

PENGARUH *PUSH* DAN *PULL FACTOR* TERHADAP KUNJUNGAN WISATAWAN *BACKPACKER* KE BUKITTINGGI

Heru Aulia Azman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Dharma Andalas

email: heruaulia@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of The Push and Pull Factors on Backpacker tourist's decision to visit Bukittinggi. The object of this research is Backpacker tourists who visit Bukittinggi consist with samples of 100 peoples. The data used in this study including primary and secondary data. Primary data comes from the opinions of each respondent through the questionnaire to find out the response of the research sample regarding the influence of Push and Pull factors on the Backpacker tourists decision. While secondary data comes from previous journals, books, internet media, and annual reports, the primary data obtained then analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The results of the study indicate that push and pull factors have a significant effect on Backpacker tourists visits to Bukittinggi.

Keywords: *backpacker; pull factor; push factor; visiting decision*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Push factor* dan *pull factor* terhadap keputusan berkunjung turis *Backpacker* ke Bukittinggi. Yang menjadi objek penelitian ini adalah wisatawan *Backpacker* yang melakukan kunjungan ke Bukittinggi. Adapun jumlah sampel penelitian adalah 100 orang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari pendapat masing-masing sampel penelitian dengan menggunakan angket atau penyebaran kuesioner, untuk mengetahui respon sampel penelitian mengenai pengaruh *Push factor* dan *Pull factor* terhadap keputusan berkunjung wisatawan *Backpacker*. Sedangkan data sekunder bersumber dari jurnal-jurnal sebelumnya, buku, media internet, *annual report*. Data primer yang didapat kemudian dianalisa dengan cara melakukan pengujian dengan teknik analisa regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *push* dan *pull factor* berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan *Backpacker* ke Bukittinggi.

Kata kunci: *backpacker; motivasi berkunjung; pull factor; push factor*

Detail Artikel :

Diterima : 26 Desember 2018

Disetujui : 10 Januari 2019

[DOI : 10.22216/jbe.v4i1.3854](https://doi.org/10.22216/jbe.v4i1.3854)

PENDAHULUAN

Pariwisata semakin berkembang seiring dengan pergerakan manusia itu sendiri dalam mencari sesuatu yang baru dan ingin memenuhi kebutuhan akan pengalaman wisata dan interaksi sosial yang tidak ditemui di tempat asalnya. Sejak lama kegiatan berwisata sudah menjadi permintaan yang wajar bagi negara maju karena aktivitas berwisata sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup yang bisa bersaing dengan barang mewah lainnya (Crompton, John, 1979). Wisatawan yang akan berkunjung ke suatu tempat ditentukan oleh motivasi dan keinginan individu itu sendiri (*push factor*) serta adanya daya tarik (*pull factor*) yang ditawarkan di suatu objek wisata (Crompton, John, 1979).

Seiring berjalannya waktu, kegiatan berwisata bukanlah sesuatu yang bersifat mahal lagi melainkan sudah bisa dijangkau oleh setiap orang. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk berwisata, salah satu caranya adalah dengan "*backpacking*" atau sering disebut sebuah trend berwisata murah dan praktis. *Backpacking* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk mencerminkan sebuah bentuk dari perjalanan berwisata dengan biaya rendah (Maoz, 2007)

Pelaksanaan wisata *backpacking* dianggap lebih mudah dan praktis karena didukung dengan banyaknya maskapai penerbangan bertarif rendah (*Low Cost Carrier*), penginapan dan paket akomodasi dengan biaya yang murah diberbagai belahan dunia, serta kemajuan teknologi dalam berbagai bentuk komunikasi. Menurunnya biaya transportasi dan pertumbuhan media komunikasi melalui internet membuat perjalanan wisata *backpacking* ini terus meningkat (Maritha, 2010)

Kegiatan wisata *backpacking* ini bisa secara individual ataupun secara berkelompok. Ketika melakukan kegiatan wisata, mereka secara mudah dapat dikenali karena terkadang hanya membawa sebuah ransel besar untuk berbagai keperluan. Maoz (2007) menyebutkan para *Backpackers* (orang yang melakukan wisata *backpacking*) sebagai wisatawan yang secara mandiri mengorganisasikan perjalanan mereka pada sebuah perjalanan panjang, dengan banyak tujuan tempat wisata, dengan rencana perjalanan yang juga fleksibel. Orang-orang yang melakukan *backpacking* berusaha untuk mengalami cara hidup lokal, berusaha untuk berpenampilan sama dengan penduduk sekitar, dan fokus kegiatan wisata mereka berkisar pada wisata alam, kebudayaan, dan petualangan. Sesuai dengan definisi *backpacking* tersebut, ketika berwisata *backpacking* seseorang harus mempersiapkan segalanya sendiri, dari persiapan peralatan, tempat-tempat yang akan dikunjungi, transportasi dan akomodasi yang akan digunakan, sampai berapa lama mereka akan melakukan perjalanan tersebut. Anggaran yang mereka keluarkan pun pada umumnya lebih kecil dari biaya yang dipatok oleh agen wisata dengan tujuan yang sama (Maoz, 2007)

Backpacking di Indonesia sudah mulai banyak dilakukan, bahkan terdapat komunitas tersendiri untuk para *Backpacker*. Komunitas *Backpacker* ini saling berkomunikasi melalui *mailing-list* dan *website* dengan anggota yang cukup banyak (mencapai ribuan orang, baik anggota aktif maupun pasif) (travel.kompas.com dikutip dalam (Abdullah, 2015). Berikut data perkembangan wisatawan *Backpacker* mancanegara dan nusantara :

Tabel 1
Jumlah Wisatawan *Backpacker*

Tahun	Wisman	Wisnus
2012	7.775.616	203.767.423
2013	8.673.275	227.893.572
2014	9.200.000	251.000.000

Sumber : travel.kompas.com dikutip dalam (Abdullah, 2015)

Berdasarkan data diatas terlihat trend pertumbuhan dari tahun ke tahun jumlah wisatawan *Backpacker* baik berasal dari dalam maupun luar negeri.

Pertumbuhan jumlah wisatawan dengan cara *Backpacking* ini tentunya sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian sebelumnya menemukan beberapa factor yang mempengaruhi motivasi kunjungan dari wisatawan *Backpacker*. (Crompton, John, 1979) mengemukakan motivasi utama wisatawan dalam berkunjung dipengaruhi oleh factor penarik dan pendorong. Rumusan teori yang dikemukakan (Crompton, John, 1979) ini menjadi referensi bagi penelitian berikutnya terutama dalam menilai motivasi kunjungan wisatawan dengan cara *Backpacker*. Namun demikian, beberapa peneliti banyak focus kepada factor pendorong saja seperti yang diteliti oleh (Scheyvens, 2002), (Maoz, 2007) dan Buddhambhithak (2008). Mereka menemukan fakta bahwa faktor –faktor yang berasal dari dalam diri seperti kemerdekaan diri, kebebasan, otonomi diri, *self-gratification* serta transisi dalam hidup, merupakan factor pendorong utama *Backpacker* dalam melakukan kunjungan wisata. Factor-faktor tersebut sangat dominan dalam mempengaruhi motivasi wisata *Backpacker*.

Namun demikian, faktanya trend kunjungan wisata saat ini banyak dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang dilakukan oleh Destination Management Organisation (DMO). *Backpacker* Mereka berlomba lomba memoles destinasi wisata yang kuat secara atraksi, amenitas dan aksesibilitas. Inilah puller utama yang dapat menarik wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata, tak terkecuali oleh *Backpacker*. Beberapa hasil penelitian di Indonesia membuktikan bahwa puller ini sangat signifikan hubungannya dengan motivasi kunjungan ke daerah tujuan, seperti yang diteliti oleh (Abdullah, 2015) pada *Backpacker* yang berkunjung ke Jakarta serta penelitian yang dilakukan oleh (Manik, 2016) terhadap motivasi kunjungan *Backpacker* ke Bali. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Abdullah, 2015) dan (Manik, 2016) dimana factor pendorong dan penarik yang digunakan sebagai alat ukur adalah kombinasi dari uraian teori yang disampaikan oleh (Crompton, John, 1979) dan (Awaritefe, 2004) Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan konsistensi signifikansi hubungan yang telah dibuktikan pada penelitian sebelumnya. Perbedaan dalam penelitian ini dengan yang sebelumnya terletak pada beberapa variabel independen yang tidak sama, periode penelitian dan objek penelitian.

Melihat *trend* wisatawan *Backpacker* yang semakin populer dan masih jarang yang meneliti mengenai wisatawan *Backpacker* maka penulis tertarik mengkaji lebih lanjut mengenai keberadaan wisatawan *Backpacker* meliputi karakteristik serta menganalisis *push factor* dan *pull factor* yang memotivasi wisatawan *Backpacker* berwisata ke Kota Bukittinggi. Salah satu kota di Sumatera Barat yang terkenal dengan pariwisatanya adalah Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi yang terkenal dengan sejarah, panoramanya yang bagus dan udaranya yang sejuk diminati oleh banyak turis. Selain itu Potensi pariwisata yang dapat dikunjungi wisatawan mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata religi, wisata kuliner, wisata minat khusus serta potensi budaya. Kota Bukittinggi menjadi kota pariwisata berawal pada tahun 1984 karena terdapat potensi yang dapat dijadikan tempat wisata, mempunyai alam yang indah dan sejuk, mempunyai banyak tempat yang bersejarah dan masih kentalnya adat istiadat yang dapat menarik perhatian orang untuk datang. Selain itu *puller* (atraksi, *amenity* dan *accessibility*) yang dimiliki Kota Bukittinggi cukup lengkap dan menjadi pendorong kunjungan wisata bagi wisatawan untuk datang ke Bukittinggi. (travel.detik.com diakses pada tanggal 10 januari 2019 pukul 12.23)

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh motivasi pendorong dan motivasi penarik terhadap keputusan wisata *Backpacker* berkunjung ke Kota Bukittinggi. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan tambahan informasi bagi pihak-pihak yang terkait guna pengembangan dan peningkatan kinerja pariwisata di Kota Bukittinggi.

