BAB IV
KESIMPULAN

Pada bagian akhir skripsi ini, penulis menyajikan kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan pada Bab III. Kesimpulan ini merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian mengenai tingkat motivasi berwisata wisatawan Telaga Jonge berdasarkan unsur pendorong (*push motivation*) dan unsur penarik (*pull motivation*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dorongan internal sebagai (*push motivation*) yang memperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3,22 didominasi oleh kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas (*escape*) dengan rata-rata 3,52, sedangkan dari sisi eksternal (*pull motivation*) memeperoleh rata-rata keseluruhan unsur sebesar 3,14 yang didominasi oleh akses yang mudah (*dyamic factor*) dengan rata-rata sebesar 3,48. sehingga dari kedua unsur tersebut berada sama-sama pada kategori sedang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dianalisis melalui kerangka konseptual, kerangka berpikir, dan tinjauan pustaka, penelitian ini secara umum mengafirmasi kedua teori yang digunakan, yaitu bahwa motivasi berkunjung wisatawan merupakan hasil interaksi antara faktor pendorong dan faktor penarik yang dalam kerangka berpikir digambarkan sejajar. Penelitian memperlihatkan adanya keterkaitan antara kedua unsur tersebut, di mana kebutuhan wisatawan untuk memperoleh ketenangan sebagai faktor pendorong berbanding lurus dengan tingginya penilaian terhadap atribut destinasi yang mampu menyediakan suasana tenang sebagai faktor penarik. Walaupun secara konseptual hasil penelitian ini mendukung konsep Crompton, Namun hasil dari penelitian ini menunjukkan kecenderungan yang berbeda, keseimbangan antara faktor pendorong (*push motivation*) dan faktor penarik (*pull motivation*) mengindikasikan bahwa keputusan wisatawan untuk berkunjung tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan internal, tetapi juga oleh faktor-faktor eksternal yang dimiliki destinasi wisata. Dengan demikian, Motivasi berkunjung tidak semata-mata bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*satisfaction*) atas kebutuhan pribadi, melainkan juga dipengaruhi oleh

lingkungan destinasi serta atribut wisata yang mampu menawarkan pengalaman yang menarik dan berbeda bagi wisatawan.

Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi secara praktis maupun akademis. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pemahaman guna membangun strategi pengembangan destinasi kedepannya khususnya dalam menyelaraskan pengelolaan dan promosi wisata dengan motivasi serta preferensi wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan kajian mengenai strategi promosi destinasi, efektivitas komunikasi interpersonal dan komunikasi digital dalam penyebaran informasi wisata, hubungan antara karakteristik wisatawan dengan motivasi berkunjung, maupun pengaruh motivasi terhadap loyalitas dan keputusan kunjungan ulang wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal:

Assaf, A. G., & Tsionas, M. 2018. The Estimation and Decomposition of Tourism Productivity. *Tourism Management*, Vol. 65, pp. 131–142.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4) 408 – 424.

Dann, G. M. S. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research***,** Vol. 4, No. 4, 184 – 194.

Febrianto, I. G. A., Anggan, & M. F., Utama, I. P. (2025). Push dan Pull Factor Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang. *Ranah Research*, Vol. 7 No. 4.

Hidayana, F. F., Suryawardani, I. G. A. O., & Wiranatha, A. S. (2019). The Influence of Tourists' Motivation on Intention to Revisit at The Traditional Village of Prai Ijing, Waikabubak, West Sumba, East Nusa Tenggara. *E-Journal of Tourism* Vol. 6. No. 2, 303 – 321.

Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Motivasi dan Persepsi Pengunjung terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 12(2).

Litvin, S.W., Goldsmith, R.E. and Pan, B. (2008) Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management. *Tourism Management*, 29, 458-468

Pardee, R. L. (1990). Motivation theories of Maslow, Herzberg, McGregor & McClelland: A Literature Review of Selected Theories Dealing With Job Satisfaction and Motivation. *ERIC Document No*. ED316767.

Pramesti, M. W. (2009). Motivasi: Pengertian, Proses dan Arti Penting Dalam Organisasi. *Gema Eksos*, 5(1), 19 – 38.

Roy, M., & Medhekar, A. (2026). Tourism-led Growth Hypothesis: A Global Perspective Bibliographic Analysis". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 31*(2).*

Rohmadoni, D. N. R., & Prakroso, A. A. (2023). Upaya Pengembangan Potensi Daya Tarik Wisata Telaga Jonge di Kabupaten Gunungkidul. *Journal of Tourism and Creativity* 7(2).

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000*).* Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54–67.

Simanjuntak, M., dkk. (2025). Transformasi Digital Dan Strategi Pemasaran Sektor Pariwisata Dalam Mendukung Perekonomian Regional. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(1)

Said, J., & Maryono, M. (2018). Motivation and Perception Of Tourists As Push And Pull Factors To Visit National Parks. *E3S Web of Conferences*, 31

Sukro, A., (2020). Studi Kasus Pengelolaan Telaga Jonge Desa Pacarejo Semanu Kabupaten Gunungkidul. *Governabilitas*, 1(2).

Sujibto, B. J., & Sholeh, S. T. (2021). Dari Nature Ke Pamer: Makna dan Motivasi Berwisata Generasi Muda. *Sosiologi Reflektif*, 15(2).

Widiati, I. (2023). Faktor Motivasi Kunjungan Wisatawan Labuan Bajo pada Masa Pandemi Covid-19. *Altasia*, Vol. 5, No. 1, 10 – 17.

Buku:

Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Boston, MA: Pearson.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi ke-9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jafar Jafari dan Honggen Xiao (2016). Encyclopedia of Tourism. Cham: Springer International Publishing.

Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Andi Offset.

Ritzer, G dan Stepnisky, J. (2019). *Teori Sosiologi Klasik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sitorus, S. A., dkk. (2022). *Pengantar Perilaku Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2019*). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Website :

Badan Pusat Statistik. (2025). *Berita Resmi Statistik: Perkembangan Pariwisata Agustus 2025* (No. 88/10/Th. XXVIII, 1 Oktober 2025). *Avaible: https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/10/01/2466/agustus-2025--kunjungan-wisman-di-indonesia-mencapai-1-51-juta-kunjungan--jumlah-perjalanan-wisnus-93-57-juta--jumlah-perjalanan-wisnas-684-93--ribu--dan-tingkat-penghunian-kamar--tpk--di-hotel-bintang-50-51-persen-.html* diakses pada Mei 2026.

Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2025).*Perkembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, Juni 2025* (Berita Resmi Statistik No. 48/08/34/Th. XXVII). BPS Provinsi D.I. Yogyakarta. *Available :*https://yogyakarta.bps.go.id diakses pada Mei 2026.

Pemerintah Kabupaten Gunungkidul. (2019). *Peraturan Bupati Gunungkidul Nomor 48 Tahun 2019 tentang Masterplan Smart city Kabupaten Gunungkidul* [online].*Available:*https://jdih.gunungkidulkab.go.id/produkhukum/detail/20190930170000/Masterplan-Smart-City-Kabupaten Gunungkidul diakses pada Februari 2026.

Pemerintah Kabupaten Gunungkidul. (2025). *Infrastruktur digital sebagai fondasi pengembangan smart city* [online]. *Available:* https://smartcity.gunungkidulkab.go.id/2025/09/03/infrastruktur-digital-sebagai-fondasi-smart-city/

World Travel & Tourism Council. (2026). *Travel & tourism sees best year ever and emerges as the world's fastest growing sector, outpacing the global economy in 2025* [online]. Availble: https://wttc.org/news/travel-

tourism-sees-best-year-ever%2C-outpacing-the-global-economy-in-2025 diakses pada Mei 2026.

World Economic Forum. *Travel & Tourism Development Index 2024: Insight Report*. Geneva: World Economic Forum, 2024. Avaible: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf diakses pada Mei 2026.

skripsi-silvester riko bika setiawan-211007711

ORIGINALITY REPORT

7%	7%	4%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-journal.uajy.ac.id	Internet Source
2	rpts.tamu.edu	Internet Source
3	fekbis.repository.unbin.ac.id	Internet Source
4	jurnal.ranahresearch.com	Internet Source
5	ejournal.uin-suka.ac.id	Internet Source
6	ejournal.lldikti10.id	Internet Source
7	NAHDHA SYARIFAH, Dwi Septiawati, . "ANALISIS HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS KEBISINGAN DENGAN KEJADIAN HIPERTENSI PADA MASYARAKAT DI PEMUKIMAN KELURAHAN 26 ILIR KECAMATAN BUKIT KECIL KOTA PALEMBANG", Thesis Commons, 2021	Publication
8	Submitted to Universitas Pamulang	Student Paper
9	Salsa Calestine, Haninun Haninun. "Pengaruh Program Pemutihan dan Kualitas Pelayar SAMSAT terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Bandar Lampung dengan Pendapatan Memoderasi Program Pemutihan", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026	Publication
10	Submitted to Universiteit van Amsterdam	Student Paper
11	repository.ub.ac.id	Internet Source
12	123dok.com	Internet Source
	www.cakrawala.ac.id	

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

LAMPIRAN

Lampiran I Kuisioner

1. Data Responden

1. Nama
2. Jenis kelamin ( ) Laki-laki
   ( ) Perempuan
a. Usia ( ) 12 – 17 Tahun
   ( ) 18 – 23 Tahun
   ( ) 24 – 29 Tahun
   ( ) 30 – 35 Tahun
   ( ) > 35 Tahun
b. Asal / tempat tinggal
c. Apakah anda pernah berkunjung ke telaga jonge ( ) pernah
   ( ) belum pernah
d. Jika sudah pernah, Berapa kali anda berkunjung ke Telaga Jonge ( ) pertama kali
   ( ) Dua kali
   ( ) Tiga kali
   ( ) Empat kali
   ( ) > = Lima kali

3. Kuesioner Pernyataan Responden

Mohon untuk memperhatikan petunjuk pengisian kuesioner ini:
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)
3 = Netral (N)
4 = Setuju (S)
5 = Sangat Setuju (SS)

No	Motivasi berkunjung	Berilah tanda **x** pada pilihan jawaban dibawah ini!				
	Pernyataan	*Sangat Tidak Setuju*	*Tidak Setuju*	*Netral*	*Setuju*	*Sangat Setuju*
FAKTOR ESCAPE						
PS.ES.1.	Rutinitas yang monoton membuat saya ingin mencoba mencari hal yang berbeda					
PS.ES.2.	Perasaan jenuh dengan suasana lingkungan rumah atau kerja menjadi alasan saya datang kesini					
EXPLORATION AND EVALUATION						
PS.EX.1	Saya berkunjung ketempat ini karena ingin menjelajahi tempat – tempat yang berbeda dari apa yang ada di daerah saya					
PS.EX.2	Saya berkunjung ke Telaga ini untuk merenung dan					

	menjernihkan pikiran saya					
RELAKSASI						
PS.R.1	Saya ingin mendapatkan ketenangan dari kunjungan saya ke telaga					
PRESTIGE						
PS.P.1	Dengan berkunjung ke telaga jonge saya bisa pamer dengan membuat status media sosial					
PS.P.2	Saya merasa jika saya sering liburan ke jonge, saya jadi manusia paling santai dan bahagia					
KINSIP						
PS.K.1	Berlibur di telaga ini memberikan kesempatan untuk menghabiskan waktu bersama keluarga					
SOSIAL INTERACTION						
PS.S.1	Saya berkunjung agar saya bisa bertemu dan ngobrol dengan orang lain disini					

PS.S.2	Tempat sangat mendukung untuk kumpul dan mengobrol bersama teman -teman					
STASTIC FACTOR						
PL.S.1	Pemandangan telaga yang tenang dan sejuk menjadi alasan saya datang kesini					
PL.S.2	Jalan dan akses yang mudah membuat saya semakin tertarik untuk berkunjung ke Telaga Jonge					
DYNAMIC FACTOR						
PL.D.1.	Tersedianya Lapangan jogging menambah ketertarikan saya untuk datang					
PL.D.2.	Tersedia tempat nongkrong dan ngobrol menjadi alasan mengapa saya kesini					
CURRENT DECISION						
PL.C.1.	Harga tiket masuk, tarif parkir, dan harga makanan di Telaga Jonge sangat terjangkau bagi saya					

PL.C.2.	Kunjungan saya ke telaga karena kebetulan saya lewat dan ingin mampir					
COMERCIAL						
PL.CL.1	Saya datang karena ingin makan makanan tradisional disini					
INFORMASI						
PL.I.1	Saya terpengaruh dari postingan teman untuk mengunjungi telaga ini					
PL.I.2	Konten dari dinas pariwisata mengenai telaga mempengaruhi saya untuk datang					
PL.I.3	Ajakan dan rekomendasi teman mempengaruhi saya untuk datang					

Lampiran II Output Hasil Data Penelitian

Hasil validitas

Correlations

		PS.ES.1	PS.ES.2	PS.EX.1	PS.EX.2	PS.R.1	PS.P.1	PS.P.2	PS.K.1	PS.S.1	PS.S.2	PL.S.1	PL.S.2	PL.D.1	PL.D.2	PL.C.1	PL.C.2	PL.CL.1	PL.I.1	PL.I.2	PL.I.3	total
PS.ES.1	Pearson Correlation	1	.234	.235	.138	-.047	.138	-.108	-.035	.204	.129	.322*	.022	.038	-.166	.152	.254	.059	.046	.209	.133	.323*
	Sig. (2-tailed)		.103	.101	.340	.746	.339	.455	.807	.156	.373	.023	.879	.792	.248	.291	.075	.683	.751	.146	.356	.022
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.ES.2	Pearson Correlation	.234	1	-.136	.202	-.027	-.184	.217	.360*	.227	.242	-.106	.303*	.236	.124	-.216	-.179	.226	.116	.146	-.011	.343*
	Sig. (2-tailed)	.103		.345	.160	.851	.200	.130	.010	.113	.090	.463	.033	.099	.390	.131	.215	.115	.423	.312	.940	.015
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.EX.1	Pearson Correlation	.235	-.136	1	.132	.009	-.163	-.276	-.102	-.148	-.229	.033	-.171	-.455**	.174	.231	.071	-.097	-.021	-.065	-.192	-.119
	Sig. (2-tailed)	.101	.345		.360	.953	.259	.052	.482	.304	.110	.818	.236	.001	.227	.106	.626	.503	.884	.652	.183	.409
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.EX.2	Pearson Correlation	.138	.202	.132	1	.313*	-.131	-.172	-.002	.142	-.180	-.493**	.219	-.314*	-.158	-.077	.045	.105	.268	-.019	.199	.129
	Sig. (2-tailed)	.340	.160	.360		.027	.363	.234	.987	.324	.211	.000	.127	.027	.275	.594	.755	.470	.060	.895	.166	.373
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.R.1	Pearson Correlation	-.047	-.027	.009	.313*	1	.220	-.105	-.145	-.047	-.260	-.076	.104	-.150	.135	.121	.220	.065	.169	.232	.343*	.244
	Sig. (2-tailed)	.746	.851	.953	.027		.125	.467	.316	.748	.069	.598	.472	.299	.350	.402	.125	.655	.240	.104	.015	.088
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.P.1	Pearson Correlation	.138	-.184	-.163	-.131	.220	1	.142	-.244	.034	.143	.109	.078	.203	-.184	.047	.440**	.108	.362**	.587**	.493**	.512**
	Sig. (2-tailed)	.339	.200	.259	.363	.125		.326	.088	.815	.323	.452	.589	.157	.201	.744	.001	.453	.010	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.P.2	Pearson Correlation	-.108	.217	-.276	-.172	-.105	.142	1	.131	.656**	.138	-.182	.069	.398**	.263	-.328*	-.235	.757**	.215	.336*	.102	.512**
	Sig. (2-tailed)	.455	.130	.052	.234	.467	.326		.364	.000	.339	.206	.635	.004	.065	.020	.101	.000	.134	.017	.479	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.K.1	Pearson Correlation	-.035	.360*	-.102	-.002	-.145	-.244	.131	1	-.014	-.036	-.131	.427**	.189	.047	-.097	.009	.131	.165	-.119	-.252	.174
	Sig. (2-tailed)	.807	.010	.482	.987	.316	.088	.364		.921	.802	.363	.002	.189	.746	.503	.948	.364	.251	.411	.078	.227
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.S.1	Pearson Correlation	.204	.227	-.148	.142	-.047	.034	.656**	-.014	1	.022	-.189	.117	.213	.084	-.112	-.062	.808**	.360*	.282*	.236	.588**
	Sig. (2-tailed)	.156	.113	.304	.324	.748	.815	.000	.921		.879	.188	.417	.137	.560	.439	.669	.000	.010	.048	.099	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PS.S.2	Pearson Correlation	.129	.242	-.229	-.180	-.260	.143	.138	-.036	.022	1	.005	.145	.273	-.102	-.119	.170	-.039	.028	.013	.107	.224
	Sig. (2-tailed)	.373	.090	.110	.211	.069	.323	.339	.802	.879		.972	.315	.055	.479	.409	.238	.786	.845	.930	.461	.117
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.S.1	Pearson Correlation	.322*	-.106	.033	-.493**	-.076	.109	-.182	-.131	-.189	.005	1	-.207	.225	.076	.151	-.088	-.322*	-.306*	.080	-.174	-.127
	Sig. (2-tailed)	.023	.463	.818	.000	.598	.452	.206	.363	.188	.972		.149	.117	.598	.296	.542	.022	.031	.583	.228	.381
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.S.2	Pearson Correlation	.022	.303*	-.171	.219	.104	.078	.069	.427**	.117	.145	-.207	1	.196	-.062	-.069	.161	.192	.487**	.310*	.288*	.522**
	Sig. (2-tailed)	.879	.033	.236	.127	.472	.589	.635	.002	.417	.315	.149		.173	.667	.635	.264	.181	.000	.029	.042	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.D.1	Pearson Correlation	.038	.236	-.455**	-.314*	-.150	.203	.398**	.189	.213	.273	.225	.196	1	.233	-.110	.045	.162	-.023	.325*	.120	.420**
	Sig. (2-tailed)	.792	.099	.001	.027	.299	.157	.004	.189	.137	.055	.117	.173		.103	.445	.759	.260	.875	.021	.408	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.D.2	Pearson Correlation	-.166	.124	.174	-.158	.135	-.184	.263	.047	.084	-.102	.076	-.062	.233	1	.154	-.252	.012	-.037	-.060	-.309*	.065
	Sig. (2-tailed)	.248	.390	.227	.275	.350	.201	.065	.746	.560	.479	.598	.667	.103		.285	.078	.932	.801	.681	.029	.656
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.C.1	Pearson Correlation	.152	-.216	.231	-.077	.121	.047	-.328*	-.097	-.112	-.119	.151	-.069	-.110	.154	1	.426**	-.216	.027	-.242	-.090	.024
	Sig. (2-tailed)	.291	.131	.106	.594	.402	.744	.020	.503	.439	.409	.296	.635	.445	.285		.002	.131	.850	.090	.532	.871
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.C.2	Pearson Correlation	.254	-.179	.071	.045	.220	.440**	-.235	.009	-.062	.170	-.088	.161	.045	-.252	.426**	1	.052	.386**	.205	.368**	.451**
	Sig. (2-tailed)	.075	.215	.626	.755	.125	.001	.101	.948	.669	.238	.542	.264	.759	.078	.002		.719	.006	.154	.009	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.CL.1	Pearson Correlation	.059	.226	-.097	.105	.065	.108	.757**	.131	.808**	-.039	-.322*	.192	.162	.012	-.216	.052	1	.415**	.401**	.184	.641**
	Sig. (2-tailed)	.683	.115	.503	.470	.655	.453	.000	.364	.000	.786	.022	.181	.260	.932	.131	.719		.003	.004	.200	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.I.1	Pearson Correlation	.046	.116	-.021	.268	.169	.362**	.215	.165	.360*	.028	-.306*	.487**	-.023	-.037	.027	.386**	.415**	1	.475**	.441**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.751	.423	.884	.060	.240	.010	.134	.251	.010	.845	.031	.000	.875	.801	.850	.006	.003		.000	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.I.2	Pearson Correlation	.209	.146	-.065	-.019	.232	.587**	.336*	-.119	.282*	.013	.080	.310*	.325*	-.060	-.242	.205	.401**	.475**	1	.435**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.146	.312	.652	.895	.104	.000	.017	.411	.048	.930	.583	.029	.021	.681	.090	.154	.004	.000		.002	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PL.I.3	Pearson Correlation	.133	-.011	-.192	.199	.343*	.493**	.102	-.252	.236	.107	-.174	.288*	.120	-.309*	-.090	.368**	.184	.441**	.435**	1	.552**
	Sig. (2-tailed)	.356	.940	.183	.166	.015	.000	.479	.078	.099	.461	.228	.042	.408	.029	.532	.009	.200	.001	.002		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	.323*	.343*	-.119	.129	.244	.512**	.512**	.174	.588**	.224	-.127	.522**	.420**	.065	.024	.451**	.641**	.704**	.675**	.552**	1
	Sig. (2-tailed)	.022	.015	.409	.373	.088	.000	.000	.227	.000	.117	.381	.000	.002	.656	.871	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil reabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PS.ES.1	64.53	31.838	.132	.593
PS.ES.2	64.59	30.788	.194	.586
PS.EX.1	64.29	34.875	-.294	.636
PS.EX.2	64.16	32.264	.091	.596
PS.P.1	65.39	29.992	.204	.585
PS.R.1	64.18	32.445	.034	.602
PS.P.2	64.86	27.750	.310	.566
PS.K.1	64.14	31.625	.091	.599
PS.S.1	64.94	26.850	.504	.533
PL.S.1	64.20	34.291	-.279	.622
PS.S.2	64.08	31.702	.095	.598
PL.D.1	65.51	30.963	.130	.595
PL.S.2	64.63	28.404	.418	.553
PL.D.2	64.20	33.666	-.143	.619
PL.C.1	64.35	32.815	-.033	.611
PL.C.2	64.90	28.719	.225	.583
PL.CL.1	64.90	27.135	.495	.536
PL.I.1	65.43	26.333	.522	.527
PL.I.2	65.84	28.723	.416	.555
PL.I.3	65.20	27.582	.368	.555

Deskripsi data responden

umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 23 Tahun	13	13.7	13.7	13.7
	24 - 29 Tahun	18	18.9	18.9	32.6
	30 - 35 Tahun	30	31.6	31.6	64.2
	> 35 Tahun	34	35.8	35.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki laki	45	47.4	47.4	47.4
	perempuan	50	52.6	52.6	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

asal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gunungkidul	77	76.2	81.1	81.1
	Kota Jogjakarta	9	8.9	9.5	90.5
	Sleman	5	5.0	5.3	95.8
	Luar DIY	4	4.0	4.2	100.0
	Total	95	94.1	100.0	
Missing	System	6	5.9		
Total		101	100.0		

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

freq

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pertama kali	4	4.0	4.2	4.2
	Dua kali	11	10.9	11.6	15.8
	Tiga kali	7	6.9	7.4	23.2
	Empat kali	8	7.9	8.4	31.6
	> = Lima kali	65	64.4	68.4	100.0
	Total	95	94.1	100.0	
Missing	System	6	5.9		
Total		101	100.0		

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PS.ES.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.4	8.4	8.4
	3	26	27.4	27.4	35.8
	4	61	64.2	64.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

PS.ES.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	15.8	15.8	15.8
	3	20	21.1	21.1	36.8
	4	59	62.1	62.1	98.9
	5	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

PS.P.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	47	49.5	49.5	49.5
	3	19	20.0	20.0	69.5
	4	25	26.3	26.3	95.8
	5	4	4.2	4.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

PS.P.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	7.4	7.4	7.4
	2	27	28.4	28.4	35.8
	3	12	12.6	12.6	48.4
	4	41	43.2	43.2	91.6
	5	8	8.4	8.4	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

PS.S.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	25	26.3	26.3	28.4
	3	22	23.2	23.2	51.6
	4	43	45.3	45.3	96.8
	5	3	3.2	3.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

PL.S.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	17	17.9	17.9	18.9
	3	17	17.9	17.9	36.8
	4	55	57.9	57.9	94.7
	5	5	5.3	5.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

PL.D.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	51	53.7	53.7	57.9
	3	17	17.9	17.9	75.8
	4	21	22.1	22.1	97.9
	5	2	2.1	2.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Tabel 2. 5.
Operasionalisasi Konsep

No	**Rumusan Masalah**	**Konsep**	**Unsur**	**Indikator**	**Sub indikator**	**Daftar pernyataan**	**Sekala pengukuran**
1	Bagaimana tingkat penilaian wisatawan terhadap faktor-faktor motivasi berkunjung wisatawan Telaga Jonge?	Motivasi berkunjung	Faktor pendorong (*push factor)* "*Push factors, refer to the tourist as subject and deal with those factors predisposing him to travel"* (Dann, 1977, 186)	Escape	Monotoon	PS.ES.1. Rutinitas yang monoton membuat saya ingin mencoba mencari hal yang berbeda seperti berkunjung ke tempat ini	Likert
					Membosankan	PS.ES.2. Perasaan jenuh dengan suasana lingkungan rumah atau kerja menjadi alasan saya datang kesini	Likert
				Exploration and Evaluation	Menjelajah	PS.EX.1. Saya berkunjung ke tempat ini karena ingin menjelajahi tempat – tempat yang berbeda dari apa yang ada di daerah saya	Likert

					Merenung	PS.EX.1. Saya berkunjung ke Telaga ini untuk merenung dan menjernihkan pikiran saya	Likert
				Relaksasi	Ketenangan	PS.R.1. Saya ingin mendapatkan ketenangan dari tempat ini	Likert
				Prestige	Pamer	PS.P.1 Dengan berkunjung ke telaga jonge saya bisa pamer dengan membuat status media sosial	Likert
					Status	PS.P.2 Saya merasa jika saya sering liburan ke jonge, saya jadi manusia paling santai dan bahagia	Likert
				Kinship	Keluarga	PS.EN.1. Berlibur di telaga ini memberikan kesempatan untuk menghabiskan waktu bersama keluarga	Likert

				Social-interaction	Interaksi	PS.S.1. Saya berkunjung agar saya bisa bertemu dan ngobrol dengan orang lain disini PS.S.2. Tempat sangat mendukung untuk kumpul dan mengobrol bersama teman -teman	Likert
			Faktor Penarik (*Pull factor)* *Pull factors are those which attract the tourist to a given resort and whose value is seen to reside in the object of travel"* (Dann, 1977).	Static factor	Keindahan alam	PL.S.1. Pemandangan telaga yang tenang dan sejuk menjadi alasan saya datang kesini	Likert
					Akses	PL.S.2. Jalan dan akses yang mudah membuat saya semakin tertarik untuk berkunjung ke Telaga Jonge	Likert
				Dynamic factor	Fasilitas	PL.D.1. Tersedianya Lapangan jogging menambah ketertarikan saya untuk datang	Likert

						PL.D.2. Tersedia tempat nongkrong dan ngobrol menjadi alasan mengapa saya kesini	
				Current decision	Harga	PL.C.1. Harga tiket masuk, tarif parkir, dan harga makanan di Telaga Jonge sangat terjangkau bagi saya	Likert
					Spontan	PL.C.2. Kunjungan saya ke telaga karena kebetulan saya lewat dan ingin mampir	Likert
				Commercial	Kuliner	PL.CL.1 Saya datang karena ingin makan makanan tradisional disini	Likert
				Informasi	Postingan	PL.IK.1. Saya terpengaruh dari postingan teman untuk mengunjungi telaga ini	Likert

						PL.IK.2. Konten dari dinas pariwisata mengenai telaga mempengaruhi saya untuk datang PL.IK.3. Ajakan dan rekomendasi teman mempengaruhi saya untuk datang	

Sumber: Crompton (1979) dan Awaritefe (2004), diolah penulis 19 Maret 2026

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA