

Pengaruh Motivasi dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Monumen Rawgede di Masa Pandemi Covid-19

Megawati Dewi Yunitasari, Eman Sulaeman

Universitas Singaperbangsa Karawang

Correspondence email: 1810631020312@student.unsika.ac.id

Abstrak. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan bagaimana pengaruh parsial dan simultan antara motivasi dan persepsi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Monumen Rawgede di masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi pada penelitian ini yaitu pengunjung objek wisata Monumen Rawgede pada tahun 2022. Populasi tahun 2022 dicari menggunakan *trend linier*. Sampel yang akan di uji dalam penelitian ini berjumlah 390 orang dengan penarikan sampel menggunakan *slovin*. Penelitian ini menggunakan teknik *Non probability* sampling dengan teknik *Purposive*. Teknik analisis data menggunakan analisis rentang skala dan analisis jalur (*Path Analysis*) dengan alat analisis software SPSS 21 for windows. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan motivasi memperoleh skor rata-rata sebesar 1.431 berada pada kriteria baik, persepsi memperoleh skor rata-rata sebesar 1.282 berada pada kriteria cukup baik, keputusan berkunjung memperoleh skor rata-rata sebesar 1.445 berada pada kriteria baik. Koefisien korelasi antara variabel motivasi dan persepsi sebesar 0,535 tingkat korelasi sedang, cukup kuat. Pengaruh parsial motivasi terhadap keputusan berkunjung sebesar 10,1% sedangkan persepsi terhadap keputusan berkunjung memiliki kontribusi yang lebih besar yaitu sebesar 10,4%, secara simultan total pengaruh motivasi dan persepsi terhadap keputusan berkunjung sebesar 31,6% sedangkan sisanya sebesar 68,4% merupakan pengaruh lain yang tidak diukur pada penelitian ini.

Kata kunci : Keputusan Berkunjung; Motivasi; Persepsi Kualitas

Abstract. This research aims to determine, analyze, and explain how the partial and simultaneous influence of motivation and tourist perceptions on the decision to visit the Rawgede Monument tourist attraction during the covid-19 pandemic. This research uses quantitative research with descriptive and verification methods. The population in this study were visitors to the Rawgede Monument tourist attraction in 2022. The population in 2022 was searched using a linear trend. The sample to be tested in this study amounted to 390 people with sampling using slovin. This study uses a non-probability sampling technique with a purposive technique. The data analysis technique uses scale range analysis and path analysis with the SPSS 21 software analysis tool for windows. Based on the results of research that has been done, it shows that the motivation to get an average score of 1.431 is in the good criteria, the perception of getting an average score of 1.282 is in the pretty good criteria, the decision to visit gets an average score of 1.445 is in the good criteria. The correlation coefficient between motivation and perception variables is 0.535, the correlation level is moderate, quite strong. The partial effect of motivation on the decision to visit is 10.1% while the perception of the decision to visit has a larger contribution of 10.4%, simultaneously the total influence of motivation and perception on the decision to visit is 31.6% while the remaining 68.4% is another influence not measured in this study.

Keywords : decision to visit; perception quality; motivation

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak potensi pariwisata dan menjadikannya sebagai salah satu pilihan alternatif destinasi pariwisata dunia. Industri pariwisata Indonesia merupakan salah satu bagian dari sektor industri yang prospeknya sangat menjanjikan dan mempunyai potensi serta peluang untuk terus berkembang. Kondisi alamiah dari suatu tempat seperti letak dan keadaan geografis, lapisan tanah yang subur dan panoramis (akibat ekologi geologis), juga keberadaan flora dan fauna yang memperkaya isi daratan dan lautan merupakan potensi yang dimaksud untuk bisa berkembang. Banyak destinasi wisata di Indonesia yang memiliki potensi untuk berkembang dan dikenal secara luas oleh para wisatawan, baik Wisatawan Lokal maupun Wisatawan Manca Negara. UU RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan berbunyi: pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan di dukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, perusahaan, pemerintah, dan pemerintah daerah. Undang-Undang ini bertujuan untuk : 1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi; 2) meningkatkan kesejahteraan rakyat; 3) menghapus kemiskinan; 4) mengatasi pengangguran; 5) melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; 6) memajukan kebudayaan; 7) mengangkat citra bangsa; 8) memupuk rasa cinta tanah air; 9) memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; 10) mempererat persahabatan antar bangsa. Hal ini dapat diartikan bahwa sektor pariwisata menjadi sektor industri yang mempunyai potensial untuk terus dikembangkan dan dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pendapatan negara yang dapat membantu dalam setiap pembangunan ekonomi.

Munculnya pandemi Covid-19 yang melanda dunia terutama di Indonesia dalam kurung waktu lebih dari 2 Tahun telah menghantam sektor Industri Pariwisata dan membuat kegiatan Perekonomian di Indonesia mengalami

penurunan yang sangat drastis. Dimana hal ini membuat angka intensitas kunjungan Wisatawan Manca Negara (WISMAN) yang berkunjung ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk setiap tahunnya mengalami penurunan.



Sumber : <https://www.kemenparekraf.go.id>

Gambar 1
Kunjungan Wisatawan Manca Negara Ke Indonesia (2018 - 2019)

Gambar 1 terlihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya mengalami penurunan. Pada Desember 2019 jumlah kunjungan sebesar 1.377.067, dimana tahun ini mengalami penurunan sebesar 2,03% dibandingkan Desember 2018 yang berjumlah 1.405.554 kunjungan. Pada Tahun 2020 angka kunjungan menurun dratis sebesar 88,08% dari tahun-tahun sebelumnya, dengan kunjungan sebesar 164,09 ribu, dan pada Tahun 2021 angka kunjungan mengalami penurunan tipis sebesar 0,28% saja yaitu sebesar 163,62 ribu kunjungan. Jumlah sepanjang tahun 2021 ini merupakan yang terendah sejak enam tahun terakhir. Di sisi lain pandemi covid-19 ini tidak hanya memberikan dampak langsung bagi sektor pariwisata tetapi banyak juga para tenaga kerja disektor pariwisata yang kehilangan pekerjaannya akibat pandemi ini.

Karawang adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat, yang cukup banyak mempunyai destinasi pariwisata. Kabupaten Karawang kini ditopang oleh beberapa sektor seperti, sektor pariwisata, sektor industri, sektor perhotelan, sektor pertanian dan lain sebagainya. Karawang mulai membuka banyak sektor pariwisata. Khususnya wisata modern dan pusat perbelanjaan. Terlihat dengan banyaknya mall, plaza dan tempat rekreasi baru yang sudah beroperasi. Dengan adanya wisata modern ini, tidak banyak yang tahu bahwa Kabupaten Karawang memiliki wisata sejarah atau wisata *heritage* yang dimana sangat mempengaruhi keadaan Kabupaten Karawang pada masa itu. Pada umumnya hanya penduduk di sekitar saja yang mengetahui lokasi sejarah yang menjadi potensi wisata tersebut dikarenakan kebanyakan tempat-tempat wisata sejarah ini berada di pelosok daerah, dan terbilang jauh dari wilayah kota Karawang.

Tabel 2
Daftar Objek Wisata Sejarah Di Kabupaten Karawang

No	Objek Wisata Sejarah	Lokasi
1	Candi Jiwa	Batujaya
2	Monumen Rawagede	Rawamerta
3	Monumen Kebulatan Tekad	Rengasdengklok
4	Bendungan Walahar	Klari
5	Candi Blandongan	Batujaya
6	Candi Lanang	Cibuaya
7	Candi Wadon	Cibuaya
8	Rumah Pengasingan Soekarno	Rengasdengklok
9	Tugu Proklamasi	Rengasdengklok

Sumber : <https://opendata.karawangkab.go.id/>

Salah satu objek wisata bersejarah yang menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai objek wisata bersejarah dikabupaten karawang adalah Monumen Rawagede. Monumen ini berada di Desa Balongsari, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang. Monumen Rawagede merupakan sebuah Taman Makam Pahlawan para pejuang yang tewas dibantai massal pada tanggal 9 Desember 1947 oleh belanda. Pembantaian ini

menewaskan sekitar 431 orang warga sipil. Beroperasinya objek wisata Monumen Rawagede menciptakan beberapa peluang usaha bagi masyarakat disekitar lokasi. Banyak masyarakat yang membuka peluang usaha dengan berdagang disekitar lokasi Monumen Rawagede. Banyaknya kunjungan wisatawan ke Monumen Rawagede akan semakin mendorong kegiatan perekonomian masyarakat sekitar menjadi meningkat. Tetapi sangat disayangkan pada saat ini situs sejarah mengalami sepi kunjungan dan tingkat kunjungan rendah. Hal ini disampaikan dan dikutip dari berita radar karawang. Pada saat ini sudah jarang masyarakat maupun para pelajar yang berkunjung ke Monumen Rawagede.

Tabel 3
Data Jumlah Pengunjung Monumen Rawagede 2018-2021

Bulan	2018	2019	2020	2021
Januari	1998	1633	1486	1202
Februari	2090	1565	1368	1241
Maret	2099	1653	1443	1409
April	2076	1931	1556	1404
Mei	2223	1544	1619	1551
Juni	2154	1577	1621	1288
Juli	2306	1893	1705	1391
Agustus	2076	1904	1662	1407
September	2144	1812	1651	1430
Oktober	2195	1955	1664	1470
November	2196	2098	1718	1208
Desember	2188	2045	1981	1158
Jumlah	25.745	21.610	19.474	16.159

Sumber : Pengelola situs monumen rawagede, 2022.

Tabel 3 merupakan data jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Monumen Rawagede pada Tahun 2018 – 2021. Terlihat bahwa pada Tahun 2018 dan 2021 angka kunjungan di setiap tahunnya terus mengalami penurunan. Hal ini diduga disebabkan oleh berbagai faktor permasalahan dan kondisi yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan berkunjung ke destinasi wisata Monumen Rawagede, salah satu faktor yang menjadi permasalahan dari seseorang melakukan keputusan berkunjung yakni adanya pandemi covid-19 yang membuat sebagian wisatawan enggan untuk melakukan perjalanan wisata karena merasa takut terpapar serta anjuran pemerintah dalam pembatasan sosial membuat para wisatawan malas untuk bepergian keluar, tidak hanya itu kurangnya pemahaman destinasi terhadap setiap perilaku pengunjung bisa menjadi faktor permasalahan psikologis dimana wisatawan melakukan keputusan, baik sebelum melakukan kunjungan, pada saat berkunjung, maupun setelah berkunjung. Biasanya hal ini dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti minat kepribadian, hobi, profesi, motivasi, sikap pengunjung terhadap destinasi, dan persepsi. Penting bagi destinasi dalam memahami setiap apa yang wisatawan butuhkan, inginkan, dan harapkan dalam perjalanan wisata agar wisatawan dapat mengambil keputusan dalam berkunjung dengan baik.

Kurangnya aksesibilitas tempat wisata terkadang masih menjadi kendala bagi para wisatawan untuk berkunjung. Serta event tahunan yang di adakan destinasi sebagai suatu kegiatan promosi masih belum bisa menarik minat kunjungan para wisatawan untuk berkunjung ke situs sejarah Monumen Rawagede ini, dimana masih banyak para wisatawan dan masyarakat luas yang berada di dalam maupun luar Kabupaten Karawang yang belum mengetahui Monumen Rawagede itu apa dan dimana.

Menurut Nugroho (2019) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dalam melakukan keputusan berkunjung dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya faktor psikologis, yang dimana pengaruh psikologis ini dapat mempengaruhi mereka dalam bersikap dan melakukan keputusan termasuk pengaruh dari motivasi mereka, proses belajar, persepsi, dan kepercayaan. Di duga sepinya kunjungan terhadap destinasi wisata Monumen Rawagede di karenakan adanya pengaruh dari motivasi terhadap keputusan wisatawan dalam berkunjung. Kurangnya rasa motivasi yang tinggi untuk berkunjung ke situs sejarah merupakan faktor dari penyebab seseorang dalam melakukan keputusan berkunjung. Para wisatawan cenderung akan lebih tertarik dan termotivasi untuk mengunjungi wisata modern dan tempat rekreasi dibandingkan harus berkunjung ke situs sejarah. Karena kebanyakan di dalam destinasi sejarah tidak ada hiburan apapun yang dapat menarik motivasi wisatawan untuk berkunjung, adapun keingintahuan mengenai sejarah tergantung kepada individu masing-masing.

Hal ini sejalan dengan pendapat Ngalim (2007) dalam dian rizky (2018), yang mengemukakan bahwa motivasi adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu yang disebut dengan “motif”, yakni motif perjalanan. Dugaan dari adanya pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung ini sesuai

dengan hasil penelitian Dian Rizki (2018) dimana berdasarkan hasil penelitiannya motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Persepsi Kualitas juga di duga telah mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan berkunjung ke destinasi wisata. Pada saat ini banyak sekali masyarakat khususnya para anak remaja yang berpendapat bahwa berkunjung ke situs sejarah merupakan hal yang sangat terkesan kuno dan ketinggalan zaman untuk dikunjungi, karena tempatnya yang kurang menarik dan tidak kekinian. Dimana hal ini membuat sebagian objek wisata bersejarah terkadang hanya dijadikan sebagai wisata alternatif saja, seperti untuk melaksanakan tugas pra sejarah, dokumentasi sejarah dan sebagainya. Infrastruktur yang kurang terawat, pelayanan, serta fasilitas destinasi yang kurang memadai terkadang akan menimbulkan kesan pengalaman berwisata yang kurang baik juga bagi para wisatawan. Inilah yang membuat persepsi dianggap sebagai salah satu faktor yang menyebabkan seseorang dalam melakukan keputusan berkunjung.

Hal ini sejalan dengan pendapat Aaker (1996:20) dalam Mutiara, dkk (2019) persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen tentang kualitas yang akan didapat dari suatu produk atau jasa yang mereka gunakan. Dugaan dari adanya pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan berkunjung ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Mutiara, dkk (2019) dimana berdasarkan hasil penelitiannya persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi dan persepsi kualitas terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata monumen rawgede di masa pandemi Covid-19.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode Deskriptif dan Verifikatif dengan Pendekatan Kuantitatif. penelitian ini peneliti akan mencoba mendeskripsikan variabel motivasi dan persepsi sebagai variabel bebas, sedangkan keputusan berkunjung sebagai variabel terikat. Selanjutnya penelitian ini akan menguji hubungan dan pengaruh variabel motivasi dan persepsi terhadap keputusan berkunjung dimana hasilnya akan dirangkum dalam ringkasan. Dengan kuisioner sebagai alat yang digunakan untuk mendapatkan data dan menggali data responden. Pada penelitian ini variabel yang dihubungkan adalah variabel *dependen* yaitu Motivasi (X_1), Persepsi Kualitas (X_2), dan variabel *independen* yaitu Keputusan Berkunjung (Y) yang kemudian akan diuji secara parsial dan simultan. Lalu akan diketahui seberapa besar tingkat pengaruh pada masing-masing variabel yang akan diuji.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jumlah pengunjung Monumen Rawgede sebanyak 13.023 pengunjung. Dalam penentuan sampelnya peneliti menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1+(Nx e^2)} \quad n = \frac{13.023}{1+(13.023 \times 0.05^2)} = 388.08 \text{ dibulatkan menjadi } 390 \text{ sampel.}$$

Dalam menentukan jumlah sampel yang sesuai dengan kriteria, maka teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini peneliti menggunakan *non probability* sampling dengan teknik *purposive*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2018). Kriteria yang akan diteliti pada penelitian ini adalah pengunjung Monumen Rawgede dengan sampel sebanyak 390 responden. Teknik Analisa Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur (path analisis) dengan pengujian hipotesis secara parsial dan uji hipotesis secara simultan.

HASIL

Tabel 4
Korelasi antara variabel motivasi (X_1) dan persepsi (X_2)

		Motivasi	Persepsi
Motivasi	Pearson Correlation	1	.535**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	390	390
Persepsi	Pearson Correlation	.535**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	390	390

Sumber : data olahan

Tabel 4 menjelaskan hasil dari koefisien korelasi variabel motivasi (X_1) dan persepsi (X_2) sebesar 0,535, dengan berpedoman pada tabel di atas korelasi yang dimiliki antara motivasi dengan persepsi memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Tabel 5
Analisis Jalur (Path Analysis)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	23.487	1.590			14.767	.000
1	X1	.255	.040	.318	6.393	.000
	X2	.247	.038	.324	6.510	.000

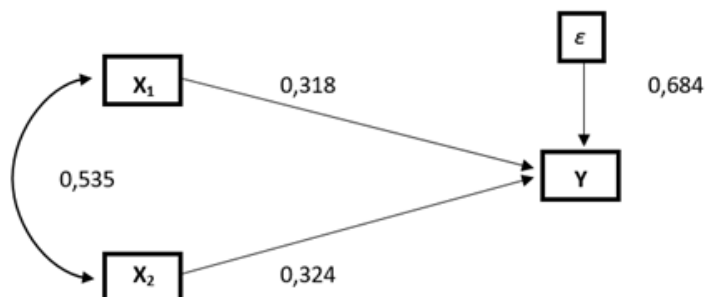
Sumber : data olahan

Tabel 5 koefisien jalur untuk variabel motivasi (X_1) terhadap keputusan berkunjung (Y) adalah 0,318. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pada variabel motivasi (X_1) terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) adalah sebesar 0,318 dan nilai sig 0.000 artinya motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Tabel 5 juga menjelaskan koefisien jalur untuk variabel persepsi (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y) adalah 0,324. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pada variabel motivasi (X_2) terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) adalah sebesar 0,324 dan nilai sig sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Tabel 6 diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,316 atau 31,6%, maka variabel motivasi (X_1) dan persepsi (X_2) memiliki kontribusi sebesar 31,6%. Sedangkan sisanya sebesar 68,4% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak diteliti yang mempengaruhi keputusan berkunjung. Sedangkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa besaran drajat asosiatif atau koefisien jalur variabel motivasi (X_1) sebesar (0,318) memiliki nilai lebih rendah dibandingkan dengan variabel persepsi (X_2) sebesar (0,324), artinya persepsi (X_2) lebih berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) dibandingkan dengan variabel motivasi (X_1).

Tabel 6
Koefisien Determinasi Pengaruh motivasi (X_1) dan persepsi (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.562 ^a	.316	.313	2.29970

Sumber : data olahan



Sumber : data olahan

Gambar 2
Analisis jalur motivasi (X_1) dan persepsi (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa

1. Nilai t_{hitung} variabel motivasi (X_1) sebesar 6,393. nilai t_{hitung} tersebut selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5, $df = n - 2 = 390 - 2 = 388$ diperoleh $t_{tabel} = 1,966$. Dengan demikian maka diketahui nilai $t_{hitung} (6,393) > t_{tabel} (1,966)$, dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Monumen Rawgede.
2. Nilai t_{hitung} variabel persepsi (X_2) sebesar 6,510. nilai t_{hitung} tersebut selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5, $df = n - 2 = 390 - 2 = 388$ diperoleh $t_{tabel} = 1,966$. Dengan demikian maka diketahui nilai $t_{hitung} (6,510) > t_{tabel} (1,966)$, dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Monumen Rawgede.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara kedua variabel bebas yaitu Motivasi dan Persepsi terhadap variabel terikat Keputusan Berkunjung pada objek wisata Monumen Rawgede.

Tabel 7
Hasil Pengujian SPSS Pengaruh Variabel Secara Simultan

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	946.371	2	473.186	89.472	.000 ^b
	Residual	2046.695	387	5.289		
	Total	2993.067	389			

Sumber : data olahan

Tabel 7 diperoleh nilai $F_{hitung} = 89,472$ sedangkan nilai $F_{tabel} = 3,019$ yang berarti bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan diketahui nilai signifikansi (sig) = $0,000 < 0,05$. Maka, sebagaimana yang ditentukan pada kriteria dalam uji f dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara motivasi dan persepsi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Monumen Rawgede.

Berdasarkan hasil uji hipotesis korelasi yang dilakukan antara motivasi dan persepsi pada objek wisata Monumen Rawgede menunjukkan bahwa $t_{hitung} (12,388) > t_{tabel} (1,966)$, artinya terdapat korelasi antara motivasi dan persepsi pada objek wisata Monumen Rawgede. Korelasi antara motivasi dengan persepsi memiliki nilai koefisien sebesar 0,535 dan mempunyai tingkat hubungan sedang dan masih searah karena nilainya positif dan interval koefisiennya antara 0,40 – 0,599 yang berada pada kategori sedang. Hal ini sesuai dengan penelitian Natanael, dkk (2020) dengan hasil yaitu dari uji koefisiensi determinasi diketahui bahwa motivasi dan persepsi memiliki hubungan korelasi yang cukup kuat. Yang artinya diketahui bahwa motivasi dan persepsi memiliki kontribusi yang cukup kuat pada keputusan berkunjung sehingga diketahui bahwa motivasi berkorelasi dengan persepsi.

Pengaruh Parsial Motivasi dan Persepsi Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Monumen Rawgede

1. Pengaruh Parsial Motivasi terhadap keputusan berkunjung memiliki nilai $t_{hitung} (6,393) > t_{tabel} (1,966)$ hal tersebut dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi terhadap keputusan berkunjung. Motivasi wisatawan terhadap objek wisata Monumen Rawgede dapat memberikan kesan yang baik bagi objek wisata itu sendiri. Apabila motivasi wisatawan baik terhadap objek wisata Monumen Rawgede, hal ini dapat memberikan dampak positif seperti wisatawan akan melakukan kunjungan kembali apabila motivasi yang timbul setelah berkunjung ke objek wisata Monumen Rawgede mempunyai kesan yang baik. Diharapkan objek wisata Monumen Rawgede lebih meningkatkan dan mempersiapkan kembali bagaimana cara memberikan motivasi kepada wisatawan untuk melakukan kunjungan. Hal ini sesuai dengan penelitian Dian Rizky (2018) dengan hasil penelitiannya yaitu variabel motivasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya.
2. Pengaruh Parsial Persepsi terhadap keputusan berkunjung memiliki nilai $t_{hitung} (6,510) > t_{tabel} (1,966)$ hal tersebut dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi terhadap keputusan berkunjung. Persepsi yang timbul dari para wisatawan terhadap Monumen Rawgede membuat keputusan berkunjung ke Monumen Rawgede merupakan hal yang sangat kuno untuk dilakukan pada saat ini khususnya bagi para remaja. Objek wisata Monumen Rawgede harus memperhatikan kembali dan merubah bagaimana agar persepsi dan pandangan mengenai berkunjung ke situs sejarah bukanlah hal begitu ketinggalan zaman, justru akan lebih meningkatkan wawasan dan pengetahuan wisatawan yang berkunjung. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ainun Nurillah, dkk (2019) dengan hasil penelitiannya yaitu variabel persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata B29 di Kabupaten Lumajang.
3. Motivasi memiliki nilai pengaruh parsial terhadap keputusan berkunjung yang kecil dibandingkan dengan pengaruh parsial dari persepsi terhadap keputusan berkunjung. Hal ini disebabkan karena saat melakukan kunjungan responden atau wisatawan lebih mengutamakan bagaimana persepsi mereka pada objek wisata tersebut sebelum memutuskan untuk berkunjung.

Pengaruh Simultan Motivasi dan Persepsi Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Monumen Rawgede

Motivasi dan Persepsi berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung, dengan kriteria pengujian nilai signifikansi (sig) = $0,000 < 0,05$ dengan nilai $F_{hitung} = 89,472 > F_{tabel} = 3,019$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Total nilai pengaruh simultan antara motivasi dan persepsi terhadap keputusan berkunjung sebesar 0,316%. Hal ini memiliki arti bahwa variabel motivasi (X_1) dan persepsi (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung sebesar 31,6%, dan sedangkan sisanya sebesar 68,4% merupakan kontribusi dari faktor dan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Natanael, dkk (2020) dengan hasil yaitu berdasarkan pengujian hipotesis dan analisis regresi berganda yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel motivasi dan persepsi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dan

pengaruhnya adalah positif, dengan skor sebesar 0,517 atau 51,7% yang termasuk ke dalam kategori sedang, sementara sisanya sebesar 48,3% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diatas, maka penulis membuat kesimpulan yang dapat di ambil mengenai Pengaruh Motivasi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Monumen Rawgede Di Masa Pandemi Covid-19 yaitu Variabel Motivasi dengan Persepsi memiliki tingkat korelasi sebesar 0,535 yang dimana angka ini masuk pada kriteria atau kategori hubungan yang sedang. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi memiliki korelasi yang cukup kuat, positif, dan signifikan. Terdapat pengaruh secara parsial variabel Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Persepsi terhadap Keputusan Berkunjung. Besarnya pengaruh parsial motivasi terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 10,1%, yang dimana nilai ini menunjukkan nilai besarnya kontribusi yang diberikan motivasi terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan besarnya pengaruh parsial persepsi terhadap keputusan berkunjung sebesar 10,4% nilai ini menunjukkan besarnya kontribusi yang diberikan persepsi terhadap keputusan berkunjung. Dari kedua variabel bebas tersebut persepsi berkontribusi lebih terhadap keputusan berkunjung dibandingkan motivasi. Terdapat pengaruh simultan dari kedua variabel bebas yaitu motivasi dan persepsi terhadap keputusan berkunjung sebesar 31,6% sedangkan sisanya sebesar 68,4% yang merupakan pengaruh lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Monumen Rawgede dengan tingkat signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Avandi, R. 2017. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Pasir Jambak Di Kota Padang. *Jurnal FPP Universitas Negeri Padang*.
- Astina, Gede T. dkk. 2015. Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Pekerja Tato Temporer Di Daya Tarik Wisata Penelokan Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 3, 70–79.
- Arifin, Z. 2017. Kriteria Instrumen Dalam Suatu Penelitian. *Jurnal.Unma*, 2, 28.
- Arwin. 2020. *Pengantar Ekonomi*. Edisi Satu. Makassar: Cendikia Publisher.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Edisi Asli. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Andayani, H. N. L. 2014. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Satu. Depok: PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Dharmmesta, Basu Swastha. dan Handoko, H. T. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Satu. Yogyakarta: Bpfe, Yogyakarta
- Fayed, H. A. K. dkk. 2016. The Impact of Motivations, Perceptions and Satisfaction on Tourists' Loyalty. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 9, 14–25.
- Fitroh, S. K. A. dkk. 2017. Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42, 18–25.
- Hidayah, N. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Edisi Satu. Bandung: Alfabeta.
- Illah, A. N. dkk. 2019. Pengaruh Citra Destinasi dan E-Wom di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6, 164.
- Janti, S. 2014. *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert*. academia.edu.
- Julianus, Y. 2018. Pengaruh Motivasi dan Persepsi Terhadap Keputusan Wisatawan Domestik Berkunjung Kembali ke Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun. *Jurnal Universitas Sumatera Utara (UJLS)*.
- Kartikasari, D. dkk. 2013. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Mengonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Universitas Brawijaya, 3
- Kurniawan, P. dan Budhi. M. K. S. 2015. *Pengantar Ekonomi Mikro & Makro*. Edisi Satu. Yogyakarta: Cv.Andi Offset
- Minnie, Anggela. M. dkk. 2018. Persepsi Dan Motivasi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*, 5, 76
- Melati. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Kesatu. Yogyakarta: Deepublish, Cv Budi Utama.
- Mukiroh., dan Setiyorin, H. P. 2016. Pengaruh Faktor-Faktor Penarik Kepariwisataaan Wisatawan Asal Malaysia Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Pekan Baru (Survei Pada Wisatawan Asal Malaysia yang Berkunjung ke Kota Pekanbaru). *The Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 2, 269.
- Muksin, Dian., dan Sunarti. 2018. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1), 196–203.

- Mulyani, A. 2018. Pengaruh Atraksi, Motivasi Berkunjung Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Pantai Watu Bale Di Kebumen. STIE Putra Bangsa, 1–14.
- Pratama, R. 2020. *Pengantar Manajemen*. Kesatu. Yogyakarta: Deepublish, Cv Budi Utama.
- Parera, A. 2020. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Edisi Kesatu. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Purwati, F. 2016. Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Indah Sergang Dabo Singkep. *JOM*, 3, 1–23.
- Prasetyo, Adhitya. A., dan Ridwanudin, O. 2017. Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Berkunjung Di Jendela Alam. *The Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6.
- Ruyatnasih, Y. dan Megawati, L. 2018. *Pengantar Manajemen*. Edisi Dua. Yogyakarta: Cv.Absolute Media.
- Setiadi, J. N. 2019. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Ketiga. Jakarta: Prenada Media Group.
- Suprihanto, J. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Siyoto, S. dan Ali, M. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sunyoto, D. dan Admojo, T. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Caps.
- Suryadi dan Purwanto. 2015. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Septiana, A. 2016. *Pengantar Ilmu Ekonomi, Dasar-dasar Ekonomi Mikro & Ekonomi Makro*. Edisi Satu. Pamekasan: Duta Media Publishing, Jawa Timur.
- Simanjuntak, Natanael. M. dkk. 2020. Pengaruh Motivasi dan Persepsi Pengunjung Pedestrian Sudirman" Motivations and Perceptions To Visit Pedestrian Sudirman. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1.
- Wiradipoetra, F. A. dkk. 2016. Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2) , 129-137 ISSN: 2355-6587.
- Widyastuti, N. 2013. Atraksi Wisata Mempengaruhi Motivasi Pengunjung Di Restoran Cimory Riverside, Bogor, Jawa Barat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yulita, Henilia. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 2, 165–183.