

PERAN FAKTOR PENDORONG PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KEBUN RAYA BOGOR

THE ROLE OF MOTIVATION DRIVING FACTORS ON THE DECISION TO VISIT BOGOR BOTANICAL GARDENS

Yuviani Kusumawardhani¹⁾, Alma Alviana²⁾

- 1) Program Studi S1 Usaha Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
- 2) Program Studi S1 Usaha Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Diterima 16 Mei 2021 /Disetujui 30 Mei 2021

ABSTRACT

Bogor Botanical Garden is one of the icons of the Bogor City. Bogor Botanical Garden is a tourist site that has a forest concept but is located in the center of Bogor City so that access to Bogor Botanical Garden is easily accessible. Bogor Botanical Gardens is located in Ir. H. Juanda number 13, Bogor, West Java, Indonesia. This study was conducted to determine the effect of the Motivation Driving Factor on the Decision to Visit in Bogor Botanical Garden. This research uses quantitative research, with descriptive methods. Many of the samples studied were 100 respondents who had visited Bogor Botanical Gardens.

Based on the results of the study it was concluded that from the results of the hypothesis test (T-Test) conducted by the researcher produced a tcount of $10.463 > T_{table} 1.98447$. This shows that there is a significant influence between the Motivating Factors for Visiting Decisions. The influence of motivating factors on the decision to visit Bogor Botanical Gardens with a strong correlation coefficient of 0.726 because it is between 0.600-0.799. The coefficient of determination or the percentage of influence of the Factors Driving Tourist Motivation (X) Decision to Visit (Y) is 52.8%. Meanwhile, the remaining 47.2% is influenced by other variables not examined in this research.

Key Words : Factors Driving Tourist Motivation, Decision to Visit, Bogor Botanical Garden

ABSTRAK

Kebun Raya Bogor atau *Bogor Botanical Garden* merupakan salah satu *icon* Kota Bogor. Kebun Raya Bogor adalah tempat wisata yang memiliki konsep hutan namun berlokasi di pusat Kota Bogor sehingga akses untuk dapat ke Kebun Raya Bogor mudah dijangkau. Kebun Raya Bogor berlokasi di Ir. H. Juanda nomor 13, Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Faktor Pendorong Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Raya Bogor. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan metode deskriptif. Banyak sampel yang diteliti adalah 100 responden yang merupakan wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Kebun Raya Bogor.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa dari hasil uji hipotesis (Uji T) yang dilakukan oleh Peneliti menghasilkan $T_{hitung} 10,463 > T_{tabel} 1,98447$. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Pendorong Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung. Terdapatnya pengaruh Faktor Pendorong Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Raya Bogor dengan nilai koefisien korelasi yang kuat sebesar 0,726 karena berada diantara 0,600-0,799. Nilai koefisien determinasi atau persentase pengaruh variabel Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 52,8%. Sedangkan, sisanya 47,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Faktor Pendorong Motivasi, Keputusan Berkunjung, Kebun Raya Bogor

Pendahuluan

Sektor pariwisata di dunia menjadi primadona sebagai penyumbang terbesar penghasilan devisa suatu negara selain pertambangan. Pariwisata di Indonesia juga memberikan peran yang besar dalam peningkatan pendapatan negara. Pemerintah mendorong pengembangan wisata di Indonesia yaitu dengan menetapkan wilayah destinasi wisata super prioritas untuk dilakukan pengembangan melalui pembangunan infrastruktur guna meningkatkan perekonomian. Sektor pariwisata masuk ke dalam strategi pemerintah dalam rangka menggerakkan pertumbuhan suatu daerah, yang secara multiplier effect akan mendorong peningkatan kesejahteraan dengan terciptanya lapangan usaha, peningkatan pendapatan daerah, dan menciptakan nilai tambah pada sumberdaya alam maupun budaya. Pada masa pandemik Covid-19 seperti saat ini, sektor pariwisata berusaha untuk beradaptasi dengan keadaan agar mendorong percepatan pemulihan ekonomi nasional.

Provinsi Jawa Barat juga turut merasakan dampak penurunan jumlah wisatawan di masa pandemik. Hal ini sangat disayangkan melihat Jawa Barat memiliki potensi wisata yang cukup beragam. Berbagai jenis atraksi wisata terdapat di Jawa Barat, diantaranya wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata pengobatan, wisata pedesaan, *dark tourism*, dan wisata edukasi. Wisata edukasi di Jawa Barat salah satunya terdapat di Kota Bogor, yaitu Kebun Raya Bogor. Tempat ini merupakan salah satu *icon* Kota Bogor yang sudah ada dari zaman Belanda. Kebun Raya Bogor ditumbuhi dengan berbagai macam tanaman serta pohon-pohon yang tinggi dan rindang, hampir semua jenis tanaman di dunia ada di Kebun Raya Bogor ini, sehingga Ketika berkunjung wisatawan akan mengetahui berbagai macam jenis tanaman dari seluruh dunia.

Berikut merupakan data jumlah kunjungan wisatawan di Kebun Raya Bogor dari tahun 2015 hingga 2017:

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Kebun Raya Bogor tahun 2015-2017

Tahun	Jumlah Pengunjung g
2015	955.773
2016	952.279
2017	1.269.711

Sumber: krbogor.lipi.go.id (2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya jumlah pengunjung di Kebun Raya Bogor mengalami perubahan. Pada tahun 2015 ke tahun 2016 jumlah pengunjung mengalami penurunan. Sedangkan pada tahun 2016 ke tahun 2017, jumlah pengunjung mengalami kenaikan yang cukup baik. Dapat dilihat dari jumlah pengunjung tersebut tentunya wisatawan yang datang berkunjung memiliki motivasi untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor.

Motivasi wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung ke Kebun Raya Bogor ini bisa terjadi karena adanya faktor pendorong serta faktor penarik yang mempengaruhi wisatawan. Menurut Fandeli dalam Sumarni (2012) faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas (meskipun hanya sejenak) dari kehidupan yang rutin setiap hari, lingkungan yang tercemar, kecepatan lalu lintas dan hiruk pikuk kesibukan di kota. Itulah faktor pendorong yang dapat membuat seseorang melakukan perjalanan wisata. Selain itu, terdapat faktor penarik yang dimiliki oleh sebuah daerah tujuan wisata yang membuat seseorang ingin mengunjungi tempat tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Ngalim dalam Lestari dan Sunarti (2019) motivasi adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu yang disebut dengan "motif", yakni motif perjalanan. Motivasi wisatawan dalam melakukan suatu perjalanan dipengaruhi oleh faktor internal (*intrinsic motivation*) dan faktor eksternal (*ekstrinsic motivation*). Menurut Pitana dan Gayatri

dalam Abiyasa dan Pangestuti (2018), faktor pendorong dan penarik wisatawan untuk berkunjung sesungguhnya merupakan faktor internal dan faktor eksternal yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke suatu destinasi wisata. Menurut Alghamdi dalam Hermansyah dan Waluya (2012) faktor-faktor yang memotivasi wisatawan untuk berwisata terdiri dari 10 (sepuluh) faktor salah satunya adalah *relaxation* atau bersantai dan *family and friend togetherness* yaitu menghabiskan waktu dengan keluarga atau teman.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peranan faktor pendorong motivasi wisatawan pada keputusan berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Hasil penelitian ini dapat membantu pihak Kebun Raya Bogor untuk mengetahui kebutuhan wisatawan dan mengevaluasi hal-hal yang perlu peningkatan sehingga memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata pada dasarnya sama dengan keputusan pembelian, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan. Proses pengambilan keputusan seorang wisatawan melalui lima fase yaitu, kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, pencarian dan penilaian informasi, keputusan melakukan perjalanan wisata, persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, serta evaluasi kepuasan perjalanan wisata (Kotler dan Keller dalam Hermansyah dan Waluya, 2012).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan deskriptif dan kuantitatif dengan teknik analisis regresi sederhana. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik purposive sampling, dimana orang yang sudah pernah berkunjung ke Kebun Raya Bogor yang menjadi responden. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan perhitungan menggunakan rumus

slovin dan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10%. Penelitian dilakukan di Kebun Raya Bogor.

Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang telah diberikan kepada responden yaitu pengunjung Kebun Raya Bogor, maka didapatkan sebaran data yang dinilai berdasarkan skala interval (likert) untuk mempermudah dalam perhitungan nilai.

Dalam penelitian ini, mean adalah nilai rata-rata keseluruhan responden terhadap pernyataan yang diajukan, sedangkan standar deviasi menunjukkan variasi dari tanggung jawab responden. Nilai minimum adalah jawaban (skala) terendah yang dipilih responden, sementara nilai maksimum (skala) tertinggi yang dipilih responden. Berikut statistik deskriptif variabel Faktor Pendorong Motivasi (X):

Tabel 2 Statistik Deskriptif Variabel X

No	Pernyataan	N	Min.	Max.	Mean.	Std. Deviation
Escape Motives						
1	Liburan sejenak di Kebun Raya Bogor adalah cara saya untuk melepaskan diri dari rutinitas dan kepenatan walau hanya dalam waktu sementara.	100	1	5	3,9400	,93008
2	Saya pergi ke Kebun Raya Bogor, Saya merasa terlepas dari tekanan pekerjaan.	100	2	5	3,8900	,81520
3	Saat Saya mengunjungi Kebun Raya Bogor, Saya merasa terlepas dari beban pekerjaan.	100	1	5	3,9700	,91514
Relaxation						
4	Saat Saya mengunjungi Kebun Raya Bogor, Saya merasa relax.	100	2	5	4,2300	,77662
5	Saat Saya berkunjung ke Kebun Raya Bogor, Saya mampu merelaksasikan pikiran.	100	2	5	4,0300	,80973
Family and Friend Togetherness						
6	Kebun Raya Bogor sangat cocok untuk dijadikan tempat untuk berkumpul bersama teman-teman.	100	2	5	4,2200	,95959
7	Mengunjungi Kebun Raya Bogor bersama keluarga membuat suasana menjadi semakin hangat dan kompak.	100	1	5	4,2300	,89730
Knowledge						
8	Dengan berkunjung ke Kebun Raya Bogor saya mendapatkan pengetahuan baru.	100	1	5	4,1400	,91032
9	Mengunjungi Kebun Raya Bogor membuat saya memiliki pengalaman yang baru.	100	1	5	3,8300	,97499
10	Dengan mengunjungi Kebun Raya Bogor Saya mendapatkan teman atau kenalan baru.	100	1	5	2,9300	1,13043
Enjoying Natural Resources						
11	Saya sangat menikmati pemandangan alam di Kebun Raya Bogor seperti danau yang besar dan suasana seperti di tengah hutan.	100	1	5	4,1800	,85729

Berdasarkan Tabel 2 di atas, menunjukkan indikator dari Faktor Pendorong Motivasi (X) yang memiliki nilai tertinggi adalah *Relaxation*, yaitu dengan pernyataan “Saat Saya mengunjungi Kebun Raya Bogor, Saya merasa relax.” dengan nilai rata-rata (mean) 4,2300 dan dari indikator *Family and Friend Togetherness*, yaitu dengan pernyataan “Mengunjungi Kebun Raya Bogor bersama keluarga membuat suasana menjadi semakin hangat dan kompak.” dengan nilai rata-rata (mean) yang sama yaitu 4,2300. Selain itu,

indikator variabel Faktor Pendorong Motivasi (X) yang memiliki nilai terendah adalah *Knowledge*, dengan pernyataan “Dengan mengunjungi Kebun Raya Bogor Saya mendapatkan teman atau kenalan baru.” dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,9300. Nilai mean terendah dapat terjadi karena kurangnya kegiatan di Kebun Raya Bogor yang bersifat edukasi dan memperluas jaringan.

