

ABSTRAKSI

Pariwisata merupakan salah satu industri yang dapat bermanfaat bagi perekonomian suatu negara, antara lain berkontribusi terhadap peningkatan devisa, membuka lahan kerja baru, serta meningkatkan pendapatan penduduk setempat. Memahami apa yang memotivasi seseorang dalam membuat keputusan untuk melakukan perjalanan wisata dan apa yang mempengaruhi mereka dalam memilih tujuan wisata adalah suatu hal yang sangat penting dalam membangun suatu pendekatan strategi pemasaran. Dari penelusuran hasil literatur sebelumnya, motivasi perjalanan dipengaruhi antara lain dari profil sosial-demografis dan karakteristik seseorang ketika melakukan perjalanan wisata.

Maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap berbagai motivasi perjalanan seseorang (wisatawan), dan melihat tingkat kepentingan motivasi perjalanan wisatawan tersebut. Malaysia dijadikan negara tujuan wisata bagi banyak wisatawan Indonesia serta perkembangan pariwisata Malaysia yang pesat khir-akhir ini dijadikan alasan penulis untuk membuat penelitian. Responden yang diteliti adalah seseorang yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Malaysia dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dalam satu kali waktu pengambilan data (*cross-sectional design*) melalui penyebaran kuesioner yang diisi sendiri (*self-administered questionnaire*) oleh wisatawan. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu melalui *judgemental sampling*. Kemudian pengolahan data menggunakan SPSS 11.5 *for Windows* dengan *frequency distribution*, analisis faktor, dan uji independent sample T-test serta one way ANOVA. Dari hasil pengujian tersebut didapatkan bahwa terbukti bahwa faktor pada variabel profil sosial-demografis yang mempengaruhi motivasi perjalanan wisatawan Indonesia ke

Malaysia yaitu jenis kelamin, usia dan tingkat pengeluaran. Sedangkan variabel karakteristik perjalanan seperti frekuensi ke Malaysia, lamanya menetap dan sumber informasi tidak mempengaruhi motivasi perjalanan wisatawan Indonesia ke Malaysia secara signifikan.

Kata kunci: Pariwisata Malaysia, motivasi perjalanan

