

ISSN: 1907-6487

Vol. 13 No. 02 Desember 2016

Journal of Accounting & Management Research

Analisis Pengaruh INF, INT, dan BOPO Terhadap Kredit Non-Performing Loan pada Bank Tabungan Negara (BTN)

Fendy Cuandra

Stock Price's Prediction Using Technical Analysis

Isnaini Nuzula Agustin

Analisis Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Karakteristik Kerja, Kepemimpinan dan Keadilan dalam Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi (Studi Empirik Karyawan Bank Swasta di Batam)

Antony S

Pengaruh Penerapan Praktek Sumberdaya Manusia pada Kinerja Karyawan di Perusahaan Manufaktur di Batam

Yuswardi

Analisis Pengaruh Faktor Spesifik Bank dan Ekonomi Makro Terhadap Risiko Kredit pada BPR di Riau

Candy

Analisis Fundamental Terhadap Harga Saham pada Emiten LQ-45 di Bursa Efek Indonesia

Hesniati

Analisis Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Lady

Penggunaan Tepung Ubi Jalar Ungu sebagai Bahan Dasar Pembuatan Pizza Non Gluten

Yudy Sunantri, Alamsyah

Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Membeli Mobile Advertising dengan Sikap Konsumen Sebagai Intervening

Golan Hasan

Analisis Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Return On Asset (ROA)

Lita Christina

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Revisit Intention dan Recommendation Intention (Studi pada Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Batam)

Renza fahlevi

The Strategic Planning Formulation In Indonesia's Free Trade Zone Authority

Suyono Saputra



Editorial Staff
Journal of Accounting & Management Research

Editor in Chief

Khomsiyah
(Universitas Trisakti Jakarta)

Managing Editors

Meiliana
(Universitas Internasional Batam)

Editorial Board

Evi Silvana Muchsinati
(Universitas Internasional Batam)

Handoko Karjantoro
(Universitas Internasional Batam)

R.A. Widyanti Diah Lestari
(Universitas Internasional Batam)

Hepy Hefri Ariyanto
(Universitas Internasional Batam)

Teddy Jurnal
(Universitas Internasional Batam)

Editorial Office

Universitas Internasional Batam
Jl. Gajah Mada, Baloi Sei Ladi-Batam, Indonesia
Telp. +62-778-7437111 (Hunting)
Fax. +62-778-7437112
e-mail: jamr@uib.ac.id

Journal of Accounting & Management Research

Vol. 13 No. 02 Desember 2016

	Halaman
Analisis Pengaruh INF, INT, dan BOPO Terhadap Kredit Non-Performing Loan pada Bank Tabungan Negara (BTN) Fendy Cuandra	<u>1</u>
<i>Stock Price's Prediction Using Technical Analysis</i> Isnaini Nuzula Agustin	<u>13</u>
Analisis Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Karakteristik Kerja, Kepemimpinan dan Keadilan dalam Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi (Studi Empirik Karyawan Bank Swasta di Batam) Antony S	<u>19</u>
Pengaruh Penerapan Praktek Sumberdaya Manusia pada Kinerja Karyawan di Perusahaan Manufaktur di Batam Yuswardi	<u>32</u>
Analisis Pengaruh Faktor Spesifik Bank dan Ekonomi Makro Terhadap Risiko Kredit pada BPR di Riau Candy	<u>44</u>
Analisis Fundamental Terhadap Harga Saham pada Emiten LQ-45 di Bursa Efek Indonesia Hesniati	<u>58</u>
Analisis Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Lady	<u>69</u>
Penggunaan Tepung Ubi Jalar Ungu sebagai Bahan Dasar Pembuatan Pizza Non Gluten Yudy Sunantri, Alamsyah	<u>79</u>
Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Membeli Mobile Advertising dengan Sikap Konsumen Sebagai Intervening Golan Hasan	<u>87</u>
Analisis Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Return On Asset (ROA) Lita Christina	<u>104</u>
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Revisit Intention dan Recommendation Intention (Studi pada Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Batam) Renza Fahlevi	<u>112</u>
The Strategic Planning Formulation In Indonesia's Free Trade Zone Authority Suyono Saputra	<u>124</u>

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *REVISIT INTENTION* DAN
RECOMMENDATION INTENTION (STUDI EMPIRIS PADA WISATAWAN
MANCANEGERA YANG BERKUNJUNG KE BATAM)**

RENZA FAHLEVI
Program Studi S-1 Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Internasional Batam

RINGKASAN

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan salah satu komponen yang penting bagi perekonomian Indonesia dan juga sumber pendapatan devisa yang cukup signifikan. Negara yang luas menjadikan Indonesia mempunyai banyak objek wisata yang dapat ditawarkan, seperti keindahan alam, sejarah dan keanekaragaman budaya. Menurut World Travel and Tourism Council, kontribusi langsung dari sektor pariwisata ke PDB Indonesia pada tahun 2014 adalah Rp 325.467 miliar (US \$ 26.162 juta) yang merupakan 3,2% dari total PDB. Pada tahun 2019, Pemerintah Indonesia ingin menaikkan angka ini menjadi 8% dari PDB dan akan melipatgandakan sekitar 20 juta kunjungan wisatawan. Sektor pariwisata menempati peringkat ke-4 terbesar disektor barang dan jasa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris model penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Revisit intention dan Recommendation intention pada wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kota Batam. Model ini diuji menggunakan data yang dikumpulkan dari wisatawan yang berkunjung ke Batam.

Keywords : *personal involvement, destination image, satisfaction, place attachment, revisit intention and recommendation intention.*

PENDAHULUAN

Bisnis pariwisata merupakan salah satu bisnis jasa yang terbesar didunia dan mempunyai dampak yang signifikan bagi perekonomian penduduk sekitar. Kota Batam mempunyai potensi bisnis pariwisata yang cukup besar. Hal ini karena kota Batam sebagai salah satu kota yang berdekatan dengan dua negara yang berbeda, yaitu Singapura dan Johor baharu Malaysia.

Pariwisata bukan saja tentang objek wisata pemandangan alam, namun juga dapat berbentuk atraksi seni dan budaya serta sejarah. Dengan memperkenalkan kearifan budaya lokal maka diharapkan dapat meningkatkan citra positif wisatawan terhadap kota Batam. Tentunya diperlukan peran serta Pemerintah melalui Dinas pariwisata untuk membuat kebijakan, peraturan dan program yang dapat memudahkan bagi bisnis pariwisata dan peran serta dari sanggar budaya untuk melaksanakan pertunjukan-pertunjukan seni dan budaya serta peran serta dari biro perjalanan wisata untuk memastikan bahwa pertunjukan tersebut akan dihadiri oleh wisatawan mancanegara.

Kuliner merupakan salah satu wisata yang populer di kota Batam. Keanekaragaman hasil laut dan melimpahnya hasil tangkapan dari nelayan serta cukup bervariasinya jenis-jenis kuliner yang ada di kota Batam merupakan salah satu alasan bagi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke kota Batam. Perlunya peningkatan kebersihan dan kesesuaian selera antara makanan lokal dengan selera wisatawan diyakini mampu memberikan nilai dan pengalaman menarik bagi wisatawan setelah berkunjung ke kota Batam.

Peningkatan dan perbaikan sarana dan prasarana umum serta petunjuk/rambu-rambu wisata dan peta wisata kota Batam, diharapkan akan mempermudah wisatawan menuju lokasi atau objek wisata, dan bertujuan akhir untuk meningkatkan kepuasan dan citra positif kota Batam dimata wisatawan mancanegara.

Pemerintah kota Batam melalui Dinas pariwisata diharapkan selalu melakukan pelatihan kepada pemandu wisata dan juga melaksanakan pelatihan dan sosialisasi kepada penduduk yang berinteraksi langsung dengan wisatawan tentang pentingnya rasa bersahabat dan melayani wisatawan yang datang. Diharapkan dengan semakin seringnya hal ini dilakukan, maka akan semakin mempercepat pertumbuhan kunjungan wisatawan yang datang ke kota Batam.

Pariwisata bukanlah bisnis yang dapat dijalankan dan dinikmati oleh satu pihak saja. Perlu sinergi antara pemerintah, biro perjalanan, penyedia jasa transportasi, hotel dan restoran serta penduduk kota Batam untuk memastikan wisatawan mancanegara yang sudah datang ke kota Batam akan kembali berkunjung ke kota Batam dan membuat wisatawan mancanegara yang telah berkunjung ingin merekomendasikan kepada orang lain tentang kota Batam sebagai salah satu destinasi wisata.

Latar Belakang Penelitian

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang terpenting dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan devisa negara. Pertumbuhan pariwisata Indonesia selalu menunjukkan tren yang positif. Tercatat hanya terjadi satu kali penurunan jumlah devisa yang dihasilkan dari bisnis pariwisata yaitu pada tahun 2009, selain dari tahun tersebut peningkatan jumlah devisa yang diperoleh pemerintah Indonesia dari sektor pariwisata mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

Tabel 1
Perolehan devisa dari wisatawan mancanegara

Tahun	Jumlah Wisatawan	Devisa Wisman (USD)
2006	4,871,351	4447,98
2007	5,505,759	5345,98
2008	6,234,497	7347,60
2009	6,323,730	6297,99
2010	7,002,944	7603,45
2011	7,649,731	8554,39
2012	8,044,462	9120,89
2013*)	6,414,149	-

Sumber : BPS (2013)

Penelitian oleh Chan (2013) mengungkapkan bahwa kenaikan ini melebihi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diproyeksikan ada di level 6.5% dan pertumbuhan pariwisata dunia yang hanya berkisar 4.5%. Untuk kontribusi terhadap devisa, sektor pariwisata menempati peringkat lima setelah minyak dan gas, minyak kelapa sawit, batu bara, dan karet olahan.

Dengan semakin membaiknya perekonomian di suatu negara, maka akan mendukung warganya untuk melakukan kunjungan wisata. Selain itu kemudahan dalam bidang teknologi juga memberikan andil yang besar bagi wisatawan dalam memudahkan perjalanan wisatanya. Jaringan online juga memegang peranan penting dalam meningkatkan industri pariwisata dunia. Telah banyak situs online dari perusahaan maskapai penerbangan, hotel dan penyedia jasa transportasi yang dapat membantu wisatawan dalam merencanakan kunjungan wisata ke daerah tertentu.

World Tourism Organization telah mengeluarkan data statistik yang menyatakan bahwa telah terjadi peningkatan wisatawan internasional di berbagai destinasi wisata. Kedatangan wisatawan internasional meningkat dari 25,3 juta wisatawan pada awal 1950-an ke lebih dari 1.006,4 juta wisatawan pada tahun 2010, yang mewakili rata-rata laju pertumbuhan tahunan 6,5%. Pada tahun 2020, diperkirakan angka ini melonjak lagi menjadi 1.561,1 juta wisatawan. Akibatnya, pariwisata telah menjadi industri dengan pertumbuhannya paling tinggi. Pengembangan dan peningkatan kepariwisataan di Indonesia mendapat dukungan yang sangat kuat dari pemerintah. Hal ini terlihat dengan dikeluarkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Semangat Undang-undang ini, menuntut pemerintah daerah untuk selalu berupaya semaksimal mungkin dalam peningkatan pendapatan asli daerah.

Penelitian dari Martaleni (2009) mengungkapkan bahwa pada tahun 1950 industri perjalanan mencatat 25 juta kedatangan Internasional. Pada tahun 1980 angka ini telah meningkat menjadi 277 juta dan menjadi 438 juta pada tahun 1990. Pada awal abad ini terdapat 684 juta kedatangan Internasional dan meningkat hingga 907 juta pada tahun 2007 dan 922 juta pada tahun 2008. Namun, untuk tahun 2009, UNWTO/Barometer Pariwisata Dunia memperkirakan angka kedatangan internasional secara kasar sejumlah 870 juta (delapan bulan pertama pada tahun 2009 tercatat 600 juta kedatangan internasional). Diproyeksikan pula bahwa pada tahun 2020 kedatangan wisatawan internasional akan tumbuh hingga 1,6 milyar.

Salah satu tujuan untuk mengembangkan bisnis pariwisata adalah untuk keuntungan masyarakat setempat, selain manfaat pertumbuhan ekonomi. Tetapi untuk mencapai tujuan ini, pariwisata harus perlu direncanakan, dikembangkan, dipromosikan, dikelola, dan dioperasikan dengan baik. Semua pemangku kepentingan memiliki kesempatan untuk mengemukakan pendapat serta aspirasi mereka untuk membantu membentuk industri pariwisata kearah yang lebih baik.

Posisi Batam, baik dari sisi geografis dan ekonomi sangat menguntungkan untuk ikut mengambil manfaat dari adanya pertumbuhan yang luar biasa dari industri pariwisata global. Kota Batam berbatasan langsung dengan dua negara yaitu Singapura dan Johor baharu Malaysia. Jarak tempuh dari kedua negara tersebut relatif singkat, dan didukung oleh kemudahan transportasi laut dan semakin membaiknya fasilitas pelabuhan Internasional akan memudahkan wisatawan mancanegara untuk mengunjungi kota Batam.

Walaupun pada kenyataannya Batam dipandang memiliki aset yang memadai untuk mendorong laju pertumbuhan industri pariwisatanya, namun Batam bukanlah pilihan utama wisatawan mancanegara. Sebagian besar wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Batam merupakan wisatawan yang telah berkunjung ke Singapura atau Malaysia. Sehingga dari segi ekonomisnya, tidak banyak dana yang dihabiskan oleh wisatawan mancanegara saat berada di Batam.

Padahal menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Batam merupakan salah satu pintu masuk terbanyak bagi wisatawan nusantara dan mancanegara

Tabel 2
Jumlah Wisatawan ke Indonesia menurut pintu masuk

Pelabuhan Masuk	2014				
	Januari	Februari	Maret	April	Mei
Soekarno-Hatta	187 123	180 362	194 720	180 787	184 534
Ngurah Rai	278 685	269 367	268 418	277 925	285 965
Batam	119 054	97 445	122 019	111 929	115 323
Juanda	16 870	16 476	18 776	19 145	20 299
Entikong	1 535	1 609	1 699	1 430	1 785
Minangkabau	5 497	2 889	4 327	3 916	4 573
Tanjung Priok	5 496	4 867	8 767	5 182	5 594
Tanjung Pinang	8 236	6 132	9 057	8 227	8 041
Makassar	1 707	1 213	1 159	1 241	1 124
Tanjung Uban	28 811	25 090	27 009	24 205	22 204
Balai Karimun	8 329	8 388	8 945	7 621	8 731

Sumber : BPS (2014)

Untuk mendatangkan wisatawan mancanegara, kota Batam dituntut untuk berjuang dan bersaing dengan destinasi lain baik didalam maupun diluar negeri, agar kota Batam tidak dianggap wisatawan sebagai destinasi wisata kelas dua. Didalam negeri, Batam harus bersaing dengan beberapa daerah lainnya di Kepulauan Riau. Beberapa kota lain seperti Tanjung pinang dan Tanjung balai karimun kini menjadi salah satu alternatif bagi wisatawan mancanegara untuk datang berwisata. Berdasarkan data diatas, memang peringkat Tanjung pinang dan Tanjung balai karimun masih jauh dibawah peringkat kota Batam dalam jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, namun bukan tidak mungkin jika Batam tidak berbenah dalam bidang pariwisata, dua daerah tersebut akan menjadi tempat tujuan wisata utama bagi wisatawan mancanegara untuk menghabiskan waktu liburan mereka.

Tabel 3
Jumlah wisatawan asing ke Kepulaun Riau

Pintu masuk	Juni 2013	Mei 2014	Juni 2014
Batam	126.277	115.323	140.218
Tanjungpinang	10.884	8.041	9.773

Bintan	30.164	22.204	30.867
Karimun	11.074	8.731	10.074

Sumber : BPS (2014)

Permasalahan Penelitian

Pariwisata bukanlah industri yang akan berhasil jika hanya didorong oleh satu pihak, karena industri pariwisata adalah industri yang melibatkan semua elemen yang ada disuatu daerah. Kolaborasi antara semua elemen yang dimulai dari masyarakat setempat, pihak swasta bersama pihak pemerintah diyakini sangat penting demi mewujudkan industri pariwisata yang menguntungkan secara ekonomi. Pemangku kepentingan dalam dunia pariwisata di kota Batam hendaknya berusaha untuk menjadikan Batam sebagai salah satu tujuan wisata utama bagi wisatawan mancanegara yang akan berkunjung ke Indonesia. Oleh sebab itu dalam penelitian ini hanya dibatasi pada wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kota Batam.

Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah citra destinasi (*destination image*), *personal involvement*, kepuasan (*satisfaction*) dan *place attachment* masing-masing berpengaruh terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke kota Batam (*revisit intention*) dan niat wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam sebagai tujuan wisata kepada pihak lainnya (*recommendation intention*).

KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Citra Destinasi (*Destination Image*)

Fakeye dan Crompton, (1991) dalam Chen dan Tsai (2006) mendefinisikan citra destinasi sebagai cerminan dari mental individu atas pengetahuan (keyakinan), perasaan dan persepsi dari destinasi tertentu. Croy (2004) menyebutkan pentingnya citra bagi sebuah daerah tujuan wisata, yaitu menciptakan harapan, dapat digunakan sebagai strategi pemasaran dan segmentasi pasar, merupakan salah satu bentuk dari konsumsi, mempengaruhi pasar yang prospektif, dan berperan dalam kepuasan dan pemilihan daerah tujuan. Dari perspektif proses konsumsi wisatawan (Ryan, 2002; Williams & Buswell, 2003), perilaku wisatawan (*tourist behavior*) dapat dibagi menjadi tiga tahap: sebelum (pra), saat dan setelah (paska) kunjungan. Yang termasuk dari perilaku wisatawan (*tourist behavior*) antara lain pilihan dari destinasi yang akan dikunjungi, evaluasi terhadap destinasi, keinginan untuk berunjung kembali (*future behavioral intention*).

Personal involvement.

Personal involvement didefinisikan sebagai sejauh mana individu berdedikasi/ loyal terhadap suatu kegiatan atau produk (Gross & Brown 2008). Sherif dan Sherif (1967) dalam Prayag dan Ryan (2011) menyatakan bahwa *involvement* sebagai suatu sikap yang terbentuk selama berinteraksi dengan lingkungan sosial

Kepuasan (*Satisfaction*)

Chen dan Tsai (2006) dalam penelitiannya menyatakan kepuasan secara keseluruhan (*overall satisfaction*) adalah tingkat kesenangan atau kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan yang berasal dari pengalaman yang sesuai dengan keinginan, harapan dan kebutuhan wisatawan saat melakukan perjalanan wisata. Kotler dan Armstrong (2010) dalam Canny (2013) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan pelanggan disaat membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan pelanggan terhadap suatu barang/jasa.

Place attachment

Place attachment adalah ikatan emosional antara individu dan lokasi tertentu (Williams *et al.* 1992). Selain faktor alam dan lingkungan, faktor spiritual/agama dapat mempengaruhi ikatan emosional antara wisatawan dan lokasi tujuan wisata (misalkan sungai dan lokasi ibadah keagamaan). Penelitian lain dalam Ujang (2010) mengungkapkan *place attachment* sebagai suatu ikatan yang

bersifat afektif atau hubungan antara individu atas tempat/ lokasi tertentu yang diungkapkan melalui interaksi yang dapat mempengaruhi emosi, pengetahuan dan keyakinan, perilaku dan tindakan

Keinginan untuk berkunjung kembali.

Keinginan untuk berkunjung kembali merupakan penilaian dari wisatawan apakah ada keinginan untuk kembali atau tidak ke lokasi yang sama dimasa yang akan datang (Chen & Tsai 2007).

Niat untuk merekomendasikan

Niat untuk merekomendasikan adalah penilaian dari wisatawan apakah ada keinginan untuk menceritakan dan menyampaikan suatu daerah untuk dikunjungi kepada orang lain (Chen & Tsai 2007).

Pendukung Hipotesis Penelitian

Dari berbagai jurnal dan penelitian terdahulu, maka dapat diambil kerangka pikir untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁:Terdapat pengaruh positif antara *personal involvement* dan citra destinasi.

H₂:Terdapat pengaruh positif antara citra destinasi dan kepuasan.

H₃:Terdapat pengaruh positif antara citra destinasi dan *place attachment*.

H₄:Terdapat pengaruh positif antara *personal involvement* terhadap keinginan untuk berkunjung kembali.

H₅:Terdapat pengaruh positif antara kepuasan terhadap keinginan untuk berkunjung kembali.

H₆:Terdapat pengaruh positif antara *place attachment* terhadap keinginan untuk berkunjung kembali.

H₇:Terdapat pengaruh positif antara *personal involvement* terhadap niat untuk merekomendasikan.

H₈:Terdapat pengaruh positif antara kepuasan terhadap niat untuk merekomendasikan.

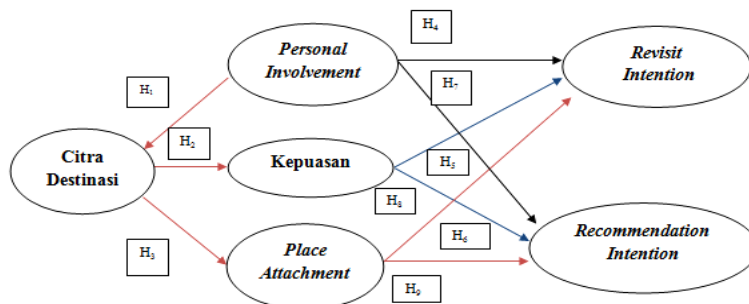
H₉:Terdapat pengaruh positif antara *place attachment* terhadap niat untuk merekomendasikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel independen yaitu citra destinasi, *personal involvement*, kepuasan, *place attachment* terhadap variabel dependen yaitu keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali dan niat wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam sebagai tujuan wisata.

Populasi penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kota Batam. Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS didapat rata- rata jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Batam adalah sebanyak 127.273 wisatawan . Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling*. Dari perhitungan rumus Slovin didapatkan sampel minimal (n) dalam penelitian ini adalah sebanyak 398 responden dengan jumlah pertanyaan kuesioner sebanyak 34 pertanyaan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode kuesioner (angket).

Model Penelitian



Gambar 1: Model Penelitian

Rancangan Penelitian

Bila ditinjau dari segi tujuannya, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian dasar. Penelitian dasar yang bertujuan untuk mengembangkan teori, dimana penelitian ini digunakan hanya

untuk melakukan penelitian dilingkungan akademik (Indriantoro & Supomo, 2012). Bila ditinjau dari segi karakteristik permasalahan maka penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif (*Causal-Comparative Research*), penelitian kausal komparatif adalah tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti yaitu citra destinasi, *personal involvement*, kepuasan dan *place attachment* terhadap niat berkunjung kembali dan niat untuk merekomendasikan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode secara personal (*Personally Administered Questionnaires*) dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden dengan memberikan penjelasan sepenuhnya jika diperlukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer yang diperoleh oleh penulis adalah dari objek penelitian secara langsung diperoleh dengan cara memberikan kuesioner kepada responden dan mengumpulkannya kembali (Indriantoro & Supomo, 2012).

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi berganda karena untuk melihat pengaruh antar variabel citra destinasi, *product involvement*, kepuasan dan *place attachment* terhadap niat untuk berkunjung kembali dan niat untuk merekomendasikan. Beberapa uji yang digunakan yaitu (Ghozali, 2011): 1) Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis demografi responden penelitian yaitu jenis kelamin, pendidikan, negara asal wisatawan, lama berkunjung dan penghasilan. 2) Uji Kualitas data, terdiri dari uji reliabilitas dan uji validitas. 3) Uji *outlier*, digunakan untuk menguji data yang digunakan apakah terdapat penyimpangan. 4) Uji Asumsi klasik, digunakan sebagai syarat analisis regresi berganda. Terdiri dari uji normalitas, multikol, dan heterokedastisitas. 5) Uji Hipotesis, untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda. Beberapa uji yang dinilai yaitu uji F, uji t dan uji koefisien determinasi.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan sebanyak 410 kuesioner dan yang kembali sebanyak 399 selanjutnya diolah dengan menggunakan SPSS, maka berikut adalah hasil deskripsi berdasarkan jenis kelamin dari responden, pria sebanyak 178 responden dan responden wanita adalah sebanyak 160 responden. Dimana persentase pria sebanyak 52,5% dan wanita sebanyak 47,2%. Selanjutnya deskripsi berdasarkan rekan dalam perjalanan, wisatawan yang mendominasi adalah wisatawan yang berlibur dengan grup perjalanan wisata yaitu sebanyak 171 responden. Sedangkan wisatawan yang paling sedikit dalam survei ini adalah wisatawan yang berpergian sendiri ke kota Batam yaitu sebanyak 9 responden.

Berdasarkan umur responden didominasi oleh wisatawan berumur 41-50 tahun yang berjumlah 129 responden atau 38,1%. Sedangkan responden yang paling sedikit adalah wisatawan yang berumur 51-60 tahun yaitu sebanyak 23 responden atau 6,8%. Menurut warganegara bahwa warganegara Singapura dan Malaysia merupakan responden yang dominan dalam penelitian ini, dengan masing-masing jumlah wisatawan dari Singapura sebanyak 164 responden atau sebesar 48,4% dan wisatawan Malaysia sebanyak 135 responden atau sebesar 39,8%. Menurut rata-rata pendapatan yang dinyatakan dalam mata uang dollar Amerika bahwa responden dengan pendapatan <10.000 dan 10.000-30.000 yaitu masing-masing sebanyak 166 responden atau 49% dan 100 responden atau 29,5%. Sedangkan wisatawan dengan pendapatan 70.000-100.000 menjadi responden dengan jumlah yang paling kecil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 3 responden.

Menurut Pendidikan responden dominan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mempunyai pendidikan Universitas dan SMA yaitu masing-masing 174 responden atau 51,3% dan 131 responden atau 38,6%. Menurut Status Pernikahan bahwa wisatawan dengan status menikah merupakan responden yang dominan yaitu 205 responden, sedangkan responden paling sedikit adalah wisatawan dengan status pernikahan cerai yaitu sebanyak 5 responden. Menurut tujuan kedatangan bahwa tujuan kedatangan wisatawan ke kota Batam didominasi oleh 205 responden yang mengunjungi teman/kerabat dan selanjutnya 123 respon menyatakan tujuan kedatangan mereka ke Batam adalah untuk berlibur.

Menurut penggunaan paket liburan sebanyak 172 responden menyatakan bahwa para wisatawan menggunakan paket liburan untuk berkunjung ke Batam, sedangkan 167 responden menjawab bahwa wisatawan tidak menggunakan/membeli paket liburan untuk mengunjungi kota Batam. Menurut jumlah kunjungan bahwa sebanyak 161 responden baru pertama kali mengunjungi kota Batam. Sedangkan 178 responden menyatakan bahwa sudah berulang kali mengunjungi kota Batam.

Karakteristik Variabel

Statistik deskriptif (rata-rata, standar deviasi, minimum dan maksimum) dari semua variabel yang digunakan dalam penelitian

Tabel 4
Karakteristik Variabel

Variabel	Min	Max	Rata-Rata	Standar Deviasi
Citra Destinasi	16	40	25.39	0.26
<i>Personal Involvement</i>	7	20	11.82	0.15
<i>Place attachment</i>	7,00	26,00	15.84	0.19
Kepuasan	3	13	6.81	0.1
Keinginan berkunjung kembali	8,00	26,00	16.28	0.23
Niat untuk merekomendasikan	3,00	12,00	6.74	0.09

Sumber: Data primer diolah (2014).

Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 34 pertanyaan dari variable Citra destinasi, *Personal involvement*, *Place attachment*, Kepuasan, Keinginan untuk berkunjung kembali dan Niat untuk merekomendasikan. Dari hasil uji validitas ini semua pertanyaan valid, sehingga semua pertanyaan diikut sertakan dalam proses pengolahan data selanjutnya. Uji akan dinyatakan valid jika dianggap memenuhi syarat adalah $r = 0,361$ (Sugiyono, 2010). Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji reliabilitas, diperoleh data bahwa nilai *Cronbach alpha* menunjukkan bahwa semua variabel yang diuji melebihi nilai batas konsistensi 0,6 (Ghozali, 2011) sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliable

Tabel 5
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
Citra destinasi	0,849	<i>Reliable</i>
<i>Personal involvement</i>	0,814	<i>Reliable</i>
<i>Place attachment</i>	0,918	<i>Reliable</i>
Kepuasan	0,874	<i>Reliable</i>
Keinginan untuk berkunjung kembali	0,934	<i>Reliable</i>
Keinginan untuk merekomendasikan	0,818	<i>Reliable</i>

Sumber: Data primer diolah (2014).

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas terhadap variabel bebas tidak ditemukan nilai yang menunjukkan nilai *tolerance* di bawah 0,10, yang artinya tidak ada korelasi antar variabel bebas. Hasil pengujian

menunjukkan nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam regresi.

Tabel 6
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Citra destinasi	0,451	2,218	Tidak Ada Multikolinieritas
<i>Personal Involvement</i>	0,338	2,960	Tidak Ada Multikolinieritas
<i>Place Attachment</i>	0,308	1,968	Tidak Ada Multikolinieritas
Kepuasan	0,311	3,216	Tidak Ada Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah (2014).

Uji Hipotesis

Hasil Uji F

Hasil uji F diperoleh tingkat probabilitas sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi atau mengukur variabel niat berkunjung kembali dan niat untuk merekomendasikan sebagai variabel dependen.

Hasil Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen yaitu niat berkunjung kembali dan niat untuk merekomendasikan. Uji t dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi, bila nilai probabilitas dibawah 0,05 maka hipotesis dianggap signifikan dan mempunyai hubungan antar variabel, sebaliknya jika nilai probabilitas diatas 0,05 maka hipotesis tidak signifikan dan dianggap tidak ada hubungan antar variabel independen dan dependen (Ghozali, 2011). Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji t

Variabel	B	Sig.	Keterangan
<i>Personal involvement</i>	1,017	0,000	H ₁ Signifikan Positif
Citra destinasi	0,220	0,006	H ₂ Signifikan Positif
Citra destinasi	0,455	0,000	H ₃ Signifikan Positif
<i>Personal involvement</i>	1,023	0,000	H ₄ Signifikan Positif
Kepuasan	1,604	0,000	H ₅ Signifikan Positif
<i>Place attachment</i>	0,810	0,000	H ₆ Signifikan Positif
<i>Personal involvement</i>	0,528	0,006	H ₇ Signifikan Positif
Kepuasan	0,833	0,000	H ₈ Signifikan Positif
<i>Place attachment</i>	0,376	0,007	H ₉ Signifikan Positif

Sumber: Data primer diolah (2014).

Hasil pengujian H₁ dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,000 dan nilai ini lebih kecil dari nilai batas signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa *personal involvement* berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi Batam sebagai kota wisata. Semakin tinggi keterlibatan wisatawan terhadap objek wisata maka akan memberikan citra yang positif dimata wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kota Batam. Hasil penelitian ini sejalan dengan Kim *et al.* (2005), Prayag dan Ryan (2011)

Hasil pengujian H₂ dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,006 yang artinya berada dibawah nilai signifikansi sebesar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kota Batam.. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Chen dan Tsai (2006)

Hasil pengujian H_3 dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,000 dan nilai ini lebih kecil dari nilai batas signifikansi (0,050) dengan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,455 yang artinya terdapat pengaruh signifikan positif antara variabel citra destinasi terhadap *place attachment*. Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian dari Yeh *et al.* (2012)

Hasil pengujian H_4 dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,000 dan artinya berada dibawah batas nilai signifikansi sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini variabel *personal involvement* berpengaruh signifikan positif terhadap keinginan untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Prayag dan Ryan (2011) dan Filo *et al.* (2011)

Hasil pengujian H_5 dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,000 yang artinya berada dibawah batas nilai signifikansi sebesar 0,05 dan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,604 sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan mancanegara berpengaruh signifikan positif terhadap keinginan untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Chen dan Tsai (2007) dan Meng *et al.* (2011)

Hasil pengujian H_6 dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,000 yang artinya berada dibawah batas nilai signifikansi sebesar 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,810 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *antara place attachment* terhadap keinginan untuk berkunjung kembali pada wisatawan yang datang ke Batam. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Prayag dan Ryan (2011) dan Filo *et al.* (2011)

Hasil pengujian H_7 dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,060 yang artinya berada dibawah batas nilai signifikansi sebesar 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,528 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara *personal involvement* terhadap keinginan wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam sebagai tujuan wisata. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Prayag dan Ryan (2011)

Hasil pengujian H_8 dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,000 yang artinya berada dibawah batas nilai signifikansi sebesar 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,833 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara kepuasan terhadap keinginan wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam sebagai tujuan wisata. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Baker dan Crompton (2000) dan Bigne *et al.* (2005) dan Chen dan Tsai (2007)

Hasil pengujian H_9 dengan regresi berganda diperoleh nilai uji t sebesar 0,007 yang artinya berada dibawah batas nilai signifikansi sebesar 0,05 dengan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,376 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan positif antara *place attachment* terhadap keinginan wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam sebagai tujuan wisata. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Prayag dan Ryan (2011)

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Pada pengujian koefisien determinasi (R^2) ini dilihat seberapa besar kemampuan model penelitian dalam memberikan informasi terhadap variabel dependen, menunjukkan angka *adjusted R²* sebesar 0,585 yang menunjukkan bahwa kemampuan model dari semua variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 58,5% sedangkan sisanya yaitu 41,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kesimpulan

Pada penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *personal involvement* dan citra destinasi. Hal ini berarti bahwa semakin wisatawan mancanegara ikut terlibat dalam aktivitas disaat berlibur, maka akan membuat citra kota Batam sebagai tempat tujuan wisata semakin bertambah. Oleh sebab itu, pemangku kepentingan dalam dunia pariwisata hendaknya meningkatkan pertunjukan-pertunjukan budaya dan kesenian yang dapat diikuti oleh wisatawan mancanegara.

Dalam penelitian ini juga dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra destinasi dengan kepuasan. Hal ini berarti bahwa dengan semakin tingginya citra destinasi kota Batam sebagai tujuan wisata, maka akan meningkatkan nilai kepuasan wisatawan saat berkunjung ke kota Batam.

Hasil lain dari penelitian ini juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara citra destinasi dengan *place attachment*. Artinya bahwa semakin tinggi nilai citra destinasi kota Batam di mata wisatawan, maka akan meningkatkan rasa keterikatan antara wisatawan dengan kota Batam.

Variabel *personal involvement* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keinginan untuk berkunjung kembali bagi wisatawan mancanegara yang berlibur ke kota Batam. Keterlibatan wisatawan mancanegara terhadap aktivitas terkait dengan kepariwisataan yang ada di kota Batam akan memberikan kesan positif dari pengalaman berlibur di kota Batam. Dengan memberikan kesan yang baik maka akan membuat wisatawan akan terus berkunjung ke Batam. Oleh sebab itu diperlukan kalender wisata yang terjadwal dan memuat jenis atraksi seni dan budaya sehingga mempermudah wisatawan mancanegara untuk menentukan kegiatan menarik apa yang dapat mereka kunjungi saat berlibur ke kota Batam.

Variabel kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keinginan untuk berkunjung kembali ke kota Batam. Kepuasan akan terjadi ketika apa yang wisatawan mancanegara dapatkan melebihi apa yang mereka harapkan saat berlibur di kota Batam. Jika kepuasan wisatawan terwujud selama berlibur ke Batam, maka akan menciptakan kunjungan berulang dikemudian harinya. Kepuasan wisatawan dapat diciptakan salah satunya dengan peningkatan keamanan, kenyamanan dan kemudahan untuk menuju ke objek wisata. Dengan peningkatan kenyamanan fasilitas pendukung perjalanan wisata seperti transportasi, hotel dan tempat berbelanja akan turut membantu meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Batam.

Variabel *place attachment* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. *Place attachment* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali, karena dengan tingginya keterikatan wisatawan terhadap suatu daerah akan menyebabkan keinginan untuk terus mengunjungi daerah tersebut dalam waktu yang akan datang. Rasa keterikatan pada kota Batam bisa diakibatkan dari wisata religi yang dimiliki kota Batam dan kenyamanan saat berlibur ke kota Batam.

Variabel *personal involvement* berpengaruh signifikan terhadap niat wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam karena dengan semakin menariknya aktivitas dan pertunjukan-pertunjukan yang ada di kota Batam akan membuat wisatawan yang telah berkunjung ke kota Batam berniat untuk merekomendasikan kota Batam sebagai tujuan wisata.

Variabel kepuasan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap niat wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam. Kepuasan dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam sebagai tujuan wisata. Dalam penelitian ini, wisatawan yang berkunjung ke kota Batam merasa puas akan pelayanan dari fasilitas-fasilitas wisata seperti hotel, resort dan spa. Namun perlu pembenahan dan peningkatan seperti pelaksanaan pagelaran seni khas Batam. Beberapa wisatawan mengharapkan kota Batam mempunyai pertunjukan seni dan budaya yang sama seperti di kota Bali dan Yogyakarta.

Variabel *place attachment* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap niat wisatawan untuk merekomendasikan kota Batam sebagai tujuan wisata. Dengan semakin tingginya rasa keterikatan yang dialami oleh wisatawan saat berlibur di kota Batam, maka wisatawan tersebut akan secara sukarela dalam merekomendasikan dan mengajak wisatawan lainnya untuk mengunjungi kota Batam. Hal ini perlu didukung oleh pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis pariwisata untuk menggunakan wisatawan yang telah berkunjung ke Batam sebagai pemasar yang dapat menarik wisatawan lainnya untuk berkunjung ke kota Batam.

Rekomendasi dan keterbatasan penelitian.

Penelitian ini tentunya mempunyai beberapa keterbatasan, misalnya sampel penelitian yang lebih terdistribusi kepada wisatawan mancanegara asal Singapura dan Malaysia. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini, peneliti terkendala bahasa dengan wisatawan mancanegara yang berasal dari China, India dan Korea selatan. Disarankan untuk penelitian selanjutnya, peneliti membuat kuesioner dengan bahasa yang dapat mengakomodir beberapa wisatawan lain seperti dari India, China dan Korea selatan. Dengan semakin beragamnya warganegara responden diharapkan lebih merefleksikan faktor-faktor yang membuat wisatawan mancanegara kembali dan merekomendasikan kota Batam sebagai destinasi wisata.

Bantuan dari pihak dinas pariwisata sangat dibutuhkan dalam melakukan penelitian selanjutnya, karena dinas pariwisata dianggap mempunyai pengaruh dan kemampuan agar penelitian yang dilakukan selanjutnya mampu didukung oleh semua pihak yang terlibat didunia pariwisata, seperti biro perjalanan, penyedia jasa transportasi dan restoran serta pemandu wisatawan yang berinteraksi langsung dengan wisatawan.

Keterbatasan lain yang dihadapi peneliti adalah sebagian besar sampel dalam penelitian ini yang merupakan pengguna paket wisata dari biro perjalanan memberikan informasi yang relatif sama antar satu dan lainnya sehingga membuat data yang diperoleh tidak bervariasi. Hal ini dikarenakan sebagian besar wisatawan yang datang ke kota Batam selalu dalam rombongan dan menggunakan biro perjalanan wisata. Di sarankan kepada peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang, untuk lebih memperbanyak jumlah responden yang bukan menggunakan paket perjalanan wisata.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambah variabel lain seperti kualitas perjalanan (*trip quality*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*). Selain itu juga memberikan perbandingan untuk objek wisatawan antara wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Bigné, J., M. Sanchez, and J. Sanchez. (2001). “Tourism Image, Evaluation Variables and After-Purchase Behaviour: Inter-Relationships.” *Tourism Management*, 22 (6): 607-16.
- Canny, I. U., (2013) An Empirical Investigation of Service quality, Tourist Satisfaction and Future Behavioral Intentions among Domestic local tourist at Borobudur temple. *International journal of trade, Economics and Finance*, Vol 4, No 2 April 2013.
- Chan, S. (2013). “The influence tourist requirement and tourist value on tourist loyalty and destination image and its implication to international tourist share in aceh province.” Disertasi Universitas Padjajaran Bandung.
- Chen, C. and D. Tsai. (2007). “How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioural Intentions.” *Tourism Management*, 28 (4): 1115-22.
- Chen, C. F., and Tsai, D. C., (2006). “How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?.” *Tourism Management* 28 (2007) 1115–1122.
- Croy, G. (2003). Destination image evaluation: Part II. Eclipse [On-line], 10/10. Available: <http://www.moonshine.es/ECLIPSE>.
- Filo, K. Chen, N. King, C. & Funk, D. C., (2011). “Sport Tourist’ Involvement with a Destination: A Stage-Based Examination”. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 2013 37:100.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gross, M. J., and G. Brown. (2008). “An Empirical Structure Model of Tourists and Places: Progressing Involvement and Place Attachment into Tourism.” *Tourism Management*, 29 (6): 1141-51
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). “*Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen*”, Yogyakarta: BPFE.
- Kim, S., D. Scott, and J. L. Crompton. (1997). “An Exploration of the Relationships among Social Psychological Involvement, Behavioural Involvement, Commitment, and Future Intentions in the Context of Birdwatching.” *Journal of Leisure Research*, 29 (3): 320-41.
- Meng, F. and Turk, E. S. (2010). Customer Mood and Service Quality Evaluation of Tour Operations. International CHRIE Conference-Refereed.
- Prayag, G. (2009). “Tourists’ Evaluation of Destination Image, Satisfaction and Future Behavioral Intentions—The Case of Mauritius.” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26 (8): 836-53.
- Prayag, G., and C. Ryan. (2011). “The Relationship between the Push and Pull Factors of a Tourist Destination: The Role of Nationality—An Analytical Qualitative Research Approach.” *Current Issues in Tourism*, 14 (2): 121-43.

- Ryan, C. (2002). From motivation to assessment. In C. Ryan (Ed.), *The tourist experience* (2nd ed., pp. 58–77). London: Continuum.
- Sugiyono (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*. Yogyakarta: Alfabeta
- Ujang, N. (2010). “Place attachment and Continuity of Urban Place Identity”. *2010 cE-Bs, FSPU, UiTM*.
- Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., & Watson, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 14, 29–46.
- Williams, D. R., and J. J. Vaske. (2003). “The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalisability of a Psychometric Approach.” *Forest Science*, 49 (6): 830–40.
- Williams, C., & Buswell, J. (2003). *Service quality in leisure and tourism*. UK: CABI Publishing.
- World Economic Forum. (2009). *The Travel and Tourism Competitiveness Index 2009: Measuring Sectoral Drivers in a Downturn*. Geneva: World Economic Forum.
- World Travel and Tourism Council. (2010). *Travel and Tourism Economic Impact Report*. London: World Travel and Tourism Council.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: The next source for competitive edge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139–153.
- Yeh, S. S. Chen, C and Liu, C. Y (2012).”Nostalgic emotion experiential value, destination image, and place attachment of cultural tourists.” *Advances on Hospitality and Lesiure* Volume 8, 167 – 187.
- <http://www.bps.go.id>