Tabel 3 Statistik Deskriptif

No	Pernyataan	N	Min.	Max.	Mean.	Std. Deviation
Pengenalan Masalah						
1	Saya merasa sudah penat dengan rutinitas maka Saya membutuhkan rekreasi, jadi Saya mengunjungi Kebun Raya Bogor.	100	1	5	3,6300	0,93911
Pencarian Informasi						
2	Saya mencari informasi mengenai Kebun Raya Bogor melalui Internet, Media Sosial dan lainnya.	100	1	5	3,5900	1,05500
3	Saya mencari informasi mengenai Kebun Raya Bogor melalui teman, saudara, dan kerabat.	100	1	5	3,7700	1,07172
4	Saya mencari informasi mengenai Kebun Raya Bogor melalui media elektronik seperti TV dan Radio.	100	1	5	2,8000	1,06363
5	Saya mencari informasi mengenai Kebun Raya Bogor melalui iklan seperti di baliho, pamflet dan banner.	100	1	5	2,8000	1,14592
6	Saya mencari informasi mengenai Kebun Raya Bogor melalui media cetak seperti Koran dan majalah.	100	1	5	2,7700	1,14464
7	Saya mendapatkan informasi mengenai Kebun Raya Bogor dari Internet, Media Sosial dan lainnya.	100	1	5	4,0000	0,99494
8	Saya mendapatkan informasi mengenai Kebun Raya Bogor dari teman, saudara dan kerabat.	100	1	5	3,8300	0,94340
9	Saya mendapatkan informasi mengenai Kebun Raya Bogor dari media elektronik seperti TV atau Radio.	100	1	5	2,8900	1,09078
10	Saya mendapatkan informasi mengenai Kebun Raya Bogor dari iklan di baliho, pamflet atau banner.	100	1	5	2,8900	1,20517
11	Saya mendapatkan informasi mengenai Kebun Raya Bogor dari media cetak seperti koran atau majalah.	100	1	5	2,7600	1,15575
Evaluasi Alternatif						
12	Saya berkunjung ke Kebun Raya Bogor karena Saya menyukai konsep Kebun Raya Bogor yaitu hutan rindang dengan suasana alam namun berada di tengah kota.	100	2	5	4,3200	0,78983
13	Saya berkunjung ke Kebun Raya Bogor karena dapat berwisata sambil belajar mengenai tanaman-tanaman (botanical).	100	1	5	4,0800	0,98144
14	Saya berkunjung ke Kebun Raya Bogor karena Kebun Raya Bogor memiliki beberapa spot foto yang menarik yaitu Taman Meksiko, Ecodom, Rumah Angrek dan lain sebagainya.	100	2	5	4,2300	0,81470
Keputusan Pembelian						
15	Saya memutuskan berkunjung ke Kebun Raya Bogor dibandingkan objek wisata lain di Kota Bogor.	100	1	5	3,5000	0,97959
Perilaku Pasca Pembelian						
16	Saya merasa puas setelah mengunjungi Kebun Raya Bogor dan akan melakukan kunjungan ulang ke Kebun Raya Bogor.	100	2	5	3,8600	0,87640

17	Saya akan merekomendasikan Kebun Raya Bogor sebagai tempat rekreasi yang harus dikunjungi di Kota Bogor kepada keluarga, teman/kerabat.	100	2	5	4,2400	0,84232
----	---	-----	---	---	--------	---------

Berdasarkan Tabel 3 indikator Keputusan Berkunjung (Y) yang memiliki nilai tertinggi adalah pada indikator Evaluasi Alternatif, dengan pernyataan “Saya berkunjung ke Kebun Raya Bogor karena Saya menyukai konsep Kebun Raya Bogor yaitu hutan rindang dengan suasana alam namun berada di tengah kota.” dengan nilai rata-rata (mean) 4,3200. Selain itu, indikator variabel Y yang memiliki nilai terendah adalah indikator Pencarian Informasi, yaitu dengan pernyataan “Saya mendapatkan informasi mengenai Kebun Raya Bogor dari media cetak seperti koran atau majalah.” dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2,7600. Pernyataan tersebut mendapat nilai terendah karena pada saat ini semua sangat mudah diakses melalui internet atau media sosial yang dimana mereka sudah bisa mendapatkan informasi terkini tentang kondisi Kebun Raya Bogor dengan lengkap dan cepat.

Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dilakukan dalam suatu penelitian untuk mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validitas adalah pengujian yang ditujukan untuk mengetahui apakah suatu data dapat dipercaya kebenarannya dan telah sesuai dengan kenyataan yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitas $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2013). Seluruh indikator pada variabel X dan Y yang terdapat pada penelitian ini memiliki indeks validitas $\geq 0,3$ sehingga dapat dinyatakan valid.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai Alpha Cronbach $> 0,6$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten. Jika nilai Alpha Cronbach $< 0,6$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Indikator

pada Variabel X dan Y pada penelitian ini menunjukkan nilai Cronbach alpha masing - masing sebesar 0.871 dan 0.923 dimana seluruh indikator pada masing-masing variabel dapat dikatakan reliabel dan konsisten.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen memiliki kontribusi normal atau tidak. Menurut Santoso dalam Suwhandi (2016) dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Tabel 4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Total X	Total Y
N	100	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	.195 ^c	.200 ^{c,d}

Dari hasil olah data dengan SPSS 23 yang tertera pada Tabel 4.13 di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk variabel X sebesar 0,195 lebih besar dari 0,05 dan variabel Y sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Dari kedua variabel X dan variabel Y tersebut, telah diketahui bahwa nilai signifikan keduanya menunjukkan nilai yang terdistribusi secara normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menguji apakah dua variabel yang diuji bersifat linear atau tidak. Uji linearitas pada penelitian ini adalah dengan menggunakan nilai koefisien signifikan dari *Deviation From Linearity*. Kriteria yang

digunakan dalam uji linearitas ini adalah jika nilai koefisien signifikan $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel X dengan variabel Y. Jika nilai koefisien signifikan $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Tabel 5 Hasil Uji Linearitas

		Sig.
Total Y	Between Groups	.095
	Deviation from Linearity	

Dari Tabel 5 di atas, diperoleh nilai signifikan dari *Deviation From Linearity* kedua variabel sebesar 0,095 dimana lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa antara variabel Faktor Pendorong Motivasi (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) terdapat hubungan yang linear secara signifikan.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	B	t	Sig.
1 (Constant)	4.950	.931	.354
Total X	1.262	10.463	.000

Berdasarkan Tabel 6 diketahui nilai Constant (a) sebesar 4,950 dan nilai Total X (b/koefisien regresi) sebesar 1,262. Sehingga persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,950 + 1,262X$$

Persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 4,950 menyatakan bahwa, jika nilai $X = 0$ atau variabel Faktor Pendorong Motivasi (X) tidak ada nilai, maka nilai variabel Keputusan Berkunjung (Y) adalah sebesar 4,950.
- Nilai koefisien regresi X sebesar 1,262 menyatakan bahwa setiap penambahan atau kenaikan 1 (satu) nilai Faktor Pendorong Motivasi (X), maka nilai Keputusan Berkunjung (Y) bertambah sebesar 1,262. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.
- Berdasarkan nilai signifikansi dari Tabel 6 di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Faktor Pendorong Motivasi (X) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Uji Hipotesis (Uji T)

Menurut Ghazali (2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing T hitung. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%), maka secara individual (parsial) variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya. Berdasarkan Tabel 6 pada tabel hasil analisis regresi linear sederhana di atas, dapat diketahui T hitung untuk variabel Customer Experience (X) adalah sebesar 10.463 dengan derajat bebas sebesar: $df = n - k$

Keterangan:

Df = Derajat Bebas

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel Penelitian

$df = 100 - 2 = 98$

Diketahui bahwa derajat bebas sebesar 98 dan tingkat signifikansi 0,05 (5%), maka dilakukan pencarian T tabel dengan pengujian taraf signifikansi dua sisi, sehingga signifikansinya menjadi 0,025. Didapat T tabel sebesar 1,98447 sehingga T tabel lebih kecil daripada T hitung ($10,463 > 1,98447$) dan berdasarkan signifikansi = 0,000, maka H1 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan dan Keputusan Berkunjung.

Uji Korelasi (Uji R)

Menurut Sugiyono (2013) uji korelasi berguna untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel atau lebih. Dua variabel dikatakan berkorelasi jika perilaku variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain. Jika tidak berpengaruh, maka kedua variabel tersebut independen.

Tabel 7 Hasil Uji Korelasi

Model	R	R Square
	.726 ^a	.528

Pada Tabel 7 di atas, nilai Koefisien Korelasi (R) yang diperoleh adalah 0,726 dapat diartikan bahwa korelasi antara variabel Faktor Pendorong Motivasi (X) dengan Keputusan Berkunjung (Y) memiliki hubungan yang Kuat, karena berada diantara 0,600 – 0,799.

Koefisien Determinasi (Uji R-Square)

Berdasarkan Tabel 7 pada tabel Hasil Uji Korelasi di atas, nilai Koefisien Determinasi (R-Square) adalah 0,726 atau dalam persentase yaitu 72,6%. Apabila diaplikasikan dengan nilai Koefisien Korelasi (R), maka persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$R^2 = r^2$$

$$R^2 = (0,726)^2$$

$$R^2 = 0,528$$

Hasil persamaan Koefisien Determinasi di atas memiliki nilai yang sama dengan hasil olah data menggunakan SPSS pada Tabel 7 di atas, yaitu 0,528 atau dalam persentase yaitu

52,8%. Nilai tersebut mengartikan bahwa persentase pengaruh variabel Faktor Pendorong Motivasi (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 52,8%. Sedangkan, sisanya 47,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan Teknik analisis regresi sederhana diketahui bahwa faktor pendorong motivasi memiliki peran dalam keputusan berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak Kebun Raya Bogor untuk mempertahankan kualitas produk dan pelayanan yang sudah baik dan terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang dirasa masih kurang demi kemajuan Kebun Raya Bogor. Disamping itu, diketahui pula berdasarkan hasil analisis deskriptif statistik, bahwa pada indikator knowledge, wisatawan kurang merasa mendapatkan pengalaman baru saat berkunjung ke Kebun Raya Bogor, sehingga hal ini dapat menjadi masukan bagi pihak Kebun Raya Bogor untuk mengadakan sebuah event rutin di Kebun Raya Bogor sehingga wisatawan tidak merasa bosan dan selalu mendapatkan pengalaman yang berbeda yang tidak terlupakan.

Daftar Pustaka

- Abiyasa dan Pangestuti. 2018. Pengaruh Motivasi Eksternal Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Pengalaman Wisatawan Sebagai Variabel Intervening: Survey Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung ke Banyuwangi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.64, No.1. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Ali, Baginda Syah. 2016. Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan din Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasir Wangi Kabupaten Garut. Skripsi. Bandung: Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

- Anggara, Sahya. 2015. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darna dan Herlina. 2018. Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen. Vol.5, No.1. Ciamis: Universitas Galuh Ciamis.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdi dan Bahrudin. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan. Yogyakarta: Deepublish
- Hermansyah dan Waluya. 2012. Analisis Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan Nusantara Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kebun Raya Bogor: Survey Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kebun Raya Bogor. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*. Vol.II, No.1. Bandung: Fakultas Ilmu Pendidikan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Bandung
- Kristiutami, Yuliana Pinaringsih. 2017. Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Geologi Bandung. *Jurnal Pariwisata*. Vol.4, No.1. Bandung: AKPAR BSI Bandung.
- Lestari dan Sunarti. 2019. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung: Survey Pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.70, No.1. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaf dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Pugu. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Praktis. Jakarta: PT. Indeks.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Suwena dan Widyatmaja. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Bali: Pustaka Laras