

STUDI DESKRIPTIF PERBEDAAN MOTIVASI WISATAWAN *FIRST TIME VISITOR* DAN *REPEAT VISITOR* BERKUNJUNG KE BALI

Yovita Leviani Soewitoadi

Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika
yovita.leviani@yahoo.com

Abstrak - Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan perbedaan motivasi wisatawan *first time visitor* dan *repeat visitor*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan data primer, yang diolah menggunakan teknik statistik dasar dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk memperoleh gambaran yang lebih detail. Sebagai tambahannya, digunakan juga *independent t tests* untuk membandingkan motivasi antara *first time visitor* dan *repeat visitor*. Pengujian dan pengolahan juga dibantu menggunakan program *SPSS 18.0 for Windows*, agar lebih efektif dan efisien.

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa wisatawan memiliki tanggapan yang positif terhadap faktor-faktor motivasi wisatawan berkunjung ke Bali. Faktor motivasi yang dominan bagi *first time visitor* adalah *novelty seeking*, sedangkan faktor motivasi yang kurang mempengaruhi keputusan *first time visitor* dalam berkunjung ke Bali adalah *stress busting/ fun*. Faktor motivasi yang dominan bagi *repeat visitor* adalah *stress busting/ fun*, sedangkan faktor motivasi yang kurang mempengaruhi keputusan *repeat visitor* dalam berkunjung ke Bali adalah *achievement*. Hasil ini dapat memberikan informasi yang berharga bagi pihak dinas pariwisata dan industri pariwisata di Bali untuk dapat mengembangkan pariwisata di Bali.

Kata Kunci: Motivasi Wisatawan, *first time visitor*, *repeat visitor*.

Abstract – *The purpose of this study was to determine and describe the differences traveler motivations first time visitors and repeat visitors. This research is a descriptive study using primary data, which is processed using basic statistical techniques and Confirmatory Factor Analysis (CFA) to obtain a more detailed picture. In addition, this study also use independent t tests to compare the motivations between first time visitors and repeat visitors. The data was tested and analyzed by SPSS 18.0 for Windows, to make it more effective and efficient.*

From the research, it was found that travelers had a positive response to the tourist motivational factors of visit Bali. The dominant motivating factor for the first time visitor is the novelty seeking, whereas less motivating factor influencing decisions in the first-time visitor to Bali is stress busting / fun. The dominant motivating factor for repeat visitors is a stress busting / fun, while motivating factor is less influenced the decision in repeat visitors to Bali is

achievement. These results can provide valuable information for the department of tourism and the tourism industry in Bali to develop tourism in Bali.

Keywords: *Motivation Travelers, first-time visitors, repeat visitors.*

PENDAHULUAN

Berwisata merupakan kebutuhan sekunder dari manusia selain kebutuhan utamanya. Belakangan, banyak yang mendengungkan wisata bukan hanya sebagai gaya hidup, melainkan kebutuhan. Alasan yang digunakan untuk melakukan perjalanan wisata beragam dan motivasi wisata serta berbagai faktor pendorong dan penarik merupakan alasan yang mendasari orang melakukan perjalanan wisata. Masyarakat yang bertindak sebagai wisatawan memiliki motivasi-motivasi tertentu terhadap obyek wisata yang dikunjungi baik motivasi yang mendasari wisatawan saat pertama kali berkunjung maupun yang berulang kali. Keindahan alam dan keunikan budaya Bali telah menjad ikan Bali seba gai salah satu destinasi utama di Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kategori motivasi *Novelty Seeking, Stress Busting/Fun, Achievement, dan Family Oriented/Education* berdasarkan penelitian Siri, *et al.* (2012) yang telah mengelompokkan motivasi-motivasi tersebut dari penelitiannya terhadap motivasi wisatawan India yang berkunjung ke Thailand. Berdasarkan kategori motivasi tersebut, peneliti membandingkan motivasi wisatawan *first time visitor* dan *repeat visitor* berkunjung ke Bali. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan perbedaan motivasi wisatawan *first time and repeatvisitor* dalam berkunjung ke Bali.

TELAAH PUSTAKA

Spillane (1994) menyatakan pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sem entara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Wardiyanta (2006) mengungkapkan bahwa wisatawan merupakan salah satu unsur utama dalam pariwisata. Pelaku perjalanan akan disebut wisatawan ketika mereka melakukan kegiatan wisata atau kegiatan yang bersifat rekreatif untuk menikmati suatu objek wisata. Meskipun melakukan perjalanan, jika bersifat rekreatif maka pelaku perjalanan disebut wisatawan. Menurut Oppermann (1997) bahwa wisatawan berdasarkan pada frekuensi kunjungan bisa dikelompokkan menjadi dua yaitu wisatawan yang baru pertama kali mengunjungi sebuah objek wisata (*the first time*) dan wisatawan yang telah berulang mengunjungi objek wisata (*the repeater*).

Secara umum, motivasi adalah kebutuhan yang membuat seseorang melakukan tindakan tertentu untuk memuaskan kebutuhannya. Menurut Moutinho (1987), motivasi adalah keadaan membutuhkan, suatu kondisi yang memberikan sebuah dorongan pada individu terhadap beberapa jenis tindakan yang dipandang sebagai kemungkinan untuk membawa kepuasan. Pengertian motivasi menurut Kanuk dan Schiffman (2007) adalah “*Motivation is th driving force within individuals that impels them to action*”. Definisi tersebut berarti bahwa motivasi adalah tenaga penggerak dalam diri seseorang yang mendorong mereka untuk melakukan suatu tindakan. Setiap aktivitas yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki faktor pendorong untuk melakukan suatu aktivitas tertentu dalam kehidupan sehari-hari orang tersebut demi tercapainya tujuan tertentu. Faktor pendorong ini dapat berupa kebutuhan dan keinginan yang akan dia penuhi dengan melakukan aktivitas tertentu. Siri *et al.* (2012) dalam penelitiannya mengelompokkan motivasi dalam kategori yaitu: *novelty seeking, stress busting/ fun, achievement, dan family oriented/ education*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuisisioner kepada

responden yang pernah mengunjungi Pulau Bali (*First time visitor* dan *repeat visitor*). Jenis data merupakan jenis data primer dan sekunder. Data primer diperoleh diperoleh secara langsung berupa pendapat atau tanggapan dari responden berdasarkan pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner. Data sekunder diperoleh dari internet, buku, dan jurnal yang dijadikan acuan dalam penelitian ini.

Angka pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras interval dengan angka 1 sampai dengan 5, yang masing-masing angka memiliki jarak yang sama antara yang satu dengan yang lainnya. Pengukuran tersebut hanya menjelaskan pendapat dan persetujuan terhadap pernyataan-pernyataan tertentu, dimana aras ini menunjukkan semakin kecil angka yang dipilih, maka berarti menyatakan pendapatnya adalah tidak penting atau yang mempunyai pandangan kata yang sama, yaitu: 1= sama sekali tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= setuju, 4= sangat setuju, 5=sangat setuju sekali.

Jenis skala yang digunakan adalah *numerical scale*. Skala ini digunakan untuk mengetahui alasan responden terkait 4 ke lompok motivasi wisatawan nusantara yang mengunjungi obyek dan daya Tarik wisata Bali yakni *Novelty Seeking, Stress busting/fun, Achievement, Family Oriented/ education*.

Pengujian dan pengolahan data penelitian ini menggunakan program *SPSS 18.0 for windows*. Pengolahan data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, distribusi frekuensi, rata-rata hitung (*mean*), standar deviasi, analisa faktor (CFA), dan uji beda rata-rata (*t-test*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut akan ditampilkan tabel beserat keterangan karakteristik responden dalam penelitian ini.

Tabel 1. Demografi Karakteristik Responden

Demografi		N (150)	(%)
Domisili	Surabaya	150	100
	Luar Surabaya	0	0
Frekuensi	Belum pernah	0	0
	1 kali	38	25,3
	Lebih dari 1 kali	112	74,7

Jenis Kelamin	Pria	52	34,7
	Wanita	98	65,3
Status	Menikah	28	18,7
	Lajang	122	81,3
Usia	18-19 tahun	15	10,0
	20-45 tahun	130	86,7
	46-65 tahun	5	3,3
	>65 tahun	0	0
Pekerjaan	Pelajar	104	69,3
	Karyawan	23	15,3
	Wiraswasta	17	11,3
	Ibu Rumah Tangga	4	2,7
	Pensiunan	2	1,3
	Lainnya	0	0
Pendidikan	SMA	98	65,3
	Diploma	11	7,3
	S1,S2,S3	39	26,0
	Gelar Profesional	2	1,3
Pengeluaran	< Rp 1.000.000	100	66,7
	Rp. 1.000.000 – Rp 1.500.000	9	6,0
	Rp. 1.500.000 – Rp 2.000.000	19	12,7
	Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	14	9,3
	>Rp. 3.000.000	8	5,3

Responden dalam penelitian ini berasal dari Surabaya dan sebagian besar merupakan *repeat visitor* (lebih dari 1 kali berkunjung ke Bali). Sebesar 65,3% responden dalam penelitian ini adalah wanita dan sisanya adalah pria. Sebagian besar responden berstatus lajang dengan mayoritas berusia 20-45 tahun dan berprofesi sebagai pelajar dengan pendidikan SMA. Pengeluaran sebagian besar responden adalah dibawah Rp 1.000.000,00.

Pada tahap selanjutnya akan ditampilkan hasil analisa terhadap 20 faktor motivasi wisatawan nusantara dalam berkunjung ke Bali. Analisa faktor dilakukan dengan ketentuan faktor loading di atas 0,5 dan eigenvalue diatas 1. Menurut Hair (1998), suatu variabel dapat dikatakan termasuk dalam suatu faktor apabila faktor *loading* dari faktor tersebut minimal 0,5. Apabila terdapat pernyataan atau indikator yang memiliki faktor *loading* dibawah 0,5, maka pernyataan atau indikator tersebut harus dihilangkan.

Tabel 2. Analisa Faktor Motivasi Wisatawan Nusantara Dalam Berkunjung ke Bali

No	Pernyataan	Kode	Faktor 1 <i>Novelty Seeking</i>	Faktor 2 <i>Stress Busting/ fun</i>	Faktor3 <i>Achievement</i>	Faktor 4 <i>Family Oriented/ Education</i>
1	Menikmati lingkungan, pemandangan dan pantai yang indah	NS1	0,714			
2	menikmati suasana dan tempat wisata yang baru	NS2	0,783			
3	Keinginan mengunjungi Bali atas rekomendasi dari teman/ keluarga/orang lain	NS3	0,464			
4	mengunjungi lebih dari satu tempat wisata selama di Bali	NS4	0,661			
5	Belajar hal baru (<i>surfing</i> , tari Bali, melukis, membuat kerajinan tangan,dll)	NS5	0,753			
6	Menikmati pertunjukan dan hiburan khas Bali	NS6	0,793			
7	menikmati tempat-tempat bersejarah	NS7	0,732			
8	Menikmati pengalaman perjalanan domestik	NS8	0,776			
9	untuk melepas stress	SB1		0,661		
10	melakukan hal yang menarik (contoh: menyelam, berkomunikasi dan berkenalan dengan wisatawan asing, bermain olahraga air, dll)	SB2		0,715		
11	Ingin bersenang-senang	SB3		0,785		
12	Menikmati kebersamaan kebersamaan dengan teman, keluarga atau saudara	SB4		0,745		
13	menceritakan pengalaman liburan di Bali kepada teman atau keluarga	SB5		0,797		
14	Melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari maupun rutinitas kerja	SB6		0,814		
15	Menggunakan jasa <i>tour</i> lengkap (akomodasi, penginapan, makan, biaya untuk pemandu wisata, dll)	ACV1			0,729	
16	Mengunjungi tempat di Bali yang belum pernah di kunjungi oleh teman atau saudara	ACV2			0,691	
17	Untuk mencari dan bertemu teman baru	ACV3			0,712	

18	Merasa dapat berlibur ke Bali merupakan salah satu pencapaian yang dapat di banggakan	ACV4			0,427	
19	Pergi ke Bali bersama dengan keluarga	FO1				0,950
20	Pergi ke Bali karena mendapat promo dari agen tour / tiket murah penerbangan	FO2				0,950
Eigenvalue			4,110	3,416	1,699	1,805
Variance Explain (%)			51,379	56,926	42,467	90,246

Pada tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa keempat faktor motivasi telah memenuhi syarat dengan *eigenvalue* diatas 1 yaitu Novelty Seeking dengan *eigenvalue* sebesar 4,110, Stress Busting/Fun dengan *eigenvalue* sebesar 3,416, Achivement dengan *eigenvalue* sebesar 1,699, dan Family Oriented/ Education dengan *eigenvalue* sebesar 1,805. Pada tabel 16 ada 2 indikator atau pernyataan motivasi yang memiliki *factor loading* di bawah 0,5 yaitu Keinginan mengunjungi Bali atas rekomendasi dari teman/ keluarga/orang lain (NS3) dengan *factor loading* sebesar 0,464 dan Merasa dapat berlibur ke Bali merupakan salah satu pencapaian yang dapat di banggakan (ACV4) dengan *factor loading* sebesar 0,427.

Tabel 3. Analisa Faktor Motivasi Wisatawan Nusantara Dalam Berkunjung ke Bali Setelah Penghapusan Indikator

No	Pernyataan	Kode	Faktor 1 <i>Novelty Seeking</i>	Faktor 2 <i>Stress Busting/ fun</i>	Faktor3 <i>Achievement</i>	Faktor 4 <i>Family Oriented/ Education</i>
1	Menikmati lingkungan, pemandangan dan pantai yang indah	NS1	0,729			
2	menikmati suasana dan tempat wisata yang baru	NS2	0,793			
3	mengunjungi lebih dari satu tempat wisata selama di Bali	NS4	0,681			
4	Belajar hal baru (<i>surfing</i> , tari Bali, melukis, membuat kerajinan tangan,dll)	NS5	0,725			
5	Menikmati pertunjukan dan hiburan khas Bali	NS6	0,791			
6	menikmati tempat-tempat bersejarah	NS7	0,730			

7	Menikmati pengalaman perjalanan domestik	NS8	0,794			
8	untuk melepas stress	SB1		0,661		
9	melakukan hal yang menarik (contoh: menyelam, berkomunikasi dan berkenalan dengan wisatawan asing, bermain olahraga air, dll)	SB2		0,715		
10	Ingin bersenang-senang	SB3		0,785		
11	Menikmati kebersamaan kebersamaan dengan teman, keluarga atau saudara	SB4		0,745		
12	menceritakan pengalaman liburan di Bali kepada teman atau keluarga	SB5		0,797		
13	Melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari maupun rutinitas kerja	SB6		0,814		
14	Menggunakan jasa <i>tour</i> lengkap (akomodasi, penginapan, makan, biaya untuk pemandu wisata, dll)	ACV1			0,645	
15	Mengunjungi tempat di Bali yang belum pernah di kunjungi oleh teman atau saudara	ACV2			0,785	
16	Untuk mencari dan bertemu teman baru	ACV3			0,769	
17	Pergi ke Bali bersama dengan keluarga	FO1				0,950
18	Pergi ke Bali karena mendapat promo dari agen <i>tour</i> / tiket murah penerbangan	FO2				0,950
Eigenvalue			3,940	3,416	1,624	1,805
Variance Explain (%)			56,282	56,926	54,129	90,246

Dengan adanya penghapusan variabel dengan *factor loading* di bawah 0,5, maka selanjutnya akan dilakukan analisa faktor setelah pengurangan variabel motivasi wisatawan nusantara dalam berkunjung ke Bali. Tabel 3 menunjukkan hasil analisis faktor setelah penghapusan variabel dengan faktor loading di bawah 0,5. Keempat kelompok faktor motivasi wisatawan nusantara dalam berkunjung ke Bali memenuhi syarat dengan eigenvalue diatas 1 yaitu *Novelty seeking* dengan *eigenvalue* sebesar 3,940 dan nilai *variance explain* sebesar 56,282%, *Stress busting/ fun* dengan *eigenvalue* sebesar 3,416 dan nilai *variance explain* sebesar

56,926%, Achievement dengan *eigenvalue* sebesar 1,624 dan nilai *variance explain* sebesar 54,129%, dan Family oriented/ education dengan *eigenvalue* sebesar 1,805 dan nilai *variance explain* sebesar 90,246%.

Tabel 4. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Faktor-faktor Motivasi

No	Faktor Motivasi	Mean	
		<i>First</i>	<i>Repeat</i>
1	<i>Novelty Seeking</i>	3,97	3,64
2	<i>Stress Busting/ Fun</i>	3,46	3,74
3	<i>Achievement</i>	3,48	3,27
4	<i>Family Oriented/ Education</i>	3,67	3,35
Total rata-rata		3,65	3,50

Pada Tabel 4 di atas menunjukkan tanggapan responden terhadap faktor-faktor motivasi wisatawan nusantara dalam berkunjung ke Bali secara keseluruhan. Hasil nilai total rata-rata dari keseluruhan faktor motivasi *first visitor* dalam berkunjung ke Bali adalah sebesar 3,65 dan rata-rata motivasi *repeat visitor* dalam berkunjung ke Bali adalah 3,50. Faktor motivasi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi untuk *first time visitor* adalah *novelty seeking*, yaitu sebesar 3,97, sedangkan faktor motivasi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah *stress busting/ fun* yaitu sebesar 3,46. Faktor motivasi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi untuk *repeat visitor* adalah *stress busting/ fun*, yaitu sebesar 3,74, sedangkan faktor motivasi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah *achievement*, yaitu sebesar 3,27.

Tabel 4. Hasil Uji Beda Rata-rata Terhadap Motivasi Wisatawan *First Time Visitor* dan *Repeat Visitor* Per-indikator

No	<i>Motivational Factors</i>	Hasil Perhitungan Uji t-test			
		Mean <i>First</i>	Mean <i>Repeat</i>	Sig	t
<i>Novelty Seeking</i>					
1	Menikmati lingkungan, pemandangan dan pantai yang indah	4,29	4,23	0,689	-0,401
2	Menikmati suasana dan tempat wisata yang baru	4,13	2,88	0,000	-7,541
3	Mengunjungi lebih dari satu tempat wisata selama di Bali	4,34	4,45	0,440	0,774
	Belajar hal baru (<i>surfing</i> , tari Bali, melukis,	3,66	3,21	0,015	2,454

4	membuat kerajinan tangan,dll)				
5	Menikmati pertunjukan dan hiburan khas Bali	3,32	3,48	0,413	0,822
6	Menikmati tempat-tempat bersejarah	3,13	4,29	0,000	8,052
7	Menikmati pengalaman perjalanan domestik	4,24	2,94	0,000	-6,668
<i>Stress Busting/ Fun</i>					
8	Untuk melepas stress	2,97	3,71	0,000	-3,796
9	Melakukan hal yang menarik	3,92	3,59	0,067	1,844
10	Ingin bersenang-senang	4,24	3,79	0,004	-2,898
11	Menikmati kebersamaan dengan teman,keluarga atau saudara	2,66	3,88	0,000	-7,117
12	Menceritakan pengalaman liburan di Bali kepada teman atau keluarga	3,95	3,65	0,138	1,490
13	Melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari maupun rutinitas kerja	3,03	3,79	0,000	-4,422
<i>Achievement</i>					
14	Menggunakan jasa <i>tour</i> lengkap (akomodasi, penginapan, makan, biaya untuk pemandu wisata, dll)	3,76	2,72	0,000	5,630
15	Mengunjungi tempat di Bali yang belum pernah di kunjungi oleh teman atau saudara	3,58	3,02	0,003	-2,997
16	Untuk mencari dan bertemu teman baru	3,11	4,08	0,000	6,323
<i>Family Oriented/ Education</i>					
17	Pergi ke Bali bersama dengan keluarga	4,11	4,11	0,686	-0,404
18	Pergi ke Bali karena mendapat promo dari agen tour / tiket murah penerbangan	3,24	3,24	0,004	-2,905

Berdasarkan hasil data pada tabel 4, dapat *first time visitor* lebih tertarik untuk mengunjungi dan mengeksplorasi tempat-tempat wisata baru menawarkan objek wisata yang menarik dan pemandangan yang indah. *First time visitor* juga lebih tertarik untuk belajar hal baru di Bali yang belum pernah dikenal atau ditemui di tempat wisata selain Bali serta lebih menikmati perjalanan domestik dari pada *repeat visitor*. Wisatawan nusantara yang berulang ke Bali lebih memiliki motivasi untuk menikmati tempat-tempat bersejarah seperti pura, desa adat dan istana.

Pada faktor *stress busting/ fun*, *first time visitor* termotivasi untuk mengunjungi Bali sebagai tempat untuk bersenang-senang karena Bali menawarkan berbagai macam tempat hiburan yang menarik. *Repeat visitor* lebih

termotivasi untuk melepas stress, menikmati kebersamaan dengan teman, keluarga atau saudara, dan melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari maupun rutinitas kerja karena wisatawan yang melakukan kunjungan ulang lebih cenderung untuk berelaksasi atau santai dari pada melakukan kegiatan-kegiatan yang melelahkan. Hal ini didukung dari penelitian Gitelson dan Crompton (1984), Hughes dan Morrison-Saunders (2002) dan Kruger *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa pengunjung yang melakukan kunjungan ulang mencari relaksasi.

Pada faktor *achievement*, menunjukkan bahwa *first time visitor* dan *repeat visitor* memiliki tanggapan motivasi yang berbeda terkait dengan pencapaian yang dilakukan. *First time visitor* lebih cenderung untuk menggunakan jasa *tour* lengkap (akomodasi, biaya penginapan, makan, biaya untuk pemandu wisata, dll), mengunjungi dan mengeksplorasi tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi oleh teman atau keluarga dari pada untuk mencari dan bertemu dengan teman baru pada *repeat visitor*.

Pada *family oriented/ education* menunjukkan bahwa *first time visitor* lebih termotivasi untuk menggunakan promo yang didapat dari agen *tour/* tiket murah penerbangan dari pada *repeat visitor*. Hal ini didukung oleh hasil wawancara bahwa wisatawan *first time visitor* sebagian besar tidak mengetahui adanya tempat-tempat bersejarah di Bali sehingga pada kunjungan berikutnya, mereka baru mengunjungi tempat-tempat bersejarah tersebut. *Repeat visitor* cenderung memilih Bali sebagai tempat melepas stress dan melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari dan rutinitas kerja karena mereka sudah mengetahui bagaimana menariknya tempat hiburan di Bali dan banyak tempat untuk melakukan relaksasi. Selain itu *First time visitor* lebih termotivasi menggunakan jasa *tour* karena praktis dan takut tersesat karena baru pertama kali. *First time visitor* lebih termotivasi untuk menggunakan promo dari agen *tour/* tiket murah penerbangan karena *repeat visitor* lebih berorientasi pada keluarga sehingga mereka jarang menggunakan promo dari agen *tour* yang umunya berlaku untuk 1 atau 2 orang.

Tabel 5. Hasil Uji Beda Rata-rata Terhadap Motivasi Wisatawan *First Time Visitor* dan *Repeat Visitor*

Visitor	Hasil Perhitungan Uji <i>t-test</i>				
	N	Mean	St.dev	sig	t
First	38	3,65	0,415	0,149	1,459
Repeat	112	3,50	0,463		

Namun pada hasil uji beda atau *t-test* faktor motivasi secara keseluruhan, nilai signifikansi menunjukkan lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,149 sehingga tidak ada perbedaan motivasi antara *first time visitor* dan *repeat visitor* dalam berkunjung ke Bali. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil total nilai rata-rata secara keseluruhan antara *first time visitor* dan *repeat visitor* ke Bali yaitu sebesar 3,65 dan 3,50 yang menunjukkan tidak adanya perbedaan selisih yang jauh sehingga terlihat tidak adanya perbedaan yang signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, responden memiliki tanggapan yang positif terhadap faktor-faktor motivasi wisatawan dalam berkunjung ke Bali. Faktor *novelty seeking* merupakan faktor yang dominan bagi *first time visitor* dalam berkunjung ke Bali dan faktor *stress busting/ fun* merupakan faktor yang dominan bagi *repeat visitor* dalam berkunjung ke Bali.

