



## JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JMPIS)

E-ISSN : 2716-375X  
P-ISSN : 2716-3768

<https://dinastirev.org/JMPIS>

[dinasti.info@gmail.com](mailto:dinasti.info@gmail.com)

+62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3>

Received: 20 Mei 2024, Revised: 29 Mei 2024, Publish: 30 Mei 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

## Wisatawan Muda dan Destinasi Wisata: Sebuah Kajian Kuantitatif

Rini Hudiono<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga Jawa Tengah, Indonesia, [rini.hudiono@uksw.edu](mailto:rini.hudiono@uksw.edu)

Corresponding Author: [rini.hudiono@uksw.edu](mailto:rini.hudiono@uksw.edu)

**Abstract:** *Tourist destinations are now more visited by groups of young tourists (under 35 years old) who are still healthy and physically strong. Several elements influence a person to do tourist destinations, namely low costs, distance and travel time, ease of access to tourist attractions, facilities, and infrastructure, the attractiveness of tourist attractions, and several other elements. This study aims to determine the factors of young people that affect the tendency to travel. The sampling technique is non-probability sampling using multiple linear regression analysis. Based on the results of research and discussions that have been reviewed previously, it can be concluded that cost, time and distance traveled, natural attractions, shopping options, and education have a significant effect on the tendency of young people under the age of 34 to visit.*

**Keyword:** *Tourists; Motivation; Travel.*

**Abstrak:** Destinasi wisata kini lebih banyak dikunjungi oleh kelompok wisatawan usia muda (dibawah umur 35 tahun) yang masih sehat dan kuat fisiknya. Ada beberapa unsur yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan destinasi wisata adalah biaya yang murah, Jarak dan Waktu tempuh, kemudahan akses tempat wisata, sarana dan prasarana, daya tarik tempat wisata dan beberapa unsur lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor anak muda yang mempengaruhi kecenderungan berwisata. Teknik pengambilan sampel adalah non probability sampling menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diulas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya, waktu dan jarak tempuh, daya tarik alam, pilihan berbelanja, dan edukasi berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan anak muda yang berusia dibawah 34 melakukan kunjungan wisata.

**Kata Kunci:** Wisatawan; Motivasi; Wisata.

### PENDAHULUAN

Pariwisata adalah tindakan oleh individu atau perkumpulan yang bergerak mulai dari suatu tempat kemudian ke tempat berikutnya dengan suatu pengaturan atau tidak sepenuhnya bermaksud mencari uang di tempat yang dikunjunginya, dalam masa peralihan yang

menunjuk hanya untuk mencari hiburan dan jauh dari latihan sehari-hari menyebabkan merasa terkuras atau lelah.

Harsono (2017), menyatakan bahwa niat wisatawan untuk pergi mencari perjumpaan baru. Sayangbatti & Baiquni (2013) juga menambahkan bahwa ada faktor internal dan faktor luar individu yang memicu wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, variabel-variabel tersebut dapat dipertimbangkan menuju perbaikan dengan pola pasar industri perjalanan terbaru.

Hariyadi et al., (2021) menyatakan bahwa ada beberapa unsur yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan destinasi wisata adalah biaya yang murah, Jarak dan Waktu tempuh, kemudahan akses tempat wisata, sarana dan prasarana, serta daya tarik tempat wisata. Perpaduan unsur-unsur tersebut juga mendorong keinginan individu untuk berwisata dan bahkan berdampak pada minat untuk mendatangkan kunjungan kembali. Perpaduan unsur-unsur tersebut juga mendorong keinginan individu untuk berwisata dan bahkan berdampak pada minat untuk mendatangkan kunjungan kembali. Tempat-tempat wisata saat ini lebih banyak dikunjungi oleh kumpul-kumpul para pelancong muda (dibawah umur 35 tahun) yang masih sehat dan kuat fisiknya.

Damanik (2017) menyebutkan, saat ini Berwisata biasanya tidak dimaksudkan hanya untuk mengisi waktu luang dan mencari kesenangan, tetapi juga untuk mencari pengalaman yang berbeda dan baru. Salah satu keberatan yang sedang berkembang saat ini adalah menjelajahi alam bebas/mendirikan kamp industri perjalanan di alam terbuka dan menawarkan suasana keberangkatan dari kehidupan kota yang terburu-buru.

Aksesibilitas kuliner dan toko oleh-oleh/cinderamata pada pasalnya bagi wisatawan untuk mengikuti atraksi yang dikunjungi. Toko kenang-kenangan yang dijual adalah barang-barang custom made individu. Yang menjadi daya tarik utama adalah cara menjual hasil karya dan pajangan serta tempat atau toko yang menjual souvenir. Selain itu, aksesibilitas kantor penunjang barang-barang wisatawan juga dapat terpenuhi, mulai dari pameran foto, jamban bersih, tempat kendaraan wisatawan, rest area/tempat istirahat/gazebo bagi wisatawan, tempat sampah dan data-data tentang industri perjalanan. Perkantoran pendukung yang ada di barang-barang liburan bisa dibilang sudah selesai. Perkantoran yang lengkap dan berkualitas dapat membuat wisatawan merasa nyaman sehingga menimbulkan rasa senang saat berkunjung ke lokasi berlibur.

Lingkungan juga merupakan salah satu pendorong utama industri perjalanan di seluruh dunia, karena sebagian besar wisatawan mencari kesempatan untuk bersantai di bawah matahari atau salju (Kurnia, 2016). Lingkungan menjadi salah satu daya tarik bagi para wisatawan yang ingin melepas penat di tempat yang memiliki suasana yang lebih nyaman dibandingkan tempat tinggal mereka. Orang-orang yang tinggal di daerah sejuk dan jarang mendapat sinar matahari akan cenderung pergi ke tempat-tempat yang memiliki panas dan kelembapan yang kaya akan sinar matahari.

Lagi pula, orang-orang yang tinggal di lingkungan yang cukup sering panas akan mencari tempat yang sejuk untuk tujuan pergerakan. Keanihan ini terjadi secara signifikan pada keberatan industri perjalanan di Indonesia. Menurut Donado et al., (2013) bahwa suhu udara permukaan laut di seluruh dunia yang telah terjadi hampir di seluruh dunia selama beberapa tahun terakhir mempengaruhi kenaikan suhu, perubahan kondisi atmosfer, kenaikan permukaan laut, dan peristiwa kejadian luar biasa yang berbeda yang juga akan secara signifikan mempengaruhi keberatan. keberatan industri perjalanan yang mengandalkan lingkungan dan aset reguler dan sosial sebagai tempat liburan mendasar mereka, misalnya di kawasan industri perjalanan di Indonesia. Perubahan akan mempengaruhi alam semesta industri perjalanan, baik pada kecenderungan wisatawan di lokasi perjalanan mereka, maupun perubahan tempat liburan yang dimiliki oleh lokasi yang mempengaruhi perubahan administrasi lokasi industri perjalanan (Kusmawan, 2013).

Upaya lainnya untuk membangkitkan motivasi untuk melakukan kunjungan wisata, adalah Pemerintah melalui Kementerian pariwisata dan Ekonomi Inovatif memberikan pengaturan tentang pelaksanaan Kerapihan, Kesejahteraan, Keamanan, dan Iklim (CHSE). Pendekatan ini dilakukan sebagai upaya untuk membantu peluncuran pariwisata bagi wisatawan lokal dan lokal, dengan tujuan agar para wisatawan ini memiliki rasa aman dan nyaman saat bepergian (Subadra, 2021). Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka disimpulkan terkait tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor anak muda yang mempengaruhi kecenderungan berwisata seperti biaya, waktu dan jarak tempuh, aksesibilitas, kelengkapan sarana dan prasarana, kemutakhiran sarana dan prasarana, teman/keluarga, daya tarik alam, daya tarik budaya, kuliner, cuaca dan iklim, sejarah, pilihan berbelanja seperti souvenir atau oleh-oleh, CHSE yang meliputi kebersihan, kesehatan, keselamatan dan lingkungan, Tempat pelaksanaan aktivitas (*indoor* atau *outdoor*), Edukasi.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif (Fadli, 2021). Sesuai dengan metode penelitian tersebut, penyebaran kuesioner dan disajikan dengan menggunakan deskriptif. Sampel adalah Non Probability sampling adalah mengambil sampel dari individu-individu dari populasi yang tidak sembarangan, dengan fokus pada lapisan-lapisan (level) pada individu-individu dari populasi tersebut dimana tingkatan yang ditentukan peneliti adalah responden yang dibawah umur 34 tahun (Sari et al., 2018).

Peneliti memilih sampling ini karena anggota populasi homogen (sejenis) yaitu memiliki sifat atau keadaan yang sama. Sampel diperoleh peneliti dari hasil penyebaran kuisisioner secara daring sehingga didapat jumlah responden sebanyak 616 orang.

Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Maka, model penelitian yang dipakai adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_{14} X_{14} + \beta_{15} X_{15} + \varepsilon \quad (1)$$

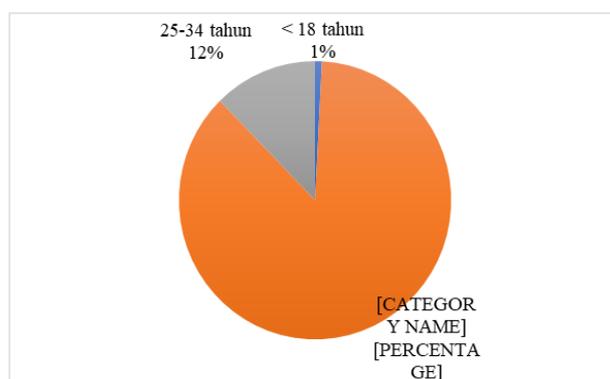
Keterangan:

$Y$	: Variabel Dependen (Kecenderungan Berwisata)
$\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_{15}$	: Koefisien
$X_1$	: Biaya
$X_2$	: Waktu dan Jarak Tempuh
$X_3$	: Aksesibilitas
$X_4$	: Kelengkapan Sarana dan Prasarana
$X_5$	: Kemutakhiran Sarana dan Prasarana
$X_6$	: Teman/keluarga
$X_6$	: Daya tarik alam
$X_7$	: Daya tarik budaya
$X_8$	: Kuliner
$X_{10}$	: Cuaca dan iklim
$X_{11}$	: Sejarah
$X_{12}$	: Belanja
$X_{13}$	: CHSE
$X_{14}$	: Tempat pelaksanaan aktivitas ( <i>indoor</i> atau <i>outdoor</i> )
$X_{15}$	: Edukasi
$\varepsilon$	: Galat atau <i>Error</i>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Diperoleh analisis deskriptif kelompok usia dari 616 responden dengan menyajikan diagram lingkaran pada Gambar 1. sebagai berikut:



**Gambar 1. Diagram Jumlah Responden**

Berdasarkan gambar 1. Diperoleh bahwa mayoritas responden berusia 18 sampai 24 tahun dengan persentase 87% sebanyak 535 responden. Disamping itu, 12% responden berusia 25 sampai 34 tahun dengan responden sebanyak 76 responden. Responden dengan usia kurang dari 18 tahun berjumlah lima orang dengan 1%.

### Analisis Regresi Linier Berganda

#### Uji Simultan (Uji F)

Diperoleh uji simultan (F) pada penelitian ini, diperoleh nilai Fhitung sebesar 2,186 dengan angka signifikansi sebesar 0,006. Nilai tersebut terbukti lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang sebesar 5% atau 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji simultan (uji F) dimana  $Sig. = 0.006 \leq 0,05$  merupakan Tolak  $H_0: \beta_i = 0$ . Artinya, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan berwisata secara simultan.

#### Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial variabel independen yaitu sesuai yang disajikan pada Tabel 1. berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Parsial (t)**

Variabel	Koef.	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	1,889	0,000	Tidak signifikan
Biaya	-,027	0,025	Signifikan
Jarak dan waktu tempuh	-,003	0,045	Signifikan
Aksesibilitas	-,080	0,188	Tidak signifikan
Kelengkapan Sarana dan Prasarana	-,023	0,740	Tidak signifikan
Kemutakhiran Sarana dan Prasarana	,072	0,241	Tidak signifikan
Teman/keluarga	-,038	0,383	Tidak signifikan
Daya tarik alam	,176	0,003	Signifikan
Daya tarik budaya	-,063	0,234	Tidak signifikan
Kuliner	0,068	0,115	Tidak signifikan
Cuaca dan iklim	0,048	0,325	Tidak signifikan
Sejarah	-,047	0,306	Tidak signifikan
Belanja	0,103	0,009	Signifikan
CHSE	0,035	0,503	Tidak signifikan
Tempat pelaksanaan aktivitas	0,106	0,327	Tidak signifikan

Berdasarkan Tabel 1. Menunjukkan bahwa terdapat lima variabel independen yang dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan untuk berwisata dimana nilai signifikansi pada keenam variabel bebas lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa  $H_0: \beta_i = 0$  ditolak secara parsial. Artinya, variabel biaya ( $X_1$ ), waktu dan jarak tempuh ( $X_2$ ), daya tarik alam ( $X_6$ ), belanja ( $X_{12}$ ), dan edukasi ( $X_{15}$ ) berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan berwisata.

### Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,78. Artinya, variabel independen (biaya, waktu dan jarak tempuh, daya tarik alam, dan edukasi) mampu menjelaskan variabel dependen (Kecenderungan Berwisata) sebesar 78% dan 22% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya. Didapatkan model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,889 - 0,027X_1 + 0,045X_2 + 0,176X_6 + 0,103X_{12} + 0,09X_{15} + \varepsilon$$

### Pembahasan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari persamaan model regresi, diperoleh bahwa beberapa faktor yang dianggap berpengaruh signifikan terhadap biaya, waktu dan jarak tempuh, daya tarik alam, pilihan berbelanja (belanja), dan edukasi. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel biaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan berkunjung ke destinasi wisata. Apabila terdapat perubahan 1 satuan biaya, maka kecenderungan wisatawan muda dalam melakukan kunjungan wisata berkurang 0.027. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusful & Prasetyo (2015) dan Riyanti et al., (2020) bahwa Pengeluaran wajar yang disajikan oleh artikel wisatawan akan mempengaruhi kunjungan wisatawan yang konstan, terutama bagi wisatawan yang memiliki gaji/kompensasi rendah, terutama untuk wisatawan muda di mana gaji bulanan normal masih di bawah Rp. 5.000.000. Sehingga faktor biaya sangat penting bagi wisatawan muda untuk memutuskan kunjungan wisata. Selain itu, menurut Lakuhati et al., (2018) menyatakan bahwa para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Selain itu, menurut Susanti (2016) yang menyatakan bahwa biaya untuk melakukan kegiatan pariwisata murah, maka anggaran wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata akan lebih besar hal ini sesuai dengan pengaruh penurunan harga pada konsumsi. Biaya perjalanan ini juga akan menentukan pilihan wisatawan terhadap produk (barang atau jasa) pariwisata yang akan dinikmatinya termasuk bagi wisatawan muda. Tenouye et al., (2017) juga menyatakan bahwa motivasi ekstrinsik wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata menunjukkan bahwa motivasi ekstrinsik tertinggi adalah pada indikator biaya masuk daya tarik wisata yang dinilai cukup terjangkau yang mana wisatawan secara ekstrinsik termotivasi oleh biaya masuk daya tarik wisata yang sangat terjangkau. Menurut Yoeti (2008), biaya perjalanan adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk sampai di objek wisata dan biaya selama di objek wisata. Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya lain yang relevan. Semakin tinggi biaya perjalanan akan mempengaruhi wisatawan untuk mengurungkan niatnya dalam waktu dekat. Dan sebaliknya semakin rendah biaya perjalanan akan mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kegiatan pariwisata setiap adanya waktu (Yoeti, 2008).

Pada faktor waktu dan jarak tempuh diketahui bahwa memiliki pengaruh signifikan terhadap kecenderungan berkunjung ke destinasi wisata. Apabila terdapat perubahan 1 satuan waktu dan jarak tempuh, maka kecenderungan wisatawan muda dalam melakukan kunjungan wisata menurun sebanyak 0.03. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kim et al., (2019) dalam

studinya yang mengamati perilaku wisatawan berdasarkan durasi tempuh lokasi tujuan menemukan bahwa perjalanan sehari lebih sering dilakukan oleh wisatawan yang lebih muda. Menurut McKercher, (2018) ada baiknya bahwa pada dasarnya, siapa pun dapat melakukan perjalanan jarak yang pendek untuk berkunjung ke destinasi wisata, namun tidak setiap orang dapat melakukan perjalanan jarak jauh karena harus memakan waktu yang lama. Selain itu, Sofronov (2018) juga mengatakan bahwa bahwa perjalanan wisata bagi wisatawan muda ke berbagai obyek wisata mempertimbangkan aspek waktu dan jarak. Menurut Modjanggalo et al., (2015) jarak sangat mempengaruhi jumlah pengunjung, apabila jarak sangat jauh maka hanya sebagian kecil pengunjung yang datang berkunjung. Selain jarak perjalanan, keputusan berkunjung juga di pengaruhi oleh biaya perjalanan. Biaya perjalanan adalah biaya yang harus di keluarkan oleh seseorang maupun kelompok yang sedang melakukan perjalanan.

Faktor daya tarik alam berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan melakukan destinasi wisata pada penelitian ini. Apabila terdapat perubahan 1 satuan daya tarik alam, maka kecenderungan wisatawan muda dalam melakukan kunjungan wisata meningkat 0,176. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitroh et al., (2017), daya tarik wisata alam atau destinasi wisata menjadi motivasi utama wisatawan untuk melakukan kegiatan kunjungan wisata. Selanjutnya menurut Trianto, (2017), atraksi alam disebut signifikan dalam menarik wisatawan, atraksi adalah modul utama (aset industri perjalanan) atau sumber pariwisata. Dalam hal ini pengunjung beranggapan bahwa ada sumber-sumber yang menimbulkan kesenangan pada saat pengunjung berada di dalam, seperti keindahan alam destinasi wisata yang dikunjungi. Menurut Sunaryo (2013) daya Tarik wisata alam yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada anugrah keindahan dan keunikan yang telah tersedia alam seperti pantai dengan keindahan pasir putih, deburan gelombang ombak serta akses pandangnya terhadap matahari terbit atau tenggelam, laut dengan kekayaan terumbu karang maupun ikannya, danau dengan keindahan panorama, gunung dengan daya Tarik vulkanik maupun hutan dan sabana dengan keaslian floranya. Hal ini yang menjadi daya Tarik utama bagi wisatawan muda untuk melakukan kunjungan wisata baik hanya untuk sekedar melepas penat ataupun untuk menjadi tempat berfoto (Utama, 2017). Selain itu, Syahadat (2006) yang meneliti tentang pengaruh daya Tarik wisata alam yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di taman nasional mempengaruhi kunjungan wisatawan di taman nasional gede pangrango (TNGP) menyatakan bahwa daya tari wisata alam berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan tingginya jumlah pengunjung terhadap destinasi wisata tersebut diakibatkan dari kecenderungan wisatawan yang ingin untuk melakukan destinasi wisata.

Faktor belanja atau pilihan belanja terhadap kecenderungan melakukan kunjungan wisata pada pilihan ini berpengaruh signifikan. Apabila terdapat perubahan 1 satuan pilihan berbelanja, maka kecenderungan wisatawan muda dalam melakukan kunjungan wisata meningkat 0.103. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci (2018) motivasi berkunjung wisata akan timbul jika terdapat pilihan berbelanja seperti cendera mata, makanan khas setempat, ataupun souvenir yang memungkinkan sesuai dengan standarisasi yang ada. Menurut Sulung dalam Putra et al., (2009), salah satu kegiatan menyenangkan adalah belanja atau shopping bahkan sebagian menganggap belanja adalah kegiatan rekreasi atau hiburan diri dari perasaan lelah dan mungkin juga stress dari segala permasalahan hidup. Saat ini belanja adalah bagian dari rekreasi karena telah tersedianya tempat-tempat belanja yang komplit, menyenangkan, bersih, serta dikemas modern. Menurut Rene & Wahyuni (2018) pengunjung mempunyai ekspektasi untuk berkunjung kembali, dan mempunyai ekspektasi untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Motivasi berkunjung akan timbul jika pihak pengelola wisata dapat memberikan kualitas pusat perbelanjaan tersebut sesuai dengan standarisasi yang ada termasuk bagi wisatawan muda. Generasi muda kerap dinilai sebagai generasi yang kreatif dan berani mengambil resiko. Mereka memiliki banyak ide-ide

menarik dan memiliki karakter yang sangat produktif. Namun di sisi lain, generasi muda juga sangat konsumtif termasuk dalam melakukan perjalanan wisata (CNNIndonesia, 2018).

Faktor edukasi berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan berkunjung wisata. Apabila terdapat perubahan 1 satuan edukasi, maka kecenderungan wisatawan muda dalam melakukan kunjungan wisata meningkat 0,09. Sesuai dengan pernyataan Maulida (2018) dimana pertimbangan edukasi berpengaruh terhadap motivasi melakukan wisata. Faktor edukasi dapat memfasilitasi keinginan wisatawan lebih mengetahui dan menginginkan adanya proses pembelajaran yang akan menjadi pengalaman menarik bagi wisatawan khususnya wisatawan muda (Sugiarti et al., 2021). Wisatawan muda umumnya selalu aktif dengan memperoleh informasi apapun dan dimanapun termasuk ketika melakukan kunjungan wisata.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diulas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Biaya berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kecenderungan anak muda yang berusia dibawah 34 tahun dalam melakukan kunjungan wisata dimana semakin tinggi biaya yang harus dikeluarkan baik biaya tiket, transportasi ataupun akomodasi, maka wisatawan muda cenderung tidak ingin melakukan kunjungan wisata.
2. Waktu dan Jarak tempuh berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kecenderungan anak muda yang berusia dibawah 34 tahun dalam melakukan kunjungan wisata dimana semakin jauh jarak dan atau lama waktu yang dibutuhkan dalam melakukan perjalanan wisata, maka wisatawan muda tidak ingin melakukan kunjungan wisata mengingat generasi muda terkenal dengan mobilitas yang tinggi sehingga mereka cenderung memilih aktivitas lain dibandingkan mengunjungi tempat wisata yang membutuhkan waktu yang lama.
3. Pilihan berbelanja berpengaruh signifikan dan positif terhadap kecenderungan anak muda yang berusia dibawah 34 tahun dalam melakukan kunjungan wisata dimana semakin banyak pilihan berbelanja, maka wisatawan muda akan termotivasi untuk berkunjung wisata apabila terdapat pilihan berbelanja seperti cendera mata, makanan khas setempat, ataupun souvenir yang memungkinkan sesuai dengan standarisasi yang ada.
4. Edukasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kecenderungan anak muda yang berusia dibawah 34 tahun dalam melakukan kunjungan wisata dimana Wisatawan muda umumnya selalu aktif dengan memperoleh informasi apapun dan dimanapun termasuk ketika melakukan kunjungan wisata.

## REFERENSI

- Andriani. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTEREST OF REVISIT WISATAWAN PADA WISATA UJONG BLANG KOTA LHOKSEUMAWE. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaPe)*, 5(1), 1–15.
- Bagus, I. G., & Utama, R. (2017). Pemasaran Pariwisata. *Yogyakarta: Andi*.
- CNNIndonesia. (2018). Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif. In *gaya hidup*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>
- Damanik, P. J. (2017). *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Fernández-Donado, L., González-Rouco, J. F., Raible, C. C., Ammann, C. M., Barriopedro, D., García-Bustamante, E., Jungclauss, J. H., Lorenz, S. J., Luterbacher, J., & Phipps,

- S. J. (2013). Large-scale temperature response to external forcing in simulations and reconstructions of the last millennium. *Climate of the Past*, 9(1), 393–421.
- Fitroh, S. K. A., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42(2).
- Gusful, A., & Prasetyo, B. (2015). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Berkunjung di Taman Rekreasi Kalianget Wonosobo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1).
- Hariyadi, B. R., Supriadi, N., Tjaturrini, D., & Firmansyah, D. B. (2021). Motivasi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata (DWT) Terhadap Minat Kunjungan Kembali di Camp Area Umbul Bengkok (CAUB). *Melancong: Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi, Dan Hospitalitas*, 4(1), 10–31.
- Harsono, N. R., & Yusrizal, F. (2017). *Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu*. Riau University.
- Kim, H.-R., Yi, C., & Jang, Y. (2019). Relationships among overseas travel, domestic travel, and day trips for latent tourists using longitudinal data. *Tourism Management*, 72, 159–169.
- Kurnia, R. F. A. (2016). *ANALISIS INDEKS KENYAMANAN IKLIM (Studi Kasus: Taman Wisata Jatim Park 2 dan Karangates)*.
- Kusmawan, A. T. (2013). Pengaruh Perubahan Iklim Terhadap Kegiatan Wisata Bahari di Gili Trawangan. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 137–145.
- Lakuhati, J. R., Pangemanan, P. A., & Pakasi, C. B. D. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Ekowisata Di Desabahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-Sosioekonomi*, 14(1), 215–222.
- Maulida, N. (2018). Museum Wasaka Kelurahan Sungai Jingah Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 33(10), 348–352. <http://dx.doi.org/10.1016/j.actamat.2015.12.003> [https://inis.iaea.org/collection/NCLCollectionStore/\\_Public/30/027/30027298.pdf?r=1&r=1](https://inis.iaea.org/collection/NCLCollectionStore/_Public/30/027/30027298.pdf?r=1&r=1) <http://dx.doi.org/10.1016/j.jmrt.2015.04.004>
- McKercher, B. (2018). The impact of distance on tourism: a tourism geography law. In *Tourism Spaces* (pp. 137–141). Routledge.
- Modjanggalo, F., Sudhartono, A., & Sustris, S. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung Ke Objek Ekowisata Pantai Siuri, Desa Toinasa Kecamatan Pamona Barat Kabupaten Poso. *Jurnal Warta Rimba*, 3(2).
- Priambodo, M. P. (2015). Implementasi Kebijakan Ekonomi Pariwisata dan Perwujudan Pemberdayaan Masyarakat di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(2), 27–34.
- Putra, I. K. A. S., Suwena, I. K., & Negara, I. M. K. (2009). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan Nusantara berwisata belanja di Rama Krisna oleh-oleh khas Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 5(1), 35–39.
- Rene, R., & Wahyuni, S. (2018). Pengaruh work-life balance terhadap komitmen organisasi, kepuasan kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja individu pada karyawan perusahaan asuransi di jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(1), 53–63.
- Riyanti, N. K. I., Teja, I. G. A. N. E., & Rihayana, I. G. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap niat berkunjung kembali di Villa Rendezvous Bali. *Widya Amerta*, 7(1), 84–99.
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis faktor motivasi wisatawan muda dalam mengunjungi destinasi wisata minat khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–22.

- Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). Motivasi dan persepsi wisatawan tentang daya tarik destinasi terhadap minat kunjungan kembali di Kota wisata batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 126–136.
- Sinaga, O. S., Candra, V., & Putri, D. E. (2020). Peran Fasilitas Dan Harga Untuk Mendorong Minat Berkunjung Dalam Situasi Covid 19 (Studi Pada Taman Hewan Kota Pematangsiantar). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(1), 431–438.
- Sofronov, B. (2018). Millennials: A new trend for the tourism industry. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 18(3), 109–122.
- Subadra, I. N. (2021). Pariwisata Budaya dan Pandemi Covid-19: Memahami Kebijakan Pemerintah dan Reaksi Masyarakat Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 11(1), 1–22.
- Sugiarti, D. P., Sastrawan, I. G. A., Ariwangsa, I. M. B., & Pratama, D. (n.d.). *Bali sebagai Wisata Edukasi bagi Wisatawan Anak pada masa Pandemi Covid-19*.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi.pdf* (p. xiv + 240).
- Susanti, A. (2016). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan kunjungan wisatawan ke Museum Angkut Kota Batu*. 2016.
- Syahadat, E. (2006). Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Taman Nasional Gede Pangrango (TNGP). *Jurnal Penelitian Sosial Dan Ekonomi Kehutanan*, 3(1), 17–40.
- Tenouye, P., Suardana, I. W., & Dewi, N. G. A. S. (2017). Karakteristik, Motivasi dan Kepuasan Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata City Tour Denpasar. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 5(1), 7–12.
- Trianto, M., & Kusmianto, C. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Samas Di Kabupaten Bantul. *PARADIGMA: Jurnal Ilmu Administrasi*, 5(1), 1–20.
- Wachyuni, S. S., Kusumaningrum, D. A., & Kartika, R. C. (2018). Studi Kualitas Pusat Perbelanjaan Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Pusat Perbelanjaan (Studi Kasus: Central Park Mall). *Journal of Applied Science Tourism*, 3(2), 172–185.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan & pengembangan pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.