



Pengaruh Dimensi Motivasi Kunjungan Terhadap Preferensi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Gunung Fatuleu Kabupaten Kupang

Srie Norma Sulisetiawati *

Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Email : srienorma@gmail.com *

Abstract, *Tourism activities have now become part of the lifestyle of people in all circles who have the desire to have a recreation in a tourist destination. So it is not surprising when the need for people to travel continues to increase. Mount Fatuleu is one of the tourist attractions in Kupang Regency which is the choice of tourists for traveling. It is undeniable that the number of visits from year to year, Mount Fatuleu Tourism Object is increasing. This study aims to analyze the effect of physical motivation, cultural motivation, personal motivation, status and position motivation on preference from Mount Fatuleu, Kupang Regency. The independent variables (X) in this study are physical motivation (X1), cultural motivation (X2), personal motivation (X3), status and position motivation (X4). Meanwhile, the stress variable in this study is preference (Y). The study population was the tourists of Mount Fatuleu, and the sampling technique used observation and questionnaires. Respondents who met the requirements were determined as many as 97 tourists who were analyzed by SPSS. The results showed that culture, personality, status and position had a simultaneous and partial effect on tourist visit decisions. The results of the descriptive analysis show that the four independent variables have an average score in the positive area. Where the highest average score is personal at 3.31 while the lowest is physical 3.20 while multiple linear regression analysis shows $Y = -0.112 + 0.804X1 + 0.666X2 + 0.695X3 + 1.147X4$. The coefficient of determination obtained shows 97% preference is influenced by physical, cultural, personal, status and position.*

Keywords: *Physical Motivation, Cultural Motivation, Personal Motivation, Status and Position Motivation, Preference*

Abstrak, Kegiatan wisata saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat disemua kalangan yang memiliki keinginan untuk berekreasi kesuatu daerah tujuan wisata. Sehingga bukan suatu yang mengherankan ketika kebutuhan orang akan berwisata terus meningkat. Gunung Fatuleu merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Kupang yang menjadi pilihan wisatawan untuk berwisata. Tak dipungkiri jumlah kunjungan dari tahun ke tahun Objek Wisata Gunung Fatuleu semakin meningkat. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi pribadi, motivasi status dan jabatan terhadap Preferensi wisatawan Gunung Berkunjung ke Objek Wisata Fatuleu Kabupaten Kupang. Variabel Bebas (X) dalam penelitian ini adalah motivasi fisik (X1), motivasi budaya (X2), motivasi pribadi (X3), motivasi status dan jabatan (X4). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah prefrensi (Y). Populasi penelitian ialah wisatawan Gunung Fatuleu, dan teknik pengambilan sampel menggunakan observasi dan kuesioner. Responden yang memenuhi syarat ditetapkan sebanyak 97 wisatawan yang dianalisis dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya, pribadi, status dan jabatan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan empat variabel independen memiliki rata-rata skor yang berada pada daerah positif. Dimana rata-rata skor tertinggi yaitu pribadi sebesar 3,31 sementara yang terendah adalah fisik 3,20 sedangkan analisis regresi linear berganda menunjukkan $Y = -0,112 + 0,804X1 + 0,666X2 + 0,695X3 + 1,147X4$. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh menunjukkan 97% prefrensi dipengaruhi oleh fisik, budaya, pribadi, status dan jabatan.

Kata Kunci: Motivasi Fisik, Motivasi Budaya, Motivasi Pribadi, Motivasi Status dan Jabatan, Preferensi.

1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini. Sebagai negara yang memiliki kekayaan melimpah, Indonesia merupakan salah

satu negara yang memiliki potensi yang cukup besar dibidang pariwisata, dimana tiap-tiap daerah memiliki keunikannya masing-masing yang dapat dijadikan daya tarik pariwisata yang sangat potensial dan dapat menyumbangkan devisa bagi negara. Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki pariwisata yang potensial adalah Propinsi Nusa Tenggara Timur. Salah satu potensi wisata yang dimiliki NTT terletak di Kabupaten Kupang, yaitu Gunung Fatuleu.

Objek wisata ini terletak di Desa Nunsanen Kecamatan Fatuleu Tengah yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata unggulan di Kabupaten Kupang karena keadaannya yang masih alami, menarik, bisa dimanfaatkan untuk wisata minat khusus seperti panjat tebing, udara yang segar di sekitar daerah objek wisata. Walaupun pada musim kemarau melanda, kondisi tanah cocok untuk pertanian terutama buah-buahan serta di dukung dengan adanya Kampung Tenun Ikat yang memproduksi berbagai produk.

Keunikan Objek Wisata Gunung Fatuleu yang menonjol dan jarang ditemukan di kawasan wisata lain di kabupaten kupang adalah pendakian Gunung Fatuleu itu sendiri dan keindahan alamnya yang dijadikan latar belakang sebuah foto dan wisatawan dapat melihat hamparan luas keindahan alam ciptaan Tuhan yang dilihat dari puncak tertinggi di Kabupaten Kupang.

Keunggulan lain yang dimiliki Objek Wisata Gunung Fatuleu ini ialah akses jalan menuju objek wisata yang baik sehingga memerlukan waktu satu jam saja dari Kupang Ibu Kota Propinsi Nusa Tenggara Timur jika ditempuh dengan sarana transportasi pribadi roda dua dan roda empat. Wisatawan dapat sampai ke objek wisata dengan menggunakan transportasi umum karena letak objek wisata ini tepat pada trayek transportasi umum yang menghubungkan beberapa Desa di Kecamatan Fatuleu Tengah dan beberapa Kecamatan di Kabupaten Kupang.

Pada tabel di bawah ini disajikan tren kunjungan wisatawan pada Objek Wisata Gunung Fatuleu dalam kurung waktu tahun 2018 - tahun 2020.

Tabel 1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Gunung Fatuleu Dari Tahun 2018 Sampai 2020

No	Tahun	Jumlah Kunjungan (Orang)
1	2018	5457
2	2019	3234
3	2020	1050
Rata-rata		3247

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kupang 2020

Dari data di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2018 sampai dengan 2019 mengalami penurunan dari 5457 orang menjadi 3234 orang kemudian terus mengalami penurunan dari tahun 2019 sampai dengan 2020 dari 3234 menjadi 1050. Hal ini dikarenakan minat wisatawan yang mulai berkurang meskipun banyak fasilitas yang sudah disediakan mulai dari lopo, tempat parkir MCK umum dan akses bagi wisatawan untuk berfoto-foto, akan tetapi ada beberapa faktor internal yang membuat jumlah kunjungan wisatawan berkurang seperti banyak wisatawan yang sudah sering berkunjung sebelum tempat wisata Gunung Fatuleu disediakan fasilitas yang semakin memadai. Sehingga ketika pemerintah daerah sudah membangun fasilitas penunjang, minat masyarakat untuk berkunjung sudah berkurang karena semakin banyak tempat-tempat wisata yang baru yang menjadi daya tarik bagi wisatawan dan pengunjung juga akan mencari suasana tempat yang baru.

Setiap wisatawan yang melakukan perjalanan memiliki maksud dan tujuan tertentu. Maksud dan tujuan ini merupakan motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat yang menjadi tujuannya. Motivasi adalah kecenderungan yang timbul pada diri seseorang secara sadar maupun tidak sadar melakukan tindakan dengan tujuan tertentu atau usaha-usaha yang menyebabkan seseorang atau kelompok orang tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikendaki (Poerwodarminto 2006).

Menurut McIntos, (2010:85) motivasi wisatawan melakukan perjalanan wisata dikelompokkan menjadi 4 (empat) kategori, yaitu: *physical motivations* (motivasi fisik), *cultural motivations* (motivasi budaya), *interpersonal motivations* (motivasi pribadi), dan *status & prestige motivations* (motivasi status dan jabatan).

Physical Motivations, merupakan motivasi yang berhubungan dengan hasrat untuk mengembalikan kondisi fisik, beristirahat, santai, berolahraga, atau pemeliharaan kesehatan agar kegairahan bekerja timbul kembali. Seperti: menghilangkan beban pikiran dan stres, mendapatkan udara yang segar, cahaya matahari, mandi air panas, mendaki gunung, berlayar, memancing, berselancar, berburu, dan lain-lain.

Cultural Motivations, merupakan motivasi yang berhubungan dengan keinginan pribadi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata agar dapat melihat dan mengetahui negara lain, penduduknya, tatacara hidupnya serta adat istiadatnya yang berbeda dengan negara lainnya. Seperti: menaruh perhatian terhadap negara lain, terutama tempat-tempat yang mempunyai nilai sejarah dan kebudayaan yang tinggi serta mempunyai banyak upacara, festival, kesenian, musik, dan lain-lain.

Interpersonal Motivations, motivasi ini berhubungan dengan keinginan seseorang untuk mengunjungi sanak-keluarga, kawan-kawan atau ingin menghindarkan diri dari lingkungan kerja, ingin mencari teman-teman baru dan lain-lain. Secara singkat motivasi ini erat hubungannya dengan keinginan untuk melarikan diri dari kesibukan rutin sehari-hari.

Status & Prestige Motivations, motivasi ini berhubungan dengan maksud seseorang yang ingin untuk memperlihatkan siapa dia, kedudukannya, statusnya dalam masyarakat tertentu demi prestige pribadinya. Jadi sifat perjalanan di sini sangat emosional dan ada kalanya dihubungkan dengan perjalanan bisnis, Dinas Pendidikan, profesi, hobi, dan lain-lain. Seperti: tujuan usaha, ikut dalam suatu konferensi, seminar *trade fairs*.

Preferensi merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang dan jasa) yang dikonsumsi (Kotler, 2009:181). Preferensi konsumen muncul pada tahap evaluasi alternatif dalam proses keputusan pembelian, dimana dalam tahap tersebut konsumen dihadapkan pada berbagai macam pilihan produk maupun jasa dengan atribut yang berbeda-beda.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kambaren (2014), yang meneliti tentang Preferensi Wisatawan Terhadap Kunjungan Wisata Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi/ketertarikan wisatawan dalam mengunjungi Pulau Samosir dipengaruhi oleh 6 atribut, yaitu: atraksi wisata, aktivitas wisata, transportasi, jenis akomodasi, fasilitas akomodasi dan jenis cendramata.

Adapun Penelitian kedua dilakukan oleh Dwiputra (2013) yang meneliti tentang Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi wisatawan dalam memilih sarana wisata dipengaruhi beberapa atribut seperti tujuan wisatawan berwisata, lama wisatawan, dan teman wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

Berdasarkan uraian latar belakang dan uraian penelitian terdahulu maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana persepsi wisatawan tentang motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi status dan jabatan serta preferensi wisatawan objek wisata Gunung Fatuleu Kabupaten Kupang.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui dan menganalisis motivasi fisik terhadap preferensi wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Gunung Fatuleu Kecamatan Fatuleu Tengah Kabupaten Kupang; (2) Mengetahui dan menganalisis motivasi budaya terhadap preferensi wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Gunung Fatuleu Kecamatan Fatuleu Tengah Kabupaten Kupang; (3) Mengetahui dan menganalisis motivasi pribadi

terhadap preferensi wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Gunung Fatuleu Kecamatan Fatuleu Tengah Kabupaten Kupang; (4) Mengetahui dan menganalisis motivasi status dan jabatan terhadap preferensi wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Gunung Fatuleu Kecamatan Fatuleu Tengah Kabupaten Kupang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dan dilakukan pada wisata Fatuleu Kabupaten Kupang dan objek penelitiannya adalah wisatawan Gunung fatuleu. Teknik pengumpulan data yaitu Observasi dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dan kuesioner dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan mengenai Preferensi wisatawan mengenai atribut produk wisata yang ada di obyek wisata. Sampel pada penelitian ini berjumlah 97 orang dari besaran populasi sebanyak 3247. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan SPSS versi 16 dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis uji t dan uji f.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Gunung Fatuleu dapat diketahui menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 16 dan perhitungan hasil regresi linear berganda ditunjukkan pada tabel 1.

Analisis regresi yang digunakan untuk preferensi wisatawan dan mengumpulkan seberapa besar kontribusi variabel independen yaitu motivasi fisik (X1), motivasi budaya (X2), motivasi pribadi (X3), motivasi status dan jabatan (x4) terhadap variabel dependen Preferensi wisatawan (Y).

Tabel 2 Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	-.112
X1- Motivasi Fisik	.804

X2- Motivasi Budaya	.666
X3- Motivasi	.695
X4- Motivasi	1.147
Koef. Determinasi (R ²)	.971
Signifikan Pada	0,05

Interpretasi dari model regresi ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil regresi berganda diperoleh nilai konstanta adalah -0,112. Artinya apabila motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi pribadi, motivasi status dan jabatan diasumsikan nol (0), maka besaran preferensi wisatawan adalah sebesar -0,112. Nilai konstanta negatif tidaklah menjadi persoalan dan bisa diabaikan selama model asumsi (misalnya asumsi klasik, normalitas, dan lain-lain dalam regresi berganda). Nilai ini menjadi negatif karena terjadi rentang yang cukup jauh antara variabel X (variabel independen) dan variabel Y (dependen).
2. Nilai koefisien regresi variabel motivasi fisik sebesar 0,804. Artinya jika variabel motivasi fisik mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel preferensi wisatawan pada objek wisata Gunung Fatuleu akan meningkat sebesar 0,804 dengan asumsi motivasi budaya (X2), motivasi pribadi (X3), motivasi status dan jabatan (X4) tidak mengalami perubahan (konstan).
3. Nilai koefisien regresi variabel motivasi budaya sebesar 0,666. Artinya jika variabel motivasi budaya mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel preferensi wisatawan pada objek wisata Gunung Fatuleu akan meningkat sebesar 0,666 dengan asumsi motivasi fisik (X1), motivasi pribadi (X3), motivasi status dan jabatan (X4) tidak mengalami perubahan (konstan).
4. Nilai koefisien regresi variabel motivasi pribadi sebesar 0,695. Artinya jika variabel motivasi pribadi mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel preferensi wisatawan pada objek wisata Gunung Fatuleu akan meningkat sebesar 0,695 dengan asumsi motivasi fisik (X1), motivasi budaya (X2), motivasi status dan jabatan (X4) tidak mengalami perubahan (konstan).

5. Nilai koefisien regresi variabel motivasi status dan jabatan sebesar 1,147. Artinya jika variabel motivasi status dan jabatan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel preferensi wisatawan pada objek wisata Gunung Fatuleu akan meningkat sebesar 1,147 dengan asumsi motivasi fisik (X1), motivasi budaya (X2), motivasi pribadi (X3) tidak mengalami perubahan (konstan).

Uji Hipotesis

Uji Kelayakan Model (Uji f) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 807,433 dan signifikansi (sig) sebesar 0,000. Setelah dibandingkan dengan F tabel 2,47 ternyata nilai F hitung \geq F tabel ($807,433 > 2,47$). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel Motivasi yang terdiri dari Motivasi Fisik (X1), Motivasi Budaya (X2), Motivasi Pribadi (X3), Motivasi Status dan Jabatan (X4) terhadap Preferensi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Gunung Fatuleu. Dengan demikian keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh Produk (Motivasi Fisik (X1), Motivasi Budaya (X2), Motivasi Pribadi (X3), Motivasi Status dan Jabatan (X4) berpengaruh positif terhadap preferensi wisatawan cukup besar.

Untuk menguji kontribusi variabel dapat menggunakan Uji t. Pengujian ini dapat dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh variabel independen yaitu Motivasi Wisatawan (X) yang terdiri dari Motivasi Fisik (X1), Motivasi Budaya (X2), Motivasi Pribadi (X3), Motivasi Status dan Jabatan (X4) terhadap variabel dependen atau Preferensi Wisatawan (Y). Hasil uji t berdasarkan olahan seperti yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 3 Hasil Uji Kontribusi Variabel (Uji T Hipotesis)

Model	Hasil Uji t Hitung	Hasil Uji t Tabel	Signifikan
Motivasi Fisik	4,179	1,986	0,000
Motivasi Budaya	2,084	1,986	0,040
Motivasi Pribadi	3,769	1,986	0,000
Motivasi Status dan Jabatan	4,251	1,986	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Hasil uji t berdasarkan pada olahan SPSS seperti yang di tampilkan pada tabel 2 dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 4,179 sedangkan t tabel diketahui pada alpha 0,025 sebesar 1,986. Hasilnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,179 > 1,985$) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,025$). Artinya variabel Motivasi Fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Preferensi.
2. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,084 sedangkan t tabel diketahui pada alpha 0,025 sebesar 1,986. Hasilnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,084 > 1,986$). Artinya terdapat pengaruh variabel Motivasi Budaya yang signifikan terhadap preferensi.
3. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,769 sedangkan t tabel diketahui pada alpha 0,025 sebesar 1,986. Hasilnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,769 > 1,986$). Artinya terdapat pengaruh variabel Motivasi Pribadi yang signifikan terhadap Preferensi.
4. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 4,251 sedangkan t tabel diketahui pada alpha 0,025 sebesar 1,986. Hasilnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,251 > 1,986$). Artinya terdapat pengaruh variabel Motivasi Status dan Jabatan yang signifikan terhadap Preferensi.

Pembahasan

Pengaruh variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai yang dipersepsikan oleh wisatawan berada pada level tinggi atau baik. Hal ini ditunjukkan dari banyak pengaruh preferensi yang tinggi dari responden terhadap masing-masing variabel. Hasil penelitian menyatakan bahwa motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi pribadi dan motivasi status dan jabatan berpengaruh signifikan terhadap preferensi. Hasil penelitian didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bahari Andi (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebudayaan, sosial pribadi, dan psikologis berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan kunjungan wisatawan Malino Highland, Gowa.

Pengaruh motivasi fisik terhadap preferensi

McIntosh (1977) dan Murphy (1985) mengatakan bahwa *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya. Menurut Swarbrooke dan Horner (2016) motivasi berwisata fisik berkaitan dengan tujuan relaksasi seperti olahraga, berjemur, dan lain-lain.

Motivasi fisik yang mempengaruhi preferensi dari wisatawan gunung fatuleu seperti pemandangan alam yang indah dan sejuk, akses jalan yang memadai dan kecocokan tempat wisata dengan kebutuhan wisatawan untuk melakukan pendakian menjadikan obyek wisata

gunung fatuleu sangat baik untuk dikunjungi. Hal ini terbukti dari hasil penelitian variabel motivasi fisik memiliki rata-rata skor 3,20 yang terklasifikasi sedang. Hal ini terlihat dari tanggapan wisatawan terhadap aspek motivasi fisik seperti Pemandangan alam yang indah dan sejuk di sekitar objek wisata Gunung fatuleu yang rata-rata skor untuk item pernyataan ini memiliki klasifikasi tinggi, sehingga mengindikasikan wisatawan cenderung mempersepsikan bahwa pemandangan alam yang indah dan sejuk disekitar objek wisata Gunung Fatuleu sangat menarik. Kemudian aspek yang berikutnya yaitu akses menuju objek wisata Gunung Fatuleu yang memadai yang terklasifikasi sedang dan Objek wisata Gunung Fatuleu yang sangat cocok dengan kebutuhan wisatawan sebagai lokasi pendakian yang terklasifikasi tinggi. Hal ini mengindikasikan wisatawan cenderung mempersepsikan bahwa akses jalan menuju objek wisata Gunung Fatuleu membuat wisatawan merasa kurang puas sehingga perlu adanya perhatian lebih dari pihak pengelola obyek wisata gunung fatuleu sedangkan objek wisata Gunung Fatuleu yang cocok dengan kebutuhan wisatawan menjadi lokasi pendakian mengindikasi bahwa responden cenderung mempersepsikan objek wisata Gunung Fatuleu sangat baik untuk dikunjungi dan dijadikan lokasi pendakian bagi para wisatawan yang berkunjung.

Pengaruh Motivasi Budaya Terhadap Preferensi

Menurut Pitana dan Gayatri (2005:58), motivasi budaya yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesedian daerah lain. Hal ini termasuk juga keterkaitan akan berbagai objek peninggalan budaya atau monumen bersejarah. Maksud dan tujuan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata disebabkan ingin melihat kemajuan kebudayaan di suatu bangsa. Baik kebudayaan di masa lalu maupun apa yang saat ini sudah tercapai, disamping ingin melihat adat istiadat dan kebiasaan hidup.

Hal ini terbukti dari hasil penelitian variable motivasi budaya memiliki rata-rata skor 3,31% yang terklasifikasi sedang. Hal ini dapat dilihat berdasarkan respon wisatawan dari aspek nilai-nilai kehidupan dan adat istiadat sekitar objek wisata Gunung Fatuleu yang dinilai sangat baik meskipun sebagian wisatawan bersikap netral dan ada sedikit yang kurang suka sehingga pada aspek ini terklasifikasi sedang. Hal ini mengindikasikan cenderung mempersepsikan bahwa nilai-nilai dan adat istiadat sekitar objek yang sangat dijaga masyarakat sehingga mengindikasikan wisatawan yang cenderung mempersepsikan nilai-nilai dan adat istiadat sekitar menjadikan objek wisata yang cukup dikenal bukan hanya keindahan tapi selalu menjaga adat istiadat daerah tersebut.

Pengaruh Motivasi Pribadi Terhadap Preferensi

Motivasi fisik yang mempengaruhi preferensi dari wisatawan gunung fatuleu seperti keinginan untuk melarikan diri dari kegiatan sehari-hari, keinginan untuk bersosialisasi disekitar objek wisata Gunung Fatuleu, dan mempunyai pengalaman sebelumnya untuk berwisata ke objek Gunung Fatuleu menjadikan obyek wisata gunung fatuleu sangat baik untuk dikunjungi dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung sehingga wisatawan tertarik untuk terus kembali berwisata kesana. Hal ini terbukti dari hasil penelitian variable motivasi pribadi memiliki rata-rata skor 3,20 yang terklasifikasi sedang. Hal ini terlihat dari aspek motivasi pribadi seperti Keinginan untuk melarikan diri dari kegiatan sehari-hari. Bias kita lihat dari hasil penelitian, banyak wisatawan yang sangat antusias untuk berkunjung ke obyek wisata gunung fatuleu baik untuk sekedar bersantai maupun refreking setelah banyaknya kegiatan dari para wisatawan. Ini mengindikasikan responden cenderung mempersepsikan bahwa lebih memilih objek wisata Gunung Fatuleu untuk mengalihkan kegiatan sehari-harinya. Kemudian dapat dilihat dari aspek lain yaitu keinginan untuk bersosialisasi disekitar objek wisata Gunung Fatuleu dan mempunyai pengalaman sebelumnya untuk berwisata ke objek Gunung Fatuleu menjadikan obyek wisata gunung fatuleu menjadi daya tarik bagi wisatawan.

Pengaruh status dan jabatan Terhadap Preferensi

Status dan jabatanyang mempengaruhi preferensi dari wisatawan gunung fatuleu sepertikeinginan untuk diakui secara peran dan status, dankeinginan untuk berada di lingkungan yang baru menjadikan obyek wisata gunung fatuleu sebagai tempat untuk semua kalangan menikmati keindahan.Hal ini terbukti dari hasil penelitian variable motivasi fisik memiliki rata-rata skor 3,30% yang terklasifikasi sedang. Hal ini terlihat dari tanggapan wisatawan terhadap aspek dalam status dan jabatan yang mengindikasikan responden cenderung mempersepsikan bahwa ingin diakui secara peran dan status setelah berwisata ke objek wisata Gunung Fatuleu dan responden cenderung mempersepsikan bahwa ingin berada di lingkungan yang baru dan akan berwisata ke objek wisata Gunung Fatuleu.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Motivasi fisik berpengaruh signifikan terhadap prefrensi wisatawan berkunjung ke gunung fatuleu.

2. Variabel Motivasi budaya berpengaruh signifikan terhadap preferensi wisatawan berkunjung ke gunung fatuleu.
3. Variabel Motivasi pribadi berpengaruh signifikan terhadap preferensi wisatawan berkunjung ke gunung fatuleu.
4. Variabel Motivasi status dan jabatan berpengaruh signifikan terhadap preferensi wisatawan berkunjung ke gunung fatuleu.
5. Keempat variabel yaitu motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi pribadi, motivasi status dan jabatan merupakan variabel bebas dalam penelitian ini secara simultan berpengaruh terhadap preferensi wisatawan.
6. Kontribusi model R adjusted sebesar 0,971 atau 97,1%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2011. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Dwiputra, Roby.(2013). *Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Wisata di Kawasan Wisata Alam Erupsi Merapi*.Journal of Regional and City Planning.Vol. 24 No. 1.doi: <https://doi.org/10.5614/jpwk.2013.24.1.3>
- Gie, Simon. 2018. *Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Air Terjun Tesbatan untuk Meningkatkan Kunjungan*. Jurnal Universitas Nusa Cendana Kupang
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Kambaren, Sari. 2014. *Preferensi Wisatawan terhadap Kunjungan Wisata Pulau Samosir dengan Analisa Konjoin*
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II, Edisi 15, Jakarta: PT. Indeks.
- Mcintos.(2010) *Karakteristik Wisatawan*.Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Muljadi. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan*.Edisi 10. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Nugroho J. Setiadi.(2010)*Perilaku Konsumen* (edisi revisi). Jakarta: Kencana Perdana Media Grup
- Pitana, I Gede. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- Sagala, Patricia. 2017. *Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Daerah Tujuan Wisata Danau Toba Sumatera Utara*. Jurnal Universitas Riau Kampus Bina WidyaVol. 4 No. 1 – Februari 2017.
- Saputra. 2012. *Membuat Aplikasi Absensi dan Kuesioner untuk Panduan Skripsi*. Jakarta : PT. Elex Media Koputindo

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Daya Tarik Wisata.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Wardiyanto. (2011). *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*. Bandung. CV. Lubuk Agung.