Kerangka Teori Dan Hipotesis

Motivasi Pendorong

(Crompton, John, 1979) menyebutkan tujuh motivasi pendorong dan dua motivasi penarik, berikut penjelasan tentang faktor-faktor tersebut.

1. *Escape from a perceived mundane environment* (keluar dari lingkungan rutin dan membosankan)
Faktor ini mengacu pada motivasi seseorang yang mengalami kejenuhan dari lingkungan sehari-hari yang mulai dirasakan rutin dan membosankan. Cara mereka untuk menghadapi lingkungan tersebut adalah dengan berlibur dan mencari tempat yang secara fisik dan sosial berbeda dengan lingkungan sehari-hari
2. *Exploration and evaluation of self* (eksplorasi dan evaluasi diri)
Motivasi untuk berlibur dalam diri seseorang muncul karena ingin mendapatkan kesempatan untuk mengevaluasi dan menemukan sesuatu yang lebih pada diri. Evaluasi dan eksplorasi tentang diri ini tidak dapat didapatkan hanya dengan diam di rumah atau mengunjungi keluarga.
3. *Relaxation* (relaksasi)
Individu melakukan kegiatan wisata karena ingin melakukan relaksasi keadaan mental ataupun relaksasi keadaan fisik mereka. Relaksasi ini tidak dapat dilakukan dalam kegiatan rutin mereka sehari-hari.
4. *Prestige* (prestise)
Motivasi untuk berwisata muncul karena menganggap wisata merupakan sebuah simbol gaya hidup kelas atas. Dengan berwisata meningkatkan rasa hormat dan penghargaan dari orang lain.
5. *Regression to childhood/ nostalgic* (nostalgia)
Motivasi kegiatan muncul karena wisata memungkinkan untuk melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan tersebut kadang kekanakan, dan lebih pada pengingatan saat remaja atau saat kecil atau nostalgia masa lalu.
6. *Enhancement of kinship relationship* (peningkatan hubungan kekeluargaan)
Motivasi berwisata muncul karena ingin meningkatkan hubungan kekeluargaan. Dan peningkatan hubungan kekeluargaan ini sulit dilakukan dalam keseharian mereka karena berbagai kesibukan.
7. *Facilitation of social interaction* (fasilitasi dari interaksi sosial)
Motivasi untuk wisata muncul karena wisata dianggap sebagai sarana yang memberikan kesempatan bertemu dengan orang-orang baru di berbagai tempat. Perjalanan wisata yang dilakukan pun lebih berorientasi pada orang-orang yang ditemui dibandingkan dengan tempat.

Motivasi Penarik

Motivasi penarik (*pull*) (disebut juga motif budaya, motif yang lebih terkait dengan tempat tujuan wisata dibandingkan dengan status sosial dan psikologis individu) terdapat dua faktor, yaitu

1. *Novelty*
Motivasi berwisata yang muncul karena adanya keingintahuan, petualangan, baru dan berbeda. Dan wisata untuk mencari tempat-tempat baru dengan petualangan baru menjadi hal yang menarik. Novel berarti bertemu dengan pengalaman baru tetapi tidak berarti pengetahuan yang baru.

2. *Education* (pendidikan)

Motivasi wisata dikarenakan adanya minat terhadap pendidikan. Termotivasi untuk mengunjungi tempat-tempat yang memberikan pengetahuan dan pendidikan. Selain itu pendidikan dirasakan sebagai cara untuk mengembangkan diri individu.

(Crompton, John, 1979) menyebutkan motivasi-motivasi tersebut merupakan kombinasi yang multidimensi, tidak hanya dimaksudkan untuk satu unsur yang eksklusif yang mempengaruhi perilaku seseorang. Orang-orang pergi ke tempat wisata untuk memuaskan motif-motif yang berbeda. Hal ini memungkinkan mereka untuk pergi ke tempat wisata yang berbeda. Sebagai tambahan penulis menyertakan lima faktor motivasi penarik lain dari (Awaritefe, 2004) yang memotivasi seseorang untuk mengunjungi sebuah tempat untuk berwisata, yaitu:

1. *Static factor*

Faktor-faktor dari tempat wisata yang tidak bisa diubah, contoh: iklim, jarak, sejarah tempat wisata, bentangan alam, dan lain-lain

2. *Dynamic Factor*

Faktor-faktor dari tempat wisata yang bisa diubah, contoh: akomodasi termasuk makanan, hiburan, minat pribadi, atmosfir politis, tren pariwisata.

3. *Current Decision*

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan untuk berwisata, contoh: strategi marketing dan harga barang dan jasa di tempat tujuan wisata.

4. *Commercial*

Bisnis, contoh: pembelian karya seni, hasil kerajinan tangan.

5. *Information/advertisement destination*

Rekomendasi dari teman atau kenalan baru ataupun promosi melalui media

Motivasi Berwisata pada *Backpacker*

Telah disebutkan sebelumnya bahwa motivasi merupakan dasar dalam berperilaku seseorang. Disebutkan juga motivasi menjelaskan mengapa perilaku tertentu muncul dalam sebuah situasi dan tidak muncul dalam situasi lain. Berkaitan dengan partisipan yaitu *Backpacker*, berbagai penelitian menyebutkan motivasi mereka dalam melakukan kegiatan ini. Motivasi *self-gratification* (kepuasan diri) dan kegemaran menjadi motivasi utama *Backpacker* (Scheyvens, 2002). Masih berkaitan dengan pribadi atau diri seseorang, disebutkan oleh O'Reilly (2005) dalam (Maoz, 2007) bahwa *backpacking* sekarang sering dipresentasikan dalam pengertian kebutuhan untuk mencari diri atau pengembangan dari pengertian terhadap diri dan identitas diri. Kebebasan, kemerdekaan dan otonomi diri juga menjadi inti motivasi (Maoz, 2007). *Backpacker* mencari kebebasan dan mencintai kebebasan tersebut, mereka pun mengalami pertumbuhan dan perkembangan diri (Buddhabhumbhitak, 2008).

Situasi transisi dalam hidup juga menjadi alasan seseorang melakukan *backpacking* (Graburn, 1989 dan Riley, 1988 dalam (Sorensen, 2003)). Manfaat bagi diri juga didapatkan dari *backpacking* ini, di antaranya dengan bepergian dapat memperlihatkan kualitas seseorang yang dinilai menarik, meningkatkan kepercayaan diri dan posisi sosial diantara keluarga dan teman, atau dalam dunia pekerjaan (O'Reilly, 2006). *Backpacking* juga menjadi salah satu strategi untuk menjaga atau meningkatkan posisi sosial (O'Reilly, 2006), membantu mereka menghadapi tantangan dan risiko untuk mencapai kedewasaan (Maoz, 2007), bermanfaat dalam mencari pekerjaan atau untuk mendapatkan teman baru (Elsrud, 2001). Bahkan pengembangan diri dan pencarian makna hidup merupakan manfaat *backpacking* (Ateljevic and Doorne 2000 dalam (Maoz, 2007)). Selain itu (Cohen, 2003) juga menyebutkan perjalanan yang dilakukan untuk mencari pengalaman baru dan memperluas pengetahuan mereka dan mengeksplorasi jiwa mereka selain untuk sekedar rekreasi. Penelitian lain menyebutkan salah satu motivasi utama *backpacking* adalah membentuk identitas baru, membuat individu

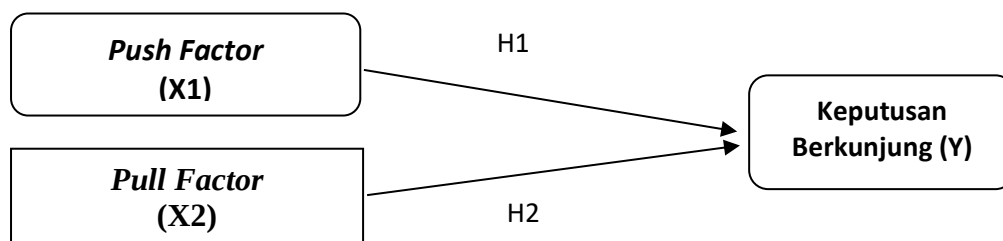
mendefinisikan diri mereka mengacu pada pengalaman mereka tentang dunia, dibandingkan lewat paradigma yang diberikan oleh masyarakat berhubungan dengan usia, kewarganegaraan, latar belakang, dan jenis kelamin. Dengan mendefinisikan ulang diri mereka berusaha bebas dari identitas yang dibagi bersama orang lain dan menemukan tempat untuk identitas individu yang baru (Desforges, 2000).

Selain motivasi yang berkaitan dengan diri, *Backpacker* juga menekankan pada interaksi sosial (Murphy, 2001 dalam (Markward, 2008)) dan tema yang berkaitan dengan lingkungan (Buddhabhumbhitak, 2008). (Maoz, 2007) menyebutkan motivasi lain *Backpacker* adalah membangun pertemanan dan bahkan pertemanan ini lebih penting dibandingkan fasilitas yang mereka dapatkan di tempat penginapan mereka. Interaksi mereka dengan kebudayaan dan penduduk lokal pun menjadi hal yang penting bagi mereka. Disebutkan oleh Loker (1993) dalam (Speed, 2008) para *Backpacker* sangat tekun untuk berbagi dengan cara hidup lokal dan Riley (1988) dalam (Speed, 2008) menyebutkan motivasi utama mereka adalah untuk menemui orang-orang dan bahkan beberapa diantara mereka mempelajari bahasa setempat untuk memfasilitasi motivasi mereka tersebut. Ketertarikan akan kebudayaan lokal juga sering disebutkan dalam motivasi *Backpacker* dan hal ini menjadi salah satu bagian dari definisi *Backpacker* itu sendiri. Bersama-sama dan menyatu dengan kebudayaan lokal menjadi penting untuk para *Backpacker* dalam pengalaman perjalanan mereka (Buddhabhumbhitak, 2008) dan beberapa *Backpacker* menempatkan berinteraksi dengan masyarakat setempat menjadi hal yang sangat penting (Buddhabhumbhitak, 2008) mempelajari kebudayaan lain tersebut menjadi minat para *backpacker* (Jarvis, 1994 dalam Buddhabhumbhitak, 2008). Para *Backpacker* percaya bahwa mengikuti aktifitas itu memberikan interaksi yang sangat berarti bagi mereka dibandingkan dengan wisata massal.

Pencarian akan sesuatu yang baru, spontanitas, risiko, kebebasan, dan banyak pilihan juga disebutkan dalam motivasi *Backpacker* (Vogt, 1976 dalam (Elsrud, 2001)). Bentuk petualangan yang dilakukan pun keluar dari rutinitas sehari-hari mereka (Simmel, 1971 dalam (Elsrud, 2001), 2001; Riley, 1988 dalam (Speed, 2008)). *Backpacker* mengidentifikasi status perjalanan mereka sangat berbeda dengan wisatawan tradisional, lebih utamanya fokus pada apa yang mereka dapatkan menjadi nilai yang meliputi integritas terhadap lingkungan (Ateljevic dan Doorne, 2000 dalam (Speed, 2008)), menikmati keaslian, dan tempat tujuan yang tidak ramai (Cohen, 1982 dalam (Speed, 2008)).

Kerangka penelitian ini menggambarkan alur pemikiran pada variabel menurut (Crompton, John, 1979) dan (Awaritefe, 2004) pada penelitian ini. Kerangka pemikiran disajikan dalam gambar sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Fikir Pengaruh *Push* Dan *Pull* Factor Terhadap Kunjungan Wisatawan *Backpacker* Ke Bukittinggi



Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh antara *Push Factor* (X1) terhadap Keputusan Berwisata (Y)
- Terdapat pengaruh antara *Pull Factor* (X2) terhadap Keputusan Berwisata (Y)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, dimana metode tersebut dilakukan melalui pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian secara statistik. Pendekatan yang digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data dilakukan melalui metode survey. Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain *non experimental* dimana dalam penelitian tidak dilakukan manipulasi terhadap variable pertama, dilakukan dalam situasi alamiah, bukan dalam situasi terkontrol (Seniati, Yulianto, dan Setiadi, 2005).

Defenisi Operasional

Tabel 1
Defenisi Operasional

Variabel	Deskripsi	Jumlah Item	Skala Pengukuran
Push	Adanya <i>push factor</i> mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata dan adanya berbagai <i>pull factor</i> yang dimiliki oleh DTW akan menyebabkan orang tersebut memilih DTW tertentu	1. Melepaskan diri dari rutinitas (<i>Escape</i>). 2. Relaksasi (<i>Relaxation</i>) 3. Bermain (<i>Play</i>) 4. Memperkuat ikatan keluarga (<i>Strengthening family bonds</i>) 5. Gengsi (<i>Prestige</i>) 6. Interaksi social (<i>Social interaction</i>) 7. percintaan (<i>Romance</i>) 8. Kesempatan pendidikan (<i>Educational opportunity</i>) 9. Pemenuhan diri (<i>Self-fulfilment</i>) 10. Pemenuhan keinginan (<i>Wish-fulfilment</i>)	Likert 1 - 5
Pull	<i>Pull factor</i> merupakan <i>destination-specific attributes</i>	1. <i>Price</i> 2. <i>Culture</i> 3. <i>Natural Environment and Weather Attraction</i> 4. <i>Location</i> 5. <i>Service and Facilities</i> 6. <i>Entertainment and Relaxation</i> 7. <i>Safety</i>	Likert 1 - 5

Minat Berkunjung	Minat berkunjung Ulang adalah Keinginan yang kuat pengunjung untuk kembali berkunjung diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung paska kunjungan pada waktu tertentu.	1. Minat untuk berkunjung kembali. 2. Memberi rekomendasi kepada orang lain. 3. Pengunjung merasa bahwa tempat pariwisata memiliki reputasi yang baik
------------------	---	---

Sumber: literature review

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada wisatawan *Backpacker* yang berkunjung ke Bukittinggi sebagai responden. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan menggunakan skala pengukuran Likert, yaitu skala interval berjenjang dari 1 sampai dengan 5 dengan skor nilai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju untuk pernyataan keputusan berkunjung, berjenjang 1 sampai 5 dari dengan skor nilai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju untuk pernyataan tentang *pull factor*, dan berjenjang 1 sampai dengan 5 dengan skor nilai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju untuk pernyataan *push factor*.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah wisatawan *Backpacker* yang pernah berkunjung ke Bukittinggi. Pengambilan sampel di lakukan secara *nonprobability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria *Backpacker* yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu kepada pengertian yang disampaikan oleh Riley (1988) dalam (Elsrud, 2001) menyebutkan *Backpacker* sebagai seseorang yang berada jauh dari rumah dalam waktu yang cukup lama dan memilih akomodasi, makanan, dan tiket dengan pengeluaran yang minim atau sangat diperhitungkan (*budget travelers*). Teknik penentuan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 dengan mengacu pada Roscoe (dalam (Sugiyono, 2014)) yang menjelaskan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

Teknik Analisis Data

Berdasarkan permasalahan utama penelitian, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, dan kerangka konseptual penelitian, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan teknik analisis model regresi berganda.

Analisis deskriptif

Yaitu hasil pengolahan data kemudian dideskripsikan dengan tujuan menggunakan *push* dan *pull* jawaban responden terhadap variabel penelitian. Metode yang digunakan untuk melakukan analisis deskriptif adalah metode distribusi frekuensi yaitu pengelompokan data menjadi tabulasi data dengan memakai kelas-kelas data dan dikaitkan dengan masing-masing frekuensi

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *pull* fatordan *push factor* terhadap keputusan berkunjung Wisatawan

Backpacker. Analisis Regresi sederhana digunakan untuk mencari koefisien korelasi antara variabel bebas (variabel X) dengan variabel terikat (variabel Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Secara rinci jumlah kuisioner yang disebarkan serta tingkat pengembaliannya dapat dilihat dari Tabel berikut :

Tabel 1
Tingkat Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	110
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang dapat diolah	100
Tingkat pengembalian kuesioner	90,90 %

Sumber : Data diolah

Adapun profil responden adalah sebagai berikut, berdasarkan jenis kelamin, responden dalam penelitian ini paling banyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 70 % dan sisanya sebanyak 30 % adalah perempuan. Selanjutnya ditinjau dari segi usia, responden yang ditemui pada saat melakukan survey berusia antara 17 sd 51. Ditinjau dari segi pekerjaan, data lapangan menunjukkan bahwa kebanyakan responden bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 43,3 %. Berdasarkan rata-rata pendapatan dari responden, paling banyak berpenghasilan 1 s/d 3 juta per bulan sebanyak 53,3 %. Berdasarkan jumlah kunjungan ke Bukittinggi dalam 2 tahun terakhir, jawaban terbanyak dari responden adalah lebih dari 3 kali sebanyak 63,3 %.

Analisis Deskriptif

Dari ke 10 pertanyaan pada *Push Factor* yang paling dominan rata-rata tertinggi adalah pernyataan Kunjungan Bukittinggi ini bertujuan untuk memberikan suasana romantic dengan pasangan saya (percintaan) sebesar 64.6 %. Sedangkan jawaban responden yang paling rendah adalah pernyataan Saya dapat melakukan interaksi social dengan masyarakat yang berkunjung di kawasan Bukittinggi sebesar 57.4 %. Dari ke 7 pertanyaan pada *Pull Factor* yang paling dominan rata-rata tertinggi adalah Sarana dan prasarana kawasan wisata Bukittinggi sangat lengkap sebesar 66 %. Sedangkan jawaban responden yang paling rendah adalah Saya merasakan kemudahan akses pada daerah wisata Bukittinggi mudah di dapatkan dengan nilai tingkat capaian responden 48 %. dari ke 4 pertanyaan pada keputusan berkunjung yang paling dominan rata-rata tertinggi adalah Saya akan Memberi rekomendasi kepada orang lain sebesar 63.4 %. Sedangkan jawaban responden yang paling rendah adalah Saya merasa bahwa tempat pariwisata memiliki reputasi yang baik sebesar 53.4 %. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi berganda dengan program SPSS 16 diperoleh hasil seperti tabel 1.

Tabel 2
Hasil Estimasi Regresi

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.866	.472		1.834	.078		
	push	.286	.132	.252	2.167	.039	.900	1.111
	pull	.992	.133	.864	7.439	.000	.900	1.111

a. Dependent Variable: keputusan_berkunjung

Sumber: Lampiran output SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = a + BX_1 + BX_2 + e$$

$$Y = 0.866 + 0.286 X_1 + 0.992 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan berkunjung
A = Constant
X1 = Push
X2 = Pull

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Dari persamaan regresi berganda diatas terlihat bahwa nilai konstanta sebesar 0.866 menunjukan bahwa tanpa adapun variabel bebas yaitu *Push* dan *Pull* terhadap Keputusan berkunjung adalah positif sebesar 0.866.
2. Nilai koefisien *Push* (X1) yakni 0.286 dan nilai signifikansinya $0.039 < 0.05$. Hal ini menunjukan bahwa apabila *Push* meningkat sebesar satu-satuan maka Keputusan berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0.286 atau 28.6% dengan asumsi variabel *Pull* tetap.
3. Nilai koefisien *Pull* (X2) yakni 0.992 dan nilai signifikansinya $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukan bahwa apabila *Pull* meningkat sebesar satu-satuan maka Keputusan berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0.992 atau 99.2%.

Pengujian Hipotesis

Uji T (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (pvalue), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 3
Hasil Uji T Secara Parsial

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.866	.472		1.834	.078		
Push	.286	.132	.252	2.167	.039	.900	1.111
Pull	.992	.133	.864	7.439	.000	.900	1.111

a. Dependent Variable: keputusan_berkunjung
Sumber: Lampiran output SPSS

Berdasarkan tabel di atas, uji t dapat diinterpretasikan sebagai berikut : Hasil pengujian hipotesis *Push* menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.167 dengan taraf signifikansi 0.039. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H_1 “*Push* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung”.

Hasil pengujian hipotesis *Pull* menunjukkan nilai t hitung sebesar 7.439 dengan taraf signifikansi 0.000. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H_2 “*Pull* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung”.

Uji F (Uji Hipotesis Secara Simultan)

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji simultan. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (pvalue), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4
Hasil Uji F Secara Simultan

ANOVA^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.759	2	1.880	27.691	.000 ^a
	Residual	1.833	27	.068		
	Total	5.592	29			

a. Predictors: (Constant), pull, push

b. Dependent Variable: keputusan_berkunjung
Sumber: Lampiran output SPSS

Hasil pengujian hipotesis *Push* dan *Pull* menunjukkan nilai f hitung sebesar 27.691 dengan taraf signifikansi 0.000. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis “*Push* dan *Pull*” mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Uji Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini uji koefisien determinasi dari Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi adalah sebagai berikut :

Tabel 5
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b										
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics						
				R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson	
1	.820 ^a	.672	.648	.26053	.672	27.691	2	27	.000	1.224

a. Predictors: (Constant), pull, push

b. Dependent Variable: keputusan_berkunjung

Sumber: Lampiran output SPSS

Dari tabel diatas menunjukkan besar pengaruhnya *Push* dan *Pull* terhadap Keputusan Berkunjung adalah sebesar 0.648 atau 64.8%. Hal ini menunjukkan bahwa *Push* dan *Pull* mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap Keputusan Berkunjung sebesar 67.2%, sedangkan sisanya sebesar 22.8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam model regresi penelitian ini.

Pembahasan

Dari hasil yang telah diolah dengan menggunakan SPSS maka dapat jelaskan pembahasannya adalah sebagai berikut : Hasil pengujian hipotesis *Push* menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.167 dengan taraf signifikansi 0.039. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H_1 “*Push* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung”.. Hal ini berarti *Push* yang akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung seperti : Berkunjung di Bukittinggi melepaskan diri dari lingkungan kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari, Saya ingin mendapatkan penyegarandari berkunjung di Bukittinggi, Saya ingin menikmati kegembiraan dari wisata ke Bukittinggi yang saya lakukan, Berwisata di Bukittinggi saya lakukan bertujuan utk mempererat hubungan ikatan kekeluargaan, Kunjungan Bukittinggi ini bertujuan untuk menunjukan gengsi dan gaya hidup, Saya dapat melakukan interaksi social dengan masyarakat yang berkunjung di kawasan Bukittinggi, Kunjungan Bukittinggi ini bertujuan untuk memberikan suasana romantic dengan pasangan saya, Berwisata di kawasan Bukittinggi Saya mendapatkan kesempatan pendidikan dan mempelajari suatu daerah untuk mengetahui budaya etnis lain, Dengan kunjungan Bukittinggi ini saya dapat menemukan diri sendiri pada saat bertemu dengan orang yang baru, dan Berwisata di kawsan Bukittinggi ini saya lakukan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang telah saya cita-citakan selama ini.

Hasil pengujian hipotesis *Pull* menunjukkan nilai t hitung sebesar 7.439 dengan taraf signifikansi 0.000. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H_2 “*Pull* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung”. Hal ini berarti *Pull* yang akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung seperti : Biaya yang saya keluarkan relative kecil dengan berwisata ke kawasan Bukittinggi, Saya merasakan masyarakat di kawasan Bukittinggi sangat ramah terhadap pengunjung, Kondisi cuaca pada kawasan Bukittinggi sangat mendukung untuk kawasan pariwisata, Saya merasakan kemudahan akses pada daerah Bukittinggi mudah di dapatkan, Sarana dan prasarana kawasan Bukittinggi sangat

lengkap, Pada kawasan Bukittinggi terdapat fasilitas hiburan untuk menarik wisatawan, dan Kawasan Bukittinggi di awasi oleh pihak-pihak yang menjamin keamanan pada kunjungan wisatawan.

Hasil pengujian hipotesis *Push* dan *Pull* terhadap Keputusan Berkunjung adalah sebesar 0.672 atau 67.2%. Hal ini menunjukkan bahwa *Push* dan *Pull* mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap Keputusan Berkunjung sebesar 67.2%, sedangkan sisanya sebesar 22.8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam model regresi penelitian ini

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan tabel Analisis deskriptif push faktor Nilai TCR tertinggi pada pernyataan ke tujuh yaitu “Kunjungan Bukittinggi ini bertujuan untuk memberikan suasana romantic dengan pasangan saya (percintaan)”. Dengan nilai mean sebesar 3.23 atau TCR sebesar 64.6%.
2. Sedangkan nilai mean terendah berada pada pernyataan ke enam yaitu “Saya dapat melakukan interaksi social dengan masyarakat yang berkunjung di kawasan Bukittinggi” dengan nilai mean sebesar 2,87 atau TCR sebesar 57.4% dan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa *Push* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.
3. Berdasarkan tabel Analisis deskriptif pull faktor Nilai TCR tertinggi pada pernyataan ke lima yaitu “Sarana dan prasarana kawasan Bukittinggi sangat lengkap”. dengan nilai mean sebesar 3.30 atau TCR sebesar 66.0%.
4. Sedangkan nilai mean terendah berada pada pernyataan ke empat yaitu “Saya merasakan kemudahan akses pada daerah Bukittinggi mudah di dapatkan” dengan nilai mean sebesar 2,40 atau TCR sebesar 48% dan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa *Pull* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.
5. Berdasarkan tabel Analisis deskriptif keputusan berkunjung faktor Nilai TCR tertinggi pada pernyataan ke tiga yaitu “Saya akan Memberi rekomendasi kepada orang lain”. Dengan nilai mean sebesar 3.17 atau TCR sebesar 63.4%.
6. Sedangkan nilai mean terendah berada pada pernyataan ke empat yaitu “Saya merasa bahwa tempat pariwisata memiliki reputasi yang baik” dengan nilai mean sebesar 2,67 atau TCR sebesar 53.4% dan berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa *Push* dan *Pull* mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung turis *Backpacker* ke Bukittinggi.

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Image Kota Bukittinggi sebagai kota romantic harus tetap dijaga pemerintahan setempat dengan memperkuat fasilitas , sarana prasarana, dan infrastruktur yang mencirikan sebagai kota romantis.
2. Keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata harus ditingkatkan. Pemerintahan daerah dapat memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat setempat tentang pentingnya pariwisata bagi masyarakat. Selain itu dengan membentuk kelompok sadar wisata di daerah tujuan wisata tentunya juga dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam perkembangan pariwisata di Kota Bukittinggi
3. Memperkuat atraksi, aksesibiliti dan akomodasi di daerah tujuan wisata. Pemda harus dapat menyikapi kebutuhan wisatawan terhadap kemudahan akses untuk memasuki daerah wisata selain juga tersedianya akomodasi yang affordable namun bersih dan nyaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada institusi dan rekan-rekan dosen dan mahasiswa di Universitas Dharma Andalas (UNIDHA) yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dan memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran dengan spesifiknya adalah pemasaran pariwisata serta kepentingan lembaga dan bagi penulis dalam meningkatkan kinerja sebagai dosen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. (2015). *Hubungan Faktor Motivasi Pendorong dan Faktor Motivasi Penarik terhadap Keputusan Berwisata Backpacker Pada Komunitas Backpacker Jakarta*.
- Awaritefe, O. D. (2004). Motivation and Other Considerations in Tourist Destination Choice: A Case Study of Nigeria. *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 6(3), 303–330.
- Buddhabhumbhitak, K. (2008). *Impact of International Backpackers on the Host Society: A Case Study of Backpackers in Pai, North Thailand*.
- Cohen, E. (2003). Backpacking: Diversity and Change. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1(2), 95–110.
- Crompton, John, L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424.
- Desforges, L. (2000). Traveling the world: Identity and Travel Biography. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 926–945.
- Elsrud, T. (2001). RISK CREATION IN TRAVELING Backpacker Adventure Narration. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 597–617.
- Manik, G. (2016). *PUSH FACTOR DAN PENARIK WISATAWAN BACKPACKER MANCANEGARA BERWISATA KE BALI*. IPTA, 4(2).
- Maoz, D. (2007). *Backpackers' Motivations: The Role of Culture and Nationality*. *Annals of Tourism Research of Tourism Research*, 34(1), 122–140.
- Maritha, D. P. (2010). *Profil Pola Pengeluaran Wisatawan Asing ala "Backpacker" di Yogyakarta*. Universitas Sebelas Maret.
- Markward, A. *Backpackers: The Next Generation?*, Auckland University of Technology § (2008).
- Scheyvens, R. (2002). *Backpacker tourism and Third World development*. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 144–164.
- Sorensen, A. (2003). *BACKPACKER ETHNOGRAPHY*. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 847–867.
- Speed, C. (2008). *Are Backpackers Ethical Tourists? In K. Hannam, & I. Ateljevic (Eds.), Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*. Clevedon: Channel View Publications.
- Sugiyono. (2014). *Metode Peneliatian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.