

**MENGUKUR NIAT TURIS UNTUK MENGUNJUNGI GUNUNG  
PADANG. BAGAIMANA PENGARUH MOTIVASI DAN  
*SENSATION SEEKING*?**

**AUDRI WAFI RABBANI**

**8215132757**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

**MEASURING TOURIST INTENTIONS TO VISIT GUNUNG  
PADANG. HOW DOES MOTIVATION AND SENSATION  
SEEKING INFLUENCE?**

**AUDRI WAFI RABBANI**

**8215132757**



*Submitted in Partial Fullfilment of the Requirements of the Degree of Bachelor  
of Economics*

***STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECEONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2019**

## ABSTRAK

**Audri Wafi Rabbani, 2019; Mengukur Niat Berkunjung Ke Gunung Padang. Bagaimana Pengaruh Motivasi dan *Sensation Seeking*?. Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Usep Suhud, M.Si.Ph.D & Shandy Aditya, BIB, MPBS**

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk menguji pengaruh motivasi terhadap niat untuk berkunjung pada obyek wisata Gunung Padang, Cianjur, Jawa Barat. 2) Untuk menguji pengaruh *sensation seeking* secara langsung terhadap niat untuk berkunjung pada obyek wisata Gunung Padang, Cianjur, Jawa Barat. 3) Untuk menguji pengaruh *sensation seeking* terhadap motivasi untuk berkunjung pada obyek wisata Gunung Padang, Cianjur, Jawa Barat. Objek penelitian ini adalah Gunung Padang dengan jumlah responden sebanyak 200 responden. Teknis analisis data menggunakan perangkat lunak atau *software* SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistic AMOS versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil dari penelitian.

Hasil penelitian ini adalah H1 memiliki nilai *critical ratio* 3,889 yang berarti hipotesis diterima dengan memiliki nilai *standardized total* 0,480 yang berarti yang berarti memiliki pengaruh cukup kuat. Itu menunjukkan bahwa motivasi memiliki efek yang cukup kuat terhadap niat untuk berkunjung ke Gunung Padang. Selanjutnya, H2 memiliki nilai *critical ratio* 4,361 yang berarti hipotesis diterima dengan memiliki nilai *standardized total* 0,614 yang berarti memiliki pengaruh yang kuat. Itu menunjukkan bahwa *sensation seeking* memiliki efek yang cukup kuat terhadap niat untuk berkunjung ke Gunung Padang. Selanjutnya, H3 memiliki nilai *critical ratio* 4,734 yang berarti hipotesis diterima dengan nilai *standardized total* 0,704 yang berarti memiliki pengaruh yang kuat. Itu menunjukkan bahwa *sensation seeking* memiliki efek yang kuat terhadap motivasi untuk berkunjung ke Gunung Padang.

Kata kunci: Motivasi, *Sensation Seeking*, Niat, dan Gunung Padang

## ABSTRACT

***Audri Wafi Rabbani, 2019; Measuring Intention to Visit Gunung Padang. How are the Effects of Motivation and Sensation Seeking? Thesis, Jakarta: Management Department, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Usep Suhud, M.Sc. Ph.D & Shandy Aditya, BIB, MPBS***

*The objectives of this study are: 1) To test the effect of motivation on the intention to visit Gunung Padang tourism object, Cianjur, West Java. 2) To test the effect of sensation seeking directly on the intention to visit Gunung Padang tourism object, Cianjur, West Java. 3) To test the effect of sensation seeking on motivation to visit Mount Padang tourism objects, Cianjur, West Java. The object of this research is Gunung Padang with the number of respondents as many as 200 respondents. Technical data analysis uses software or software SEM (Structural Equation Model) from the AMOS version 22 statistical package to process and analyze the results of the research.*

*The results of this study are H1 has a critical ratio value of 3.889 which means that the hypothesis is accepted by having a standardized value of a total of 0.480 which means that it has a strong enough influence. It shows that motivation has a strong enough effect on the intention to visit Gunung Padang. Furthermore, H2 has a critical ratio of 4.361 which means the hypothesis is accepted by having a standardized value of a total of 0.614 which means it has a strong influence. That shows that sensation seeking has a strong enough effect on the intention to visit Gunung Padang. Furthermore, H3 has a critical ratio value of 4.734 which means that the hypothesis is accepted with a standardized value of a total of 0.704 which has a strong influence. It shows that sensation seeking has a strong effect on motivation to visit Gunung Padang.*

*Keywords: Motivation, Sensation Seeking, Intention, and Gunung Padang*

## LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus.  
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Ketua	 .....	19/2 2019 .....
2. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Sekretaris	 .....	19/2 2019 .....
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, MM</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli	 .....	18/2 2019 .....
4. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Pembimbing I	 .....	18/2 2019 .....
5. <u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIDK. 8817860018	Pembimbing II	 .....	18/2 2019 .....

Tanggal Lulus .....

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Februari 2019

Yang Membuat Pernyataan



Audri Wafi Rabbani

No. Reg: 8215132757

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

“You can’t waiting for inspiration, you have to catch it up” - Jack  
London

“Man Jadda WaJada - Karena dengan usaha dan kerja keras lah semua  
bisa dilakukan” - Peneliti

“Segala masalah yang ada didepan kita bukan untuk dihindari, tapi  
dihadapi. Karena tidak masalah itu tidak akan selesai dengan  
sendirinya” - Peneliti

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orangtua  
Irma Rosalinda & Dikdik Kuncara  
Semoga kalian bangga dengan segala usaha saya  
**I LOVE YOU BOTH**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT karena berkat Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Judul penelitian ini adalah “Pengaruh Motivasi Berkunjung dan *Sensation Seeking* dan Dampaknya Terhadap Niat Untuk Berkunjung ke Obyek Wisata Gunung Padang”.

Berbagai motivasi, bimbingan, koreksi dan bantuan diterima penulis selama penelitian ini berlangsung. Tanpa ada bantuan dari pihak lain, mungkin penulis tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini khususnya kepada:

1. Allah SWT, atas karunia dan hidayah yang diberikan dalam penelitian yang peneliti lakukan.
2. Usep Suhud, M.Si, Ph.D. selaku pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis serta selalu memberikan saran kepada penulis.
3. Shandy Aditya, BIB, MPBS. selaku pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis serta selalu memberikan saran kepada penulis.
4. Dikdik Kuncara dan Irma Rosalinda selaku orang tua penulis, Gianina, Vannisa selaku keluarga penulis penulis yang telah memberikan dorongan, baik moral maupun materil selama penulisan ini.



5. Prof. Dr .Dedi Purwana E.S., M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Andrian Haro S.Si, M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
7. Jajaran dosen serta karyawan Universitas Negeri Jakarta khususnya Jurusan Manajemen yang telah membimbing dan membantu selama penelitian.
8. Firda Mufidah yang sudah membantu dengan kerja keras menerjang padatnya Lenteng Agung – Rawamangun hampir setiap harinya untuk membantu penulis dalam menyusunnya penelitian ini.
9. Aszari Fahmi Maliki, Habibah Arviana, Dicky Pratama, Anugerah Putri Diandra, Dian Annisa, Agus Sakti, Teguh Santoso, Tatag Atmaja, yang dengan senang hati dan sabar menemani serta membantu peneliti dalam menyusun penelitian ini.
10. Fajrin Kameel Akbar, Ema Novia, Sandy Siswandira, Farol selaku teman seperjuangan yang setia mendukung dalam kondisi apapun.
11. Adrian Kristianto, M. Isro, Ervatamia Ajeng, Elyana Agatia, Novan Faris Hardiansyah yang menyemangati dan memberikan motivasi untuk melakukan penelitian ini.
12. Rekan-rekan mahasiswa S1 Manajemen Pemasaran 2013.
13. Tak lupa pula penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak terkait lainnya yang telah banyak membantu dalam penelitian.

Penulis akui penulis tidaklah sempurna, apabila nantinya terdapat kekeliruan dalam penulisan penelitian ini penulis sangat mengharapkan kritik dan sarannya. Akhir kata semoga penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua.

Jakarta, Februari 2019

Peneliti