3 Lokasi Penelitian.....	51
3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	51
3.4.1 Populasi	51
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.5 Definisi dan Indikator Variabel Peneltitian.....	53
3.5.1 Definisi Konsep.....	53
3.5.1.1 Citra destinasi (X1)	53
3.5.1.2 Motivasi Perjalanan (X2)	53
3.5.1.3 Persepsi Nilai (X3).....	53
3.5.1.4 <i>Visit Intention</i> (Y)	53
3.5.2 Definisi Operasional.....	54
3.5.2.1 Citra destinasi (X1)	54
3.5.2.2 Motivasi Perjalanan (X2)	54
3.5.2.3 Persepsi Nilai (X3).....	55
3.5.2.4 <i>Visit Intention</i> (Y)	55
3.6 Sumber dan Jenis Data	59
3.6.1 Data Primer	59
3.6.2 Data Sekunder	60
3.7 Uji Instrumen	60

3.7.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	60
3.7.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	61
3.8 Teknik Analisis data.....	62
3.9. Rancangan Model Penelitian PLS-SEM	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	66
4.2 Profil Data Pribadi Responden.....	70
4.2.1 Domisili Responden	70
4.2.2 Jenis Kelamin	72
4.2.3 Usia Responden.....	72
4.2.4 Tingkat Pendidikan Responden	73
4.2.5 Pekerjaan Responden	74
4.2.6 Pengasilan Rata-Rata Responden.....	75
4.3 Tanggapan Responden Mengenai variabel Penelitian	76
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Destinasi.....	76
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Motivasi Perjalanan	85
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Nilai	93
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Visit Intention</i>	103
4.4 Hasil Analisis Data.....	107
4.4.1 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> Variabel Penelitian	108
4.4.2 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> Variabel Penelitian.....	111
4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian	112
4.6 Pembahasan Penelitian.....	118
4.6.1 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Persepsi Nilai.....	118
4.6.2 Pengaruh Citra Destinasi terhadap <i>Visit Intention</i>	121
4.6.3 Pengaruh Motivasi Perjalanan terhadap Citra Destinasi	122
4.6.4 Pengaruh Persepsi Nilai terhadap <i>Visit Intention</i>	125
4.6.5 Kontribusi Hasil Penelitian terhadap Teori.....	132
4.6.6 Kontribusi Praktis	133

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	135
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Saran.....	136

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Kabupaten Sleman 2012 - 2017.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Lava Tour Merapi 2012 – 2017	5
Tabel 2.1 Penelusuran Literatur Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Ringkasan Instrumen Penelitian.....	56
Tabel 3.2 Skala pengukuran Likert	59
Tabel 4.1 Sebaran Asal Domisili Responden.....	71
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 4.3 Sebaran Umur Responden.....	73
Tabel 4.4 Sebaran Tingkat Pendidikan Responden	74
Tabel 4.5. Sebaran Jenis Pekerjaan Responden	74
Tabel 4.6 Sebaran tingkat pendapatan Responden.....	75
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra destinasi Kawasan Wisata Volcano Tour Merapi.....	78
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Motivasi Perjalanan	86
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Nilai	94
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Visit Intention	104
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> untuk Validitas Variabel Penelitian ..	108
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> Reliabilitas Variabel Penelitian.....	110
Tabel 4.13. Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> Variabel Penelitian.....	111
Tabel 4.14. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa	16
Gambar 2.2 Model Penelitian	49
Gambar 3.1 Rancangan Model Penelitian PLS-SEM	65
Gambar 4.1 Peta Kondisi Rawan Bencana Gunung Merapi	68
Gambar 4.2 Tampilan Output PLS-SEM Alogaritm	114
Gambar 4.3 Tampilan Output PLS-SEM <i>Bootstraping</i>	116

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Mentah Entry Kuesioner
- Lampiran 3 Output Validitas Penelitian Pendahuluan
- Lampiran 4 Output SmarPLS 3.0
- Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian