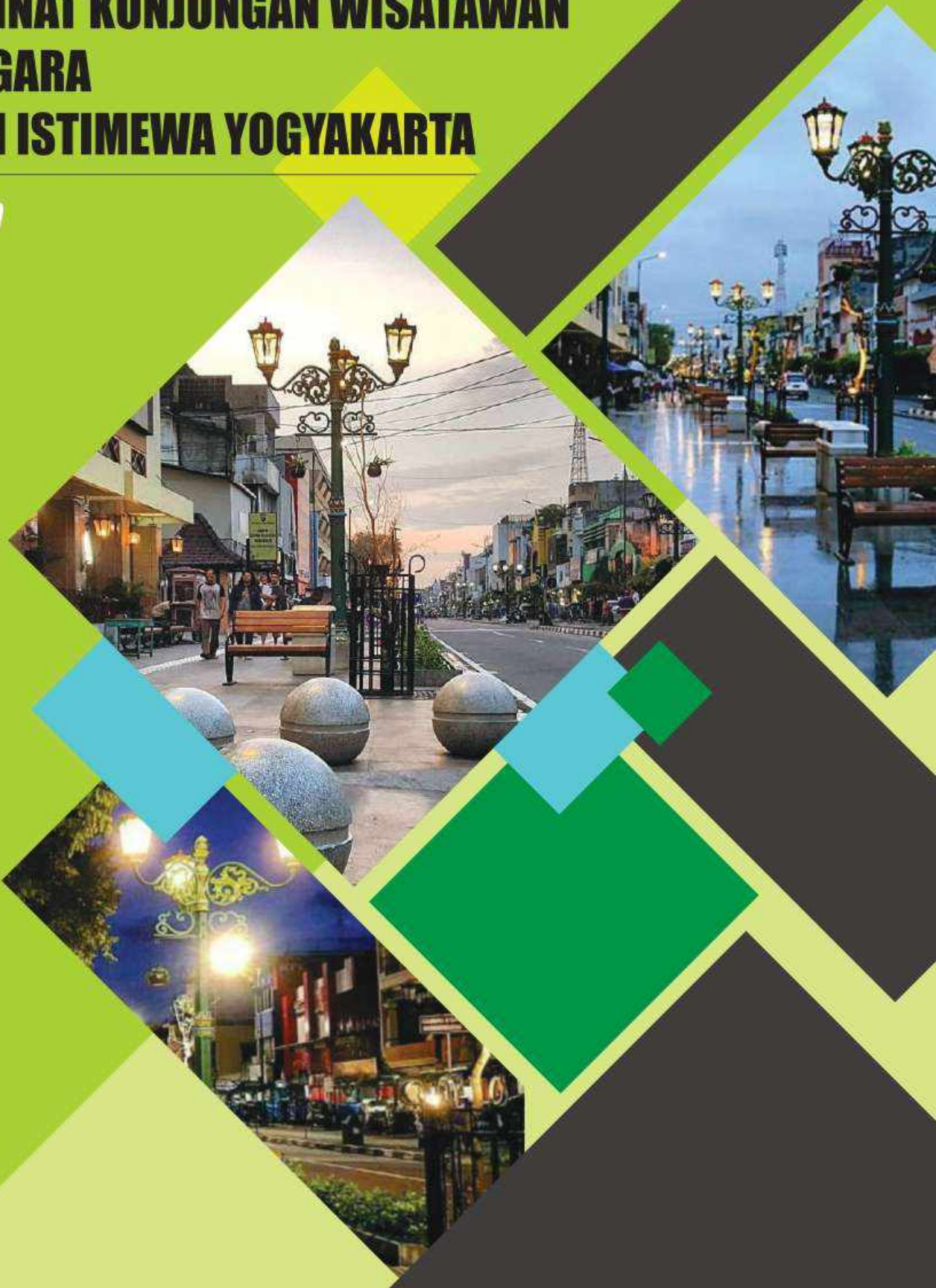
PENCAHARIAN-KEBAHARUAN: PEMICU MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA KE DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Damiasih



Ucapan Terima Kasih

Penulis merasa mendapatkan berbagai pengalaman yang sangat berharga selama proses penelitian dan penulisan disertasi ini. Penelitian disertasi ini menjadi bagian penting untuk mendukung karir akademik dan penguatan kelembagaan dimana penulis bekerja, mengabdi, dan melakukan kegiatan di dunia kepariwisataan. Dalam kesempatan ini peneliti hendak menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas capaian derajat tertinggi di bidang akademik. Peneliti disertasi ini dapat selesai atas dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Christantius Dwiatmadja, MME., Ph.D, sebagai promotor, Prof. John J.O.I Ihalauw,SE, Ph.D, sebagai ko-promotor, dan Ir. Lieli Suharti, MM, Ph.D sebagai ko-promotor yang memiliki perhatian tidak terhingga atas proses penulisan disertasi ini. Serta Keluarga besar kampus Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, yang memberikan kesempatan kepada peneliti menyelesaikan jenjang akademik tertinggi. Dalam kesempatan ini, penulis tak lupa untuk menyampaikan rasa hormat dan terima kasih tak terhingga kepada berbagai pihak yang telah mendukung dalam proses penyusunan disertasi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Neil Semuel Rupidara., SE., M.Sc.,Ph.D, Rektor Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
2. Ibu Roos Kities Andadari., SE.,MBA.,PhD, Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga
3. Ketua Jurusan Manajemen, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga
4. Ir. Lieli Suharti, MM, Ph.D, Ketua Program Studi Doktor Manajemen, FEB UKSW.

5. Prof. Christantius Dwiatmadja, MME., Ph.D, sebagai Promotor
6. Prof. John J.O.I. Ihalauw, SE, Ph.D, sebagai Ko Promotor
7. Ir. Lieli Suharti., MM.,Ph.D, sebagai Ko Promotor,
8. Hari Sunarto.,SE.,MBA.,Ph.D, Anggota tim penguji internal
9. Apriani Dorkas Rambu A.,SE.,M.Com.,Ph.D, Anggota tim penguji internal
10. Dr. Gatot Sasongko.,SE.,M.Si, Anggota tim penguji internal
11. Prof.Dr. Pahlawansyah H.,SE.,ME, Anggota tim penguji dari eksternal.
12. Dosen dan staf Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga
13. Semua pihak yang turut membantu dalam proses penyusunan disertasi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, semoga amal dan ibadah dapat menjadikan inspirasi dan keteladanan dan diterima oleh Tuhan Yang Maha Esa. Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh staf, dosen yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu di lingkungan Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta yang juga menjadi daya dorong dan penyemangat bagi peneliti untuk menyelesaikan disertasi ini. Secara khusus, peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada keluarga tercinta, Ayah Totok, Mbak Zia, dan Mas Mirza, kerabat, dan saudara yang ikut mendukung dalam doa, kepada Ketua STIPRAM, Dr. Tony Hendrotono, MM, dan Dr. Hastangka yang mendukung dalam proses penulisan disertasi ini. Semoga tulisan ini bisa menjadi bagian penting dalam kemajuan keilmuan di STIPRAM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan mancanegara dilihat dari aspek pencaharian kebaharuan, gaya hidup, dan daya beli. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Subjek dari penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sumber data penelitian didapatkan melalui dua sumber yaitu: pertama, data primer, diperoleh melalui survei yang dibagikan kepada para wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta dengan sampel sebanyak 464 responden. kedua, data sekunder, diperoleh melalui kajian teoritis berupa hasil penelitian terdahulu, jurnal, buku, artikel ilmiah, peraturan perundang-undangan, dan dokumen tentang faktor-faktor umum yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi linear berganda dengan variabel pencaharian kebaharuan, gaya hidup, dan daya beli sebagai variabel bebas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pencaharian kebaharuan, gaya hidup, dan daya beli berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan mancanegara. Faktor dominan yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan mancanegara adalah variabel pencaharian kebaharuan.

Kata kunci: minat, wisatawan mancanegara, gaya hidup, daya beli, pencaharian kebaharuan.

ABSTRACT

This research aims to describe and understand the factors that influence the interest of foreign tourist visits in terms of novelty seeking, lifestyle, and purchasing power. This research was conducted in the Special Region of Yogyakarta. The subjects of this study were foreign tourists visiting the Special Region of Yogyakarta.

The method used in this study is quantitative method approach. The source of data is obtained through two sources, namely: first, surveys distributed to foreign tourists visiting the Yogyakarta Special Region with a sample of 464 respondents. Second, theoretical studies in the form of previous research results, journals, books, scientific articles, legislation, and documents about general factors that influence the interest of foreign tourist visits to the Special Region Yogyakarta. Data analysis in this study uses multiple linear regression in which novelty seeking, lifestyle, and purchasing power variables are treatened as the independent variables. The results of this study indicate that novelty seeking, lifestyle, and purchasing power variables have a positive influence on the interest of foreign tourist visits. The dominant factor affecting the interest of foreign tourist visits is the novelty seeking variable.

Keywords: interest, foreign tourists, lifestyle, purchasing power, novelty seeking.

KATA PENGANTAR

Penelitian tentang pariwisata pada hakikatnya memfokuskan pada wisatawan dan produk pariwisata untuk diperlakukan sebagai komoditas yang dapat diperjual belikan dalam bentuk lain. Wisatawan menjadi subjek penelitian yang penting dalam kajian dan penelitian pariwisata. Perkembangan pariwisata pada suatu daerah atau negara secara umum diukur dari subyek parwisata yang disebut wisatawan. Kemajuan dan perkembangan pariwisata jarang melihat dan mengukur dari jumlah produk wisata dan destinasi wisata yang ada di suatu daerah atau wilayah. Titik tolak kajian dan penelitian pariwisata sejak awal munculnya ilmu pariwisata hingga sampai sekarang ialah wisatawan. Wisatawan menjadi pusat kajian dari perkembangan dan dinamika pariwisata di suatu negara. Oleh karena itu, pembahasan tentang pariwisata tidak lepas dari dimensi manusia yang disebut wisatawan. Pertumbuhan pariwisata di Yogyakarta menarik untuk menjadi perhatian penelitian dimana posisi Yogyakarta memiliki sejuta julukan sebagai kota pendidikan, kota budaya, kota pusaka, kota pariwisata, dan berbagai ikon unik telah membentuk karakter Yogyakarta sebagai salah satu destinasi yang menjadi skala prioritas untuk dikunjungi bagi wisatawan khususnya wisatawan mancanegara. Apabila melihat perkembangan pariwisata di Yogyakarta selama satu dekade ini dapat dilihat dan dirasakan bahwa kebutuhan dan kepentingan orang untuk berkunjung ke salah satu destinasi menjadi bagian dari gaya hidup.

Keberadaan wisatawan dalam kajian dan penelitian pariwisata menjadi penting untuk melihat peran dan fungsi pariwisata dalam kehidupan masyakarat. Wisatawan menjadi model dan cara untuk melihat perkembangan dan kemajuan pariwisata di suatu daerah atau negara. Dalam sejarahnya, pariwisata mengalami perubahan paradigmatik. Pada awalnya, pariwisata dimaknai sebagai salah satu bentuk hasil dari perjalanan

manusia melakukan pencarian kehidupan yang baru, mencari daerah yang dapat ditinggali dengan nyaman dan aman, serta mendapatkan rasa aman. Proses migrasi atau perpindahan manusia dari satu tempat ke tempat yang lain menjadi awal mula pariwisata dibentuk dan dikonsepsikan sebagai bagian dari perjalanan manusia. Setelah adanya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, proses perjalanan manusia dari satu tempat ke tempat yang lain, tidak hanya untuk mendapatkan kehidupan dan kenyamanan tetapi juga ingin melihat sesuatu yang baru. Manusia mulai tergerak dan bergerak untuk mendapatkan sesuatu yang baru melalui wisata. Sejak itu, wisatawan disebut sebagai pencari kebaharuan *(novel seekers).* Pilihan untuk menentukan destinasi wisata dan minat kunjung pada dasarnya ditentukan para rasa ingin tahu yang muncul dari dalam diri wisatawan. Faktor pendorong dan penarik yang terdapat dalam kehidupan sekitar wisatawan menjadi unsur pembentuk wisatawan melakukan perjalanan. Pariwisata menjadi gaya hidup mulai dipopulerkan setelah abad akhir abad ke-19, dimana pariwisata tidak hanya menjadi kebutuhan dasar manusia untuk mendapatkan sesuatu yang baru dan pengalaman kerohanian tetapi wisata atau berwisata menjadi bagian dari gaya hidup. Pemenuhan gaya hidup dapat dilakukan melalui kegiatan berwisata. Gaya hidup terbentuk dari waktu luang yang cukup banyak dimiliki oleh manusia setelah aktivitas dan kegiatan rutin selesai dilaksanakan, kemampuan secara ekonomi manusia semakin meningkat, dan rasa ingin tahu untuk melihat kehidupan dan peradaban lain semakin menguat karena perkembangan teknologi informasi dan ilmu pengetahuan. Perkembangan moda transportasi modern seperti pesawat terbang, mobil, bus, dan kereta cepat telah membawa mobilitas manusia semakin meningkat, serta teknologi telekomunikasi yang semakin canggih.

Berwisata menjadi gaya hidup dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan pariwisata di suatu daerah atau negara. Kebutuhan gaya hidup ini tidak hanya sekedar untuk

menikmati destinasi wisata tetapi daya dukung yang lain membawa inovasi dan kreativitas untuk menjadikan kebutuhan akan gaya hidup tersebut dapat terpenuhi secara maksimal. Munculnya agen perjalanan yang semakin banyak menunjukkan bahwa kebutuhan manusia akan berwisata sebagai gaya hidup semakin tinggi. Layanan paket wisata yang selalu dipromosikan pada surat kabar lokal dan nasional juga menjadi salah satu bentuk bahwa berwisata bukan hanya sekedar mengisi waktu luang, mencari hiburan, dan menghilangkan rasa penat tetapi menjadi gaya hidup manusia modern. Pergeseran paradigma pariwisata sebagai gaya hidup berbagai produk-produk pariwisata yang awalnya hanya menyediakan fasilitas dan tempat yang terbatas kemudian berkembang munculnya berbagai produk wisata dalam bentuk atraksi, pameran, pertemuan, dan akomodasi dari berbagai macam bentuk. Bentuk-bentuk produk wisata tidak hanya sekedar menampilkan apa yang sudah ada tetapi wisata artifisial juga mulai berkembang dari sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Misalnya, wisata swa foto, wisata buah, wisata belanja, dan wisata kuliner. Wisata swa foto, bertujuan untuk memanjakan gaya hidup manusia saat ini yang suka berswafoto ke tempat-tempat yang dibuat secara temporal untuk memberikan layanan kebutuhan gaya hidup dapat terpenuhi. Wisata buah, untuk memberikan layanan kepada wisatawan merasakan pengalaman hidup dekat dengan alam dan dapat makan buah-buah segar yang sebelumnya belum dirasakan. Wisata buah seperti agrowisata di daerah Sleman, bantul, dan tempat-tempat lain. Wisata buah atau agrowisata untuk memanjakan wisatawan yang memiliki gaya hidup vegetarian. Begitu juga wisata belanja dan kuliner untuk memanjakan wisatawan yang memiliki gaya hidup yang suka makan makanan tradisional atau kuliner khas di daerah lain. Konstruksi ini telah melahirkan karakter pencaharian kebaharuan menjadi pemicu minat kunjungan wisatawan ke destinasi wisata. Dalam berbagai dinamika dan perkembangannya, sektor pariwisata tetap menjadi

sektor yang diharapkan dalam membangun kesejahteraan bangsa dan negara. Pariwisata dapat menggerakkan berbagai sektor ekonomi rakyat lainnya. Oleh karena itu, pariwisata masih menjadi primadona bagi negara-negara yang sedang mengembangkan bisnis dan usaha pariwasata secara nasional dan internasional. Negara yang dapat memanfaatkan sektor pariwisata menjadi sektor vital dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan ekonomi rakyat tentu diperlukan usaha-usaha yang serius dari berbagai macam pemangku kepentingan. Dengan adanya penelitian interdispliner antara pariwisata dan manajemen diharapkan dapat menjadi terobosan secara keilmuan dan kebijakan dalam rangka membangun paradigma pariwisata yang berkelanjutan. Seiring dengan mobilitas barang dan jasa terutama manusia yang berinteraksi lintas negara dan benua menjadikan peluang tersendiri untuk meraih dan mendapatkan wisatawan dari luar negara.

Keberadaan wisatawan mancanegara menjadi peluang yang perlu digali dan diambil dalam upaya meningkatkan pertumbuhan pendapatan daerah dan nasional dari sektor pariwisata. Wisatawan mancanegara diharapkan tidak hanya sekedar "lewat" tetapi juga menghabiskan sebagian hidupnya tinggal di negara Indonesia. Terutama Yogyakarta sebagai kota yang menarik untuk dikunjungi karena daya tarik masyarakat, budaya, kehidupan baru, dan suasana baru diharapkan wisatawan mancanegara semakin meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian ini menjadi salah satu bagian dari upaya untuk melihat dan memahami tentang faktor-faktor penting pemicu minat kunjungan wisatawan mancanegara ke suatu daerah khususnya di DIY. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada akademisi dan pembuat kebijakan.

Yogyakarta, 4 Juli 2019

Damiasih

DAFTAR ISI

Halaman Judul..... i

Pernyataan tidak plagiat..... iii

Ucapan Terima Kasih..... v

Abstrak..... vii

Abstract..... viii

Kata Pengantar..... ix

Daftar Isi..... xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 3

1.2 Celah Penelitian..... 16

1.3 Rumusan Masalah dan Persoalan Penelitian..... 21

1.4 Tujuan Penelitian..... 21

1.5 Manfaat Penelitian..... 22

BAB II TELAAH PUSTAKA..... 23

2.1 Teori Utama..... 24

2.1.1. Perilaku Konsumen..... 24

2.1.2. Manajemen Jasa..... 28

2.1.3. Kepariwisataan sebagai Industri Jasa..... 29

2.2 Uraian Teoritis Peubah Penelitian..... 31

2.2.1 Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara..... 31

2.2.2 Pencaharian Kebaharuan..... 33

2.2.3. Gaya Hidup..... 34

2.2.4. Daya Beli..... 35

2.3. Kaitan Antar Peubah Penelitian..... 36

2.3.1. Kaitan antara Pencaharian Kebaharuan (X1)dan Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)..... 36

2.3.2. Kaitan antara Gaya Hidup (X2) dan Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)..... 37

2.3.3. Kaitan antara Daya Beli (X3) dan Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)..... 38

2.3.4. Kaitan antara Pencaharian Kebaharuan, Gaya Hidup, dan Daya Beli terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Mancanegara..... 39

2.4. Model Penelitian..... 40

BAB III METODE PENELITIAN..... 41

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian..... 42

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian..... 42

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data..... 43

3.4 Teknik Pengambilan Sampel 44

3.5 Definisi Operasional Peubah Penelitian..... 45

3.6. Skala Pengukuran Data..... 50

3.7. Kategori Deskripsi Peubah Penelitian…..... 51

3.8. Metode Analisis Data..... 52

3.8.1. Uji Kesahihan dan Kehandalan..... 53

3.8.2. Deskripsi Responden dan Kategorisasi..... 54

3.8.3. Regresi Linear Berganda..... 55

3.8.4. Uji Asumsi Klasik..... 56

3.8.5. Uji Hipotesis..... 57

3.9 Koefisien Determinasi (R^2)..... 61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 63

4.1. Deskripsi Objek Penelitian..... 64

4.1.1. DIY sebagai destinasi wisata..... 66

4.1.2. Kondisi Sosial Budaya..... 67

4.1.3. Kondisi Pariwisata di Yogyakarta..... 69

4.1.4. Deskripsi Responden..... 71

4.2. Deskripsi Kategori Peubah Penelitian..... 73

4.3. Hasil Uji Kesahihan dan Kehandalan..... 84

4.3.1. Hasil Uji Kesahihan..... 84

4.3.2. Hasil Uji Kehandalan..... 87

4.4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda 95

4.5. Hasil Uji Hipotesis..... 98

4.6. Koefisien Determinasi (R^2)..... 102

4.7. Pembahasan 104

4.7.1. Pengaruh Pencaharian Kebaharuan Terhadap Minat Wisatawan Mancanegara..... 104

4.7.2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Wisatawan Mancanegara..... 106

4.7.3. Pengaruh Daya Beli Terhadap Minat Wisatawan Mancanegara..... 109

4.7.4. Pengaruh Pencaharian kebaharuan, Gaya Hidup, dan Daya Beli terhadap Minat Wisatawan Mancanegara..... 111

BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... 115

5.1.Simpulan..... 116

5.2. Saran..... 118

5.3. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang..... 119

5.3.1. Keterbatasan Penelitian..... 119

5.3.2. Agenda Penelitian Mendatang..... 119

DAFTAR PUSTAKA..... 121

BAB I

PENDAHULUAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang memumpun pada Pencaharian Kebaharuan sebagai faktor yang memicu minat wisatawan mancanegara berkunjung ke DIY. Penelitian ini menarik untuk diteliti dan dilakukan karena melihat dinamika DIY selama sepuluh tahun terakhir ini mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat dilihat dari aspek sosial-budaya yang ada. DIY tidak hanya sekedar kota yang dikenal sebagai kota pendidikan tetapi berbagai julukan dan sebutan melekat di DIY. DIY memiliki berbagai memori yang bermakna bagi masyarakat dan terutama para pendatang yang pernah merasakan dinamika kehidupan masyarakat di DIY. Akhir-akhir ini sejumlah destinasi wisata di DIY bermunculan dengan berbagai bentuk, mulai dari kuliner, *fashion*, gaya hidup, wisata alam, dan wisata budaya yang berpadu dengan alam berkembang di berbagai kabupaten di wilayah DIY. Sejak adanya gagasan pembangunan bandara internasional DIY yang dikenal dengan *Yogyakarta International Airport* (YIA) di Kulonprogo, dunia pariwisata di DIY mengalami dinamika. Struktur penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan khususnya wisatawan mancanegara dalam berkunjung ke DIY. Penelitian ini akan dibagi menjadi 5 bab yang terdiri atas Bab I Pendahuluan, Bab II Kajian Teoritis, Bab III Metode Penelitian, Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan, dan Bab V Simpulan. Pada bab I ini akan menguraikan latar belakang masalah, celah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Berikut ini alur proses dalam bab pendahuluan.

DAFTAR PUSTAKA

Adair, J. 1990. *Understanding Motivation*. Guildford: Surrey Talbot Adair Press.

Alfath. E.D, Permana. Y.S. 2016. Festival 1000 Tumpeng: Komodifikasi tradisi, pariwisata, dan 'territoriality' di Gunung Kelud, *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik Vol. 29, No. 4, tahun 2016, hal. 169-180.*

Amaluddin, Moh. 1987. *Kemiskinan dan Polarisasi Sosial: Studi Kasus di Desa Bulugede, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah*. Jakarta : UI Press.

Badan Pusat Statistik (BPS) 2017.

Baloglu,S. & Usyal, M. 1996. Market Segments of Push and Pull Motivations: a Canonical Correlation Approach. *International Journal of Temporary Hospitality Management,* Vol. 3(8): 32-38.

Bashar, Aref M.A.M & Ahmad, P.M.S. 2010. An Analysis of Pull and Push Motivations of Foreign Tourists to Jordan.*International Journal of Business and Management*, Vol. 5 (12): 41-50.

Beerli, A., & Martin, J. D. 2004. Tourists' characteristics and perceived image tourist, destinations: a quantitive analysis – a case study of Lanzarote, Spain. Tourism Management, 25(5), 623-636.

Berita Resmi Statistik.2013. Badan Pusat Statistik. No. 12/02/Th. XVII, 03 Februari 2013.

Berita Resmi Statistuk.2017. Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2017. No. 13/02/Th.XXI, 1 Februari 2018.

Björk, P. & Jansson, T. 2008. Travel Decision Making – The Role of Habit. *An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol. 3(2): 11-34.

Buku Statistik Kepariwisataan DIY tahun 2017.

Budiaji. Weksi. 2013. "SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale)". Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan Desember 2013 Vol. 2 No. 2 Hal : 127-133 ISSN 2302-6308 Available online at: http://umbidharma.org/jipp.

Brahmanto.E dan Wiradipoetra.F.A. 2016. Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung, Pariwisata, Vol. III No. 2 September 2016.

Chang, J.C. 2007. Travel Motivations of Package Tour Travelers. *Original Science Paper*, 55(2). 157-176.

Chang.J. Wall.Geoffrey.Chu.Tim.2006. Novelty Seeking At Aboriginal Attractions. Annals of Tourism Research, Vol. 33, No. 3, pp. 729–747.

Cooper R. Donald and Pamela S. Schindler. 2014. *Bussiness Research Methods.* New York: McGraw-Hill.

Crompton, J. L. 1979. Motivations for pleasure vacation. Annals of Tourism Research, 6(4), 408–424.

Dalivanh Sirisack & Friends. 2014: The Characteristics and Motivations of Foreign Tourists Who Visit Luang Prabang Province, Lao PDR. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 5(9): 262-275.

Durianto. 2003. *Brand Equity ten, Strategi memimpin pasar* . Jakarta. PT Gramedia puataka utama.

Elena & Cristina. 2011. Current Trend in Tourist Motivation. *Cactus Tourism Journal*, Vol 2: 15-24.

Fairlough, N. 1995. *Discourse and Social Change*. Cambridge : Potity Press.

Ferdinand, Augusty. 2006. Structural Equation Model Dalam Penelitian Manajemen. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.

Ghozali Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haviana. Chairul S.F, Subroto, Imam Moch Ibnu, Maryuliana.2016. Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert, *Jurnal Transistor Elektro dan Informatika (TRANSISTOR EI) Vol. 1, No. 2, Oktober 2016, pp. 1-12.*

Hemant K. & Rhaalib Gassita. 2013. Exploring Tourist Push and Pull Motivations to Visit Mauritius as A Tourist Destination.*African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure,* Vol 2(3): 1-13.

Herawan B.N. Supriono.2018. Pengaruh Keunggulan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kunjungan Wisata (Studi Pada Wisatawan Nasional Indonesia Yang Berwisata Ke Luar Negeri). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 60 No. 2 Juli 2018.

Hersey, Paul dan Kenneth. H. Blanchard.2013. *Manajemen Perilaku Organisasi: Pendayungan Sumber Daya Manusia, Terjemahan Agus Dharma*, Erlangga, Jakarta, 2003 Pasolong Harbani, (2013), Kepemimpinan Birokrasi, Alfabeta, Bandung.

Hoesada, Jan.2013. *Taksonomi Ilmu Manajemen*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

Husein, Umar.2002. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pusaka.

Ihalauw. John.JOI.2018. *Certainty Method Sebuah Tawaran Alternatif Perskalaan untuk Mengukur Konsep Beraras Interval dalam Penelitian Empirik.* Salatiga: UKSW.

Kanagaraj C. and Bindu T. 2013. An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Domestic Tourists to Kerala. *International Journal of Management & Business Studies,* Vol. 3(2): 112-118.

Kasali, Rhenald. 2007. Memb*idik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting. Positioning.* Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Keputusan Gubernur DIY Nomor.186/KEP/2011 Penetapan Kawasan Cagar Budaya.

Kumala,Vina. 2018. Kajian Tentang Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Ke Kota Bukittinggi. *MENARA Ilmu Vol. XII Jilid I No.79 Januari 2018. Hal. 174-186.*

Kim. Yeong-Gug. Kitouna.Santivong.2017. Tourists' novelty-seeking motivation in nature-based tourism destinations. International Journal of Tourism and Hospitality Research Volume 31, Number 10, pp. 45-58.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1,* Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. Jakarta: PT. Indek.

Lind, Marchal, & Wathen 2013. *Statistical Techniques in Business & Econimics.Fithteenth Edition*. Mc Graw-Hill: New York.

Lubbe, B. 1998. Primary Image as A Dimension of Sestination Image: An Empirical Assessment. *Journal of Travel and Tourism marketing*, Vol 7(4), 21-43.

Lakuhati.J.R. Pengemanan. Paulus A. Pakasi, Caroline B.D. 2018. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Ekowisata Di Desabahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-Sosio Ekonomi Unsrat, Volume 14 Nomor 1, Januari 2018 : 215 – 222.*

Lee, T., and J. Crompton.1992. Measuring Novelty Seeking in Tourism. Annals of Tourism Research 19:732- 737.

Narbuko, cholid dan achmad. 2015. *Metodologi penelitian.* Jakarta: PT. Bumi Akasara.

Nurgiyantoro B, Gunawan, Marzuki.2000. *Statistik Terapan : untuk penelitian ilmu-ilmu sosial.* Yogyakarta. Gadjah Mada University Pers.

Nuraeni,Bellinda Sofia. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis STRATEGI Vol. 23 No. 1 Juli 2014.*

Nugroho J. Setiadi. 2010. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana.

Mansfield, Y. (1992). From motivation to actual travel. *Annals of Tourism Research,* 19: 399-419.

March, R. G.& Woodside, A. G. 2005. Tourism Behavior, Travelers' Decisions and Actions, CABI Publishing: New York.

Mathieson, A. & Wall, G. 1982. *Tourism: Econimis, Physical and Social Impact*. Harlow: Longman.

Morrison Alastair, M. 2002. *Hospitality and Travel Marketing*. Florence KY USA: Delmar Thomson Learning.

Mounthito, L. 2000. *Stategic Management in Tourism*. New York: CABI Publishing.

Mowen John C dan Minor. Michael. 2002. *Perilaku Konsumen (Jilid 1),* Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.

Mutjilo dkk. 2016. *Analisis Informasi Statistik Pembangunan Daerah istimewa yogyakarta 2016*, Bapeda & BPS DIY: Yogyakarta.

Mutia. Agustina.2017. Pengaruh Gaya Hidup Dan Minat Terhadap Kebiasaan Pembelian Barang Yang Tidak Terencana

Masyarakat Kota Jambi. Iltizam Journal Of Shariah Economic Research, Vol. 1, No. 1, 2017.

Mulyanto, Dede. 2012. *Genealogi Kapitalisme: Antropologi dan Ekonomi Politik Pranata Eksploitasi Kapitalistik*. Yogyakarta: Resist Book.

Mursid, M. 1993. *Manajemen Pemasaran.* Ed 1, Cet 1. Jakarta: Universitas Terbuka Depdikbud.

Nuraeni, Bellinda Sofia.2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis STRATEGI Vol. 23 No. 1 Juli 2014. Hal.1-20.*

Paulson, D. S. 2007. Handbook of Regression and Modeling Apliplication for the Clinical and Pharmaceutical Industries. London: Chapman & Hall.

Pitana I. Gde dan Putu G Gayatri.2005. *Sosiologi Pariwisata.* Yogyakarta: Andi Offset.

Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme.* Bandung: Penerbit Mizan.

Prayitno, Duwi. 2010. *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Cetakan kedua. Yogyakarta: Andi Ofset.

Prasetya, Deddy. 2014. *Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)*, Jurnal Politi Muda Volume 3 No 3 Agustus-Desember 2014.

Rahayu dan Budiyanto. 2004. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sabon, V. L., Perdana, M. T. P., Koropit. P, C, S., & Pierre, W. C. D. 2018. Strategi Peningkatan Kinerja Sektor Parawisata Indonesia Pada Asean Economic Community. Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vo.8 (2): 163 – 176. doi: 10.15408/ess.v8i2.5928.

Sahin, I & Guzel, F.O. 2018. Local Culture Experience and Novelty Seeking: A Comparison on Istanbul and Antalya Tourism Destinations. PEOPLE: International Journal of Social Sciences, 4(1), 313-329.Salomon R. Michael. 2013. *Consumer Behavior Buying, Having, and Being.*Tenth Edition. England:Pearson.

Sari. Ni Putu Ratna. 2016. Komodifikasi (Komoditifikasi) Dalam Industri Perhotelan Di Bali. *ANALISIS PARIWISATA, VOL. 16, NO. 1, Tahun 2016.* Hal.23-28.

Santoso, Singgih. 2001. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametric*.Jakarta:PT. Elek Media Komputindo.

Samuel. H. Dewi. Metha N.2015. Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 3, No. 1, (2015) 1-13.

Schiffman, G. Leon, dan Kanuk, Lazar L. 2008. *Perilaku Konsumen.* Edisi Ketujuh.

Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Volume 1. Front Cover: John Wiley & Sons, Incorporated.

Sevilla, Consuelo G.2007. *Research Methods*. Quezon City: Rex Printing Company.

Shadily, Hassan. Pemimpin Redaksi. 1987. Ensiklopedi Indonesia. Jilid 4. Jakarta: P.T. Ichtiar Baru – Van Hoeye.

Siri Raktida & Friends. 2012. Exploring Indian Tourists' Motivation and Perception of Bangkok. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism,* Vol 7(1): 61-79.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2002. *Metode Penelitian Survei.* Jakarta: LP3ES.

Spillane, J. James, 1987. *Ekonomi Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya,* Yogyakarta: Kanisius.

Sri, A. A. P. (2013). Faktor-Faktor Yang Memotivasi Perempuan Sebagai Pengelola Pondok Wisata Di Kelurahan Ubud, Kabupaten Gianyar. Jurnal Analisis Pariwisata. Vol. 13 (1): 1-10.

Sugiyono.1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sustri, Sudhartono,A, dan Modjanggo.F. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung Ke Objek Ekowisata Pantai Siuri, Desa Toinasa Kecamatan Pamona Barat Kabupaten Poso. *WARTA RIMBA* Volume 3, Nomor 2 Desember 2015. Hal: 88-95.

Suryabrata, sumardi. 2013. *Metodologi penelitian.* Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Suryani,Tatik.2013.*Perilaku Konsumen di Era Internet,*Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sugiama, Aceng Gema, 2004. Dampak Pengembangan Usaha Kepariwisataan terhadap kepuasan pengalaman berwisata, *Disertasi*, ITB, Bandung.

Sukardjo. 2006. *Kumpulan Materi Evaluasi Pembelajaran*. Yogyakarta: UNY Press.

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suwinto Johan.2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Soekadijo. R. G. 2003. *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "System Linkage").* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Swarbrooke, J., and Horner, S. 1999. Consumer Behavior in Tourism, Butterworth-Heinemann, Great Britain.

Swastuti.Endang dan Pudjiarti. Emiliana.S.2018. A Study of Novelty Seeking Based-Revisiting Interest At Ketep Pass Tourism Object in Magelang Regency. Indonesian Journal of Business and Economics, Vol.1.Issue 2, December.

Tampubolon.1991.*Mengembangkan Minat dan Kebiasan Membaca Pada Anak.* Bandung:Angkasa.

Thabrani. 2018. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Sovenir Di Objek Wisata Tanjung Lapin Desa Tanjung Pinang Kecamatan Rupat Utara. JOM FISIP Vol. 5: Edisi I Januari – Juni 2018, hal.1-12.

Thaothampitak, W & Weerakit, N. 2012. *Tourist Motivation and Satisfaction: the case study of Trang Province Thailand,* Faculty of Hospitality and Tourism, Prince of Songkla University, Thailand.

Tjiptono, Fandy.2014.*Pemasaran Jasa.*Yogyakarta: Penerbit Andi.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Vuuren, Van & Elmarie. 2011. Travel Motivation and Behavior of Tourist to Shouth African, *Book of Proceeding, International Conference on Tourism & management Studies.* Vol 1: 295-304.

Venkatesh, U. 2006. Leisure: Meaning and Impact on Leisure Travel behavior, *Journal of Service Research*, Vol 6(1): 87-108.

Victoria dkk. 2018. *Strategi Peningkatan Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia Pada Asean Economic Community*, Jurnal Bisnis dan Manajemen UIN Jakarta Volume 8 (2) 2018.

Wahab, Salah. 1975. *Tourism Management.* London : Tourism International Press.

Wandari L. A., dkk. 2014. Pengaruh City Branding Shining Batu terhadap City Image dan Keputusan berkunjung wisatawan ke Kota Batu tahun 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis,* Vol 16 (1): 1-6.

Wang Kuo-Ching and friends. 2007. Senior Tourists' Purchasing Decisions in Group Package Tour. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research,* Vol 18 (1): 139-154.

Wahyu Widiarso. 2012. *Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) pada Data yang Tidak Normal.* (Fakultas Psikologi UGM. 2012.

Widoyoko Eko P. 2012. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Wiratini, N Nyoman Ayu, Setiawina N. Djinar. Yuliarmi, Ni Nyoman. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 7.1 (2018): 279-308.

World Tourism Organization (UNWTO) Annual Report 2014.

World Economic Forum, W. 2015. The Travel & Tourism. Geneva: World Economic Forum.

Yoon, Y.& Usyal, M. 2005. An Examination of The Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*, Vol 26(1): 45-56.

Yoeti, Oka.A.1996.*Pengantar Ilmu Pariwisata*.Bandung: Angkasa.

Yu-Fen Chen & Huai-En Mo. 2014. A Survey of Push and Pull Motivations of Green Event Tourists, *International Journal of Information and Education Technology*, Vol. 4(3): 260-263.

Yunita. Artanti.Y.2014. Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pria Di Kabupaten Mojokerto. Jurnal Ilmu Manajemen | Volume 2 Nomor 4 Oktober 2014.

Internet:

- http://www.kemenpar.go.id/
- https://fakta.news/berita/menpar-tahun-2018-adalah-visit-wonderful-indonesia-year.
- https://tradingeconomics.com/indonesia/tourist-arrivals, akses 10 Februari 2019, 10:00.
- https://kumparan.com/kumparannews/menpar-akses-jadi-kendala-berkembangnya-pariwisata-di-yogyakarta-1535537446619084286, diakses 5 Februari 2019, 10:00.
- http://mediaindonesia.com/read/detail/177764-wisatawan-mancanegara-masuk-yogya-alami-kenaikan
- https://www.idntimes.com/travel/destination/putriana-cahya/indahnya-alam-indonesia-ternyata-bukan-alasan-utama-turis-asing-datang
- https://www.kamusbesar.com/wisatawan-mancanegara
- https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html
- https://travel.kompas.com/read/2015/01/29/172300627/Wisata.Budaya.di.Yogyakarta.Jadi.Incaran.Turis.Mancanegara.
- http://mediaindonesia.com/read/detail/68899-pariwisata-indonesia-sulit-bersaing-dengan-negara-asean
- https://www.pedomanwisata.com/event/festival/art-jog-2018-yogyakarta-pameran-seni-rupa-kontemporer-terbesar-di-indonesia.
- https://travel.kompas.com/read/2019/01/31/160600127/membandingkan-motivasi-berwisata-setiap-penduduk-negara.
- https://asean.org/storage/2015/09/Table-28-checked.pdf.

Damiasih, lahir di Nganjuk, Jawa Timur adalah Wakil Ketua dan dosen tetap di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta dan sampai saat ini juga sebagai Sekjen HILDIKTIPARI (Himpunan Lembaga Pendidikan Tinggi Pariwisata Indonesia). Menyelesaikan pendidikan Strata I di jurusan Bahasa dan Sastra Perancis UNY, kemudian meraih Magister Manajemen dan Magister Pariwisata di S2 di STIE MITRA Indonesia Yogyakarta dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Semarang. Di tahun 2019 ini telah menyelesaikan program S3 pada Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Uiversitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Banyak penelitian tentang Jogja dari sudut pandang beragam baik itu dari sudut pendidikan, budaya dan dari sisi destinasi wisata. Namun pada kenyataan dilapangan pengunjung mancanegara yang ke Jogja tidak sebanding dengan pertumbuhan pariwisata di Jogja sebagai kota budaya dan heritage.

Atas dasar fenomena tersebut, maka Damiasih (Ami) mencoba mengkaji penyebab dari permasalahan tersebut dari berbagai sudut pandang, dan berdasarkan penelitian ini maka pencaharian kebaharuan merupakan faktor utama yang memicu wisatawan asing untuk berkunjung ke Jogja tercinta.

ISBN 978-602-52370-3-4