

Karakteristik dan motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di desa mas ubud gianyar

I Nyoman Rudy Arnatha Pratama¹⁾, Ni Made Ariani²⁾, Fanny Maharani Suarka³⁾
Program Studi Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana¹²³⁾

Jl. DR. R. Goris No. 7 Denpasar, Bali, 80831
Telp/Fax : 62 361 223798 Email : fpar@unud.ac.id
Email : rudyarnathapratama@gmail.com

Abstrak

Desa Mas merupakan desa wisata. Keberadaan *restaurant* di Desa Mas sangat mendukung aktivitas wisata. Penting bagi pihak *restaurant* untuk mengetahui kondisi pangsa pasar dan sesuai dengan keinginan wisatawan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik dan motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di Desa Mas Ubud, Gianyar. Variabel yang digunakan yaitu karakteristik dan motivasi. Jenis data adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam menentukan jumlah responden, menggunakan rumus Wibisono dengan responden sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan analisis data kuantitatif yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Hasil penelitian ini adalah karakteristik wisatawan mayoritas berusia 20-25 tahun, dominan berjenis kelamin laki-laki, berprofesi sebagai karyawan. Sebagian besar lulusan SMA/SMK dan banyak yang belum menikah. Wisatawan banyak berasal dari Pulau Jawa. Motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di Desa Mas Ubud, memiliki rata-rata yang sama antara motivasi rasional dan emosional. Indikator tertinggi motivasi rasional adalah indikator rasa makanan. Indikator tertinggi motivasi emosional adalah keamanan. Karakteristik wisatawan berdasarkan usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, status, asal, pendapatan, dan tujuan perjalanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap motivasi memilih *restaurant*. Karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin, sumber informasi, dan pengeluaran biaya memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap motivasi memilih *restaurant*. Saran dari penelitian ini diharapkan pihak *restaurant* memberikan inovasi baru untuk menu, mempertimbangkan harga produk yang ditawarkan, dan memperjelas informasi terkait lokasi *restaurant*.

Kata Kunci : Karakteristik, Motivasi, Wisatawan, *Restaurant*

Abstract

Mas Village is a tourism village. The existence of restaurants in Mas Village uphold the tourism activities. It is important for restaurants to know market share conditions and tourist's desire. This research to determine the characteristics and motivation of tourists in choosing a restaurant in Mas Ubud Village, Gianyar.. The variables used are characteristics and motivation. Types of data are qualitative and quantitative data. Data sources are primary data and secondary data. Data collection techniques using questionnaires, interviews, observation and literature study. Determination of informants in this research using purposive sampling. In determining the number of respondents, using the Wibisono formula and found 100 respondents. The sampling technique using accidental sampling. The data analysis used quantitative data analysis, namely descriptive statistics and inferential statistics. The results of this research the characteristics of the majority of respondents aged 20-25 years, mostly male, dominant as an employee. Most recently graduated from senior high school and many respondents still single. Most of the respondents came from the Java Island. The motivation of tourists choosing a restaurant in Mas Village Ubud has the same average of rational and emotional motivation. The highest indicator of rational motivation is the indicator of food taste. The highest indicator of emotional motivation is security. The characteristics of tourists by age, latest education, occupation, status, origin, income, and travel destination have a significant relationship with motivation to choose a restaurant. The characteristics of tourists by gender, information source, and expense have insignificant relationship with motivation to choose a restaurant. Suggestions from this research the restaurant is expected to provide new innovations, considering the price of the product, given the different buying power of tourists. And give the good information about the location of restaurant.

Keywords: Characteristics, Motivation, Tourists, *Restaurant*

1. PENDAHULUAN

Bali menjadi tujuan wisata favorit wisatawan. Bali dinobatkan sebagai peringkat teratas sebagai destinasi wisata favorit di dunia. Dalam ulasan situs resmi Trip Advisor tentang Bali, Pulau Bali di Indonesia menjadi destinasi favorit untuk wisatawan yang butuh relaksasi dan petualangan. Bali menduduki peringkat pertama dari 25 destinasi terbaik di dunia, mengalahkan destinasi-destinasi terbaik lainnya di dunia seperti London, Paris, Roma ataupun New York. Bali setiap tahunnya ramai di kunjungi wisatawan baik itu wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Berikut ini data kunjungan wisatawan ke Bali dalam kurun waktu 6 tahun terakhir yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik ke Bali Tahun 2014-2019

Tahun	Wisatawan Mancanegara (orang)	Wisatawan Domestik (orang)	Jumlah Wisatawan (orang)	Pertumbuhan (%)
2014	3.766.638	6.394.307	10.160.945	-
2015	4.001.835	7.147.100	11.148.935	9,72
2016	4.927.937	8.643.680	13.571.617	21,7
2017	5.697.739	8.735.633	14.433.372	6,3
2018	6.070.473	9.385.633	15.456.046	7,1
2019	6.275.210	10.545.039	16.820.249	6,3

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1, kunjungan wisatawan ke Bali setiap tahunnya meningkat, baik itu dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Peningkatan wisatawan terjadi karena pada 2016 Bali sedang gencar melakukan promosi wisata, salah satunya yaitu melalui media digital. Promosi ini dilakukan oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Bali (Tjokorda Oka dalam Kompas, 2019). Global pandemic Covid-19 yang melanda seluruh dunia pada tahun 2020, berdampak besar bagi beberapa sektor industri di dunia, salah satunya adalah industri pariwisata Indonesia, termasuk Bali. Pada akhir Juli pariwisata Bali dibuka hanya untuk wisatawan domestik dengan mengikuti protokol kesehatan yang ketat. Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Putu Astawa menyatakan bahwa adanya peningkatan kunjungan wisatawan domestik ke Bali.

Bali memiliki berbagai destinasi wisata yang sudah menjadi tempat favorit bagi wisatawan.. Salah satu kabupaten yang sering dikunjungi wisatawan adalah kabupaten Gianyar. Gianyar memiliki sentra wisata yaitu kawasan wisata Ubud, yang terletak di kecamatan Ubud. Keindahan alam dan budaya masyarakat, menjadikan Ubud memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan destinasi wisata lainnya. Seiring perkembangan wisata di kawasan Ubud, *restaurant* atau kuliner Ubud diakui sebagai daya tarik wisata sehingga sering disebut wisata gastronomi, bahkan menjadi salah satu *primary attraction*, yang menjadi alasan utama wisatawan datang ke Ubud. Berikut ini data kunjungan wisatawan ke Ubud dari tahun 2012-2017 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik ke Kecamatan Ubud Tahun 2012-2017

Tahun	Wisatawan Mancanegara (orang)	Wisatawan Domestik (orang)	Jumlah Wisatawan (orang)	Pertumbuhan (%)
2012	122.925	32.128	225.053	-
2013	153.494	37.531	191.025	-17,8
2014	158.330	33.885	192.215	0,62
2015	171.103	42.809	213.912	11,3
2016	165.763	33.769	199.532	-6,72
2017	840.558	32.545	873.103	337,6

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar (2019)

Berdasarkan Tabel 2, kunjungan wisatawan domestik ke Kecamatan Ubud mengalami fluktuasi, yang artinya jumlah kedatangan per tahunnya naik turun. Penurunan ini terjadi karena beberapa hal seperti kemacetan dan kurang penataan fasilitas serta infrastruktur pendukung kegiatan pariwisata (Tribun Bali, 2019). Ubud sedikit demi sedikit memperbaiki infrastruktur pendukung pariwisata, dan juga adanya promosi-promosi wisata yang gencar oleh pemerintah Kabupaten Gianyar.

Ubud sebagai sentral kegiatan pariwisata di kabupaten Gianyar, dapat dengan mudah ditemukan fasilitas-fasilitas pendukung pariwisata. seperti sarana akomodasi dan *restaurant*. *Restaurant* dapat dengan mudah ditemukan di sepanjang jalan di daerah Ubud dengan keunikan dari masing-masing *restaurant*. Conde Nast Traveller menobatkan Ubud sebagai salah satu kota terbaik di Asia pada tahun 2013. Ubud meraih skor tertinggi berdasarkan indikator seni dan budaya, atmosfer, situs, penginapan, *restaurant*, keramahan penduduk, dan fasilitas belanja. Salah satu komponen yang mendukung Ubud sebagai meraih penghargaan tersebut adalah *restaurant*. Berikut ini data jumlah *restaurant* yang terdapat di Kecamatan Ubud dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Jumlah *Restaurant* di Kecamatan Ubud Tahun 2019

No.	Kelurahan/Desa	Jumlah <i>Restaurant</i> (Unit)
1	Ubud	268
2	Mas	43
3	Kedewatan	26
4	Peliatan	13
5	Sayan	17
6	Singakerta	1
7	Lotunduh	5
8	Petulu	4
Total		377

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2019)

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa jumlah *restaurant* paling banyak berada di Kelurahan Ubud sebanyak 268 *restaurant*, sedangkan terbanyak kedua adalah desa Mas sebanyak 43 *restaurant*. Melihat perbandingan yang begitu signifikan, bisa disimpulkan bahwa sentral pariwisata di Kecamatan Ubud, masih terfokus berada di Kelurahan Ubud. Segala fasilitas pendukung pariwisata dapat dengan mudah ditemukan di desa Ubud.

Kepadatan akomodasi dan fasilitas pariwisata di Ubud berimbas kepada wilayah di sekitar Ubud. Desa Mas merupakan salah satu desa yang berbatasan langsung dengan Kelurahan Ubud, hal ini menjadikan Desa Mas menjadi salah satu wilayah yang cukup ramai dikunjungi wisatawan. Jumlah *restaurant* yang terdapat di desa Mas, tidak sebanyak *restaurant* yang ada di Kelurahan Ubud Di desa Mas. Walaupun begitu, *restaurant* di Ubud masih banyak dikunjungi oleh wisatawan ataupun konsumen yang ingin mencicipi berbagai hidangan lokal mauapun luar negeri. Berikut ini *restaurant* yang ada di Desa Mas berdasarkan situs Trip Advisor dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. *Restaurant* di Desa Mas dilihat dari Rating dan Ulasan Berdasarkan Situs Trip Advisor Tahun 2020

No.	Nama <i>Restaurant</i>	Alamat	Rating	Ulasan
1	Taco Casa	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.5	3,424
2	Spaccanapoli	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.0	548
3	Pizza Bagus	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.0	688
4	Mamma Mia	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.0	1,479
5	Nostimo Greek Grill	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.5	711
6	Who's Who	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.5	1,555
7	Batubara	Jl. Raya Pengosekan, Mas	5.0	952
8	Seasoned	Jl. Raya Pengosekan, Mas	5.0	573
9	Pundi-Pundi Asian Grill	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.0	804
10	Sacred Rice	Jl. Cempaka, Mas Ubud	5.0	579
11	Laka-Leke	Jl. Nyuh Bojog, Mas Ubud	4.5	762
12	Odette	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	5.0	117
13	Warung Mina	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	4.0	277

14	Warung Pojok	Jl. Nyuh Gading, Mas Ubud	4.5	173
15	Warung Mak Beng	Jl. Cok Rai Puduk, Mas	5.0	1
16	Warung Rama	Jl. Nyuh Gading, Mas Ubud	5.0	160
17	Sage	Jl. Nyuh Bulan, Mas Ubud	4.5	433
18	Warung Semar Mas	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	4.0	53
19	Eat.Co	Jl. Cempaka, Mas Ubud	5.0	24
20	Titi Batu <i>Restaurant</i>	Jl. Cempaka, Mas Ubud	4.5	27
21	Suka Espresso	Jl. Raya Pengosekan, Mas	5.0	390
22	Twist Ubud	Jl. Raya Pengosekan, Mas	5.0	341
23	Teras Ubud <i>Restaurant</i>	Jl. Raya Pengosekan, Mas	5.0	325
24	Hongalia	Jl. Made Lebah, Pengosekan	4.5	541
25	Ubudian Cafe	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.0	188
26	Mother	Jl. Nyuh Bulan, Mas Ubud	4.5	255
27	Kayun <i>Restaurant</i>	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	4.5	209
28	Warung Gana	Jl. Raya Pengosekan, Mas	4.5	251
29	Warung Bali Soul	Jl. Nyuh Kuning, Mas Ubud	5.0	122
30	Famous	Jl. Made Lebah, Pengosekan	4.5	194
31	Kagemusha	Jl. Nyuh Kuning, Mas Ubud	4.5	226
32	Warung Gurihan	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	4.0	104
33	Tonyraka Art Lounge	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	4.5	66
34	Warung Gendisan	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	4.5	20
35	Gajah <i>Restaurant</i>	Jl. Cempaka, Mas Ubud	4.5	18
36	D' Waroeng	Jl. Cempaka, Mas Ubud	4.5	193
37	Tino's East West Kitchen	Jl. Arjuna, Mas Ubud	3.5	73
38	Biji World	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	4.5	9
39	Warung Thor	Jl. Raya Mas, Mas Ubud	4.5	97

Sumber : Trip Advisor (2020)

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa *restaurant* dengan penghargaan yang diterima dan ulasan terbanyak adalah Taco Casa, Mamma Mia, Nostimo Greek Grill Ubud, Who's Who, dan Laka Leke *Restaurant*. Salah satu aspek yang menjadi sasaran penilaian adalah ulasan atau opini dari wisatawan atau konsumen terhadap akomodasi atau *restaurant* yang dikunjungi. Semakin banyak ulasan yang ditulis wisatawan atau konsumen terhadap *restaurant* yang dikunjungi, maka banyak juga wisatawan atau konsumen yang sudah mengunjungi *restaurant*, memilih makanan dan menyantap hidangan.

Berbagai jenis *restaurant* yang ada di Kecamatan Ubud dapat menimbulkan persaingan. Pemilik usaha *restaurant* dituntut agar lebih inovatif dalam mengelola *restaurant*. Pemilik *restaurant* harus mengetahui kondisi pasar dan keinginan wisatawan. Menyikapi hal tersebut, penting adanya bagi pelaku usaha untuk mengetahui motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* yang dapat mempengaruhi pembelian dan dapat mengetahui keinginan pasar. Hal tersebut akan memudahkan pemilik usaha *restaurant* untuk dapat melakukan berbagai inovasi untuk kelancaran dan kemajuan usaha. Oleh karena itu, dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui karakteristik dan motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di desa Mas Ubud.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di Desa Mas Ubud. Adapun untuk lokasi yang dipilih sebagai lokasi penelitian adalah *restaurant* yang berada di Desa Mas dan sekitar area *restaurant*. Adapun *restaurant* tersebut adalah Taco Casa, Mamma Mia, Nostimmo Greek Grill, Who's Who, Batu Bara, Pizza Bagus, Hongalia, Twist Ubud, Pundi-Pundi Asia Grill dan Suka Espresso. Variabel-variabel yang digunakan untuk membatasi permasalahan dalam penelitian adalah karakteristik dan motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di Desa Mas Ubud. Variabel dan indikator karakteristik dan motivasi memilih *restaurant* dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Variabel dan Indikator Karakteristik dan Motivasi

No.	Variabel	Indikator	Sumber	
1	Karakteristik Wisatawan	<i>Tourist Descriptor</i>	Seaton dan Bennet, 1996	
				Usia
				Jenis Kelamin
				Pendidikan Terakhir
				Pekerjaan
				Status Perkawinan
		<i>Trip Descriptor</i>		Asal
				Kelas Sosial
				Tujuan Perjalanan
				Lama Perjalanan
				Sumber Informasi
				Jenis Transportasi
				Pengeluaran
2	Motivasi Wisatawan	Produk	Modifikasi Engel, Blackwell dan Miniard (1994)	
				Warna
				Penampilan
				Porsi
				Bentuk
				Temperatur
		Harga		Tekstur
				Aroma
		Pelayanan		Tingkat Kematangan
				Rasa
				Harga
				Diskon
				<i>Tangible</i>
Lokasi	<i>Realibility</i>			
	<i>Responsiveness</i>			
	<i>Assurance</i>			
Perasaan	<i>Empaty</i>			
	Dekat			
	Strategis			
	Rasa cinta			
	Kebanggaan			
Kepraktisan	Kenyamanan			
	Kesehatan			
	Keamanan			
	Kepraktisan			

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian (2019)

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Penentuan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam menghitung jumlah sampel menggunakan rumus Wibisono dan ditemukan jumlah responden adalah 100 orang wisatawan. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Analisis data menggunakan teknik analisis data kuantitatif yang dibagi menjadi statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif berupa deskriptif kualitatif yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik wisatawan dan juga menginterpretasikan data terkait motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di desa Mas, Ubud. Untuk memperoleh data terkait motivasi wisatawan dengan melakukan pengukuran dengan skala Likert sesuai dengan sikap wisatawan. Statistik inferensial berupa uji validitas dan reliabilitas serta analisis cross tabs atau tabulasi silang. Metode analisis tabulasi silang ini digunakan untuk menguji korelasi antara variabel dalam tabel kontigensi. Penelitian ini analisis tabulasi silang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk tabulasi untuk mengukur hubungan antara karakteristik wisatawan dengan motivasi memilih *restaurant*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Mas adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Kecamatan Ubud. Terletak kurang lebih 6 km ke arah selatan dari Ubud. Desa Ubud terkenal ke mancanegara karena seni lukisnya sedangkan desa Mas terkenal dengan hasil kerajinan patungnya, terutama kerajinan patung kayu. Desa Mas diakui sebagai desa wisata sejak tahun 2012, desa Mas memiliki berbagai potensi yang memadai baik itu potensi alam, maupun potensi budaya. Desa Mas memiliki keindahan alam berupa persawahan, sungai serta budaya masyarakat setempat. Mata pencaharian masyarakat secara garis besar bertumpu pada empat sektor yaitu kerajinan, pertanian, pariwisata dan kesenian. Desa Mas terkenal dengan hasil kerajinan patungnya, terutama kerajinan patung kayu. Patung-patung kayu dibuat oleh masyarakat dengan tujuan untuk dijual dan memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Sebagai desa seni, kesenian juga tumbuh di jiwa masyarakat, dan menjadikan seni menjadi keunggulan utama desa Mas.

3.1 Hasil

Karakteristik Wisatawan yang Berkunjung ke Restaurant di Desa Mas Ubud

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 orang wisatawan domestik, dapat diketahui karakteristik wisatawan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, status, asal, pendapatan, tujuan perjalanan, lama perjalanan, sumber informasi, jenis transportasi dan pengeluaran biaya. Berikut ini adalah karakteristik wisatawan domestik yang berkunjung ke restaurant di Desa Mas Ubud.

Karakteristik Berdasarkan Usia

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
1	< 20	6	6
2	20 - 25	50	50
3	26 - 30	25	25
4	31 - 40	13	13
5	> 40	6	6
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 6, wisatawan yang paling dominan adalah wisatawan usia muda dengan rentang usia 20 - 25 tahun sebanyak 50 orang.. Kemudian wisatawan dengan rentang usia 26 - 30 tahun sebanyak 25 orang. Wisatawan yang berusia 31 - 40 tahun sebanyak 13 orang. Dan wisatawan dengan usia di bawah 20 tahun dan di atas 40 tahun masing-masing sebanyak 6 orang. Hasil ini menunjukkan bahwa wisatawan domestik dengan usia muda paling banyak mengunjungi *restaurant*. Wisatawan usia muda adalah kelompok usia yang aktif dalam melakukan aktivitas dan senang untuk mencoba hal-hal yang baru termasuk dalam pemilihan kebutuhan pangan yang akan dikonsumsi. Selain itu, keberadaan sosial media juga berpengaruh terhadap gaya hidup golongan usia muda, terutama dalam hal pemilihan makanan.

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	53	53
2	Perempuan	47	47

Jumlah	100	100
---------------	------------	------------

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 7, menunjukkan perbandingan wisatawan laki laki sebanyak 53 orang dan wisatawan perempuan adalah sebanyak 47 orang. Hal ini menunjukkan bahwa wisatwan domestik yang berkunjung ke restaurant didominasi oleh wisatawan laki-laki. Perbedaan jumlah wisatawan antara laki-laki dan perempuan tidak terlalu jauh berbeda dikarenakan menyantap makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok setiap orang.

Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini.

Tabel 8. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
1	SMA/SMK	39	39
2	Diploma	29	29
3	Sarjana	30	30
4	Magister	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 8, wisatawan dengan pendidikan terakhir SMA/SMK paling banyak mengunjungi restaurant dengan jumlah adalah sebanyak 39 orang. Kemudian terdapat wisatawan dengan pendidikan terakhir Diploma sebanyak 29 orang. Selanjutnya adalah sebanyak 30 orang wisatawan lulusan Sarjana. Dan 2 orang wisatawan dengan pendidikan terakhir Magister. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar wisatawan domestik memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK. Tingkat pendidikan yang didominasi lulusan SMA/SMK adalah dikarenakan wisatawan usia muda yang paling banyak mengunjungi *restaurant-restaurant* di Ubud.

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini.

Tabel 9. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	33	33
2	Pegawai Negeri	13	13
3	Karyawan	40	40
4	Wirausaha	14	14
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan wisatawan domestik adalah sebagai karyawan dengan jumlah sebanyak 40 orang. Kemudian wisatawan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 33 orang. Wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai wirausaha sebanyak 14 orang dan yang terakhir adalah wisatawan sebagai pegawai negeri sebanyak 13 orang. Dilihat dari karakteristik wisatawan domestik, dapat diketahui bahwa pekerjaan wisatawan sebagai karyawan lebih banyak untuk memilih *restaurant*. Wisatawan yang bekerja sebagai karyawan, sudah mendapatkan penghasilan sendiri yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun kehidupan rekreasi.

Karakteristik Berdasarkan Status

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan status dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini.

Tabel 10. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Status

No.	Status Perkawinan	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
1	Belum Menikah	54	54
2	Menikah	46	46
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan bahwa terdapat 54 wisatawan selaku responden yang memiliki status belum menikah dan 46 orang wisatawan yang berstatus menikah. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah antara wisatawan domestik yang belum menikah dengan yang sudah menikah tidak berbeda jauh. Wisatawan dengan usia muda masih senang kumpul-kumpul bersama dengan teman atau kerabat dengan restaurant atau warung makan sebagai tempat yang cocok untuk kumpul bersama dan wisatawan yang sudah menikah dapat melakukan kegiatan rekreasi bersama keluarganya dan mengunjungi *restaurant*.

Karakteristik Berdasarkan Asal

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan asal dapat dilihat pada Tabel 11 berikut ini.

Tabel 11. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Asal

No.	Asal	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
1	Sumatera	3	3
2	Jawa	83	83
3	Kalimantan	2	2
4	Sulawesi	1	1
5	Bali	4	4
6	Nusa Tenggara	7	7
7	Maluku	0	0
8	Papua	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 11, karakteristik wisatawan domestik berdasarkan asal, Jawa merupakan daerah asal wisatawan yang paling mendominasi dibandingkan daerah lainnya dengan jumlah wisatawan sebanyak 83 orang. Selanjutnya terdapat daerah asal Nusa Tenggara dengan jumlah 7 orang. Wisatawan yang berasal dari Bali dengan jumlah 4 orang. Selanjutnya daerah asal Sumatera dengan jumlah 3 orang. Kemudian wisatawan berasal dari Kalimantan sebanyak 2 orang dan 1 orang wisatawan berasal dari Sulawesi. Responden utama dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik, yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Wisatawan yang berasal dari Pulau Jawa paling banyak, dikarenakan Bali menjadi wisata favorit yang sering dikunjungi oleh wisatawan domestik yang berasal dari Jawa. Kebutuhan seseorang akan berwisata sangat mempengaruhi keinginan untuk berwisata, terutama melakukan kegiatan wisata dengan keluarga.

Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 12 berikut ini.

Tabel 12. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
1	< Rp. 100.000	25	25
2	Rp. 100.000 - Rp. 1.000.000	22	22
3	Rp. 1.000.000 -Rp. 10.000.000	51	51
4	> Rp. 10.000.000	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 12, wisatawan dengan pendapatan Rp. 1.000.000 - Rp. 10.000.000 paling banyak mengunjungi *restaurant* dengan jumlah wisatawan sebanyak 51 orang. Selanjutnya 25 orang wisatawan yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 100.000. Wisatawan dengan pendapatan sebesar Rp. 100.000 - Rp. 1.000.000 sebanyak 22 orang dan yang terakhir terdapat 2 wisatawan yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 10.000.000. Pendapatan wisatawan antara Rp. 1.000.000 - Rp. 10.000.000 paling dominan karena wisatawan yang berkunjung ke *restaurant* sebagian besar sudah memiliki pekerjaan tetap dan berpenghasilan. Selain itu, untuk dapat melakukan rekreasi, diperlukan biaya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Karakteristik Berdasarkan Tujuan Perjalanan

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan tujuan perjalanan dapat dilihat pada Tabel 13 berikut ini.

Tabel 13. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Tujuan Perjalanan

No.	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
1	Tujuan Perjalanan	Rekreasi	76	76
		Mengunjungi Teman	18	18
		Bisnis	6	6
		Total	100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 13, tujuan perjalanan didominasi oleh tujuan untuk berekreasi dengan jumlah wisatawan sebanyak 76 orang. Untuk tujuan perjalanan dengan tujuan mengunjungi teman terdapat 18 orang wisatawan dan tujuan perjalanan untuk bisnis sebanyak 6 orang. Rekreasi merupakan tujuan perjalanan yang paling mendominasi. Kegiatan wisata saat ini menjadi sebuah kebutuhan yang wajib bagi setiap orang, karena mereka membutuhkan waktu untuk relaksasi, mencari hiburan dan istirahat sejenak dari rutinitas kerja sehari-hari.

Karakteristik Berdasarkan Lama Perjalanan

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan lama perjalanan dapat dilihat pada Tabel 14 berikut ini.

Tabel 14. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Lama Perjalanan

No.	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
2.	Lama Perjalanan	1-2 hari	86	86
		3-7 hari	14	14
		Lebih dari 7 hari	0	0
		Total	100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 14, karakteristik wisatawan domestik berdasarkan lama perjalanan dapat diklasifikasikan menjadi 3 bagian. Lama perjalanan wisatawan yang paling mendominasi adalah 1-2 hari dengan jumlah wisatawan selaku responden sebanyak 86 orang kemudian terdapat 14 orang wisatawan yang memiliki lama perjalanan 3-7 hari. Sesuai dengan karakteristik wisatawan domestik berdasarkan asal, wisatawan terbanyak berasal dari Jawa. Dapat dilihat bahwa Perjalanan dari Jawa ke Bali membutuhkan waktu sekitar 1-2 hari dengan menggunakan kendaraan pribadi milik wisatawan, apabila menggunakan pesawat terbang, maka waktu yang dibutuhkan lebih singkat.

Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan sumber informasi dapat dilihat pada Tabel 15 berikut ini.

Tabel 15. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Sumber Informasi

No.	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
3	Sumber Informasi	Teman	57	57
		Sosial Media	41	41
		Majalah	1	1
		Brosur	1	1
		Total	100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan tabel 15, wisatawan domestik sebagian besar mendapatkan informasi dari teman dengan jumlah 57 orang. Kemudian, terdapat 41 orang wisatawan yang menggunakan sosial media sebagai sumber informasi. Selanjutnya informasi dari majalah dan brosur yang masing-masing sebanyak 1 orang. Teman merupakan sumber informasi yang memiliki persentase paling tinggi dikarenakan pengetahuan dan informasi yang didapatkan dari teman lebih akurat dan jujur. Dengan sebuah pengalaman dalam berwisata, maka informasi yang didapat juga dapat dipercaya. Selain informasi dari teman, faktor sosial media juga banyak memberikan informasi kepada setiap orang yang ingin berwisata.

Karakteristik Berdasarkan Jenis Transportasi

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan jenis transportasi yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 16 berikut ini.

Tabel 16. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Jenis Transportasi

No.	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
4	Jenis Transportasi	Sepeda Motor	27	27
		Mobil	73	73
		Transportasi Umum	0	0
		Total	100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 16, di atas, sepeda motor merupakan jenis transportasi yang paling mendominasi dan banyak digunakan. Terdapat 73 orang wisatawan yang menggunakan mobil. Kemudian terdapat 27 orang yang menggunakan sepeda motor. Berdasarkan hasil penelitian tidak ada wisatawan domestik yang menggunakan transportasi umum. Mobil merupakan jenis transportasi yang paling banyak digunakan oleh wisatawan, hal ini dikarenakan lokasi yang cukup jauh dilalui wisatawan sehingga lebih aman dan nyaman apabila menggunakan mobil untuk berwisata. Selain itu, rekreasi bersama keluarga juga alasan utama wisatawan lebih banyak menggunakan mobil.

Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran

Adapun karakteristik wisatawan domestik berdasarkan pengeluaran biaya dapat dilihat pada Tabel 17 berikut ini.

Tabel 17. Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Pengeluaran

No.	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Wisatawan (Orang)	Persentase (%)
5	Pengeluaran Biaya	< Rp. 100.000	56	56
		Rp. 100.000 - Rp. 500.000	42	42
		Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2	2
		> Rp. 1.000.000	0	0
		Total	100	100

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 17, sebanyak 56 orang wisatawan domestik mengeluarkan biaya kurang dari Rp. 100.000. Selanjutnya terdapat 42 orang wisatawan memiliki pengeluaran biaya sebesar Rp.

100.000 - Rp. 500.000 dan 2 orang wisatawan yang mengeluarkan biaya sebesar Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000. Pengeluaran yang paling banyak adalah pengeluaran kurang dari Rp. 100.000. Pengeluaran wisatawan dipengaruhi oleh faktor harga makanan di *restaurant* yang dipilih dan juga biaya yang dibawa oleh wisatawan untuk berwisata. Harga antara *restaurant* satu dengan *restaurant* jelas berbeda. Selain itu menu yang dipesan beserta jumlah yang dipesan juga dapat mempengaruhi pengeluaran wisatawan.

3.2 Motivasi Wisatawan Memilih Restaurant di Desa Mas Ubud

Motivasi dalam penelitian ini adalah keadaan dalam pribadi wisatawan domestik yang berkunjung dan membeli menu makanan di *restaurant-restaurant* di desa Mas Ubud Gianyar, baik yang bersifat rasional maupun emosional. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil dari motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di Desa Mas Ubud dapat dilihat pada Tabel 18 dan Tabel 19.

Tabel 18. Motivasi Rasional Memilih Restaurant di Desa Mas Ubud

Variabel	Dimensi	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Rata-Rata
			1	2	3	4	5	
Motivasi Rasional	Produk	Warna	0	0	19	64	17	3,98
		Penampilan	0	0	13	62	25	4,12
		Porsi	0	0	23	64	13	3,90
		Bentuk	0	0	27	55	18	3,91
		Temperatur	0	0	31	61	8	3,77
		Tekstur	0	0	23	67	10	3,87
		Aroma	0	0	17	60	23	4,06
		Tingkat Kematangan	0	0	20	63	17	3,97
		Rasa	0	0	9	55	36	4,27
	Total Skor	0	0	546	2.204	835	3,98	
	Harga	Harga	0	0	43	505	7	3,64
		Potongan Harga	3	14	37	42	4	3,30
		Total Skor	3	28	240	368	55	3,47
	Pelayanan	Tangible	0	0	15	66	19	4,04
		Realibility	0	0	24	63	13	3,89
		Responsiveness	0	0	17	64	19	4,02
		Assurance	0	0	16	60	24	4,08
		Empaty	0	0	15	63	22	4,07
		Total Skor	0	0	261	1.264	485	4,02
	Lokasi	Dekat	0	0	10	71	19	4,09
Strategis		0	0	19	60	21	4,02	
Total Skor		0	0	81	500	230	4,05	
Total Keseluruhan			3	28	1.134	4.360	1.575	3,95

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 18 di atas, motivasi rasional wisatawan dalam memilih *restaurant* yang memiliki rata-rata tinggi adalah indikator rasa makanan. Indikator rasa makanan menjadi faktor yang menarik wisatawan untuk datang ke sebuah *restaurant*. Wisatawan akan lebih memilih *restaurant* yang memiliki makanan dengan rasa yang enak dan aroma makanan menggugah selera. Pengalaman dalam menyantap makanan tentunya akan cepat menyebar apalagi saat ini wisatawan dapat memberikan komentar di sosial media terhadap pengalaman berwisata dan juga dalam memilih akomodasi wisata, sehingga wisatawan lain juga mendapat sebuah informasi. Pengalaman yang baik tentunya akan menarik perhatian wisatawan yang lain untuk datang berkunjung ke sebuah *restaurant*.

Tabel 19. Motivasi Rasional Memilih Restaurant di Desa Mas Ubud

Variabel	Dimensi	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Rata-Rata
			1	2	3	4	5	
Motivasi Emosional	Perasaan	Rasa Cinta	0	0	15	75	10	3,95
		Kebanggaan	0	0	39	56	5	3,66

Kenyamanan	0	0	21	53	26	4,05
Keamanan	0	0	9	69	22	4,13
Kepraktisan	0	0	14	75	11	3,97
Total Keseluruhan	0	0	375	1204	355	3,95

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 19 di atas, motivasi emosional wisatawan dalam memilih *restaurant* yang memiliki rata-rata tinggi adalah indikator keamanan. Keamanan dan kesehatan wisatawan selama berada di *restaurant* menjadi prioritas yang harus diutamakan oleh pihak *restaurant*. Wisatawan yang merasa aman dan nyaman ketika menyantap makanan dan minuman, dapat membuat wisatawan menaruh hati kepada *restaurant* tersebut dan akan membuat wisatawan berniat kembali untuk menyantap makanan dan minuman di *restaurant* tersebut.

3.3 Analisis Tabulasi Silang

Berdasarkan data yang didapat saat penelitian dilakukan, berikut ini adalah analisis tabulasi silang antara variabel karakteristik dengan variabel motivasi wisatawan.

Tabel 20. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Usia Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total	
		STS	TS	N	S	SS		
Usia	< 20 tahun	F	0	0	46	96	19	161
		%	0,0%	0,0%	28,6%	56,6%	11,8%	100%
	20 - 25 tahun	F	0	11	215	722	179	1.127
		%	0,0%	1%	19%	64%	16%	100%
	26 - 30 tahun	F	2	2	139	324	108	575
		%	0,3%	0,3%	24,2%	56,4%	18,8%	100%
	31 - 40 tahun	F	1	1	75	161	61	299
		%	0,3%	0,3%	25,1%	53,9%	20,4%	100%
	> 40 tahun	F	0	0	1	115	22	138
		%	0,0%	0,0%	0,7%	83,3%	16%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 20, tabel tersebut menunjukkan wisatawan yang berusia lebih dari 40 tahun memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi yaitu 83,3 persen dibandingkan dengan wisatawan usia kurang dari 20 tahun (56,6 persen), usia 20-25 tahun (64 persen), usia 26-30 tahun (56,4 persen) dan usia 31-40 tahun (53,9 persen). Besar x^2_{tabel} adalah 26,30. Ditemukan x^2_{hitung} sebesar 73,24, yang berarti $73,24 > 26,30$. Jika $x^2_{hitung} > x^2_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan usia terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Setelah ditemukan hasil dari uji chi-square, ditentukan keeratan hubungan dengan rumus korelasi. Nilai x^2_{hitung} sebesar 73,24, dan $N = 100$. Maka ditemukan nilai $C = 0,65$. Nilai 0,65 berada pada interval lebih dari 0,40. Sesuai dengan tabel keeratan hubungan korelasi, nilai korelasi yang lebih dari 0,40 artinya memiliki hubungan yang cukup erat.

Tabel 21. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Jenis Kelamin Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total	
		STS	TS	N	S	SS		
Jenis Kelamin	Laki – Laki	F	2	7	244	763	203	1,219
		%	0,2%	0,6%	20%	62,6%	16,6%	100%
	Perempuan	F	1	7	232	655	186	1,081
		%	0,1%	0,6%	21,5%	60,6%	17,2%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 21 di atas menunjukkan bahwa wisatawan laki-laki dan perempuan dominan menyatakan setuju pada motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* dengan nilai

perbandingan 763 responden atau 62,6 persen dan 655 responden atau 60,6 persen. Hasil tabulasi silang dengan menggunakan Uji Square, besar x^2 tabel adalah 9,49. Ditemukan x^2 hitung sebesar 1,29, yang berarti $1,29 < 9,49$. Jika x^2 hitung $\leq x^2$ tabel, maka H_0 diterima. Kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*.

Tabel 22. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total	
		STS	TS	N	S	SS		
Pendidikan	SMA/SMK	F	0	9	174	575	139	897
		%	0%	1%	19,4%	64,1%	15,5%	100%
	Diploma	F	1	3	119	447	97	667
		%	0,2%	0,5%	17,8%	67%	14,5%	100%
	Sarjana	F	2	2	182	366	138	690
		%	0,3%	0,3%	26,4%	53%	20%	100%
	Magister	F	0	0	1	30	15	46
		%	0,0%	0,0%	2,2%	65,2%	32,6%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 22, hasil tabulasi menunjukkan wisatawan pendidikan terakhir yaitu lulusan Diploma memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi yaitu sebesar 67 persen dibandingkan dengan wisatawan dengan pendidikan terakhir yaitu lulusan SMA/SMK (64,1 persen), lulusan Sarjana (53 persen), dan lulusan Magister (65,2 persen). Besar x^2 tabel adalah 15,51. Ditemukan x^2 hitung sebesar 53,95, yang berarti $53,95 > 15,51$. Jika x^2 hitung $> x^2$ tabel, maka H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan pendidikan terakhir terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Hasil keeratan hubungan memiliki nilai $C = 0,59$. Nilai 0,59 berada pada interval lebih dari 0,40, yang artinya memiliki hubungan yang cukup erat.

Tabel 23. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total	
		SS	TS	N	S	SS		
Pekerjaan	Karyawan	F	2	5	215	552	146	920
		%	0,2%	0,5%	23,4%	60%	5,9%	100%
	Pegawai Negeri	F	1	0	100	148	50	299
		%	0,3%	0,0%	33,4%	49,6%	16,7%	100%
	Pelajar/Mahasiswa	F	0	8	144	498	109	759
		%	0,0%	1,1%	19%	65,6%	14,4%	100%
	Wirausaha	F	0	1	17	220	84	322
		%	0,0%	0,3%	5,3%	86,3%	26,1%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 23, wisatawan yang bekerja sebagai seorang wirausaha memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi yaitu sebesar 86,3 persen dibandingkan dengan pegawai negeri (49,6 persen), karyawan (60 persen) dan pelajar atau mahasiswa (65,6 persen). Besar x^2 tabel adalah 21,03. Ditemukan x^2 hitung sebesar 103,12, yang berarti $103,12 > 21,03$. Jika x^2 hitung $> x^2$ tabel, maka H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Hasil keeratan hubungan, ditemukan nilai $C = 0,71$. Nilai 0,71 berada pada interval lebih dari 0,40. Sesuai dengan tabel keeratan hubungan korelasi, nilai korelasi yang lebih dari 0,40 artinya memiliki hubungan yang cukup erat.

Tabel 24. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Status Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total	
		STS	TS	N	S	SS		
Status	Belum	F	0	11	253	783	195	1.242

Menikah	%	0,0%	0,9%	20,4%	63%	15,7%	100%
	F	3	3	223	635	194	1.058
Menikah	%	0,3%	0,3%	21,1%	60%	18,3%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 24, menunjukkan wisatawan dengan status belum menikah memiliki jumlah persentase lebih tinggi yaitu sebesar 63 persen, dibandingkan dengan wisatawan yang sudah menikah (60 persen). Besar x^2 tabel adalah 9,49. Ditemukan x^2 hitung sebesar 11,93, yang berarti $11,93 > 9,49$. Jika x^2 hitung $> x^2$ tabel, maka H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan status terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Nilai keeratan hubungan, ditemukan nilai $C = 0,33$. Nilai 0,33 berada pada interval 0,20-0,40. Sesuai dengan tabel keeratan hubungan korelasi, nilai korelasi yang berada pada interval 0,20-0,40 artinya memiliki hubungan yang kecil (tidak erat).

Tabel 25. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Asal Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total
		STS	TS	N	S	SS	
Bali	F	0	1	13	50	28	92
	%	0,0%	1,1%	14,1%	54,4%	30,4%	100%
Jawa	F	2	11	402	1.184	310	1.909
	%	0,1%	0,6%	21,1%	62%	16,2%	100%
Kalimantan	F	0	0	3	27	16	46
	%	0,0%	0,0%	6,5%	58,7%	34,8%	100%
Nusa Tenggara	F	0	1	41	99	20	161
	%	0,0%	0,6%	25,5%	61,5%	12,4%	100%
Sumatera	F	0	1	15	52	1	69
	%	0,0%	1,5%	21,7%	75,3%	1,5%	100%
Sulawesi	F	1	0	2	6	14	23
	%	4,3%	0,0%	8,7%	26,1	60,9%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 25, wisatawan yang berasal dari Sumatera memiliki jumlah persentase lebih tinggi yaitu sebesar 75,3 persen dibandingkan dengan wisatawan yang berasal dari Jawa (62 persen), dari Bali (54,4 persen), dari Nusa Tenggara (61,5 persen), wisatawan dari Kalimantan (58,7 persen) dan wisatawan dari Sulawesi (60,9 persen). Besar x^2 tabel adalah 26,30. Ditemukan x^2 hitung sebesar 77,53, yang berarti $77,53 > 26,30$. Jika x^2 hitung $> x^2$ tabel, maka H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan asal terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Kemudian, keeratan hubungan, ditemukan nilai $C = 0,66$. Nilai 0,66 berada pada interval lebih dari 0,40. Sesuai dengan tabel keeratan hubungan korelasi, nilai korelasi yang lebih dari 0,40 artinya memiliki hubungan yang cukup erat.

Tabel 26. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total
		SS	TS	N	S	SS	
< Rp. 100.000	F	0	7	144	345	79	575
	%	0,0%	1,2%	25%	60%	13,8%	100%
Rp. 100.000-Rp. 1.000.000	F	0	3	105	316	82	506
	%	0,0%	0,6%	20,8%	62,4%	16,2%	100%
Rp.1.000.000-Rp.10.000.000	F	3	4	220	729	217	1.173
	%	0,3%	0,4%	18,8%	62%	18,5%	100%
> Rp. 10.000.000	F	0	0	7	28	11	46
	%	0,0%	0,0%	15,2%	60,9%	23,9%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 26, wisatawan dengan pendapatan antara Rp. 100.000 – Rp. 1.000.000 memiliki jumlah persentase lebih tinggi yaitu sebesar 62,4 persen dibandingkan dengan wisatawan dengan pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 10.000.000 (62 persen), pendapatan kurang dari Rp. 100.000 (60 persen) dan pendapatan lebih dari Rp. 10.000.000 (60,9 persen). Besar χ^2_{tabel} adalah 21,03. Ditemukan χ^2_{hitung} sebesar 23,75, yang berarti $23,75 > 21,03$. Jika $\chi^2_{\text{hitung}} > \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan pendapatan terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Hasil keamatan hubungan, ditemukan nilai $C = 0,44$. Nilai 0,44 berada pada interval lebih dari 0,40, yang artinya memiliki hubungan yang cukup erat.

Tabel 27. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Tujuan Perjalanan Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total	
		STS	TS	N	S	SS		
Tujuan Perjalanan	Bisnis	F	0	2	42	76	18	138
		%	0,0%	1,4%	30,4%	55,1%	13,1%	100%
	Mengunjungi Teman	F	1	2	64	252	95	414
		%	0,2%	0,5%	15,5%	60,9%	22,9%	100%
	Rekreasi	F	2	10	370	1.090	276	1.748
		%	0,1%	0,6%	21,2%	62,4%	15,7%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 27, wisatawan dengan tujuan rekreasi memiliki jumlah persentase lebih tinggi yaitu sebesar 62,4 persen dibandingkan dengan tujuan mengunjungi teman (60,9 persen) dan tujuan bisnis (55,1 persen). Besar χ^2_{tabel} adalah 15,51. Ditemukan χ^2_{hitung} sebesar 27,75, yang berarti $27,75 > 15,51$. Jika $\chi^2_{\text{hitung}} > \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak. Kesimpulannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan tujuan perjalanan terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Nilai keamatan hubungan, ditemukan nilai $C = 0,47$. Nilai 0,47 berada pada interval lebih dari 0,40. Sesuai dengan tabel keamatan hubungan korelasi, nilai korelasi yang lebih dari yang artinya memiliki hubungan yang cukup erat.

Tabel 28. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Sumber Informasi Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total	
		SS	TS	N	S	SS		
Sumber Informasi	Brosur	F	0	0	2	16	5	23
		%	0,0%	0,0%	8,7%	69,6%	21,7%	100%
	Majalah	F	0	0	1	13	9	23
		%	0,0%	0,0%	4,3%	60,9%	34,8%	100%
	Sosial Media	F	0	6	210	562	165	943
		%	0,0%	0,6%	22,3%	59,6%	17,5%	100%
Teman	F	3	8	263	827	210	1.311	
	%	0,2%	0,6%	20,1%	63,1%	16,0%	100%	

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 28, wisatawan yang mendapat informasi dari brosur memiliki jumlah persentase lebih tinggi yaitu sebesar 69,9 persen dibandingkan dengan informasi dari teman (63,1 persen), informasi dari majalah (60,9 persen) dan informasi dari sosial media (59,6 persen).. Besar χ^2_{tabel} adalah 21,03. Ditemukan χ^2_{hitung} sebesar 16,20, yang berarti $16,20 < 21,03$. Jika $\chi^2_{\text{hitung}} \leq \chi^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima. Kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan sumber informasi terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*.

Tabel 29. Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Domestik Berdasarkan Pengeluaran Terhadap Motivasi Memilih *Restaurant*

Karakteristik Wisatawan		Motivasi Wisatawan					Total	
		STS	TS	N	S	SS		
Pengeluaran	< Rp. 100.000	F	1	7	160	533	150	851

	%	0,1%	0,9%	18,8%	62,6%	17,6%	100%
Rp. 100.000 - F	2	7	316	885	239	1.449	
Rp.500.000	%	0,1%	0,5%	21,8%	61,1%	16,5%	100%

Sumber : Hasil Penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 29, wisatawan dengan pengeluaran kurang dari Rp. 100.000 memiliki jumlah persentase lebih tinggi (62,6 persen) dibandingkan dengan pengeluaran sebesar Rp. 100.000 – Rp. 500.000 (61,1 persen). Besar x^2_{tabel} adalah 15,51 Ditemukan x^2_{hitung} sebesar 3,92, yang berarti $3,92 < 15,51$. Jika $x^2_{\text{hitung}} \leq x^2_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima.. Kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wisatawan berdasarkan pengeluaran terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*.

3.2. Pembahasan

Hubungan signifikan karakteristik wisatawan terhadap motivasi pemilihan *restaurant* di Desa Mas Ubud terdapat karakteristik berdasarkan usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, status, asal, pendapatan, dan tujuan perjalanan. Karakteristik berdasarkan usia memiliki hubungan yang signifikan dengan motivasi memilih *restaurant*. Wisatawan usia muda biasanya memiliki keinginan lebih besar dalam mencoba hal baru. Pendidikan terakhir memiliki hubungan yang signifikan dalam pemilihan *restaurant*. Pendidikan terakhir wisatawan berkaitan erat dengan pekerjaan yang saat ini dilakukan. Rutinitas yang didapat dari bekerja setiap hari, dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata. Pekerjaan wisatawan memiliki hubungan signifikan dengan motivasi dalam memilih *restaurant* karena jenis pekerjaan wisatawan dapat menentukan tingkat pendapatan yang didapatkan wisatawan tersebut.

Status wisatawan memiliki hubungan yang signifikan dalam pemilihan *restaurant* dikarenakan wisatawan yang memiliki status sudah menikah biasanya memiliki kestabilan finansial sehingga lebih efektif dalam berwisata termasuk dalam pemilihan *restaurant*. Asal wisatawan memiliki hubungan signifikan dengan motivasi dalam pemilihan *restaurant* dapat didasari dengan kultural dari daerah asal tersebut. Pendapatan seseorang wisatawan memiliki hubungan signifikan terhadap motivasi dalam memilih *restaurant*. Besar kecilnya pendapatan wisatawan akan berpengaruh dalam pemilihan *restaurant* yang dapat menyesuaikan dengan pendapat yang dimiliki. Tujuan perjalanan wisatawan memiliki hubungan yang signifikan dengan motivasi memilih *restaurant*. Kebanyakan wisatawan melakukan kegiatan wisata dengan tujuan untuk rekreasi.

Hubungan antara karakteristik wisatawan dan motivasi pemilihan *restaurant* dapat dibagi berdasarkan kuat dan lemahnya. Karakteristik berdasarkan usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, asal, pendapatan, dan tujuan perjalanan, masuk ke dalam tingkat interval tinggi yang artinya memiliki hubungan yang cukup erat. Karakteristik berdasarkan status berada dalam tingkat interval sedang yang artinya memiliki hubungan yang kecil atau tidak erat. Pemilihan *restaurant* dalam hal ini disesuaikan dengan pribadi wisatawan baik itu berupa kemampuan maupun keinginan wisatawan itu sendiri tanpa harus mengabaikan kebutuhan pokok wisatawan.

Karakteristik wisatawan terhadap motivasi pemilihan *restaurant* di Desa Mas Ubud yang tidak terdapat hubungan yang signifikan terdapat karakteristik jenis kelamin, sumber informasi, dan pengeluaran biaya. Dilihat dari hubungan jenis kelamin dan motivasi wisatawan, tersebut tidak signifikan karena tidak ada perbedaan gender dalam *restaurant* dikarenakan baik perempuan maupun laki-laki memiliki keinginan untuk dapat memenuhi kebutuhan pokoknya. Sumber informasi tidak terdapat hubungan yang signifikan dalam pemilihan *restaurant* karena sumber informasi hanya digunakan sebagai info pendukung dalam wisatawan membuat keputusan dalam pemilihan *restaurant*. Pengeluaran biaya tidak signifikan dikarenakan adanya variasi harga yang disediakan oleh masing – masing *restaurant*. Serta adanya potongan harga di waktu tertentu sehingga pengeluaran biaya wisatawan tidak dapat langsung diprediksi.

Berdasarkan rumusan masalah dapat disimpulkan bahwa karakteristik wisatawan dalam memilih *restaurant* di desa Mas Ubud dilihat dari *Tourist Descriptor* dan *Trip Descriptor*. Karakteristik wisatawan, sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Hasil yang didapat menunjukkan usia wisatawan yang mendominasi adalah kelompok usia muda. Usia akan berkaitan

dengan pekerjaan wisatawan, dan pekerjaan akan berkaitan dengan pendapatan, dan pendapatan akan mempengaruhi pengeluaran biaya. Motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di Desa Mas Ubud dibagi menjadi motivasi rasional dan motivasi emosional. Antara motivasi rasional dan motivasi emosional memiliki nilai rata-rata sama, yang berarti motivasi wisatawan memilih *restaurant* dapat didorong karena keinginan dalam diri wisatawan itu sendiri dan juga karena tertarik dengan produk dan jasa yang ditawarkan dari sebuah *restaurant*. Hubungan antara karakteristik wisatawan dan motivasi dalam memilih *restaurant* terdapat hubungan yang signifikan dan ada juga yang tidak signifikan, yang artinya karakteristik wisatawan juga dapat mempengaruhi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Motivasi dapat berasal dari diri wisatawan itu sendiri dengan melihat berbagai hal seperti kebutuhan dan kemampuan wisatawan itu sendiri.

4. KESIMPULAN

Karakteristik responden mayoritas berusia 20-25 tahun, sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, dominan berprofesi sebagai karyawan. Pendidikan terakhir adalah lulusan SMA/SMK dan banyak yang belum menikah. Responden banyak berasal dari Pulau Jawa, yang pendapatannya paling antara Rp.1.000.000 – Rp. 10.000.000 per bulan. Berdasarkan tujuan perjalanan paling banyak untuk rekreasi atau berlibur, dengan lama perjalanan menuju lokasi 1-2 hari. Sumber informasi tentang *restaurant* didapat dari teman, menggunakan sepeda motor untuk menuju lokasi. Pengeluaran biaya paling banyak adalah kurang dari Rp. 100.000.

Motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant* di Desa Mas Ubud, memiliki nilai rata-rata yang sama antara motivasi rasional dan emosional (3,95) yang artinya keinginan yang kuat dari dalam diri wisatawan dan juga penawaran yang menarik dari pihak *restaurant* dapat memotivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*. Motivasi rasional wisatawan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi adalah indikator rasa makanan. Motivasi emosional wisatawan yang memiliki rata-rata paling tinggi adalah indikator keamanan.

Hasil tabulasi silang dengan uji chi square karakteristik wisatawan terhadap motivasi wisatawan dalam memilih *restaurant*, hubungan signifikan karakteristik wisatawan terhadap motivasi pemilihan *restaurant* di Desa Mas Ubud terdapat karakteristik berdasarkan usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, status, asal, pendapatan, tujuan perjalanan. Karakteristik wisatawan terhadap motivasi pemilihan *restaurant* di Desa Mas Ubud yang tidak terdapat hubungan yang signifikan terdapat karakteristik jenis kelamin, sumber informasi dan pengeluaran.

Saran yang dapat disampaikan terkait penelitian yang dilakukan antara lain.

1. Pihak *restaurant* diharapkan mampu memberikan inovasi baru untuk menu andalan yang ditawarkan, dikarenakan minat wisatawan terhadap produk akan cepat berubah. Menu makanan atau minuman yang unik dan tentunya nikmat, dapat dijadikan sebuah ciri khas dari *restaurant* tersebut yang dapat menarik wisatawan untuk datang.
2. Pihak *restaurant* diharapkan mampu mempertimbangkan terkait harga produk yang ditawarkan. Harga produk yang tinggi bisa menjadi pertimbangan bagi wisatawan untuk datang ke *restaurant* membeli produk. mengingat dengan kondisi pandemic seperti sekarang, daya beli wisatawan akan berkurang. Pemberian potongan harga atau penawaran menu dengan harga yang bersahabat bagi wisatawan dapat menjadi alternatif untuk menarik minat wisatawan .
3. Pihak *restaurant* diharapkan memberikan informasi dengan jelas terkait dengan lokasi *restaurant*, dikarenakan Desa Mas yang lumayan padat, dan banyak ditemukan usaha-usaha penjualan atau jasa lain, sehingga dapat membingungkan wisatawan ketika ingin berkunjung ke *restaurant*.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada lembaga Desa Mas dan pemilik *restaurant* yang menjadi lokasi penelitian yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian dan juga pencarian data untuk keperluan penelitian. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, saran dan juga semangat dari awal hingga dapat menyelesaikan laporan akhir ini. Terimakasih juga kepada para dosen pengampu mata

kuliah, staf atau pegawai Fakultas Pariwisata, yang telah memberikan pembelejaraan serta fasilitas kepada penulis ketika mengikuti perkuliahan. Rasa hormat dan bakti kepada orang tua yang selalu mendukung penulis, kepada teman-teman seperjuangan di kelas, di kepanitiaan dan di lembaga BPM dan BEM, yang telah memberikan banyak pengalaman dan juga kebersamaan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- A.W Marsum. (2005) *Restaurant dan Segala Permasalahannya*, Edisi IV. Yogyakarta: Andi.
- Asri, Marwan. (1986) *Marketing*, edisi satu. Yogyakarta : BPFE.
- Administator. (2019) *Jenis-Jenis Restaurant dan Hotel Restaurant*. Available at: <https://mebelantikjaya.blogspot.com> [diakses 8 Maret 2019].
- Abdul Rahman. (2013) *Pengaruh Karakteristik Individu, Motivasi dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Donggala* : Jurnal E-Jurnal Katalogis, Volume I Nomor 2.
- Amanah, Dita. (2010) ‘Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Backry & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan’, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol 2, No 1, Tahun 2010: Universitas Negeri Medan.
- Danang, Sunyoto. (2012). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Buku Seru.
- Engel, James et al. (1995) *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Jayadi, Elizabeth Kristina. (2017). ‘Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pantai Green Bowl, Ungasan Kuta Selatan, Bali’. *Jurnal*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Kotler, Philip. (2002) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Margaretha S. & Edwin Japariato. (2012) ‘Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep’s di Kota Solo’. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Nanda, Caragih. (2013) *Definisi Karakteristik Individu*. Gramedia, Bandung.
- Nyoman.S. Pendit. (2002) *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita.
- Putrawan, I Putu. (2015). ‘Karakteristik, Motivasi dan Persepsi Wisatawan Mancanegara terhadap Jasa Pelayanan Shuttle Bus di Daerah Ubud, Gianyar’. *Jurnal*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Pitanatri, D.S. & Putra, D.N. (2016) *Wisata Kuliner Atribut Baru Destinasi Ubud*. Denpasar: Jagat Press.
- Panggabean dan Prasetyo. (2008) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Robbins, P Stephen dan Judge, A Timothy. (2008) *Prilaku Organisasi*. Edisi Dua Belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Rivai, Veithzal, (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Schiffman dan Kanuk. (2008) *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Septiyanti, Ni Kadek. (2018). ‘Persepsi Wisatawan Mancanegara dalam Memilih Restaurant di Kelurahan Ubud Gianyar Bali’. *Jurnal*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Setiadi, N.J. (2003) *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sitepu, Nirwana SK. (1994) *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Jurusan Statistika FMIPA Universitas Padjadjaran.
- Slamet, Y., (1993). *Analisis Kuantitatif Untuk Data Sosial*. Solo: Dabara Publisher.
- Smith, Stephen L.S. (1998) *Tourism Analysis: A Handbook*, Harlow, England : Longman Group.
- Sopiah. (2008) *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suardani, Made. (2013) ‘Analisis Keputusan Pengunjung Membeli Ayam Betutu pada Rumah Makan Ayam Betutu Khas Gilimanuk di Tuban Bali’. *Jurnal*. Jimbaran: Politeknik Negeri Bali.

- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian: Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta dan Handoko, T. Hani. (2000) *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. Liberty: Yogyakarta.
- Sugiyono. (2009) *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sihite, Richard. (2000) *Tourism Industri (Kepariwisata)*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Seaton, A.V. & Bennet. (1996) *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues, and Cases*. London: International Thomson Business Press.
- Wibowo. (2010). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Press.
- Wahyuni, Dewa Urip. (2008). 'Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Surabaya Barat'. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.10.