Pada hasil uji beda secara keseluruhan faktor motivasi antar *first time visitor* dan *repeat visitor*, tidak terlihat adanya perbedaan yang signifikan. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Kruger *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik antara *first time visitor* dan *repeat visitor* terkait dengan faktor motivasi.

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi masukan. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden *first time visitor*, wisatawan yang pertama kali berkunjung memberikan nilai rata-rata yang kecil untuk motivasi menikmati tempat-tempat bersejarah. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar wisatawan kurang mengetahui adanya tempat-

tempat bersejarah tersebut, sehingga pihak industri pariwisata di Bali sebaiknya melakukan promosi melalui brosur, koran dan radio mengenai tempat-tempat bersejarah tersebut agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat.

2. Bagi pengelola industri pariwisata di Bali sebaiknya memperbaiki dan menambah fasilitas yang ada di objek wisata untuk menarik wisatawan agar berkunjung lagi ke objek wisata di Bali.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti perbedaan motivasi wisatawan *first time dan repeat visitor* di daerah lain di Indonesia untuk mendukung perkembangan wisata di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, Lou. (1979). *Typology of Tourist*. Addition Wesley Publishing Company
- Hair, Bush, Ortinau. (2003). *Marketing Research*, 2th ed. The McGraw-Hill Companies, Inc. New York.
- Kanuk, L.L., & Schiffman, L.G. (2007). *Consumer Behaviour*, 9th ed. Upper Saddle River. New Jersey.
- Kruger, M., Saayman, M. & Hermaan, U.P. (2014). *First Time Versus Repeat Visitor at The Kruger National Park*. *Acta Comercil* 14(1), Art.#220, 9 pages.
- Krishnamoorthy, M. Lundbrg, D. E., & Stevenga, M. H.(1997). *Ekonomi Pariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Leiper, N., (2004). *Tourism Management, 3rd Ed.* Pearson Education Australia. Malaysia.
- Meis, S., Sophie Joyal, & Anne Trites. (1995). *The US Repeat and VFR Visitor to Canada*, *The Journal of Tourism STUDIES* Vol 6, No. 1, MAY' 9527
- Moutinho, Luiz. (1987). *Consumer Behaviour in Tourism*. European Journal of Marketing, Vol. 21 Iss: 10, pp.5 - 44
- Mulaik, A. Stanley. (2009). *Linear Causal Modeling with Structural Equations* Chapman & Hall/Crc *Statistics in the Social and Behavioral Sciences* *Statistics in the social and behavioral sciences serie*. CRC press
- Opperman, N.M., (1997). *First Time and Repeater visitor to New Zealand*, *Tourism Management* 18(3), 177-181.

- Pitana, I. Gede. (2005). *Sosiologi Pariwisata, Kajian Sosiologis terhadap struktur, system dan dampak-dampak pariwisata*. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Richardson, J.I., & Martin, F. (2004). *Understanding and Managing Tourism*. Pearson Education Australia
- Ross, Glenn F. (1998). *Psikologi Pariwisata*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Siri, Raktida, Lisa Kenon, Bharath Josiam, & Daniel Spears. (2012). Exploring Indian Tourists' Motivation and Perception of Bangkok. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, Vol 7, No.1, pp.61-79
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Spillane, J. J. (1994). *Ekonomi Pariwisata, Sejarah, & Prospeknya*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Syafiie, Inu Kencana. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Mandar Maju. Bandung.
- Tentang Kepariwisataan Undang-undang Nomor 10 Tahun
- Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. (1993). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung.