

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hampir di setiap tradisi agama, selalu ada ziarah ritual perjalanan yang mendorong warganya untuk mengunjungi tempat-tempat yang memiliki hubungan atau terkait dengan agama itu (Raj & Morpeth., 2007). Hingga saat ini, tradisi ziarah masih terpelihara dengan baik. Motivasi ziarah telah menjadi alasan kuat seseorang untuk melakukan perjalanan (Vukonic., 2002). Keadaan ini sering kali dikapitalisasi oleh negara-negara dengan tujuan ziarah. Banyak negara berfokus pada pengembangan situs (Raj & Morpeth., 2007) untuk menjadikan ziarah memiliki jangkauan global yang lebih luas. Keberadaan situs ziarah menjadi keunggulan absolut spesifik suatu negara. Oleh karena itu, kemasannya ziarah telah berubah menjadi wisata religius.

Indonesia memiliki banyak situs agama Buddha yang baru-baru ini berubah menjadi tujuan wisata budaya. Situs-situs tersebut sebenarnya adalah warisan kerajaan Buddha yang pernah ada di Indonesia di masa lalu. Situs Buddhis yang paling monumental dan pernah menjadi salah satu dari tujuh keajaiban dunia adalah candi Borobudur. Candi Buddha terbesar ini dikembangkan oleh Raja Smaradungga dari dinasti Syailendra yang berkuasa antara 760 dan 830 Masehi. Candi Borobudur telah menjadi simbol kebangkitan agama Buddha di Indonesia setelah jatuhnya kerajaan Majapahit. Situs ini digunakan sebagai pusat perayaan Vesak nasional pertama yang diprakarsai oleh Anagarika The Boan An (yang kemudian dikenal sebagai Ashin Janarakkitha) pada 23 Mei 1953. Selain sebagai tujuan wisata budaya, candi Borobudur juga telah sering digunakan sebagai tempat acara keagamaan Buddha sampai hari ini.

Dalam industri pariwisata yang sangat kompetitif, pariwisata dipandang sebagai kekuatan pendorong bagi pembangunan daerah. Pariwisata yang sukses dapat meningkatkan pendapatan, pekerjaan, dan pendapatan pemerintah. Untuk memberikan kualitas layanan yang tinggi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan telah menjadi perhatian penting bagi manajemen destinasi pariwisata berkelanjutan (Liu dan Yen., 2010). Namun, untuk dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain adalah bagian penting lainnya untuk membangun keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata (Chen dan Tsai., 2007).

Indonesia memiliki potensi wisata yang luas untuk dieksploitasi dan merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, membentang sepanjang 5.110 km di garis khatulistiwa dari timur ke barat dan 1,888 km dari utara ke selatan. Ini terdiri dari lima pulau besar (Jawa, Bali, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua), dan sekitar 30 provinsi kecil, dengan lebih dari 17.000 pulau. Indonesia juga dinamai "Nusantara" (di antaranya) karena terletak di antara dua samudera besar (Pasifik dan Samudra Hindia) dan dua benua (Australia dan Asia) yang menjadikan Indonesia diperkaya dengan sumber daya alam dan beragam budaya yang menawarkan berbagai macam kegiatan dan tujuan pariwisata.

Keragaman dalam hal sumber daya alam, budaya dan sejarah diyakini untuk mendukung pertumbuhan industri pariwisata Indonesia. Pariwisata merupakan komponen penting bagi perekonomian nasional, serta sumber pendapatan devisa yang penting bagi Indonesia. Menurut "Laporan Daya Saing Perjalanan & Pariwisata 2011" di *World Economic Forum* (2011) pariwisata Indonesia berada di peringkat ke-13 di peringkat regional dan ke-74 dari 328 negara di dunia. Oleh karena itu, pariwisata Indonesia menjadi kontributor terbesar ketiga sebagai sumber pendapatan non-migas setelah produk kayu dan tekstil (Sumaco & Richardsson., 2011).

Candi Borobudur adalah salah satu manifestasi mendasar dari warisan budaya Indonesia. Ia memiliki keunikan tersendiri, yang memadukan aspek budaya dan agama yang sangat kuat di Indonesia. Candi Borobudur diakui oleh Guinness World Records adalah candi Budha terbesar yang pernah dibangun dan juga salah satu monumen keagamaan terbesar di dunia, yang dibangun 300 tahun sebelum Angkor Wat di Kamboja dan 400 tahun sebelum katedral besar di Eropa, yang terdaftar sebagai Situs warisan budaya dunia *UNESCO* pada tahun 1991.

Meningkatnya jumlah wisatawan setiap tahun memicu manajemen Badan Candi Borobudur harus dapat menerapkan kualitas layanan yang tinggi berdasarkan pemahaman persepsi wisatawan domestik (kebutuhan dan harapan) untuk meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan domestik dan kemauan untuk melakukan perilaku masa depan niat. Selain itu, pengukuran antara kepuasan wisatawan dengan kualitas layanan memungkinkan manajemen warisan budaya untuk sepenuhnya memahami harapan wisatawan dan bagaimana memenuhi harapan dan kebutuhan yang dibutuhkan wisatawan (Meng *et al.*, 2008).

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Adapun pertanyaan penelitian dalam perumusan masalah ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Candi Borobudur ?
2. Apakah *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Destination Satisfaction* pada pengunjung Candi Borobudur ?
3. Apakah *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Candi Borobudur ?
4. Apakah *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Destination Satisfaction* pada pengunjung Candi Borobudur ?
5. Apakah *Destination Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Candi Borobudur ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Candi Borobudur.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Destination Image* terhadap *Destination Satisfaction* pada pengunjung Candi Borobudur.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Perceived Value* terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Candi Borobudur.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Perceived Value* terhadap *Destination Satisfaction* pada pengunjung Candi Borobudur.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *Destination Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung Candi Borobudur.

### **1.4 Kebaruan Penelitian**

#### **1.4.1 Penelitian Terdahulu**

Responden yang peneliti ambil yaitu responden yang sudah pernah berkunjung ke Candi Borobudur, adapun responden yang peneliti tuju ialah responden yang memiliki rentang usia 15 – 45 tahun, peneliti mengambil sampel responden di wilayah Jakarta.

Penelitian ini berdasarkan atas penelitian-penelitian yang terdahulu antara lain :

1. **(Timothy, 2016) *Managing Heritage Tourism Resources*. 27(3), 682–708.**

Artikel ini membahas hasil survei Delphi terhadap pemilik dan manajer properti bersejarah, para penyedia organisasi, konsultan, dan akademisi yang berbasis warisan budaya

di seluruh Inggris. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki kendala utama dan keharusan yang berkaitan dengan pengelolaan jangka panjang objek wisata warisan budaya yang dibangun. Tiga masalah terkait dinilai: misi mendasar dari objek wisata warisan; faktor-faktor yang berdampak pada keputusan yang berkaitan dengan pembebanan biaya masuk wisatawan; dan persepsi pengelola warisan tentang peran masing-masing atraksi tersebut dan lembaga publik dalam mendanai pengelolaan pariwisata dan program pelestarian warisan. Makalah ini kemudian mempertimbangkan pentingnya masalah ini dalam menilai strategi potensial untuk menggerakkan wisata cagar budaya menuju keberlanjutan.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu   | Penelitian Sekarang  |
|--|--|
| Objek “wisata cagar budaya warisan budaya di seluruh Inggris”  | Objek “ <i>Heritage Tourism</i> yang mengunjungi Candi Borobudur”  |
| Tujuan Penelitian “Untuk menyelidiki kendala utama dan keharusan yang berkaitan dengan pengelolaan jangka panjang objek wisata warisan budaya yang dibangun. | Tujuan Penelitian “Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Destination Satisfaction, Destination Image</i> terhadap <i>Destination Satisfaction, Perceived Value</i> terhadap <i>Visit Intention, Perceived Value</i> terhadap <i>Destination Satisfaction, Destination Satisfaction</i> terhadap <i>Visit Intention</i> pada pengunjung Candi Borobudur.” |

2. (Poria et al., 2003) **The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238–254.**

Makalah ini menantang gagasan bahwa wisata warisan hanya diwakili oleh wisatawan di objek wisata warisan dan lebih menunjukkan bahwa persepsi lebih tepat terletak pada

intinya. Hubungan antara empat kelompok variabel (karakteristik pribadi, atribut situs, kesadaran, persepsi) dan perilaku (sebelum, selama, dan setelah) diselidiki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi tempat sebagai bagian dari warisan pribadi dikaitkan dengan pola kunjungan. Khususnya mereka yang melihat tempat terikat dengan warisan mereka sendiri cenderung berperilaku berbeda secara signifikan dari orang lain. Memahami ini berguna untuk mempelajari perilaku wisatawan dan untuk pengelolaan situs.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 2. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu   | Penelitian Sekarang  |
|--|--|
| Variabel (karakteristik pribadi, atribut situs, kesadaran, persepsi) | Variabel (visit intention, destination image, perceived value, destination satisfaction) |
| Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 1988-2002.     | Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 2005-2017                          |

**3. (Shankar, 2015) *Impact of Heritage Tourism in India – A Case Study. International Journal of Innovative Research in Information Security (IJIRIS) Vol.6 (2), 2014–2016.***

Makalah ini mencoba untuk menyelidiki ruang lingkup pariwisata warisan di India, yang dapat membantu membentuk masyarakat kita. Wisata Warisan dianggap sebagai salah satu sektor yang akan mendorong pertumbuhan, menyumbang devisa, meningkatkan kemampuan kerja dan menghasilkan pengembangan masyarakat. Dimensi terpenting dari wisata warisan adalah pertukaran budaya di antara berbagai negara yang mengunjungi negara dan antarmuka lintas budaya yang akan membuka jalan bagi perdamaian dan harmoni universal. Seperti di satu sisi pariwisata dipandang sebagai opsi ekonomi dan di sisi lain dampak sosial dan manusia yang lebih besar. Ada cakupan luas warisan budaya di India. Pemerintah harus mendorong perusahaan swasta untuk mempromosikan pariwisata warisan di berbagai daerah yang kurang populer. Untuk mengembangkan wisata warisan di daerah-daerah seperti itu, kita perlu memahami lingkungan, demografi, budaya sosial, latar belakang ekonomi dan politik dari tempat mana pun untuk menjadikannya tempat wisata yang menarik. Untuk mengembangkan rencana pemasaran strategis untuk pariwisata, kita harus

memahami target pelanggan kebutuhan dan keinginan mereka dan bagaimana mencocokkannya dengan infrastruktur tempat wisata warisan kami.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 3. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu   | Penelitian Sekarang   |
|--|---|
| Judul Penelitian “Impact of Heritage Tourism in India “          | Judul Penelitian “Pengaruh <i>Revisit Intention, Destination Image, Perceived Value and Destination Satisfaction</i> terhadap <i>Heritage Tourism</i> yang mengunjungi Candi Borobudur” |
| Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 1995-2008. | Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 2005-2017   |

**4. (Bandyopadhyay et al., 2008) Religion and identity in India’s heritage tourism. *Annals of Tourism Research, 35(3), 790–808.***

Meningkatnya nilai warisan dalam negosiasi ulang dan penyebaran identitas telah mengintensifkan konflik yang suaranya mendominasi representasi pariwisata warisan. Oleh karena itu, penelitian ini membandingkan cara peninggalan India diwakili oleh pemerintah India, oleh media perdagangan pariwisata domestik dan oleh media pariwisata populer. Temuan-temuan tersebut mengungkapkan bahwa India secara konsisten direpresentasikan sebagai negara yang secara etnis beragam di mana Hindu mendahului dan menang atas semua etnis / agama lain; penggambaran yang mengkonsolidasikan narasi nasionalis sekuler negara. Lebih jauh lagi, perdagangan dan media populer menekankan pengalaman nostalgia dari sejarah kolonial yang sudah disanitasi sementara pemerintah menekankan kisah perlawanan terhadap kekuatan kolonial dan penderitaan akibat kekejaman Muslim.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 4. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu  | Penelitian Sekarang  |
|---|--|
| Topik Penelitian “penelitian ini membandingkan cara peninggalan India diwakili oleh pemerintah India, oleh media perdagangan pariwisata domestik dan oleh media pariwisata populer” | Topik Penelitian “Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Destination Satisfaction</i> , <i>Destination Image</i> terhadap <i>Destination Satisfaction</i> , <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Visit Intention</i> , <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Destination Satisfaction</i> , <i>Destination Satisfaction</i> terhadap <i>Visit Intention</i> pada pengunjung Candi Borobudur” |
| Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 2068-2006   | Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 2005-2017  |

**5. (Komuro et al., 2005) Prognostic significance of Ku70 protein expression in patients with advanced colorectal cancer. *Hepato-Gastroenterology*, 52(64), 995–998.**

Malaysia mengalami laju pengembangan pariwisata yang luar biasa dan pariwisata warisan adalah salah satu cabang pariwisata yang telah lama berkontribusi untuk memikat tujuan wisata dan bertindak sebagai alat pemasaran penting untuk menarik wisatawan terutama dengan minat khusus pada warisan dan seni. Wisata warisan budaya telah muncul sebagai bentuk potensi wisata alternatif di antara wisatawan internasional maupun wisatawan domestik Malaysia. Perbedaan etnis yang ada di Malaysia membawa disiplin ilmu lokal yang berbeda mulai dari arsitekturnya, kerajinan tangan, pakaian tradisional, musik dan tarian, yang mencerminkan warisan warna-warni dan budaya yang digabungkan. Ada timbul konflik dalam pengelolaan pariwisata cagar budaya di Malaysia yang dihadapi oleh pengelola pariwisata, pemangku kepentingan, pemerintah, pengelola cagar budaya dan masyarakat setempat itu sendiri. Untuk mempertahankan, melestarikan dan melestarikan sumber daya dan aset warisan budaya di Malaysia, sistem atau manajemen perlu dikembangkan yang mempertimbangkan setiap masalah dan tantangan, sehingga proses pengambilan keputusan dapat diandalkan untuk mengoptimalkan nilai budaya. industri pariwisata warisan di

Malaysia. Tujuan dari makalah ini adalah untuk memberikan gambaran dan membahas status, masalah dan tantangan pariwisata cagar budaya di Malaysia.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 5. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu  | Penelitian Sekarang  |
|---|--|
| Tujuan Penelitian “untuk memberikan gambaran dan membahas status, masalah dan tantangan pariwisata cagar budaya di Malaysia.” | Tujuan Penelitian “Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan <i>Perceived Value, Destination Satisfaction, Destination Image Visit Intention</i> , terhadap <i>heritage tourism</i> pada pengunjung Candi Borobudur.” |
| Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 1997-2014   | Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 2005-2017  |

**6. (Surugiu & Surugiu, 2015) Heritage Tourism Entrepreneurship and Social Media: Opportunities and Challenges. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 74–81.**

Kewirausahaan pariwisata warisan terkait dengan pengembangan bisnis di bidang pariwisata warisan, yang berarti bisnis yang berorientasi pada warisan budaya lokasi. Pada abad ke-21, bisnis harus menghadapi tantangan besar, yang disebabkan oleh globalisasi dan munculnya teknologi informasi dan komunikasi baru. Lebih dari sebelumnya, bisnis harus menilai preferensi konsumen, menjadi lebih sadar tidak hanya dari kebutuhan fisik mereka, tetapi juga aspirasi mereka. Media sosial hadir dengan tantangan dan peluang baru untuk kewirausahaan dalam hal mengembangkan bauran pemasaran dan menangani preferensi pengunjung di destinasi wisata. Konsumen sekarang hadir di jejaring sosial karena perkembangan Internet dan karenanya bisnis harus bergerak di lingkungan online agar lebih dekat dengan pasar. Jawaban atas pertanyaan "Apakah ini juga tersedia untuk pariwisata warisan Rumania?" tampaknya positif dan makalah ini akan menekankan peran media sosial dalam mendukung pengembangan kewirausahaan pariwisata warisan di Rumania.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 6. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu   | Penelitian Sekarang  |
|--|--|
| Topik Penelitian “Peran media sosial dalam mendukung pengembangan kewirausahaan pariwisata warisan di Rumania” | Topik Penelitian “ <i>Heritage Tourism</i> yang mengunjungi Candi Borobudur” |
| Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 2003-2014  | Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 2005-2017              |

**7. (Van Der Merwe & Rogerson, 2013) Industrial heritage tourism at the “Big Hole.” *African Journal for Physical, Health Education, Recreation & Dance*, 2(2), 155.**

Wisata warisan adalah segmen yang berkembang dari ekonomi pariwisata global. Warisan industri adalah salah satu elemen dari sektor pariwisata khusus ini dan masih kurang diteliti di Afrika Selatan. Menggunakan pendekatan metode campuran studi ini menyelidiki kasus 'Lubang Besar', Kimberley sebagai contoh pariwisata warisan industri di Afrika Selatan. Terungkap bahwa meskipun ada optimisme dan investasi besar dalam pariwisata warisan di tingkat lokal, wisata warisan masih ada tampil. Kimberley adalah pemukiman yang kaya akan warisan budaya dan industri, tetapi saat ini terbukti sebagai pusat pariwisata yang menurun. Studi ini menunjukkan keterbatasan dalam pemasaran pariwisata lokal, anggaran yang buruk, serta kurangnya kepemimpinan dan arahan strategis untuk pengembangan pariwisata di tingkat pemerintah daerah. Masalah-masalah ini harus diatasi jika pariwisata warisan di Afrika Selatan ingin berkontribusi dengan sukses untuk pengembangan ekonomi lokal.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 7. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu | Penelitian Sekarang |
|----------------------|---------------------|
|----------------------|---------------------|

|  |  |
|--|--|
| Menggunakan pendekatan metode campuran   | Menggunakan pendekatan metode <i>Accidental Sampling</i>                     |
| Topik Penelitian “menyelidiki kasus 'Lubang Besar', Kimberley sebagai contoh pariwisata warisan industri di Afrika Selatan.” | Topik Penelitian “ <i>Heritage Tourism</i> yang mengunjungi Candi Borobudur” |

**8. (Johnson, 1999) Framing the past: Time, space and the politics of heritage tourism in Ireland. *Political Geography*, 18(2), 187–207.**

Karya terbaru telah menekankan bahwa wisata warisan bukan hanya seperangkat transaksi komersial, tetapi pembingkai ideologis sejarah dan identitas. Sementara beberapa komentator merayakan warisan sebagai cara komplementer atau alternatif untuk menengahi masa lalu kepada khalayak populer, yang lain menganggapnya sebagai sedikit lebih dari sejarah palsu. Melalui pemeriksaan strategi perencanaan yang dirancang oleh Bord Fáilte, dewan pariwisata negara bagian, makalah ini membahas hubungan tersebut antara waktu dan ruang dalam pengembangan daya tarik warisan di Irlandia, dan menekankan mekanisme di mana ruang diistimewakan dari waktu ke waktu dengan cara yang tidak melihat kompleksitas proses sejarah lokal. Argumen ini diilustrasikan melalui contoh museum terbuka yang berfokus pada tampilan budaya material terlepas dari kemungkinan historis penciptaannya. Sebaliknya, pemeriksaan terhadap rumah yang megah, dibuka untuk umum oleh kepercayaan independen, menunjukkan bagaimana masa lalu dapat dieksplorasi secara provokatif kepada khalayak massa dengan berlabuh dalam geografi historis lokal dan menghindari pendekatan yang mengubah peristiwa lokal ke dalam proses nasional.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 8. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu   | Penelitian Sekarang   |
|--|---|
| Topik Penelitian “hubungan tersebut antara waktu dan ruang dalam pengembangan daya tarik warisan di Irlandia, dan menekankan mekanisme | Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan <i>Perceived Value, Destination Satisfaction, Destination Image Visit Intention</i> , terhadap <i>heritage tourism</i> |

|  |   |
|--|---|
| di mana ruang diistimewakan dari waktu ke waktu dengan cara yang tidak melihat kompleksitas proses sejarah lokal.” | pada pengunjung Candi Borobudur                                 |
| Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 1977-1997  | Periode penelitian yang digunakan menggunakan periode 2005-2017 |

**9. (Ginting, 2016) How Self-efficacy Enhance Heritage Tourism in Medan Historical Corridor, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 234, 193–200.**

Self-efficacy, suatu aspek identitas tempat, berkontribusi untuk meningkatkan pariwisata warisan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji aspek selfefficacy di koridor sejarah, Kota Medan, Indonesia. Distribusi kuesioner, wawancara mendalam, dan observasi lapangan dilakukan untuk menguji persepsi masyarakat lokal dan wisatawan tentang kemanjuran diri di daerah tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa orang memiliki persepsi positif tentang kepercayaan diri dan aksesibilitas meskipun kenyamanan dan keamanan perlu ditingkatkan lebih lanjut dalam menghasilkan kepuasan wisatawan yang akan menarik orang datang dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

**Perbedaan :**

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

**Table 9. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang**

| Penelitian Terdahulu  | Penelitian Sekarang  |
|---|--|
| Tujuan Penelitian “untuk menguji aspek selfefficacy di koridor sejarah, Kota Medan, Indonesia.” | Tujuan Penelitian “Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan <i>Perceived Value, Destination Satisfaction, Destination Image Visit Intention</i> , terhadap <i>heritage tourism</i> pada pengunjung Candi Borobudur.” |
| Teknik pengumpulan data “kuesioner, wawancara mendalam, dan observasi”                          | Teknik pengumpulan data “kuesioner dan observasi”  |