



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN

Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat
Lt.4 Gedung D Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon: (021) 57946042 Fax: (021) 57946085
Laman: www.dikti.go.id

Nomor : 0487 /E3.2/UND/2017

27 Februari 2017

Lampiran: satu berkas

Hal : Undangan Peserta Seminar Hasil
Riset Terapan

Yth. Ketua LP/LPPM/Direktur/Ketua

Sebagaimana dimaklumi bersama bahwa para pelaksana Penelitian/Riset Terapan (Hibah Bersaing, MP3EI, PUSNAS dan STRANAS) yang telah selesai melaksanakan penelitiannya tahun 2016, **wajib** mempresentasikan hasil akhir penelitiannya sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban ilmiah. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mengundang para peneliti dimaksud pada "Seminar Hasil Riset Terapan (yang telah selesai tahun 2016)" yang akan dilaksanakan pada:

hari/tanggal : Rabu, 15 Maret 2017 (*check-in* mulai pukul 12.00 WITA) s.d.
Kamis, 16 Maret 2017 (*check out* pukul 12.00 WITA)
tempat : Swiss-Belhotel Rainforest, Jl. Sunset Road No. 101 Kuta, Kab. Badung
Bali 80361, Telp. (0361) 845680
pembukaan : Rabu, 15 Maret 2017, mulai pukul 13.00 WITA

Kami mohon bantuan Saudara untuk menyampaikan informasi kepada nama-nama terlampir sebagai peserta seminar dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut.

1. Ketua Peneliti wajib hadir, ketua dapat diwakilkan apabila sakit atau berhalangan tetap (surat keterangan)
2. Bersedia sepenuhnya mengikuti kegiatan seminar.
3. Membawa bahan presentasi maksimal 5 slide (judul, roadmap, metodologi, hasil capaian dan Luaran) dalam bentuk *softcopy* (dalam *flash disk* atau CD)
4. Membawa produk bila memungkinkan (ukuran tidak terlalu besar) dan bukti-bukti luaran serta poster hasil penelitian dengan ukuran 70 cm x tinggi 70 cm.

Perlu kami informasikan bahwa Panitia tidak menanggung biaya perjalanan pulang-pergi peserta, konsumsi disediakan bagi 1 (satu) orang peserta selama kegiatan berlangsung, sedangkan akomodasi hanya disediakan bagi peserta di luar wilayah luar Denpasar dan Badung.

Peserta Seminar yang tidak hadir akan mendapat sanksi berupa tidak diberikan pendanaan hibah penelitian kepada yang bersangkutan pada masa yang akan datang.

Atas perhatian dan bantuannya, kami ucapkan terima kasih.

Direktur Riset dan Pengabdian
Masyarakat,

Tembusan:

1. Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan
2. Rektor Perguruan Tinggi Ybs
3. Koordinator Perguruan Tinggi Swasta Ybs.
4. PPK DRPM – Ditjen Risbang

Ocky Karna Radjasa
NIP 196510291990031001

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
1	ANY FATMAWATI	Pengembangan Perangkat Pembelajaran Microteaching dengan Asesmen Otentik Teknik Saling Silang untuk Menumbuhkembangkan Karakter Positif Mahasiswa	IKIP Mataram	Penelitian Hibah Bersaing
2	DEDI SUMARSONO	Developing English Materials at IKIP Mataram Based on Students' Need	IKIP Mataram	Penelitian Hibah Bersaing
3	LOVY HERAYANTI	PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS MOODLE UNTUK MENINGKATKAN PENGUASAAN KONSEP DAN KETERAMPILAN BERPIKIR KREATIF CALON GURU FISIKA	IKIP Mataram	Penelitian Hibah Bersaing
4	MULIANI	Developing Teaching English Modality Model by Implementing INTASC Standards at the English Department of IKIP Mataram	IKIP Mataram	Penelitian Hibah Bersaing
5	SAIFUL PRAYOGI	Pengembangan Model Pembelajaran Aktif Berbasis Inkuiri (ABI) untuk Mengembangkan Keterampilan Berpikir Kritis Mahasiswa.	IKIP Mataram	Penelitian Hibah Bersaing
6	I KETUT SURATA	PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN SAINS BOTANI TUMBUHAN TINGGI BERBASIS ETNOBOTANI DI PERGURUAN TINGGI	IKIP Saraswati	Penelitian Hibah Bersaing
7	I MADE MADURIANA	PENGEMBANGAN MATERI DAN MODEL PENDIDIKAN BUDAYA DAN KARAKTER BANGSA BERBASIS TRADISI LISAN BERORIENTASI SPIRITUALISME BERBANTUAN MODUL TERINTEGRASI DENGAN PEMBELAJARAN IPA DI SD	IKIP Saraswati	Penelitian Hibah Bersaing

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
8	I MADE SUDIANA	PENGEMBANGAN MATERI DAN MODEL PEMBELAJARAN IPA DENGAN PENDEKATAN KEARIFAN LOKAL BERBASIS ERGONOMI BERBANTUAN MODUL KOOPERATIF UNTUK SISWA SD	IKIP Saraswati	Penelitian Hibah Bersaing
9	MADE KERTA ADI	ANALISIS DAN PEMETAAN MAJOR DRIVEN KEMISKINAN KULTURAL DAN MODEL PENGENTASANNYA BERBASIS EMPOWERING LOCAL GENIUS (ELG) (Studi Pada Masyarakat Miskin di Pegunungan Kintamani Bangli – Bali	IKIP Saraswati	Penelitian Hibah Bersaing
10	HENDRA SANTOSA	PROTOTIPE GAMELAN SISTEM SEPULUH NADA DALAM SATU GEMBYANG	Institut Seni Indonesia Denpasar	Penelitian Hibah Bersaing
11	I NYOMAN LARRY JULIANTO	Pengembangan Konsep 'Proses Komunikasi' pada Ruang Publik Dalam Keterlibatan Media Desain Komunikasi Visual Sebagai Elemen 'Wajah' Kota Denpasar	Institut Seni Indonesia Denpasar	Penelitian Hibah Bersaing
12	IDA AYU TRISNAWATI	Pengkemasan Model Kesenian Tradisional Nusa Tenggara Barat Sebagai Saranan Penunjang Daya Tarik wisatawan di Kota Mataram	Institut Seni Indonesia Denpasar	Penelitian Hibah Bersaing
13	NI NYOMAN MANIK SURYANI	Pengembangan Model Kesenian Lanjut Usia (Lansia) di Kelurahan Tonja Denpasar Bali	Institut Seni Indonesia Denpasar	Penelitian Hibah Bersaing
14	ANTONIUS PANGALINAN	Inovasi Bubu Dasar Menjadi Jebakan Ganda untuk Meningkatkan Hasil Tangkapan	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
15	DEDDY B LASFETO	Rancang Bangun Teknologi Pengukur Berat Badan Ternak Sapi Berbasis Citra Sebagai Pengganti Timbangan Mekanis Dalam Mendukung Inovasi Peternakan Sapi di Pulau Timor Propinsi Nusa Tenggara Timur	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
16	DIAN ERLINA WATI JOHANNIS	STUDI EVALUASI DAN PENGEMBANGAN FASILITAS PELABUHAN PERIKANAN PANTAI (PPP) TENAU DI KOTA KUPANG	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
17	FENY SUSANA EKY	Inovasi Model Pembelajaran Animation Picture Guna Peningkatan Keterampilan Berbicara Bahasa Inggris Siswa SD pada Daerah Potensi Wisata di Kecamatan Kupang Barat Kabupaten kupang	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
18	FOLKES EDUARD LAUMAL	Perancangan Sensor Gempa berbasis Mikrokontroler untuk Pengembangan Sistem Peringatan Dini Terpadu	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
19	HAPSA USMAN	Model Ekonomi Produktif Masyarakat Pesisir Pantai Melalui Pengembangan Obyek Wisata Berbasis kuliner Produk Kelautan DIPantai Tobilolong Kecamatan Kupang Barat Kabupaten Kupang	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
20	IMANUEL CHRISTIAN MAUKO	Pengenalan Pola Citra Digital Motif Kain Tenunan Menggunakan Metode Transformasi Wavelet dan Jaringan Syaraf Tiruan untuk Identifikasi dan Inventarisir Motif Kain Tenunan di Kabupaten Alor	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
21	JANRI DELASTRIANI MANAFE	Model Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Domestik Dan Internasional Di Pulau Rote-Nusa Tenggara Timur	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
22	JONRI LOMI GA	Sistem Pembangkit Listrik Tenaga Uap Menggunakan Rankyne Cicle Dengan Ekstraksi Lontar Sebagai Liquid Work	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
23	MAMIK MARDYANINGSIH	Kajian Kelayakan dan Efisiensi Usaha Ikan Asap (Se'i Ikan) Khas NTT dengan Liquid Smoke Daun Kesambi	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
24	MAY MUNAH ATTUBEL	Pemberdayaan Pengelola dan Pengusaha Industri Pariwisata Melalui Penerapan Model Bauran Pemasaran Pariwisata untuk Meningkatkan Minat Wisatawan Berkunjung di Nusa Tenggara Timur	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
25	MELCHIOR BRIA	Upaya Peningkatan Aksesibilitas Menuju Lokasi Wisata dengan Melakukan Pemeliharaan Akses Jalan Masuk Lokasi Wisata Menggunakan Teknologi Daur Ulang Perkerasan Aspal di Wilayah Timor	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
26	MELSIANI ROSDIANI F SADUK	Pemanfaatan Serat Lontar Sebagai Alternatif Bahan Pengganti Fiberglass untuk Pembuatan Body Kapal Penangkap Ikan	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
27	PRISKA GARDENI NAHAK	Tinjauan Mitigasi Bencana Tsunami di Daerah Wisata Pantai Tablolong	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
28	SELFESINA SAMADARA	Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat berbasis Kemitraan Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Nelayan Di Desa Sulamu, Kabupaten Kupang-NTT	Politeknik Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
29	AGUSTINUS PAGA	Penampilan Sapi Bali Yang Diberi Wafer Gamal Dengan Ransum Basal Rumput Kume	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
30	ARNOLD CHRISTIAN TABUN	Identifikasi Keragaman Fenotip dan Genetik Ternak Sapi Bali Betina Berdasarkan Pola Warna Di Kabupaten Kupang	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
31	ENY IDAYATI	Fortifikasi Ekstrak Mesocarp Buah Lontar Sebagai Sumber Antioksidan Alami dalam Proses Pengolahan Pangan	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
32	JEMSENG CARLES ABINENO	PEMANFAATAN LIMBAH TEMPURUNG KEMIRI SEBAGAI ENERGI ALTERNATIF MELALUI GASIFIKASI PADA REAKTOR UPDRAFT GASIFIER	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
33	KRISNA SETIAWAN	Analisis Dampak Kebijakan Pemerintah terhadap Daya Saing Komoditas Kelapa di Kabupaten Flores Timur, Nusa Tenggara Timur	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
34	NINA JENI LAPINANGGA	Eksplorasi Cendawan Entomopatogen Isolat Lokal Sebagai Agens Pengendali Hayati Kumbang Ubi Jalar <i>Cylas formicarius</i> Fabricus	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
35	OLIVINA SOFIA MESSAKH	APLIKASI JARAK TANAM DAN EKSTRAK GULMA <i>Cyperus rotundus</i> DAN <i>Ageratum conyzoides</i> TERHADAP PRODUKTIVITAS TANAMAN TOMAT (<i>Lycopersicon esculentum</i> , Mill.) YANG DITUMPANGSARIKAN DENGAN TANAMAN SELA AROMATIK	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
36	RUPA MATEUS	Pemanfaatan Biochar Limbah Pertanian sebagai Bahan Pembenh Tanah untuk Meningkatkan Simpanan Karbon Organik dan Kualitas Tanah serta Hasil jagung di Lahan Kering	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
37	YOSEFINA LEWAR	Potensi Produksi dan Kualitas Benih Kacang Merah Varietas Inerie di Dataran Rendah	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
38	ZULIANATUL HIDAYAH	Modifikasi Tepung Sorgum Dengan Fermentasi Dan Heat Moisture Treatment (Hmt) Sebagai Upaya Pemanfaatan Bahan Pangan Lokal Untuk Substitusi Produk Berbasis Tepung Terigu	Politeknik Pertanian Negeri Kupang	Penelitian Hibah Bersaing
39	I GUSTI AGUNG SRI RWA JAYANTIN	Pengembangan Model Peer Assessment Berbasis Penelusuran Informasi Internet dalam Pembelajaran Penerjemahan Mahasiswa Sastra Inggris	Sekolah Tinggi Bahasa Asing Saraswati	Penelitian Hibah Bersaing
40	MUHAMMAD TAJUDDIN	Model Pengukuran Keberhasilan Implementasi Sistem Informasi Perguruan Tinggi (SI-PT) Untuk Mencapai Good University Governanace (GUG).	STMIK Bumi Gora	Penelitian Strategis Nasional
41	I GUSTI BAGUS RAI UTAMA	KONFIRMASI MODEL MOTIVASI DAN KEPUASAN WISATAWAN MANCANEGARA USIA LANJUT DALAM MELAKUKAN PERJALANAN WISATA	Universitas Dhyana Pura	Penelitian Hibah Bersaing

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
42	SUSILAWATI CICILIA LAURENTIA	Model Desain Prototipe Kombinasi Jebakan Air Berantai dengan Rumput Vetiver untuk Mengatasi Permasalahan Sumber Daya Air pada Pulau Kecil Daerah Kering Indonesia	Universitas Flores	Penelitian Hibah Bersaing
43	ABDUL SYUKUR	KONSERVASI PADANG LAMUN MELALUI BUDIDAYA RAMAH LINGKUNGAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN NELAYAN KECIL DI TANJUNG LUAR LOMBOK TIMUR	Universitas Mataram	MP3EI
44	ALIEFMAN HAKIM	Pengembangan Model Praktikum Kimia Bahan Alam untuk Meningkatkan Kreativitas dan Pemahaman Konsep Peserta Didik	Universitas Mataram	Penelitian Strategis Nasional
45	ALUH NIKMATULLAH	Peningkatan ekonomi masyarakat pesisir kecamatan Jerowaru melalui penerapan manajemen produksi rumput laut adaptif perubahan iklim	Universitas Mataram	MP3EI
46	I WAYAN KARDA	KUALITAS KARKAS DAN MARBLING DAGING SAPI BALI DENGAN PEMBERIAN PAKAN BERBASIS KULIT BUAH KAKAO FERMENTASI	Universitas Mataram	MP3EI
47	SUKARDI	Model Prakarya dan Kewirausahaan Berbasis Ekonomi Kreatif Berdimensi Industri Keunggulan Lokal Sebagai Upaya Menyiapkan Lulusan SMA Berjiwa Wirausaha	Universitas Mataram	Penelitian Strategis Nasional
48	SUKMAWATY	Pemampaatan teknologi fluidized bed dalam industri pakan ternak berbasis bahan laku lokal dan limbah	Universitas Mataram	MP3EI
49	SYAMSUL HIDAYAT DILAGA	Pemberdayaan Peternak Sapi Sumbawa Dalam Memperbaiki dan Mengelola Pasture untuk Ketahanan Pakan Guna Meningkatkan Produksi Daging dan Susu Nasional	Universitas Mataram	MP3EI
50	WILDAN	KAJIAN KELAYAKAN DAN PENGEMBANGAN EKOWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI LOMBOK BARAT SEBAGAI TUJUAN WISATAWAN TIMUR TENGAH	Universitas Mataram	MP3EI

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
51	ABYADUL FITRIYAH	Pengembangan Metode Rekayasa Preparasi Sperma Cair Menggunakan Suplementasi Crude Tanin dalam Upaya Peningkatan Populasi Sapi Bali di NTB	Universitas Nahdlatul Wathan Mataram	MP3EI
52	ARNOLD E MANU	OPTIMALISASI PERTUMBUHAN SAPI BALI SAPIHAN DI TINGKAT PETERNAK DENGAN SUPLEMENTASI PAKAN KOMPLIT BERBAHAN DASAR LIMBAH KELAPA MUDA TERFERMENTASI	Universitas Nusa Cendana	MP3EI
53	FONNY J L RISAMASU	PENGEMBANGAN TEKNOLOGI RESTOCKING SUATU UPAYA KONSERVATIF UNTUK MENGURANGI PENURUNAN SUMBERDAYA KEPITING BAKAU (<i>Scylla sp</i>) DI PERAIRAN OEBELO KECAMATAN KUPANG TENGAH	Universitas Nusa Cendana	Penelitian Strategis Nasional
54	I NYOMAN W MAHAYASA	PENGEMBANGAN POTENSI BUAH LONTAR MENJADI BERBAGAI JENIS PRODUK DALAM MENUNJANG KERAGAMAN JENIS MAKANAN LOKAL DALAM MENUNJANG KEPARIWISATAAN DI KOTA KUPANG	Universitas Nusa Cendana	MP3EI
55	SUWARI	RANCANG BANGUN MODEL DINAMIK PENGENDALIAN PENCEMARAN AIR DAN PERANGKAT ANALISIS STATUS MUTU AIR MENGGUNAKAN SISTEM PAKAR BERBASIS WINEXSYS	Universitas Nusa Cendana	Penelitian Strategis Nasional
56	TETTY SETIAWATY	KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM MENGENTASKAN KEMISKINAN PADA DAERAH TERTINGGAL DAN KRISIS SOSIAL DI KABUPATEN SUMBA BARAT DAYA PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR	Universitas Nusa Cendana	Penelitian Strategis Nasional
57	THOMAS MATA HINE	Isolasi dan kultur stem cell partenogenetik dalam ekstrak daun kelor (<i>moringa oleifera</i>) dan pengaruhannya menjadi sel jantung	Universitas Nusa Cendana	Penelitian Strategis Nasional
58	I DEWA KETUT SASTRAWIDANA	Produksi dan Pemanfaatan Pigmen dari Jamur Lokal Sebagai Bahan Pewarna Alami Tekstil Ramah Lingkungan	Universitas Pendidikan Ganesha	Penelitian Strategis Nasional

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
59	I MADE KIRNA	KONTEN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PEMERATAAN KUALITAS PROSES DAN HASIL BELAJAR KIMIA SMA	Universitas Pendidikan Ganesha	Penelitian Strategis Nasional
60	I MADE SUTAMA	Pelestarian Permainan Tradisional Edukatif Sebagai Modal Sosialbudaya Dalam Pengembangan Pendidikan Karakter Pada Siswa Sekolah Dasar se-Bali.	Universitas Pendidikan Ganesha	Penelitian Strategis Nasional
61	I WAYAN KARYASA	Bali Synwood: Kayu Sintetik yang Diperkuat Nanokomposit Silika-Karbon untuk Revitalisasi Industri Kerajinan Kayu	Universitas Pendidikan Ganesha	Penelitian Unggulan Strategis Nasional
62	I WAYAN MUDANA	Kolaborasi Masyarakat Ekonomi, Politik, dan Sipil dalam Pengembangan Pariwisata Bahari Untuk Pengentasan Kemiskinan Masyarakat Pesisir di Bali	Universitas Pendidikan Ganesha	Penelitian Strategis Nasional
63	TRIANASARI	Pengembangan Dan Implementasi Model Pemetaan Distribusi Dana Corporate Social Responsibility Untuk Menjaga Kelestarian Objek Wisata Di Bali	Universitas Pendidikan Ganesha	MP3EI
64	ANAK AGUNG AYU NGURAH SRI RAHAYU GORDA	Relevansi Konsep Wrdhdi Sebagai Dasar Perjanjian Pinjam Meminjam Uang Pada Lembaga Perkreditan Desa Pakraman di Bali	Universitas Pendidikan Nasional	Penelitian Hibah Bersaing
65	I NYOMAN NGURAH SUWARNATHA	Restrukturisasi Penal Policy Terhadap Perlindungan Hukum Eksploitasi Seksual Komersial Anak	Universitas Pendidikan Nasional	Penelitian Hibah Bersaing
66	I NYOMAN SUBANDA	MEMBANGUN MODEL KEAMANAN TRADISIONAL MULTIKULTURAL BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI BALI	Universitas Pendidikan Nasional	Penelitian Hibah Bersaing
67	I KETUT SATRIAWAN	MODEL ALTERNATIF FORMULASI DISTRIBUSI MANFAAT PARIWISATA BALI	Universitas Udayana	Penelitian Strategis Nasional
68	I MADE DAMRIYASA	Pengendalian Penyakit Parasiter Pada Sapi Melalui Pola Pembinaan Kelompok Ternak (BINAPOKTAN)	Universitas Udayana	MP3EI

No.	Nama	Judul	Perguruan Tinggi	Skema
69	I NENGGAH SUJAYA	Lama Waktu Kolonisasi Lactobacillus sp F213 pada Saluran Pencernaan Dianalisis Menggunakan Sidik DNA Mikrobiomik Feses Dalam Pengembangan Probiotik Untuk Menurunkan Kolesterol	Universitas Udayana	Penelitian Strategis Nasional
70	I NYOMAN RAI	Strategi Pengembangan Sumberdaya Genetik Buah-Buahan Lokal untuk Meningkatkan Integrasi Pertanian dengan Pariwisata di Bali	Universitas Udayana	MP3EI
71	I WAYAN ARTHANA	Kajian Komprehensif Produktivitas Usaha Budidaya Rumput Laut di Bali	Universitas Udayana	MP3EI
72	MADE KEMBAR SRI BUDHI	Pengembangan Desa Jatiluwih Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan Sebagai Desa Ekowisata Berbasis Masyarakat (Community Based Ecotourism)	Universitas Udayana	MP3EI
73	I GEDE SURANAYA PANDIT	Aplikasi Teknik Penanganan Ikan Segar Yang Berbeda Terhadap Mutu Bahan Baku Pembuatan Pindang.	Universitas Warmadewa	Penelitian Strategis Nasional
74	I MADE SUWITRA	MODEL PENGELOLAAN TANAH PAUMAN UNTUK KESEJAHTERAAN KRAMA PAUMAN DI KABUPATEN KARANGASEM	Universitas Warmadewa	Penelitian Hibah Bersaing

**LAPORAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING**



**KONFIRMASI MODEL MOTIVASI DAN
KEPUASAN WISATAWAN MANCANEGERA
USIA LANJUT DALAM MELAKUKAN
PERJALANAN WISATA**

TIM PENELITI

KETUA

**DR. I GUSTI BAGUS RAI UTAMA, SE., MMA., MA.
NIDN: 0810107001**

ANGGOTA 1

**PUTU CHRIS SUSANTO, BA., MBA
NIDN: 0826058303**

TAHUN KE-3

**UNIVERSITAS DHYANA PURA
BADUNG
OKTOBER 2016**

**HALAMAN PENGESAHAN
HIBAH BERSAING**

Judul Penelitian : Konfirmasi Model Motivasi dan Kepuasan
Wisatawan Mancanegara Usia Lanjut dalam
Melakukan Perjalanan Wisata

Kode>Nama Rumpun : 699/ Kepariwisataan
Ilmu

Ketua Peneliti :


a. Nama Lengkap : Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., M.MA., MA.
b. NIDN : 0810107001
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen
e. Nomor HP : 081337868577
f. Alamat surel (*e-mail*) : raiutama@undhirabali.ac.id

Anggota Peneliti :

a. Nama Lengkap : Putu Chris Susanto, BA., MBA.
b. NIDN : 0826058303
c. Perguruan Tinggi : Universitas Dhyana Pura

Lama Penelitian Keseluruhan : Tiga (3) tahun
Usulan Penelitian Tahun ke- : Ketiga (3)
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 164.000.000,-
Biaya Penelitian : Rp 50.000.000,-
- diusulkan ke DRPM : Rp 164.000.000,-
- dana internal PT : Rp 0,-
- dana institusi lain : Rp 0,-

Mengetahui,


Java Pramono, S.Pd., M.Par
NIP: 2145.0007

Badung, 31 Oktober 2016

Ketua Peneliti,


Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., M.MA., MA
NIP: 2145.0006

Menyetujui,

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian

Universitas Dhyana Pura


Dra. Agri Supriyati
NIP. 01956194

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN HIBAH BERSAING	i
DAFTAR ISI.....	ii
RINGKASAN.....	iv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Motivasi Berwisata.....	4
2.1.1 Faktor Pendorong Berwisata.....	6
2.1.2 Faktor Penarik Berwisata.....	7
2.2 Dampak Destinasi Wisatawan Lanjut Usia bagi Masyarakat Lokal	8
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	9
3.1 Lokasi dan Waktu Serta Rancangan Penelitian	9
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	9
3.4 Penentuan Sumber Data.....	9
3.5 Populasi dan Sampel.....	10
3.5.1 Populasi.....	10
3.5.2 Sampel.....	10
3.6 Instrumen Penelitian.....	10
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	11
3.8 Teknik Analisis Data.....	11
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	12
4.1 Perspektif Wisatawan Senior.....	12
4.1.1 Kelompok umur	12
4.1.2 Kewarganegaraan.....	13
4.1.3 Jenis kelamin.....	13
4.1.4 Status pekerjaan	14
4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	15
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	18
4.3 Konfirmasi Model Teoritis	21

4.4	Pendapat Wisatawan Senior tentang Destinasi Bali	30
4.4.1	Citra Bali menurut persepsi wisatawan lanjut usia mancanegara	31
4.4.2	Kepuasan Wisatawan Lanjut Usia Mancanegara Berwisata di Bali	35
4.4.3	Alasan Datang Kembali Ke Bali	39
4.4.4	Alasan rela merekomendasi Bali sebagai tujuan wisata	41
4.5	Kelebihan dan Kelemahan Segmen Pasar Wisatawan Senior	45
4.5.1	Kelebihan Dan Kekurangan Wisatawan Lanjut Usia	46
4.5.2	Model Pengelolaan Kawasan Wisata Lanjut Usia	50
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN		55
5.1.	Simpulan.....	55
5.2.	Saran	55
BAB 6. RENCANA KEGIATAN SELANJUTNYA		58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN-LAMPIRAN		75
	Lampiran 1. Serapan Anggaran Penelitian.....	75

RINGKASAN

Saat ini segmen pasar wisatawan lanjut usia mancanegara menjadi penting karena memiliki kekuatan dan daya tarik bagi industri pariwisata pada dua hal, yakni daya beli dan waktu luang. Kaum lanjut usia juga memiliki niat untuk bepergian ke luar negeri, menghibur diri, dan berekreasi.

Penelitian pada tahun pertama adalah penelitian konfirmatori terhadap model motivasi perjalanan wisatawan yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan adalah model yang dibangun oleh Yoon dan Uysal (2003). Setelah dilakukan pengujian, ternyata model teoritis tidak sesuai dengan fakta empiris di lapangan sehingga memerlukan modifikasi model dengan cara melakukan eliminasi beberapa indikator yang tidak nyata sebagai pembentuk variabel laten, baik laten motivasi pendorong, penarik, dan kepuasan wisatawan. Dengan mempertimbangkan beberapa keterbatasan penelitian tahap pertama, yakni responden tidak secara spesifik tinggal pada hotel atau kawasan yang dikhususkan bagi kaum lanjut usia sehingga dapat menimbulkan bias terhadap pengukuran indikator penelitian. Penelitian tahap pertama telah dilanjutkan ke tahapan kedua, Penelitian lanjutan dilakukan telah mengidentifikasi dan menganalisis lebih mendalam berbagai kebutuhan, keinginan, dan permintaannya terhadap atribut-atribut destinasi yang diharapkan oleh para wisatawan lanjut usia.

Penelitian lanjutan pada tahun ketiga ini adalah konfirmasi terhadap kelebihan dan kekurangan segmen ini dari perspektif pengelola pariwisata. Bagi Destinasi Pariwisata Bali, kontribusi wisatawan senior terhadap tingkat hunian kamar hotel secara total termasuk relatif rendah dan mengindikasikan bahwa segmen pasar ini masih tergolong kecil. Selain segmen pasarnya yang relatif masih kecil, wisatawan senior juga mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan khusus sehingga para pengelola akomodasi lebih banyak mengeluarkan biaya dan energy untuk melayani segmen wisatawan senior ini. Kelebihan dari segmen wisatawan senior ini adalah daya beli yang cukup tinggi karena mereka berani membayar mahal hal-hal yang mereka perlukan dan sukai. Pengeluaran liburan mereka lebih banyak untuk konsumsi makanan dan minuman jika dibandingkan dengan pengeluaran lainnya. Sisi positif lainnya adalah bahwa segmen wisatawan senior sangat menghargai dan mengagumi budaya masyarakat lokal sehingga sesuai dengan jenis pariwisata yang dikembangkan di Bali namun untuk dapat menangkap peluang wisatawan senior atau lanjut usia ini diperlukan integrasi empat elemen produk pariwisata yang terdiri dari Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansileri sesuai dengan model yang telah dihasilkan pada penelitian.

Keyword: wisatawan lanjut usia, motivasi wisata, kepuasan wisatawan, masyarakat lokal

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang




Saat ini segmen pasar wisatawan lanjut usia mancanegara menjadi penting karena memiliki kekuatan dan daya tarik bagi industri pariwisata pada dua hal, yakni daya beli dan waktu luang. Kaum lanjut usia juga memiliki niat untuk bepergian ke luar negeri, menghibur diri, dan berekreasi. Berdasarkan fenomena ini, penelitian lanjutan perlu dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis lebih mendalam berbagai kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dilihat dari berbagai aspek, seperti aspek ekonomi, sosial dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat lokal. Setelah diketahui dampaknya terhadap masyarakat lokal, maka wisatawan lanjut usia mancanegara perlu dijadikan target pasar, kemudian pengelola destinasi menentukan produk yang ditawarkan agar dampak negatif dapat diminimalkan.

Mengidentifikasi keuntungan dan kerugiannya bagi masyarakat lokal atau sekitar kawasan, akan berimplikasi terhadap penyediaan tenaga kerja, dan kelangsungan pariwisata secara keseluruhan. Penelitian ini menjadi bahan yang amat penting untuk pembentukan model pengelolaan kawasan wisata lanjut usia, dan pengembangan kawasan wisatawan yang pro masyarakat lokal atau *community base tourism development* karena secara teoritis, besar dampak penggangannya bagi masyarakat lokal.

Keterbatasan hasil penelitian tahap pertama dan kedua, mengindikasikan perlunya dilanjutkan ke tahapan ketiga, jika Indonesia dan Bali khususnya ingin menangkap peluang pasar wisatawan lanjut usia tersebut. Penelitian lanjutan dilakukan untuk melakukan konfirmasi hasil dan temuan penelitian tahap pertama (2014) dan tahap kedua (2015). Tujuan dari penelitian tahap ketiga (2016) ini adalah mengidentifikasi keuntungan dan kerugiannya wisatawan lanjut usia bagi masyarakat lokal, yang berimplikasi terhadap penyediaan tenaga kerja, dan kelangsungan pariwisata secara keseluruhan. Penelitian ini menjadi bahan yang amat penting untuk pembentukan model pengelolaan kawasan wisata lanjut usia, dan pengembangan kawasan wisatawan yang pro masyarakat lokal atau *community base tourism development* karena secara teoritis, besar dampak penggangannya bagi masyarakat lokal.

Secara grafis, tahapan penelitian yang sudah dilakukan, dan akan dilakukan ditampilkan sebagai berikut ini:

Tabel 1.1 Tahapan Penelitian tentang Wisatawan Mancanegara Lanjut Usia

2014	2015	2016
JUDUL USULAN: KONFIRMASI MODEL MOTIVASI DAN KEPUASAN WISATAWAN MANCANEGARA USIA LANJUT DALAM MELAKUKAN PERJALANAN WISATA		
Penelitian Primer	Penelitian Primer	Penelitian Primer
Topik: Motivasi dan Kepuasan	Topik: Motivasi dan Citra Destinasi	Topik: Senior Tourist Destination Selection: A Structural Model Development
Objek: Motivasi dan Harapan Wisman Usia lanjut	Objek: Citra Bali menurut Wisman Usia lanjut (Persepsi Wisatawan)	Objek: Keuntungan dan Kerugian Wisman Usia lanjut (pengalaman pelaku bisnis)
Instrumen: <i>Questioner (demand side/sisi wisatawan)</i>	Instrumen: <i>Questioner (demand side/sisi wisatawan)</i>	Instrumen: Wawancara Pelaku Bisnis Pariwisata (<i>supply side/sisi pelaku pariwisata</i>)
Luaran (Output): <ul style="list-style-type: none"> • Model Motivasi dan Kepuasan • Prosiding Inter Sem UPI Bandung 2014 • International Journal of Scientific & Engineering Research -IJSER (ISSN 2229-5518) 	Luaran (Output): <ul style="list-style-type: none"> • Model Motivasi dan Citra Destinasi • Prosiding Inter Sem IRSA Unud 2015 • Jurnal Nasional Terakreditasi, Jurnal Kajian Bali, Akreditasi B, Keputusan Menristekdikti, No 12/M/Kp/II/2015 (terbit April 2016) • International Journal of Scientific and Engineering Research ISSN 2229-5518, Volume 6, Issue 7, July-2015 	Luaran (Output): <ul style="list-style-type: none"> • Model Pengembangan Resort Senior/lanjut usia • Prosiding Inter Sem IHTC2016 and ISOT2016, Universiti Teknologi MARA (UTM) Malaysia, UPI Bandung http://www.jthca.org/ihtc2016 Proceeding indexed by Scopus. • Buku Ajar (Andi, Pustaka Larasan, Deepublish)
		

Sumber: Output Penelitian 2014-2015

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka pokok permasalahannya adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimanakah kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dianalisis dari aspek ekonomi, sosial, dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat lokal?
- 2) Bagaimanakah model pengelolaan kawasan wisata lanjut usia dianalisis berdasarkan

model pengembangan kawasan wisata yang pro masyarakat lokal atau *community base tourism development*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dari aspek ekonomi, sosial, dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat local.
- 2) Menentukan model pengelolaan kawasan wisata lanjut usia berdasarkan model pengembangan kawasan wisata yang pro masyarakat lokal.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diarahkan untuk memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis tentang model pengelolaan kawasan wisata lanjut usia berdasarkan model pengembangan kawasan wisata yang pro masyarakat lokal.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pariwisata khususnya yang berhubungan dengan wisatawan usia lanjut dengan rincian manfaat harapan sebagai berikut: (1) mengetahui kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dari aspek ekonomi, sosial, dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat local. (2) mengetahui implikasi wisatawan lanjut usia terhadap penyediaan tenaga kerja, dan kelangsungan pariwisata secara keseluruhan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktisnya; (1) mengetahui kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dari aspek ekonomi, sosial, dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat lokal. (2) mengetahui implikasi wisatawan lanjut usia terhadap penyediaan tenaga kerja, dan kelangsungan pariwisata secara keseluruhan. Kedua manfaat tersebut, dapat dipakai sebagai informasi awal pengelolaan destinasi sehingga dapat dilakukan perbaikan aspek amenities, kreatifitas daya tarik wisata, kualitas transportasi lokal dan nasional maupun internasional yang lebih sesuai dengan harapan kaum usia lanjut, dan sekaligus dapat menentukan kawasan atau destinasi yang memungkinkan dibangun secara khusus untuk menangkap peluang wisatawan lanjut usia.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Wisatawan memiliki motivasi yang berbeda-beda sesuai dengan pendapat Fandeli (2001:41) berdasarkan klasifikasinya dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok motivasi, yakni: (1) motivasi fisik yang dapat berupa relaksasi, kesehatan, olahraga, rekreasi dan romatika; (2) motivasi budaya yang dapat berupa keinginan menyaksikan adat istiadat, dan kesenian daerah lain; (3) motivasi sosial yang dapat berupa mengunjungi teman dan keluarga, ziarah dan mencari pengalaman baru pada lingkungan baru (fisik dan sosial). (4) motivasi peningkatan status dan prestise seperti penyaluran hobi, melanjutkan belajar, pertemuan untuk menjalin hubungan personal, menghadiri konferensi dan seminar.

2.1 Motivasi Berwisata

Kata motivasi berasal dari kata "*motive*" yang berarti menyebabkan seseorang melakukan sesuatu dengan cara tertentu; atau merangsang keinginan. Lebih jauh, Abraham Maslow membuat model hierarki motivasi yang lebih dikenal dengan teori Motivasi Maslow. Teori Maslow pada awalnya merupakan teori dasar psikologi yang mengasumsikan bahwa orang akan berusaha memenuhi kebutuhan pokok terlebih dahulu, secara fisiologis sebelum mengarahkan perilaku memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi berupa perwujudan diri. Kebutuhan yang lebih rendah harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi seperti perwujudan diri mulai mengembalikan perilaku seseorang. Apabila seseorang memutuskan bahwa ia menerima uang yang cukup untuk pekerjaan dari organisasi tempat ia bekerja, maka uang tidak mempunyai daya intensitasnya lagi. Jika suatu kebutuhan mencapai puncaknya, kebutuhan itu akan berhenti menjadi motivasi utama dari perilaku. Kemudian kebutuhan kedua mendominasi, tetapi walaupun kebutuhan telah terpuaskan, kebutuhan itu masih mempengaruhi perilaku hanya intensitasnya yang lebih kecil.

Dalam hubungannya dengan pariwisata, McIntosh dan Goeldner (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:52) membedakan motivasi wisatawan menjadi empat kategori motivasi, yaitu:

- 1) Motivasi fisik, yaitu motivasi yang berkaitan dengan aktifitas fisik, misalnya olah raga, rekreasi pantai, hiburan yang menyegarkan, dan motivasi lainnya yang secara langsung berhubungan dengan kesehatan.
- 2) Motivasi budaya, yaitu motivasi yang dapat diidentifikasi melalui hasrat untuk mengetahui tentang suatu daerah, musik, seni, cerita rakyat, tarian, lukisan, maupun

agama mereka.

- 3) Motivasi interpersonal, motivasi yang berkaitan dengan hasrat untuk menemui orang baru, mengunjungi teman atau keluarga, menjauhkan diri dari rutinitas atau mencari pengalaman baru yang berbeda.
- 4) Motivasi prestise dan status, yaitu motivasi yang berkaitan dengan kebutuhan ego dan pengembangan pribadi, misalnya perjalanan untuk bisnis konvensi, studi, dan yang berkaitan dengan hobi dan pendidikan. Keinginan atas penghargaan perhatian, pengetahuan dan reputasi yang baik dapat dipenuhi selama perjalanan.

Pada umumnya manusia menginginkan adanya keseimbangan dalam hidupnya. Secara psikologis, dapat dijelaskan bahwa kebutuhan manusia terhadap keseimbangan dalam kehidupannya tercermin pada usaha menyeimbangkan, misalnya antara kerja dan istirahat, melek dan tidur, bergerak dan santai, pendapatan dan pengeluaran, kerja dan keluarga, kebebasan dan ketergantungan, kebutuhan sosial, maupun resiko dan keamanan. Manusia cenderung ingin meninggalkan rutinitas disela-sela kehidupannya dengan melakukan perjalanan wisata untuk menyegarkan tubuh dan jiwa, memberikan vitalitas, dan memberikan arti baru pada kehidupan (Krippendorf, 1987:47).

Berdasarkan teori Maslow, perjalanan wisata dapat dimotivasi oleh motif untuk meningkatkan kesehatan seperti *wellness tourism*, *medical tourism*, dan sejenisnya. Perjalanan wisata juga dapat digerakkan oleh kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan penghargaan, hingga kebutuhan aktualisasi diri. Menurut Huang dan Hsu (2008: 267-287), melihat ada kebutuhan manusia belum termasuk dalam lima hirarki tersebut yakni kebutuhan berkesenian, kebutuhan keingintahuan, dan kebutuhan untuk dimengerti oleh sesama manusia, padahal dalam konteks perjalanan wisata, kebutuhan tersebut besar pengaruhnya terhadap keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong (*push factor*) dan faktor-faktor penarik (*pull factor*). Faktor pendorong dan penarik ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan. Menurut Sharpley, 1994 dan Wahab, 1975 (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:52) menekankan, bahwa faktor motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan pemicu dari proses perjalanan wisata, walau motivasi ini acapkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri.

2.1.1 Faktor Pendorong Berwisata

Faktor pendorong umumnya bersifat sosial-psikologis, atau merupakan *person specific motivation*, sedangkan faktor penarik merupakan *destination specific attributes*. Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tapi belum jelas daerah mana yang akan dituju. Ryan, 1993 (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:61), dari kajian literturnya menemukan berbagai faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata seperti di bawah ini.

- a) Kejenuhan: ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
- b) Penyegaran: keinginan untuk penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk escape di atas.
- c) Kegembiraan: ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan, yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
- d) Kekerabatan: ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks VFR (*Visiting Friends and Relations*).
- e) Prestise: untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk menaikkan status dan derajat sosial.
- f) Interaksi sosial: untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
- g) Romantika: keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis, untuk memenuhi kebutuhan seksual, khususnya dalam pariwisata seks.
- h) Kebudayaan: keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain, atau kebudayaan etnis lain. Hal ini pendorong yang dominan dalam pariwisata.
- i) Pengalaman: keinginan untuk menemukan diri sendiri, karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.
- j) Impian: keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi, yang lama dicita-citakan, sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat, agar bisa melakukan perjalanan.

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan wisata dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut: (1) *Physical or physiological motivation* yaitu motivasi yang bersifat fisik antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga,

bersantai dan sebagainya. (2) *Cultural motivation* yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. (3) *Social or interpersonal motivation* yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (*prestice*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya. (4) *Fantasy motivation* yaitu adanya motivasi di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis (McIntosh, 1977 dan Murphy, 1985; dalam Pitana dan Gayatri, 2005:60).

Pearce, 1998 (dalam Pitana dan Gayatri, 2005) berpendapat, wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata termotivasi oleh beberapa faktor yakni: Kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, prestise, dan aktualiasasi diri. Sedangkan Jackson, 1989 (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:62) melihat bahwa faktor penting yang menentukan permintaan pariwisata atau dorongan untuk berwisata berasal dari komponen daerah asal wisatawan antara lain, jumlah penduduk (*population size*), kemampuan finansial masyarakat (*financial means*), waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*), sistem transportasi, dan sistem pemasaran pariwisata yang ada. Dari beberapa pendapat di atas, dapat dikatakan bahwa faktor pendorong pariwisata dapat diprediksi dari jumlah penduduk dari suatu negara asal wisatawan, pendapatan perkapitanya, lamanya waktu senggang yang dimiliki yang berhubungan dengan musim di suatu negara, kemajuan teknologi informasi dan transportasi, sistem pemasaran yang berkembang, keamanan dunia, sosial dan politik serta aspek lain yang berhubungan dengan fisik dan non fisik wisatawan.

2.1.2 Faktor Penarik Berwisata

Berbagai faktor penarik yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata akan menyebabkan wisatawan akan memilih daerah tujuan wisata tertentu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Medlik, 1980 dan Jackson, 1989 (dalam Pitana dan Gayatri 2005:62), telah mengidentifikasi berbagai faktor penarik dan membedakannya atas sebelas faktor, yaitu: (1) iklim destinasi, (2) promosi pariwisata, (3) iklan, (4) pemasaran, (5) kejadian khusus, (6) potongan harga, (7) mengunjungi teman, (8) mengunjungi kerabat, (9) daya tarik wisata, (10) budaya, (11) lingkungan alamiah dan buatan. Lebih lanjut, ditentukan ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut.

- a) Aspek daya tarik destinasi; merupakan atribut daerah tujuan wisata yang berupa apasaja yang dapat menarik wisatawan dan setiap destinasi pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya.

- b) Aspek transportasi atau sering disebut aksesibilitas; merupakan atribut akses bagi wisatawan domestik dan mancanegara agar dengan mudah dapat mencapai tujuan ke tempat wisata baik secara internasional maupun akses terhadap tempat-tempat wisata pada sebuah destinasi.
- c) Aspek fasilitas utama dan pendukung; merupakan atribut amenitas yang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama pada sebuah destinasi.
- d) Aspek kelembagaan; atribut sumberdaya manusia, sistem, dan kelembagaannya berupa lembaga pariwisata yang akan mendukung sebuah destinasi layak untuk dikunjungi, aspek kelembagaan tersebut dapat berupa dukungan lembaga keamanan, lembaga pariwisata sebagai pengelola destinasi, dan lembaga pendukung lainnya yang dapat menciptakan kenyamanan wisatawan.

Selanjutnya Smith, 1988 (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:62) mengklasifikasikan berbagai barang dan jasa yang mestinya disediakan oleh destinasi pariwisata menjadi enam kelompok besar, yaitu: (1)*transportation*, (2)*travel services*, (3)*accommodation*, (4)*food services*, (5)*activities and attractions (recreation culture/entertainment)*, dan (6) *retail goods*. Inti dari ketiga pernyataan di atas adalah, aspek penawaran semestinya dapat menjelaskan apa yang akan ditawarkan, atraksinya apa saja, jenis transportasi yang dapat digunakan apa saja, fasilitas apa saja yang tersedia pada sebuah destinasi, siapa saja yang bisa dihubungi sebagai perantara pembelian paket wisata yang akan dibeli.

2.2 Dampak Destinasi Wisatawan Lanjut Usia bagi Masyarakat Lokal

Dari perspektif ekonomi, dampak positif pariwisata (kasus: pariwisata Bali-Indonesia) yaitu: (1) mendatangkan devisa bagi negara melalui penukaran mata uang asing di daerah tujuan wisata, (2) pasar potensial bagi produk barang dan jasa masyarakat setempat, (3) meningkatkan pendapatan masyarakat yang kegiatannya terkait langsung atau tidak langsung dengan jasa pariwisata, (4) memperluas penciptaan kesempatan kerja, baik pada sektor-sektor yang terkait langsung seperti perhotelan, restoran, agen perjalanan, maupun pada sektor- sektor yang tidak terkait langsung seperti industri kerajinan, penyediaan produk- produk pertanian, atraksi budaya, bisnis eceran, jasa-jasa lain dan sebagainya, (5) sumber pendapatan asli daerah (PAD), dan (6) merangsang kreativitas seniman, baik seniman pengrajin industri kecil maupun seniman ‘tabuh’ dan tayang diperuntukkan konsumsi wisatawan (Antara, 2011).

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Serta Rancangan Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Provinsi Bali, yang merupakan destinasi pariwisata yang memiliki wisatawan yang cukup beragam kebangsaannya (Disparda Bali, 2010). Penentuan objek penelitian pada wisatawan usia lanjut didasarkan pada besarnya potensi pasar wisatawan usia lanjut. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu tiga tahun (2014-2016).

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah penelitian pariwisata dengan menggunakan pendekatan sistem, yakni pendekatan dengan penekanan bahwa pergerakan wisatawan, aktivitas masyarakat yang memfasilitasi serta implikasi kedua-duanya terhadap kehidupan masyarakat luas merupakan kesatuan yang saling berhubungan “*linked system*” dan saling mempengaruhi. Setiap terjadinya pergerakan wisatawan akan diikuti dengan penyediaan fasilitas wisata dan interaksi keduanya akan menimbulkan pengaruh logis di bidang ekonomi, sosial, budaya, ekologi, bahkan politik. Sehingga, pariwisata sebagai suatu sistem akan digerakkan oleh dinamika subsistemnya, seperti pasar, produk, dan pemasaran khususnya yang terkait dengan wisatawan usia lanjut.

3.3 Identifikasi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian lanjutan ini adalah penelitian konfirmasi gabungan (kualitatif dan kuantitatif) yang mencoba melakukan konfirmasi terhadap berbagai indikator yang merupakan kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dari aspek ekonomi, sosial, dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat local. Penelitian ini juga mengkonfirmasi berbagai implikasi wisatawan lanjut usia terhadap penyediaan tenaga kerja, dan kelangsungan pariwisata secara keseluruhan. Pada akhirnya, menentukan model pengelolaan kawasan wisata lanjut usia berdasarkan model pengembangan kawasan wisata yang pro masyarakat lokal.

3.4 Penentuan Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah bersumber dari data primer karena data

berupa jawaban dari hasil penelitian dijawab langsung oleh informan dalam hal ini adalah para pengelola bisnis pariwisata khususnya hotel, dan jenis akomodasi lainnya yang konsumennya termasuk golongan usia lanjut.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah para pengelola hotel di Bali, yang berjumlah 149 hotel berbintang di Bali. Rincian jumlah hotel di Bali seperti Tabel

3.1 berikut ini:

Tabel 3.1 Jumlah Hotel Berbintang di Bali Menurut Lokasi dan Kelas Hotel

Kabupaten / Kota		Kelas					Jumlah
		Bintang 5	Bintang 4	Bintang 3	Bintang 2	Bintang 1	
1	Badung **	26	28	19	15	2	90
2	Denpasar**	3	4	9	7	5	28
3	Gianyar **	5	5	1	-	-	11
4	Buleleng *	1	2	2	3	1	9
5	Karangasem *	1	2	1	1	-	5
6	Jembrana	-	-	1	-	1	2
7	Tabanan *	1	-	1	-	-	2
8	Klungkung	-	-	1	1	-	2
9	B a n g l i	-	-	-	-	-	-

Sumber: Bali dalam Angka 2010

3.5.2 Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan metode sensus dengan menyertakan semua anggota populasi sebagai sampel. Toleransi respon *feedback* ditentukan sebesar 15% dari jumlah populasi atau sekitar 20 orang responden/informan.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian pada penelitian lanjutan ini adalah pedoman wawancara. Pedoman wawancara yang dimaksud adalah hal-hal yang harus ditanyakan oleh penelitian, dan jawaban yang semestinya didapatkan dari para informan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah survei semi terbuka yakni pengumpulan data dengan cara menyediakan pertanyaan semi terbuka yang menanyakan kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dari aspek ekonomi, sosial, dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat local. Tenaga kerja apa saja yang diperlukan untuk melayani wisatawan lanjut usia.

3.8 Teknik Analisis Data

Permasalahan yang dikaji dengan menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif (statistika) sebagai pelengkap. Penelitian gabungan (kualitatif dan kuantitatif) pada penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dari aspek ekonomi, sosial, dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat local. Menganalisis kebutuhan tenaga kerja yang diperlukan untuk melayani wisatawan lanjut

usia. Menurut Moleong (2010:248) tahapan analisis data kualitatif adalah diawali dari tahapan membaca atau mempelajari data, dan selanjutnya menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada dalam data. Langkah berikutnya adalah mempelajari kata-kata kunci dan berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari data. Dengan menemukan kata-kata kunci pada setiap jawaban kualitatif, peneliti berusaha memaknainya dan disesuaikan dengan model yang telah terbentuk terlebih dahulu pada analisis kuantitatif.

Sedangkan analisis kuantitatif pada penelitian ini yang digunakan sebagai pelengkap dari analisis kualitatif adalah dengan menggunakan analisis statistik deskriptif yang ditampilkan dalam bentuk tabel, dan grafik untuk dapat menggambarkan temuan penelitian dan selanjutnya menentukan model pengembangan destinasi wisatawan lanjut usia yang menguntungkan masyarakat lokal.

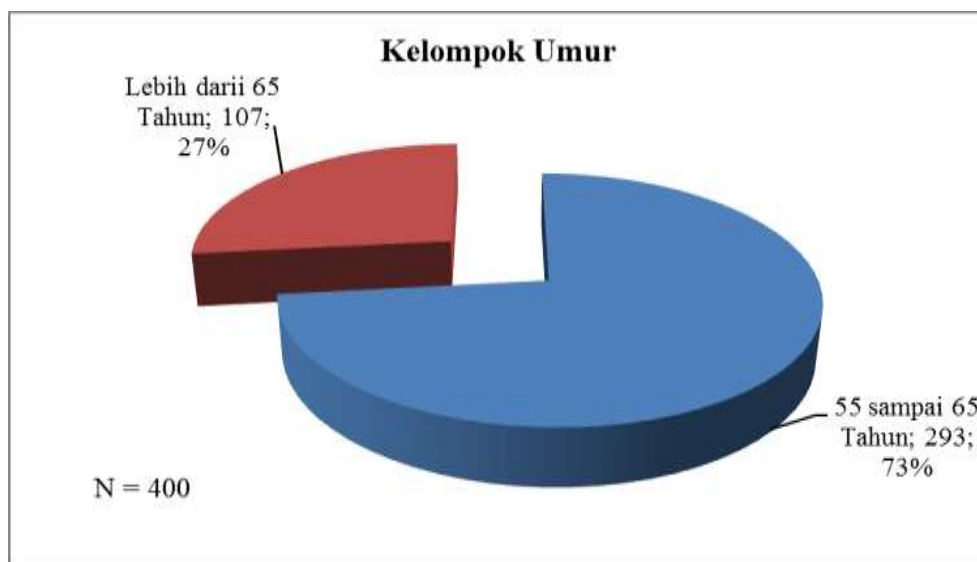
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Perspektif Wisatawan Senior

Hasil survei terhadap 400 responden wisatawan lanjut usia mancanegara yang berlibur di Bali menunjukkan karakteristik sebagai berikut:

4.1.1 Kelompok umur

Secara deskriptif, responden wisatawan lanjut usia mancanegara kelompok usia 55 hingga 65 tahun lebih mendominasi, hal ini sangat dimungkinkan karena dominan dari mereka memiliki kondisi fisik yang lebih baik dan memungkinkan mereka melakukan perjalanan wisata ke luar negaranya. Perbedaan dua kelompok umur ini yakni kelompok 55 hingga 65 tahun jauh lebih besar dibandingkan kelompok > 65 tahun dengan perbandingan 73 % berbanding 27% sebagaimana tertampil pada Gambar 4.1 berikut:

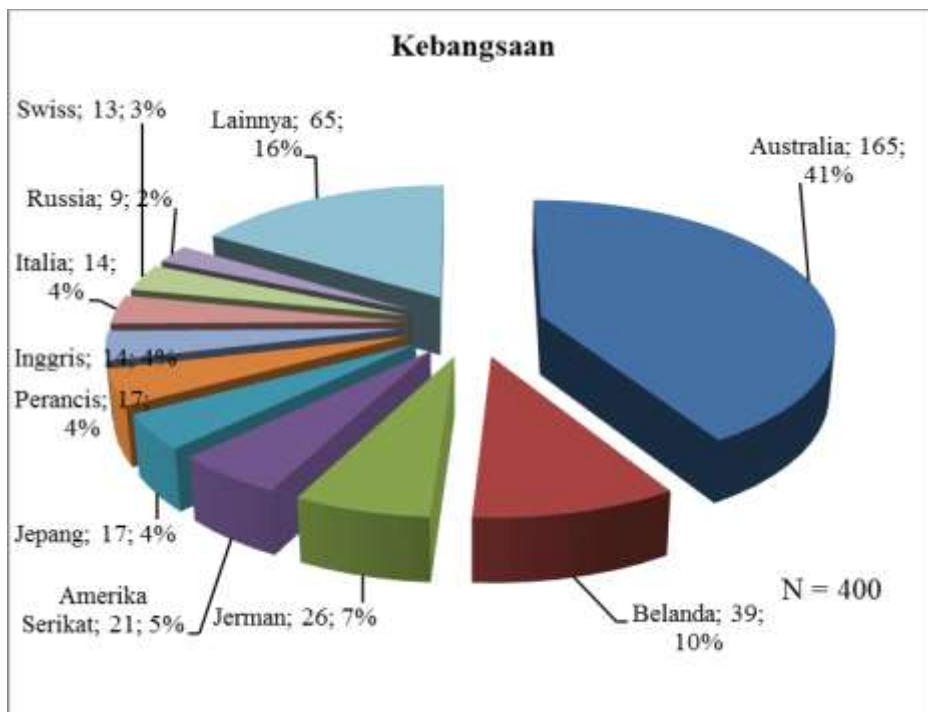


Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Kelompok Umur

Perbandingan kelompok umur ini, agak mirip dengan penelitian Ching-Fu Chen dan Chine-Chiu Wu, (2008) yang menemukan bahwa wisatawan lanjut usia diteliti terdiri dari kelompok umur 50-54 sebesar 39,3%, 55-59 sebesar 22,3%, 60-64 sebesar 20,1 %. Jika dua kelompok tersebut digabung maka ada 42,4%, dan hanya ada 18,3% di atas 65 tahun.

4.1.2 Kewarganegaraan

Berdasarkan kewarganegaraannya, wisatawan mancanegara lanjut usia yang berkunjung ke Bali didominasi oleh wisatawan mancanegara lanjut usia Australia, yakni mencapai 41%, kemudian Belanda mencapai 10%, Jerman mencapai 7%, 5% dari Amerika Serikat, 4% dari Jepang, dan Inggris, serta selebihnya dari negara lainnya. Secara lengkap, berbandingan wisatawan mancanegara lanjut usia yang berkunjung ke Bali berdasarkan ranking 10 besar berasal dari: Australia, Belanda, Jerman, Amerika Serikat, Jepang, Perancis, Inggris, Italia, Swiss, dan Rusia disajikan dalam Grafik 4.2 berikut.



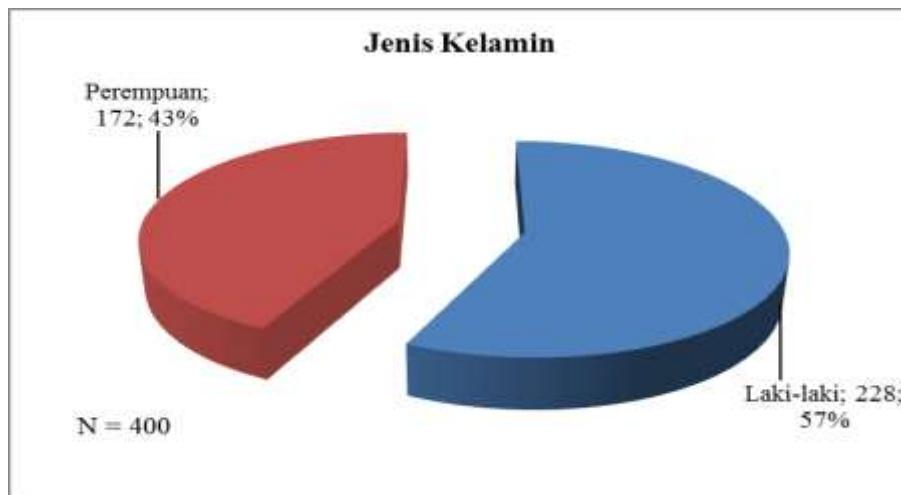
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Kewarganegaraan

Jika dilihat dari jarak geografis negara asal responden, besar kemungkinan dominasi lanjut usia yang berkebangsaan Australia disebabkan oleh faktor kedekatan jarak geografis (*It's close to Australia, It can be economical, Its culture is interesting and the people are wonderful*, responden dari Australia). Sedangkan yang berkebangsaan lainnya tidak disebabkan oleh faktor kedekatan jarak geografis (*long flight from Holland and expensive*, responden dari Belanda)

4.1.3 Jenis kelamin

Survei ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih banyak daripada perempuan. Hasil penelitian ini menemukan kesamaan dengan hasil penelitian Ching-Fu Chen dan Chine-

Chiu Wu, (2008) yang juga menemukan bahwa wisatawan lanjut usia laki-laki lebih besar jumlahnya daripada wisatawan lanjut usia perempuan dengan perbandingan 42:58 %. Berbeda dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Disparda Bali, (2012) yang menggunakan metode survei dan wawancara menunjukkan karakteristik wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali didominasi oleh wisatawan mancanegara berjenis kelamin perempuan, namun perbedaan tersebut tidak terlalu besar antara persentase wisatawan mancanegara perempuan dan laki-laki.

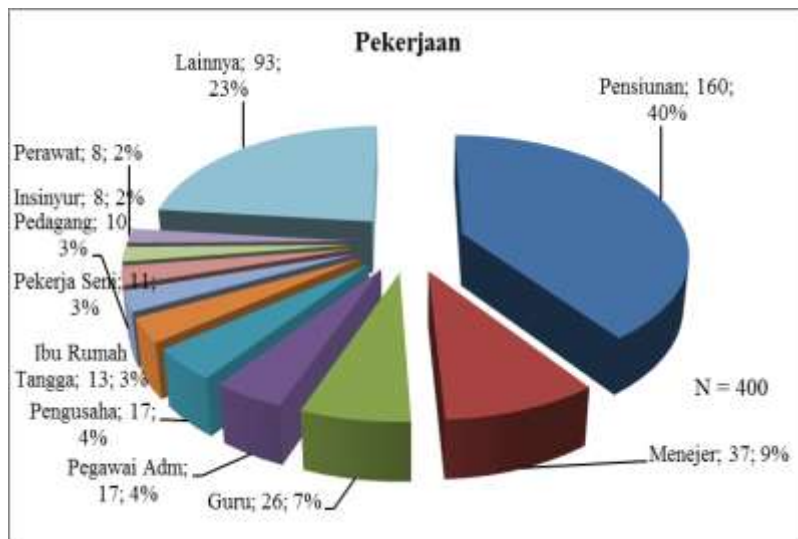


Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian ini, dapat menggambarkan bahwa responden wisatawan mancanegara lanjut usia laki-laki nampak tidak terpaut jauh jumlahnya jika dibandingkan dengan kaum perempuannya. Hasil survei di objek-objek wisata seperti di Pantai Kuta, dan Sanur memperlihatkan bahwa mereka berwisata adalah suami-istri.

4.1.4 Status pekerjaan

Responden wisatawan mancanegara lanjut usia yang berkunjung ke Bali didominasi oleh para pensiunan mencapai 40%, ternyata ada 37% mereka masih aktif bekerja pada berbagai bidang, dan 23% tidak menyebutkan pekerjaannya secara jelas.



Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Status Pekerjaan

Temuan ini mirip dengan hasil penelitian Ching-Fu Chen dan Chine-Chiu Wu, (2008) yang mencatat bahwa wisatawan lanjut usia ternyata tidak semuanya telah pensiun, 34,3 % masih bekerja penuh waktu, 15,2 % masih bekerja paruh waktu, dan 50,5 % telah menjalani masa pensiun. Kedua hasil penelitian menunjukkan persentase wisatawan mancanegara lanjut usia kelompok umur 55-65 tahun yang mendominasi tidak sebanding dengan persentase pensiunan sehingga dapat dikatakan bahwa kelompok umur tersebut ternyata tidak semua telah menjalani masa pensiun.

4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk mengetahui sejauh mana butir/item suatu skala mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur, diperlukan pengujian daya beda butir-butir tiap alat ukur. Mengenai hal ini Azwar (2003) menjelaskan bahwa indeks daya diskriminasi item skala merupakan indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi item dengan fungsi skala secara keseluruhan yang dikenal dengan istilah konsistensi item-total. Hasil korelasi antara item skala dengan skor total skala "*Corrected Item-Total Correlation*" (r_{ix}) merupakan indeks daya beda item skala. Sebagai kriteria pemilihan item skala berdasarkan korelasi item-total, biasanya digunakan batasan $r_{ix} \geq 0.30$ (Azwar, 2003).

Untuk uji reliabilitas skala, dalam penelitian dilakukan dengan menjajaki koefisien *Alpha Chronbach* (α) dari tiap-tiap faktor alat ukur. Nilai batas yang digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas (*Cronbach's Alpha if Item Deleted*) yang dapat diterima adalah 0.70,

namun ukuran itu bukan suatu harga mati (Ferdinand, 2002; Netmeyer *et al*, 2003). Bila penelitian yang dilakukan bersifat eksploratori, maka nilai di bawah 0.70 masih dapat diterima (Ferdinand, 2002). Netmeyer *et al* (2003) berdasarkan hasil-hasil meta-analisis, menjelaskan bahwa bila jumlah butir skala meningkat maka koefisien Alpha juga meningkat. Uji daya beda butir dan reliabilitas faktor alat ukur dalam penelitian ini dengan program SPSS secara garis besar memberikan hasil yang cukup baik. Hasil selengkapnya disajikan sebagai berikut ini:

Tabel 4.1 Validitas dan Reliabilitas Motivasi Pendorong (*Push Factors*) X₁

Kode	Indikator	"r"	"α"
X _{1.1}	Istirahat dan rileksasi (<i>rest and relaxation</i>)	0,345	0,754
X _{1.2}	Mengunjungi tempat baru (<i>visit new places</i>)	0,476	0,734
X _{1.3}	Menambah pengetahuan dan pengalaman (<i>gain new knowledge and experience</i>)	0,508	0,730
X _{1.4}	Keluar dari kegiatan rutin (<i>get out of the daily routine</i>)	0,395	0,747
X _{1.5}	Bertemu dengan orang dan beriteraksi (<i>meet people and socialize</i>)	0,482	0,733
X _{1.6}	Meningkatkan kesehatan dan kebugaran (<i>improve my health and fitness</i>)	0,558	0,718
X _{1.7}	Latihan fisik (<i>physical training/ exercise</i>)	0,530	0,723
X _{1.8}	Mengunjungi keluarga dan sahabat (<i>visit family and friends</i>)	0,429	0,750

Sumber: Pengolahan Data Primer

Dengan kriteria penerimaan korelasi skor butir-total (*Corrected Item-Total Correlation* (r_{ix})) ≥ 0.30 , maka dapat dikatakan bahwa semua butir-butir pada motivasi pendorong (*push factors*) X₁ yang ada pada Tabel 4.1 memiliki daya beda (validitas kriteria) yang tinggi ($r_{ix} \geq 0.30$). Dan tingkat reliabilitas (*Cronbach's Alpha if Item Deleted*) pada motivasi pendorong (*push factors*) X₁ dapat diterima karena semua memiliki nilai (*Cronbach's Alpha if Item Deleted*) lebih besar dari 0.70.

Tabel 4.2 Validitas dan Reliabilitas Motivasi Penarik (*Pull Factors*) X₂

Kode	Indikator	"r"	"α"
X _{2.1}	Sejarah Bali (<i>the history of Bali</i>)	0,418	0,888
X _{2.2}	Budaya Bali (<i>the culture of Bali</i>)	0,440	0,887
X _{2.3}	Alam Bali (<i>the nature of Bali</i>)	0,451	0,887
X _{2.4}	Harga-harga di Bali (<i>the prices in Bali</i>)	0,494	0,885
X _{2.5}	Even dan Festival (<i>events and festivals in Bali</i>)	0,489	0,885
X _{2.6}	Keuntungan liburan di Bali (<i>take advantage of vacation or leisure time</i>)	0,491	0,885

Kode	Indikator	"r"	"α"
X _{2.7}	Perkembangan transportasi (<i>transportation has grown especially to Bali</i>)	0,627	0,880
X _{2.8}	Jarak dari negara asal (<i>the proximity from the country of origin</i>)	0,651	0,878
X _{2.9}	Kuliner Bali (<i>various types of food and beverage in Bali</i>)	0,512	0,884
X _{2.10}	Fasilitas dan pelayanan hotel di Bali (<i>the facilities and services for hotels in Bali</i>)	0,613	0,880
X _{2.11}	Fasilitas kesehatan di Bali (<i>health facilities in Bali</i>)	0,649	0,878
X _{2.12}	Pelayanan imigrasi (<i>the ease and service of the immigration procedures</i>)	0,590	0,882
X _{2.13}	Keamanan Bali (<i>the security of the island of Bali</i>)	0,609	0,880
X _{2.14}	Kualitas biro perjalanan wisata (<i>the quality travel agency services</i>)	0,617	0,880
X _{2.15}	Pelayanan pramuwisata (<i>the services of qualified tour guides</i>)	0,659	0,878

Sumber: Pengolahan Data Primer

Begitu juga dengan kriteria penerimaan korelasi skor butir-total (*Corrected Item-Total Correlation* (r_{ix})) pada semua butir-butir motivasi penarik (*pull factors*) $X_2 \geq 0.30$, dapat dikatakan memiliki daya beda (validitas kriteria) yang tinggi ($r_{ix} \geq 0.30$). Begitu juga dengan tingkat reliabilitas (*Cronbach's Alpha if Item Deleted*) motivasi penarik (*pull factors*) X_2 dapat diterima karena semua memiliki nilai (*Cronbach's Alpha if Item Deleted*) lebih besar dari 0.70.

Tabel 4.3 Validitas dan Reliabilitas Kepuasan (*Overall Satisfaction*) Y_1

Kode	Indikator	"r"	"α"
Y _{1.1}	Keberadaan daya tarik wisata (<i>the existing tourist attractions</i>)	0,724	0,844
Y _{1.2}	Perjalanan dari dan ke destinasi (<i>the trip from / to</i>)	0,725	0,844
Y _{1.3}	Ketersediaan fasilitas wisata (<i>the availability of the facilities</i>)	0,747	0,835
Y _{1.4}	Pelayanan selama berlibur (<i>the services during vacation</i>)	0,734	0,840

Sumber: Pengolahan Data Primer

Skor butir-total (*Corrected Item-Total Correlation* (r_{ix})) pada semua butir-butir kepuasan wisatawan (*overall satisfaction*) $Y_1 \geq 0.30$, sehingga dikatakan memiliki daya beda (validitas kriteria) yang tinggi ($r_{ix} \geq 0.30$). Tingkat reliabilitas (*Cronbach's Alpha if Item Deleted*) kepuasan wisatawan (*overall satisfaction*) Y_1 dapat diterima karena semua memiliki nilai (*Cronbach's Alpha if Item Deleted*) lebih besar dari 0.70.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian ini merupakan temuan empirik yang dipaparkan secara sederhana dengan analisis statistik sederhana berupa nilai kecenderungan modus, sehingga dari paparan ini dapat digambarkan kekuatan dorongan masing-masing indikator pada variabel latennya. Responden yang mengisi angket penelitian berjumlah 400 wisatawan lanjut usia mancanegara yang sedang berlibur di Bali pada bulan Pebruari 2014 hingga Juni 2015. Jumlah responden sebesar 400 orang tersebut ditentukan dengan rumus Slovin untuk populasi tak terhingga sebesar 400 orang, dan kecukupan analisis faktor serta SEM yakni kisaran 200-400 responden.

4.2.1 Analisis deskriptif motivasi pendorong (*push factors*)

Motivasi pendorong tertinggi responden (wisatawan lanjut usia mancanegara) berwisata ke Pulau Bali adalah dorongan untuk beristirahat dan rileksasi (*compelled to rest and relaxation*).

Tabel 4.4 Pendapat Responden tentang Motivasi Pendorong (*Push factors*)

Kode	Indikator	STS	TS	N	S	SS	% +
X _{1.1}	Istirahat dan rileksasi (<i>rest and relaxation</i>)	6	8	28	148	210	90%
X _{1.2}	Mengunjungi tempat baru (<i>visit new places</i>)	10	17	50	172	151	81%
X _{1.3}	Menambah pengetahuan dan pengalaman (<i>gain new knowledge and experience</i>)	6	8	64	173	149	81%
X _{1.4}	Keluar dari kegiatan rutin (<i>get out of the daily routine</i>)	6	5	72	155	162	79%
X _{1.5}	Bertemu dengan orang dan beriteraksi (<i>meet people and socialize</i>)	9	17	78	148	148	74%
X _{1.6}	Meningkatkan kesehatan dan kebugaran (<i>improve my health and fitness</i>)	15	44	125	134	82	54%
X _{1.7}	Latihan fisik (<i>physical training/exercise</i>)	55	47	87	106	105	53%
X _{1.8}	Mengunjungi keluarga dan sahabat (<i>visit family and friends</i>)	33	66	125	107	69	44%

Catatan: STS= Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju

Sementara dorongan untuk melakukan latihan fisik (*compelled to physical training/exercise*) adalah motivasi pendorong yang paling rendah jika dibandingkan dengan tujuh indikator motivasi pendorong. Indikator pendorong lainnya seperti dorongan untuk mengunjungi tempat-tempat baru (*compelled to visit new places*), dorongan untuk mencari pengetahuan baru dan pengalaman (*encouraged to gain new knowledge and experience*),

dorongan untuk keluar dari rutinitas (*compelled to get out of the daily routine*), bertemu dengan orang-orang dan bersosialisasi (*compelled to meet people and socialize*), dorongan untuk meningkatkan kebugaran dan kesehatan (*encouraged to improve my health and fitness*), dan dorongan untuk bertemu dengan teman atau keluarga (*encouraged to visit family and friends*) merupakan indikator-indikator pendorong yang berkecenderungan positif terhadap motivasi pendorong responden untuk berlibur ke Pulau Bali.

4.2.2 Analisis deskriptif motivasi penarik (*pull factor*)

Motivasi penarik tertinggi responden (wisatawan lanjut usia mancanegara) berwisata ke Pulau Bali adalah daya tarik budaya Bali (*interested in the culture of Bali*). Sementara untuk beberapa indikator seperti indikator keamanan (*interested in the security of the island of Bali*), perkembangan transportasi (*interested in transportation has grown especially to Bali*), fasilitas kesehatan (*interested in health facilities in Bali*), pelayanan para pramuwisata (*interested in the services of qualified tour guides*), kualitas jasa biro perjalanan (*interested in the quality travel agency services*), dan pelayanan serta prosedur imigrasi (*interested in the ease and service of the immigration procedures*) mengindikasikan indikator tersebut bukanlah daya tarik mereka untuk berlibur ke Pulau Bali.

Tabel 4.5 Pendapat Responden tentang Motivasi Penarik (*Pull factors*)

Kode	Indikator	STS	TS	N	S	SS	% +
X _{2.1}	Sejarah Bali (<i>the history of Bali</i>)	3	5	41	140	211	88%
X _{2.2}	Budaya Bali (<i>the culture of Bali</i>)	3	10	52	142	193	84%
X _{2.3}	Alam Bali (<i>the nature of Bali</i>)	3	12	48	127	210	84%
X _{2.4}	Harga-harga di Bali (<i>the prices in Bali</i>)	2	8	77	148	165	78%
X _{2.5}	Even dan Festival (<i>events and festivals in Bali</i>)	9	23	65	165	138	76%
X _{2.6}	Keuntungan liburan di Bali (<i>take advantage of vacation or leisure time</i>)	6	16	95	133	150	71%
X _{2.7}	Perkembangan transportasi (<i>transportation has grown especially to Bali</i>)	11	31	99	124	135	65%
X _{2.8}	Jarak dari negara asal (<i>the proximity from the country of origin</i>)	23	24	110	133	110	61%
X _{2.9}	Kuliner Bali (<i>various types of food and beverage in Bali</i>)	14	32	109	144	101	61%
X _{2.10}	Fasilitas dan pelayanan hotel di Bali (<i>the facilities and services for hotels in Bali</i>)	32	55	119	93	101	49%
X _{2.11}	Fasilitas kesehatan di Bali (<i>health facilities in Bali</i>)	31	44	136	115	74	47%
X _{2.12}	Pelayanan imigrasi (<i>the ease and service of the immigration procedures</i>)	28	59	132	102	79	45%
X _{2.13}	Keamanan Bali (<i>the security of the island of</i>	29	52	144	95	80	44%

Kode	Indikator	STS	TS	N	S	SS	% +
	<i>Bali</i>						
X _{2.14}	Kualitas biro perjalanan wisata (<i>the quality travel agency services</i>)	35	56	143	102	64	42%
X _{2.15}	Pelayanan pramuwisata (<i>the services of qualified tour guides</i>)	55	77	120	74	74	37%

Catatan: STS= Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju

Selain daya tarik budaya Bali, daya tarik sejarah Bali (*interested in the history of Bali*), alam Bali (*interested in the nature of Bali*), keuntungan berlibur di Bali (*keen to take advantage of vacation or leisure time in Bali*), keanekaragaman kuliner di Bali (*interested in various types of food and beverage in Bali*) dan harga-harga barang/jasa (*attracted to the prices in Bali*) juga menjadi daya tarik bagi responden untuk berlibur ke Bali.

4.2.3 Analisis deskriptif kepuasan wisatawan(*overall Satisfaction*)

Dari berbagai hal yang menjadi satu kesatuan produk destinasi Bali berupa obyek serta daya tarik wisata (*They are satisfied with the existing tourist attractions in Bali*) yang ada di Pulau Bali, perjalanan wisata (*They are satisfied with the trip from / to Bali*) yang dianggap menyenangkan, berbagai pelayanan yang mereka dapatkan selama berlibur di Bali (*They are satisfied with the services in Bali*), dan ketersediaan berbagai fasilitas pariwisata memiliki kecenderungan sebagai indikator yang memuaskan wisata mereka di Bali (*They are satisfied with the availability of the tourism facilities*).

Tabel 4.6 Pendapat Responden tentang Kepuasan (*Overall Satisfaction*)

Kode	Indikator	STS	TS	N	S	SS	% +
Y _{1.1}	Keberadaan daya tarik wisata (<i>the existing tourist attractions</i>)	4	8	37	185	166	88%
Y _{1.2}	Perjalanan dari dan ke destinasi (<i>the trip from / to</i>)	2	9	50	181	158	85%
Y _{1.3}	Ketersediaan fasilitas wisata (<i>the availability of the facilities</i>)	3	8	62	176	151	82%
Y _{1.4}	Pelayanan selama berlibur (<i>the services during vacation</i>)	1	12	70	174	143	79%

Catatan: STS= Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju

Indikator daya tarik keunikan budaya Bali, sejarah serta alam Bali dianggap berhubungan dengan kecenderungan positif kepuasan responden terhadap kepuasan pada obyek dan daya tarik wisata yang dimiliki oleh Destinasi Pariwisata Bali. Sementara kepuasan perjalanan dari asal mereka hingga ke Bali serta kepulangannya kembali, memiliki kecenderungan positif terhadap kepuasan wisata, hal ini dapat disebabkan oleh kesesuaian

harga-harga, geografis Pulau Bali yang tidak terlalu luas serta banyaknya obyek-obyek wisata yang ada di Bali menjadi keuntungan lebih bagi responden jika berlibur di Bali karena banyak tempat/situs dapat mereka kunjungi dalam waktu yang tidak terlalu lama dan cenderung berdekatan.

Perkembangan pembangunan infrastruktur pariwisata dianggap telah memadai untuk menunjang aktivitas wisatawan selama berlibur di Bali sehingga memiliki kecenderungan positif sebagai indikator yang memberikan kepuasan berwisata di Bali. Walaupun hasil penelitian empirik ini dianalisis secara deskriptif, namun sebenarnya telah mampu menggambarkan bahwa para responden cenderung puas terhadap Pulau Bali sebagai destinasi pariwisata jika dilihat dari atraksi, akses, amenities, dan ansileri pariwisata.

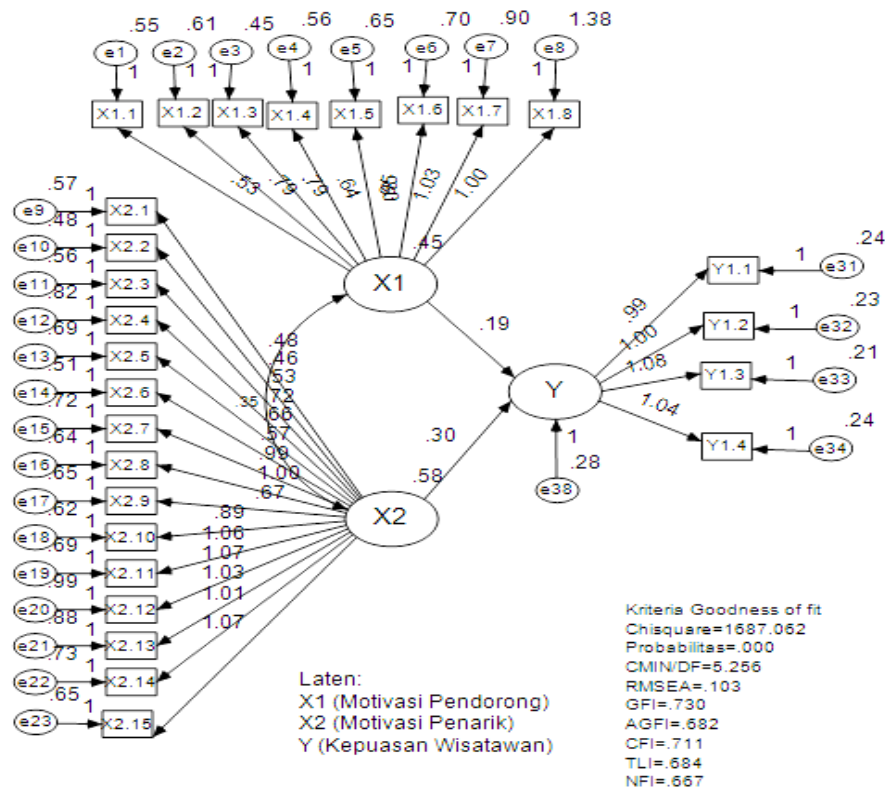
4.3 Konfirmasi Model Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola saling hubungan, sehingga matriks yang digunakan adalah matriks dalam bentuk korelasi. Program AMOS akan mengkonversikan dari data mentah ke bentuk kovarian atau korelasi lebih dahulu sebagai input analisis (Ghozali, 2005:152). Model estimasi standard AMOS adalah menggunakan estimasi maksimum likelihood (ML). Estimasi ML menghendaki terpenuhinya asumsi:

- 1) Jumlah sampel besar: Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 400 sampel, jumlah ini dapat dikategorikan ke dalam sampel besar.
- 2) Data interval syarat multivariat: Data yang diolah dengan analisis SEM-AMOS dan regresi ini adalah data dalam bentuk skala interval yang diperoleh dari konversi data ordinal dengan *Metode Successive Interval* (MSI).

Konstruk pada penelitian ini, diadopsi dari model yang telah dibangun oleh Yoon dan Uysal (2003) dan Chi (2005), dan mengadopsi indikator penelitian dari Esichaikul (2012). Penelitian ini menggunakan dua variabel laten eksogen dan satu variabel laten endogen. Konstruk ini menawarkan dua hipotesis: (H₁) Motivasi internal (*push factors*) X₁ berpengaruh terhadap kepuasan (*tourist satisfaction*) Y₁ wisatawan usia lanjut mancanegara berwisata di Bali; (H₂) Motivasi eksternal (*pull factors*) X₂ berpengaruh terhadap kepuasan (*tourist satisfaction*) Y₁ wisatawan usia lanjut mancanegara berwisata di Bali.

Setelah dilakukan pengujian terhadap model dalam konstruk yang ada, maka terbentuk model seperti pada Gambar 4.6 di bawah ini:



Gambar 4.6 Konfirmasi Pertama Model Motivasi (Push and Pull Factors) dan Kepuasan (Overall Satisfaction) Wisman Usia Berwisata di Bali

Pada pengujian tahap pertama ini ternyata dua hipotesis yang diajukan untuk menjawab pokok permasalahan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
 Hasil Uji Hipotesis Tahap Pertama

End	Eks	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Y	<--- X1	.189	.080	2.363	.018	par_21
Y	<--- X2	.298	.067	4.437	***	par_22

- Motivasi Pendorong (*push factor*) X_1 berpengaruh nyata terhadap kepuasan (*overall satisfaction*) wisatawan mancanegara usia lanjut berwisata di Bali karena nilai p_value sebesar $0,018 < 0,05$ dan nilai CR (2,363) $> 1,96$
- Motivasi Penarik (*pull factor*) X_2 berpengaruh nyata terhadap kepuasan (*overall satisfaction*) wisatawan mancanegara usia lanjut berwisata di Bali karena nilai p_value (significance ***) dan nilai CR (4,437) $> 1,96$

Namun setelah dilihat dari uji kelayakan model, ternyata model yang dibentuk dinyatakan Tidak *Goodness of fit*. Hasil Uji Kelayakan Model dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Kelayakan Model Pertama

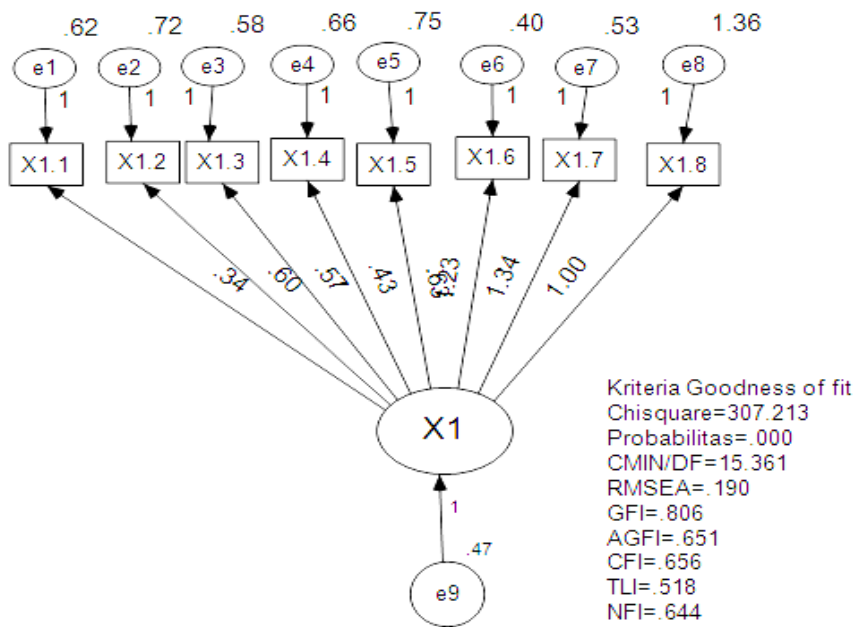
Kriteria Indek Ukuran	Nilai Acuan	Hasil Uji	Penilaian Model
CMIN/df	$\leq 2,00$	3,359	Kurang baik
RMSEA (<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>)	$\leq 0,08$	0,103	Kurang Baik
GFI (<i>Goodness of Fit Index</i>)	$\geq 0,90$	0,730	Kurang baik
AGFI (<i>Adjusted Goodness of Fit Index</i>)	$\geq 0,90$	0,682	Kurang baik

4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori

Confirmatory Factor Analysis (CFA) adalah salah satu metode analisis faktor yang digunakan ketika peneliti telah memiliki pengetahuan mengenai struktur suatu faktor laten. Struktur faktor laten tersebut diperoleh berdasarkan kajian teoritis, hasil penelitian atau hipotesis peneliti mengenai hubungan antara variabel yang diobservasi dengan variabel laten. Metode CFA digunakan untuk menguji hipotesis tersebut (Byrne, 1998). Pengujian model dengan CFA hanya dilakukan untuk mengetahui model pengukuran (measurement model) dan bukan untuk mengetahui hubungan antar faktor laten (Byrne, 1998). Model pengukuran menunjukkan hubungan antara setiap indikator sebagai variabel yang diobservasi dengan konstruk yang menjadi faktor laten yang diwakilinya (Hair, et al, 2010).

Penilaian signifikansi setiap parameter dari tiap indikator yang mewakili faktor laten dilakukan dengan uji signifikansi berdasarkan nilai t (t-value) dari masing-masing parameter di mana t-value (C.R) diharapkan sebesar > 1.96 untuk dinyatakan signifikan. Parameter yang tidak signifikan dalam model sebaiknya disingkirkan atau tidak dilibatkan lagi dalam model. Untuk memperbaiki model agar fit, langkah selanjutnya adalah melihat nilai *convergent validity* yaitu indikator dengan faktor loading (*Standardized Regression Weights*) di bawah 0.50 dapat nyatakan tidak valid sebagai pengukur konstruk dengan alasan bahwa jika memang sebuah indikator menjelaskan sebuah konstruk, maka indikator tersebut akan mempunyai faktor loading yang tinggi dengan konstruk tersebut dan total indikator akan mempunyai variance extracted yang cukup tinggi. (Byrne, 1998). Hasil uji unidimensionalitas dengan CFA (*confirmatory factor analysis*) adalah sebagai berikut ini:

1) CFA (*confirmatory factor analysis*) terhadap Faktor Pendorong (X1)



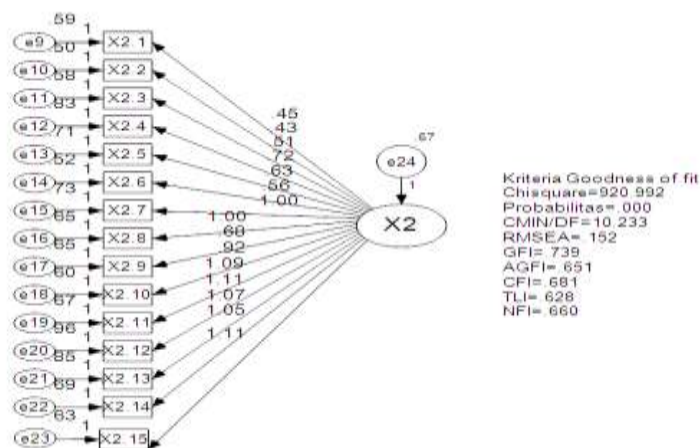
Gambar 4.7 CFA Variabel Motivasi Pendorong

Tabel 4.9 Hasil Uji CFA (X1) Variabel Motivasi Pendorong

Hubungan	Nama Indikator	Estimate	Keterangan
X1.1 <--- X1	Istirahat dan rileksasi (<i>rest and relaxation</i>)	.286	Eliminasi
X1.2 <--- X1	Mengunjungi tempat baru (<i>visit new places</i>)	.433	Eliminasi
X1.3 <--- X1	Menambah pengetahuan dan pengalaman (<i>gain new knowledge and experience</i>)	.454	Eliminasi
X1.4 <--- X1	Keluar dari kegiatan rutin (<i>get out of the daily routine</i>)	.341	Eliminasi
X1.5 <--- X1	Bertemu dengan orang dan beriteraksi (<i>meet people and socialize</i>)	.447	Eliminasi
X1.6 <--- X1	Meningkatkan kesehatan dan kebugaran (<i>improve my health and fitness</i>)	.797	Valid
X1.7 <--- X1	Latihan fisik (<i>physical training/ exercise</i>)	.782	Valid
X1.8 <--- X1	Mengunjungi keluarga dan sahabat (<i>visit family and friends</i>)	.505	Valid

Pada hasil uji CFA dapat ditentukan indikator yang akan mewakili variable latennya dalam pengujian model structural. Hasil uji menunjukkan bahwa tidak semua indicator dinyatakan layak disertakan dalam uji model teoritis memiliki *Standardized Regression Weights* > 0,5 . Indikator yang di eliminasi adalah X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, dan X1.5

2) CFA (*confirmatory factor analysis*) terhadap Faktor Penarik (X2)



Gambar 4.8 CFA Variabel Motivasi Penarik

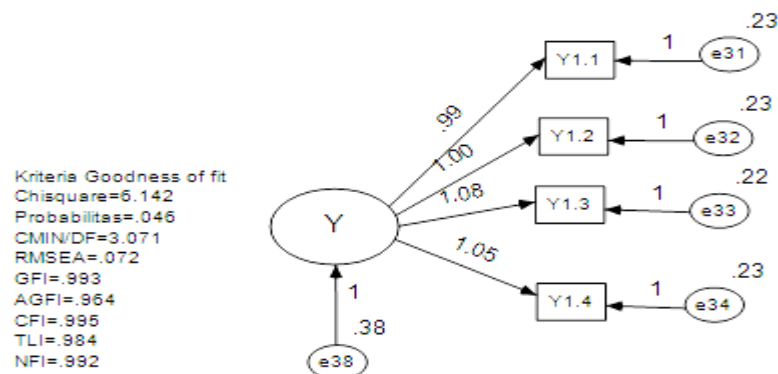
Tabel 4.10 Hasil Uji CFA (X1) Variabel Motivasi Penarik

Hubungan	Nama Indikator	Estimate	Keterangan
X2.1 <--- X2	Sejarah Bali (<i>the history of Bali</i>)	.403	Eliminasi
X2.2 <--- X2	Budaya Bali (<i>the culture of Bali</i>)	.418	Eliminasi
X2.3 <--- X2	Alam Bali (<i>the nature of Bali</i>)	.448	Eliminasi
X2.4 <--- X2	Harga-harga di Bali (<i>the prices in Bali</i>)	.511	Valid
X2.5 <--- X2	Even dan Festival (<i>events and festivals in Bali</i>)	.491	Eliminasi
X2.6 <--- X2	Keuntnggan liburan di Bali (<i>take advantage of vacation or leisure time</i>)	.506	Valid
X2.7 <--- X2	Perkembangan transportasi (<i>transportation has grown especially to Bali</i>)	.661	Valid
X2.8 <--- X2	Jarak dari negara asal (<i>the proximity from the country of origin</i>)	.682	Valid
X2.9 <--- X2	Kuliner Bali (<i>various types of food and beverage in Bali</i>)	.535	Valid
X2.10 <--- X2	Fasilitas dan pelayanan hotel di Bali (<i>the facilities and services for hotels in Bali</i>)	.667	Valid
X2.11 <--- X2	Fasilitas kesehatan di Bali (<i>health facilities in Bali</i>)	.706	Valid
X2.12 <--- X2	Pelayanan imigrasi (<i>the ease and service of the immigration procedures</i>)	.651	Valid
X2.13 <--- X2	Keamanan Bali (<i>the security of the island of Bali</i>)	.658	Valid
X2.14 <--- X2	Kualitas biro perjalanan wisata (<i>the quality travel agency services</i>)	.692	Valid
X2.15 <--- X2	Pelayanan pramuwisata (<i>the services of qualified tour guides</i>)	.724	Valid

Sumber: Lampiran Hasil Uji CFA

Hasil uji menunjukkan bahwa tidak semua indicator dinyatakan layak disertakan dalam uji model teoritis memiliki *Standardized Regression Weights* > 0,5 . Indikator yang di eliminasi adalah X2.5, X2.3, X2.2, X2.1

3) CFA (*confirmatory factor analysis*) terhadap Faktor Kepuasan (Y)



Gambar 4.9 CFA Variabel Kepuasan Berwisata

Tabel 4.11 Hasil Uji CFA (X1) Variabel Kepuasan Berwisata

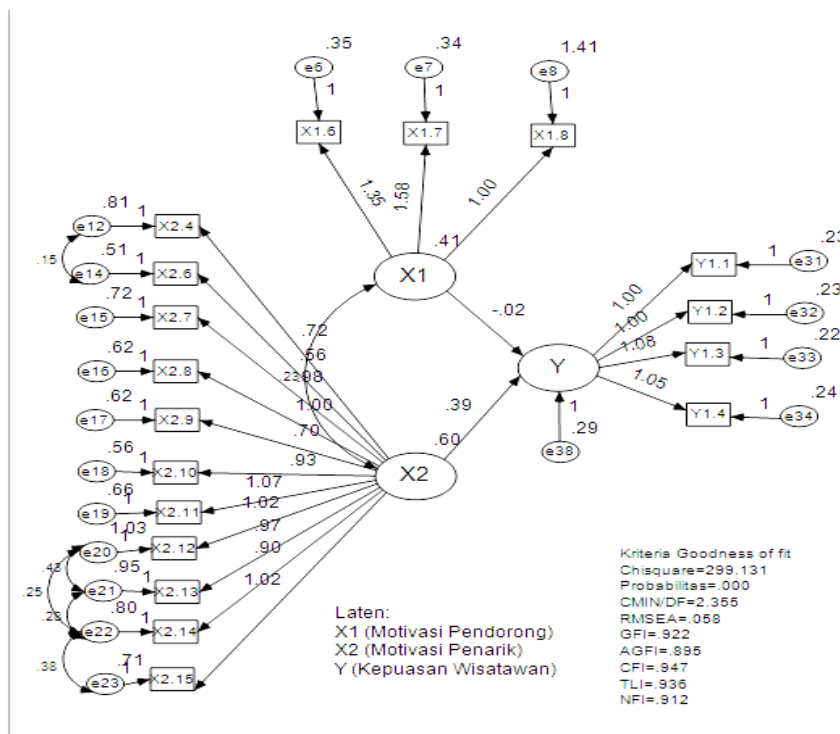
Hubungan	Nama Indikator	Estimate	Keterangan
Y2.1 <--- Y	Keberadaan daya tarik wisata (<i>the existing tourist attractions</i>)	.786	Valid
Y2.2 <--- Y	Perjalanan dari dan ke destinasi (<i>the trip from / to</i>)	.790	Valid
Y2.3 <--- Y	Ketersediaan fasilitas wisata (<i>the availability of the facilities</i>)	.818	Valid
Y2.4 <--- Y	Pelayanan selama berlibur (<i>the services during vacation</i>)	.802	Valid

Sumber: Lampiran Hasil Uji CFA

Hasil uji menunjukkan bahwa semua indicator dinyatakan layak disertakan dalam uji model teoritis memiliki *Standardized Regression Weights* > 0,5 .

4.3.2 Pengujian Kelayakan Model dengan Modifikasi

Setelah dilakukan pengujian, ternyata ada beberapa indikator yang dinyatakan kurang layak mewakili variabel latennya. Indikator-indikator yang kurang layak tersebut, tidak disertakan pada pengujian model berikutnya. Metode estimasi yang dipilih pada penelitian ini adalah *Maximum Likelihood Estimates* (MLE). Setelah dilakukan pengujian model dengan hanya menyertakan indikator-indikator yang memiliki nilai *Standardized Regression Weights* lebih besar dari 0,5 maka terbentuklah model yang dinyatakan *fit*. Hasil modifikasi model seperti Gambar 4.10 berikut ini:



Gambar 4.10 Konstruk Modifikasi Model

Dari beberapa kriteria untuk mengukur model yang *fit*, yakni X2-Chi Square, RMSEA, CMIN/DF, TLI, dan CFI menunjukkan bahwa model dapat dikatakan *fit* atau disimpulkan bahwa model teoritis sesuai dengan fakta empiris dari penelitian yang telah dilakukan.

Tabel 4.12 Hasil Modifikasi Model

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut off Value</i>	<i>Result</i>	Keputusan
X^2 -Chi Square	Diharapkan Kecil	299,301	<i>Fit/Sesuai</i>
RMSEA	$\leq 0,05$	0,058	<i>Moderate</i>
GFI	$\geq 0,90$	0,922	<i>Fit/Sesuai</i>
AGFI	$\geq 0,90$	0,895	<i>Fit/Sesuai</i>
CMIN/DF	$\leq 3,00$	2,355	<i>Fit/Sesuai</i>
TLI	$\geq 0,95$	0,935	<i>Moderate</i>
CFI	$\geq 0,95$	0,937	<i>Moderate</i>

Sumber: Lampiran Hasil Uji Konstruk Modifikasi Model

4.3.3 Pengujian Hipotesis Penelitian

Setelah semua asumsi dapat dipenuhi, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis sebagaimana diajukan pada bab sebelumnya. Pengujian delapan hipotesis penelitian ini dilakukan sebagai berikut.

Tabel 4.18 Bobot Regresi Hubungan Struktural

No	Hubungan	<i>Standardized Regression Weights</i>	C.R.	P-Value	Keputusan
1	Y. (Kepuasan) ← X.1 (Faktor Pendorong)	-.017	-.282	.778	Tidak Signifikan
2	Y (Kepuasan) ← X.2 (Faktor Penarik)	.489	7.102	***	Signifikan

Sumber: Lampiran Hasil Uji Konstruk Modifikasi Model

Dari pengolahan data primer pada model tersebut di atas, hipotesis penelitian dapat dijawab sebagai berikut ini:

1) Bagaimanakah pengaruh Faktor Pendorong (X₁) terhadap Kepuasan Total (Y₁) wisatawan senior berwisata di Bali?

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh (X₁) Faktor Pendorong terhadap (Y₁) Kepuasan Total ditunjukkan oleh nilai CR (*critical ratio*) sebesar -0,282 dan dengan probabilitas sebesar 0,778. Kedua nilai tersebut tidak memenuhi syarat untuk penerimaan H₁ yaitu nilai CR yang lebih kecil dari 1,96 dan probabilitas yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa (X₁) Faktor Pendorong tidak berpengaruh signifikan terhadap (Y₁) Kepuasan Total wisatawan senior berwisata di Bali. Hubungan teoritis kedua variabel tersebut dinyatakan tidak sesuai fakta empiris sehingga hubungan yang terjadi dapat dikatakan tidak signifikan. Kesimpulan lain yang dapat dinyatakan adalah factor pendorong yang dimiliki oleh wisatawan senior belum mampu mengarahkan tujuan berliburnya ke Destinasi Pariwisata Bali, dan diduga factor lainlah yang menyebabkan para wisatawan senior mengarahkan perjalanan wisatanya ke Bali. Indikator-indikator dari factor pendorong wisatawan senior yang semestinya terpenuhi pada saat berwisata ke Bali adalah sebagai berikut ini:

Tabel 4.19 Faktor Pendorong Wisatawan Senior untuk Berwisata

No	Indikator
1.	Meningkatkan kesehatan dan kebugaran (<i>improve my health and fitness</i>)
2.	Latihan fisik (<i>physical training/ exercise</i>)
3.	Mengunjungi keluarga dan sahabat (<i>visit family and friends</i>)

Sumber: Lampiran Hasil Uji Konstruk Modifikasi Model

2) Bagaimanakah pengaruh Faktor Penarik (X₂) terhadap Kepuasan Total (Y₁) wisatawan senior berwisata di Bali?

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh (X₂) Faktor Penarik terhadap (Y₁) Kepuasan Total ditunjukkan oleh nilai CR (*critical ratio*) sebesar 7,102 dan dengan probabilitas sebesar ***. Kedua nilai tersebut telah memenuhi syarat untuk penerimaan H₁ yaitu nilai CR yang lebih besar dari 1,96 dan probabilitas yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa (X₂) Faktor Penarik berpengaruh signifikan terhadap (Y₁) Kepuasan Total wisatawan senior berwisata di Bali. Hubungan teoritis kedua variabel tersebut dinyatakan telah sesuai dengan fakta empiris sehingga hubungan yang terjadi dapat dikatakan signifikan. Kesimpulan lain yang dapat dinyatakan adalah factor penarik yang dimiliki oleh Destinasi Pariwisata Bali telah mampu mengarahkan tujuan wisatawan senior berwisata ke Bali, dan diduga factor penariklah yang menyebabkan para wisatawan senior mengarahkan perjalanan wisatanya ke Bali. Indikator-indikator dari factor penarik wisatawan senior berwisata ke Bali adalah sebagai berikut ini:

Tabel 4.20 Faktor Penarik Destinasi Bali bagi Wisatawan Senior untuk Berwisata

No	Indikator
1.	Harga-harga di Bali (<i>the prices in Bali</i>)
2.	Keuntungan liburan di Bali (<i>take advantage of vacation or leisure time</i>)
3.	Perkembangan transportasi (<i>transportation has grown especially to Bali</i>)
4.	Jarak dari negara asal (<i>the proximity from the country of origin</i>)
5.	Kuliner Bali (<i>various types of food and beverage in Bali</i>)
6.	Fasilitas dan pelayanan hotel di Bali (<i>the facilities and services for hotels in Bali</i>)
7.	Fasilitas kesehatan di Bali (<i>health facilities in Bali</i>)
8.	Pelayanan imigrasi (<i>the ease and service of the immigration procedures</i>)
9.	Keamanan Bali (<i>the security of the island of Bali</i>)
10.	Kualitas biro perjalanan wisata (<i>the quality travel agency services</i>)
11.	Pelayanan pramuwisata (<i>the services of qualified tour guides</i>)

Sumber: Lampiran Hasil Uji Konstruksi Modifikasi Model

3) Bagaimanakah Kepuasan Wisatawan Senior berwisata di Bali?

Walaupun dorongan wisatawan senior untuk berwisata tidak sesuai dengan kondisi empiris pada Destinasi Pariwisata Bali, namun factor penarik destinasi Bali telah mampu menarik mereka untuk menentukan tujuan wisatanya ke Bali, dan secara total, wisatawan

senior telah merasa puas selama mereka berwisata di Bali. Indikator-indikator yang telah dinyatakan memuaskan wisatawan senior selama berwisata di Bali adalah sebagai berikut ini:

Tabel 4.21 Faktor Kepuasan Wisatawan Senior untuk Berwisata

No	Indikator
1.	Keberadaan daya tarik wisata (<i>the existing tourist attractions</i>)
2.	Perjalanan dari dan ke destinasi (<i>the trip from / to</i>)
3.	Ketersediaan fasilitas wisata (<i>the availability of the facilities</i>)
4.	Pelayanan selama berlibur (<i>the services during vacation</i>)

Sumber: Lampiran Hasil Uji Konstruksi Modifikasi Model

Secara empiris, Keberadaan daya tarik wisata (*the existing tourist attractions*), Perjalanan dari dan ke destinasi (*the trip from / to*), Ketersediaan fasilitas wisata (*the availability of the facilities*), dan Pelayanan selama berlibur (*the services during vacation*) telah mampu memuaskan wisatawan senior selama berwisata di Bali.

4.4 Pendapat Wisatawan Senior tentang Destinasi Bali

Sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menguji model motivasi, dan kepuasan wisatawan mancanegara usia lanjut, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Selain itu, untuk memperkaya pembahasan hasil utama penelitian yang diperoleh dari data kuantitatif, peneliti melengkapinya dengan data kualitatif berupa hasil wawancara dengan beberapa nara sumber di tempat penelitian. Jadi, data kualitatif dalam penelitian ini berkedudukan sebagai data tambahan yang diharapkan dapat berfungsi memberikan deskripsi lebih utuh dan lebih mendalam atas hasil yang diperoleh dari data kuantitatif.

Permasalahan yang dikaji dengan menggunakan analisis kuantitatif (statistika) oleh peneliti ternyata belum mampu menggambarkan secara utuh, khususnya berhubungan dengan persepsi wisatawan lanjut usia tentang Bali saat ini. Untuk alasan tersebutlah, analisis data kualitatif ini dilakukan karena penelitian pariwisata merupakan masalah yang bersifat sosial dan dinamis. Secara teoritis format penelitian kualitatif sebenarnya berbeda dengan format penelitian kuantitatif. Perbedaan tersebut terletak pada kesulitan dalam membuat desain penelitian kualitatif, karena pada umumnya penelitian kualitatif yang tidak berpola, namun untungnya bahwa pada penelitian ini, analisis hanya digunakan untuk menjelaskan hasil analisis kuantitatif yang telah berpola khususnya model loyalitas wisatawan lanjut usia berwisata di Bali.

Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan wisatawan lanjut usia yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka.

Setidaknya, desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu format deskriptif, format verifikasi, dan format *grounded research*. Pada penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif saja, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993:89).

Menurut Moleong (2010:248) tahapan analisis data kualitatif adalah membaca/mempelajari data, dan selanjutnya menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada dalam data. Langkah berikutnya adalah mempelajari kata-kata kunci dan berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari data. Dengan menemukan kata-kata kunci pada setiap jawaban kualitatif, peneliti berusaha memaknainya dan disesuaikan dengan model yang telah terbentuk terlebih dahulu pada analisis kuantitatif.

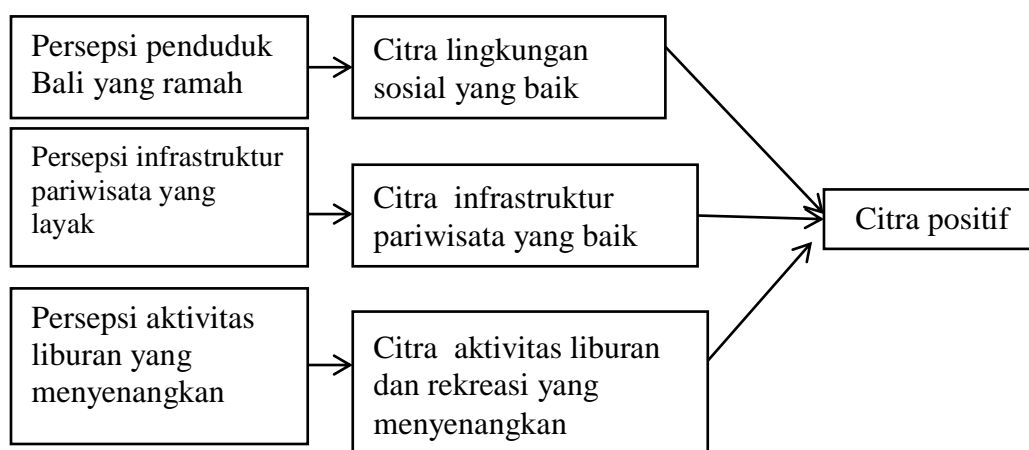
4.4.1 Citra Bali menurut persepsi wisatawan lanjut usia mancanegara

Sebagian besar responden yang berasal dari Australia, Selandia Baru, dan Belanda memiliki pandangan yang agak mirip. Mereka sebagian besar menganggap bahwa Bali memiliki lingkungan sosial yang baik. Bali juga dianggap masih menjadi tempat wisata yang memiliki fasilitas rekreasi dan wisata yang cukup baik. Bali juga dianggap memiliki infrastruktur pariwisata yang cukup lengkap seperti Tabel 4.22 berikut ini:

Tabel 4.22 Citra Positif Bali menurut Wisatawan Lanjut Usia Mancanegara

No Res	Warga Negara	Pendapat wisatawan lanjut usia	Kata kunci
24	Australia	<i>Love bali people fantastic, every year i come back seems to be that much better</i>	<i>people</i>
94	Australia	<i>Bali has something for everyone People are so friendly in Bali</i>	<i>people</i>
99	Belanda	<i>We like it to come to Bali again next time. Sampai jumpa</i>	<i>like</i>
114	Australia	<i>I like Bali</i>	<i>like</i>
262	Belanda	<i>I love Bali</i>	<i>love</i>
285	Australia	<i>Bali is beautiful love it !!</i>	<i>love</i>
288	Australia	<i>Saya cinta Bali</i>	<i>love</i>
299	Australia	<i>Have been to Bali 3 times and always enjoy.</i>	<i>enjoy</i>
301	Selandia Baru	<i>Bali is beautiful and so are the people. bagus</i>	<i>people</i>
302	Selandia Baru	<i>I first visited Bali in 1980 and have noticed crealty increased business and population on subsequent visits.</i>	<i>people</i>
322	Australia	<i>The people in Bali are lovely.</i>	<i>people</i>
354	Australia	<i>your country is magical and charming lovely people</i>	<i>people</i>
370	Australia	<i>Love Bali</i>	<i>love</i>

Dari beberapa jawaban responden tentang citra Bali, ternyata terdapat empat kata kunci yakni *people, like, lovedan enjoy*. Keempat kata kunci tersebut, berhubungan dengan tiga citra Bali saat ini. Citra destinasi Bali menurut para wisatawan lanjut usia mancanegara adalah: kata kunci *like* dan *enjoy* berhubungan dengan citra Bali yang dipersepsikan memilikilingkungan sosial (*Bali has a good social environment*), fasilitas rekreasi dan wisata yang baik (*Bali is good for leisure and recreation activities*)dan juga Bali memiliki infrastruktur pariwisata yang baik (*Bali has good tourist infrastructures*) sehingga mereka dapat melakukan aktivitas rekreasi sesuai dengan harapannya.



Gambar 4.11 Hubungan Citra Destinasi Positif dan Kepuasan Wisatawan

Kata kunci *people* berhubungan dengan lingkungan sosial yakni keramahan penduduk lokal dan berhubungan dengan citra Bali yang dianggap memiliki lingkungan sosial yang baik (*Bali has a good social environment*). Kata kunci *like* berhubungan dengan ketersediaan infrastruktur destinasi (*Good tourist infrastructures*), dan *enjoy* berhubungan dengan kualitas liburan dan aktivitas wisata (*good leisure and recreation activities*). Ketiga kata kunci dan pencitraan Bali menciptakan kepuasan berwisata di Bali.

Namun masih disayangkan ada juga wisatawan lanjut usia yang memiliki citra negatif tentang Bali khususnya kelengkapan infrastruktur yang baik tersebut belum diimbangi dengan pemeliharaan dan pelestarian yang seimbang. Berikut pendapat negatif para wisatawan lanjut usia tentang Bali seperti pada Tabel 4.23 berikut ini:

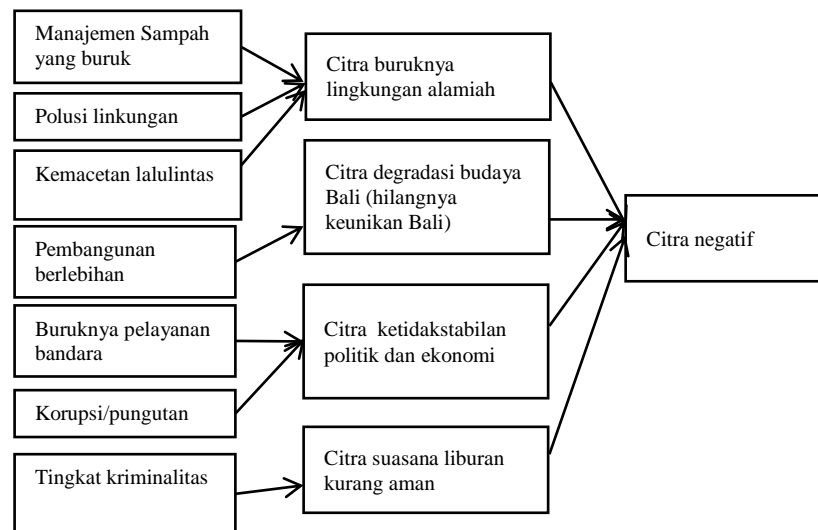
Tabel 4.23 Citra Negatif Bali menurut wisatawan lanjut usia mancanegara

No Res	Warga Negara	Pendapat wisatawan lanjut usia	Kata kunci
23	Jerman	<i>Beautiful Island, but the number of toutists should be limited. The infrastructure cannot deal with the growing number of tourists. The Island is losing ist charme and soul.</i>	<i>Number of tourist, garbage, polution, corruption</i>

No Res	Warga Negara	Pendapat wisatawan lanjut usia	Kata kunci
		<i>The noise, the garbage and the environmental Pollution is incredibly growing. It appears: Progress is too much a question of Money and corruption.</i>	
78	Australia	<i>I feel very strongly regarding the waste rubbish that is left throw away that ends upon the beaches and the walking areas people must start being responsible for their rubbish.</i>	Rubbish
4	Inggris	<i>Bali is a great place, however the rapid increase in development and lack of corresponding infrastructure, for example roads and public transport is severely detracting from its appeal to tourists.</i>	transportation
11	Belanda	<i>The ever increasing traffic makes the island restless and caused air pollution. Bali gets overloaded.</i>	Traffic, polution
15	Australia	<i>too much traffic and building.</i>	Traffic, building
17	Australia	<i>Bali does not have an unique culture, there is no much culture phenomena as an unique culture.</i>	No unique culture
20	Australia	<i>waste collection infrastructure good be improve on</i>	waste
44	Inggris	<i>Political Corruption is wellknown</i>	Corruption
74	Amerika Serikat	<i>I do not like to be verbally harassed & phsykally pushed by the people who work on the shors on the street. Very rude</i>	Very rude
77	Swiss	<i>Bali people must be strong to keep their culture, Careful with rubbist & plastic</i>	Rubbist, plastic
81	Australia	<i>Access thru DPS airport in unsatisfactory!</i>	transportation
103	Australia	<i>Too long to get through immigration of airport</i>	immigration
119	Belanda	<i>Bali is too full with hotels, restaurants, bars destroying bali and its spirit.</i>	building
121	Italia	<i>Traffic has become very problematic and for the first time we are concerned about crime rates againts tourists</i>	Traffic, crime rates
130	Inggris	<i>All the above is alright to comment but underlying problems and main points are things like household rubbish,traffic congestion, power cuts etc.</i>	rubbish,traffic
163	Australia	<i>Bali is flty and needs to be cleaned up and that requires locals to be involved. I follow people in cars and watch them throw bags of rubbish into the cannals.</i>	rubbish
245	Belanda	<i>Why building so many hotels, there is no more room for houses</i>	building
249	Amerika Serikat	<i>my cellphone and wallet stolen. Bali is unsafe for bule and polisi tidak mau tolong saya. Baliness people are rude very uncomfertable for me oleh-oleh kualitas jelek, orang-orang dijalan tidak hormat.kapan saya tidaak mau bayar dari toko bicara jelek</i>	Very rude, crime rates
293	India	<i>free Bali from plastic bags, reduce cars in Bali</i>	plastic
317	Australia	<i>The waiting time getting through the airport is of concern. Will hopefully be better when airport is completed 2 hours to get through immigration not good !</i>	immigration
346	N/A	<i>Bali looks great in travel brochureds but traffic is crazy and there is a lot of rubbish everywhere.</i>	Traffic, rubbish
348	Australia	<i>roads and traffic terrible in kuta - legian</i>	traffic
356	Luxeng-bourg	<i>Have been to Bali for many times and always love it. However the immigration process in the airport is so complicated somebody should solve this</i>	immigration
369	Australia	<i>Love the places but very corrupt police and politition</i>	very corrupt police
385	Australia	<i>Poor infrastructure, Sampa Sampa Sampa!!</i>	rubbish
400	Australia	<i>Best part of Bali is its wonderful peope! traffic is now a nightmare in some areas.</i>	traffic

Dari tujuh indikator yang ditawarkan pada model SEM, ternyata indikator (*Bali has a good natural environment*), (*Bali has a unique culture, history, and art*), (*Bali has stable political conditions and economic factors*), dan (*Bali has a good atmosphere or ambiance*) harus dihilangkan dari model karena secara statistik telah mengurangi *goodness of fit*. Analisis data kualitatif ditentukan beberapa kata kunci yakni *rubbish*, *pollution*, *corruption*, *traffic*, *immigration*, *building*, dan *crime rates*.

Beberapa responden memiliki citra yang negatif terhadap Bali. Mereka lebih banyak menyoroti tentang kemacetan lalu lintas yang telah dianggap mengurangi kenyamanan berwisata. Bali memang dianggap sebagai tempat wisata yang luar biasa namun pesatnya pembangunan infrastruktur tidak sesuai dengan harapan wisatawan. Meningkatnya jumlah kendaraan dianggap menjadi penyebab terjadinya polusi dan sumber kemacetan di banyak tempat di Bali. Bali sekarang telah menjadi bising, banyak sampah, dan tingkat polusi semakin meningkat.



Gambar 4.12 Pola Hubungan Citra Negatif dan Ketidakpuasan Wisatawan Lanjut usia

Pada Gambar 4.12 dapat dijelaskan bahwa masalah sampah (*rubbish*), polusi (*pollution*), dan kemacetan lalu lintas telah membuat citra negatif terhadap lingkungan alamiah destinasi Bali. Pembangunan fasilitas pendukung pariwisata yang kurang menggunakan ciri khas Bali (*western style*) telah dianggap merusak keunikan budaya Bali. Pelayanan imigrasi yang kurang baik, dan banyaknya pungutan di luar anggaran perjalanan wisata telah mencitrakan bahwa Bali memiliki kondisi politik dan perekonomian yang kurang baik sehingga memungkinkan para pekerja di bidang tersebut masih memungkinkan melakukan korupsi dan penyimpangan pelayanan publik. Sementara meningkatnya kriminalitas juga dianggap telah menciptakan ketidaknyamanan berwisata. Tujuh kata kunci tersebut menjadi

faktor kendala pencitraan positif Bali pada wisatawan lanjut usia mancanegara, setidaknya menurut mereka yang berwisata pada saat penelitian ini dilakukan.

4.4.2 Kepuasan Wisatawan Lanjut Usia Mancanegara Berwisata di Bali

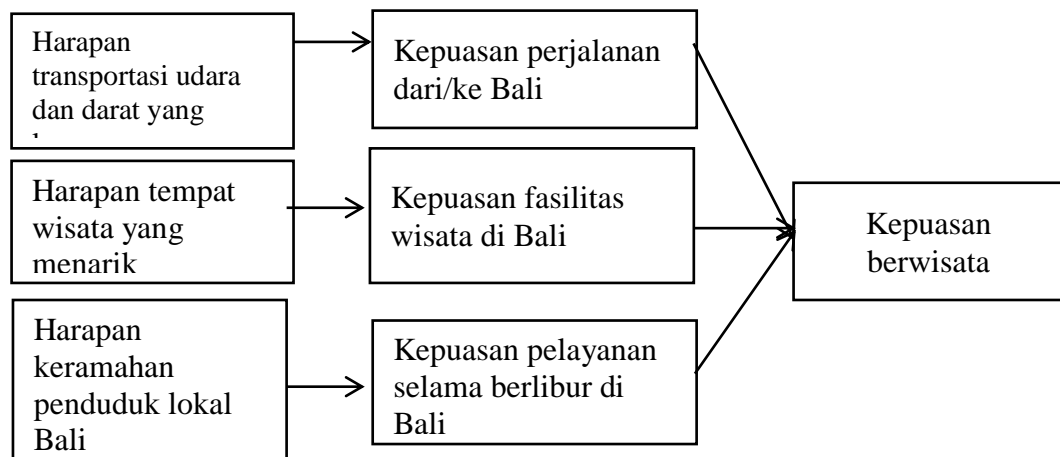
Dari empat indikator yang ada pada model SEM, ternyata indikator (*the existing tourist attractions in Bali*) harus dihilangkan dari model karena secara statistik telah mengurangi *goodness of fit*. Analisis data kualitatif ditentukan beberapa kata kunci yakni *people/hospitality, place, transportation*, seperti Tabel 4.24 berikut ini:

Tabel 4.24 Komentar Positif Wisatawan Lanjut Usia Mancanegara

No Resp	Warga Negara	Komentar wisatawan	Kata kunci
33	Australia	<i>Flight to Sydney need to be in day time</i>	<i>Transportation</i>
35	Belanda	<i>Very nice and friendly peoples!</i>	<i>People</i>
47	Australia	<i>Bali is a wonderful place to visit, I love the food, people and culture. I worry a little about the peace of development (some of the hotels are not very interesting). I like the old style Bali. I was also interested to visit Pandawa Beach.</i>	<i>People, wonderful place</i>
73	Australia	<i>Bali has many great tourist attraction restaurant and motels</i>	<i>tourist attraction</i>
77	Swiss	<i>As all around the world Some server are good Some driver are good & honest offer lies to ripp off</i>	<i>Server, driver</i>
91	Belanda	<i>From holland it's very far, but we do because we like</i>	<i>transportation</i>
109	Australia	<i>Bali can always improve experience for tourists</i>	<i>experience</i>
121	Italia	<i>Service culture at hotels and restaurants is excellent. The friendliness of hospitality staff is exemplary.</i>	<i>Friendliness, hospitality</i>
185	Australia	<i>satisfied with hospitality service and peopleneed a lot better road concern about sewerage and recycling</i>	<i>Hospitality, people</i>
186	Australia	<i>I enjoy coming to Bali, love the scenery, love the bali folk, not too keen on the hawkers</i>	<i>the scenery, the Bali folk,</i>
226	Australia	<i>Bali proudies a very good holiday with good people</i>	<i>good holiday, people</i>
285	Australia	<i>very friendly feels like home</i>	<i>very friendly</i>
302	Selandia Baru	<i>One of my favourite tourist destination in the Asian.</i>	<i>favourite tourist destination</i>
358	Korea Selatan	<i>Overall I satisfied for touring, but I wish for public transportation such as metro, subway train, etc</i>	<i>public transportation</i>
370	Australia	<i>Love Bali & People</i>	<i>People, place</i>
394	Australia	<i>Really love coming & visit the friendly people</i>	<i>the friendly people</i>

Kepuasan wisatawan lanjut usia mancanegara berwisata di Bali ditunjukkan oleh kepuasannya selama melakukan perjalanan dari negara asalnya hingga tiba di Bali (*the trip from / to Bali*), ketersediaan fasilitas pariwisata (*the availability of the facilities provided by the Bali tourism*), dan kepuasan terhadap pelayanan yang didapatkan selama berlibur di Bali (*the services during vacation in Bali*).

Dari beberapa kata kunci dari data kualitatif, dapat dibuat pola hubungan indikator-indikator pembentuk kepuasan wisatawan lanjut usia sebagai Gambar 4.13 berikut:



Gambar 4.13 Hubungan Harapan dan Kepuasan Wisatawan Lanjut usia

Ada temuan yang cukup menarik pada analisis penelitian kualitatif ini, bahwa keberadaan objek-objek wisata di Pulau Bali (*the existing tourist attractions in Bali*) ternyata masih sesuai dengan harapan wisatawan lanjut usia, namun pada model kuantitatif indikator tersebut tidak ikut sebagai pembentuk kepuasan total (*overall satisfaction*). Hal ini bisa saja terjadi responden wisatawan lanjut usia yang dilibatkan pada penelitian kualitatif ini adalah para *repeater* atau mereka yang telah mengetahui daya tarik Bali yang sebenarnya.

Pada sisi lainnya, ternyata telah terjadi degradasi citra Bali karena beberapa faktor kendala akibat pengelolaan destinasi yang kurang maksimal. Faktor kendala tersebut yakni meningkatnya masalah sampah khususnya di wilayah wisata seperti pantai Kuta, dan Legian (*rubbish*), Penyebab lainnya adalah meningkatnya polusi udara karena pertambahan jumlah kendaraan bermotor (*pollution*). Begitu juga, adanya pungutan tambahan pada tempat-tempat wisata yang tidak menjadi anggaran perjalanan berwisata mereka telah dianggap sebagai tindak korupsi (*corruption*). Masalah kemacetan lalu lintas juga menjadi faktor kendala lainnya, hal ini disebabkan oleh pertambahan jumlah kendaraan bermotor sementara belum diimbangi oleh pengelolaan transportasi yang baik (*traffic*),

Terganggunya pelayanan imigrasi (*immigration*) kemungkinan besar disebabkan oleh pembangunan bandara yang belum selesai pada saat penelitian ini dilakukan. Pesatnya

pembangunan hotel, mall, bandara, dan fasilitas pendukung lainnya (*building*) dianggap mengabaikan budaya Bali yang sebenarnya menjadi daya tarik pada saat wisatawan mencari informasi tentang Bali. Menurut beberapa responden, saat ini di Bali telah terjadi peningkatan tindak kriminalitas (*crime rates*), beberapa wisatawan mengalami kehilangan barang-barang bawaan mereka saat berekreasi, bahkan kabar terjadi pembunuhan terhadap wisatawan asing di Bali juga memberi citra negatif terhadap Bali.

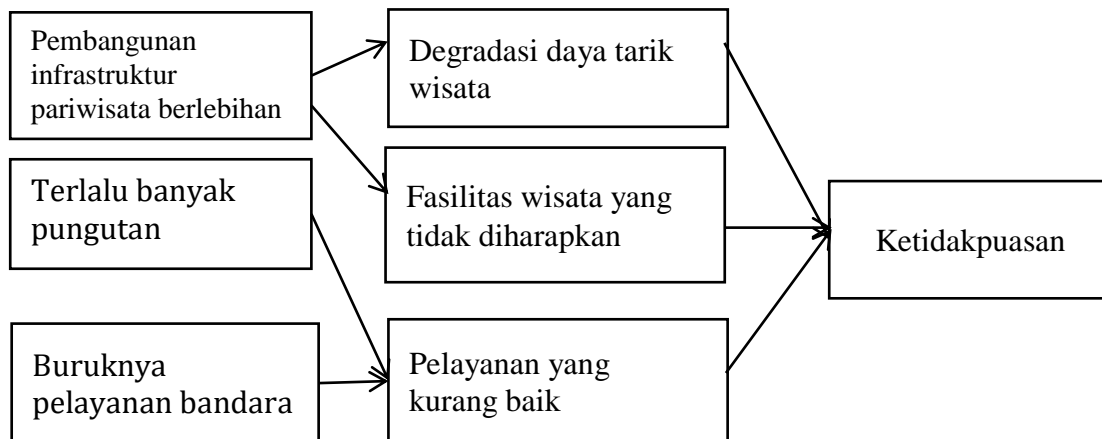
Beikut Tabel 4.18 dipaparkan beberapa komentar negatif terhadap Bali yang turut menyebabkan berkurangnya tingkat kepuasan wisatawan lanjut usia berwisata di Bali.

Tabel 4.25 Komentar Negatif Wisatawan Lanjut Usia Mancanegara

No Resp	Warga Negara	Komentar wisatawan	Kata kunci
4	Inggris	<i>I always enjoy my time in Bali. I am concerned that over development is threatening the the unique qualities that people visit Bali for. Money earned from tourism does not get invested in protecting the natural environment, culture and traditions that Bali is famous for.</i>	<i>Over development</i>
15	Australia	<i>Generally good, some problems with the airport. Alcohol is very expensive.</i>	<i>Problems with the airport</i>
23	Jerman	<i>Travelling to Bali since 1974, i am worried by the "so-called western-like development" and destruction of Nature and commercialisation of culture in Bali .</i>	<i>Western-like development</i>
26	Australia	<i>My major concern is the government charges for in and out of Bali or Indonesia and as whole every family has to pay \$25 usd in to the country per person. Rp 200.000 to leave the country per person. It makes it very expensive for families. They can go to another beach location in Asia and not to pay him.</i>	<i>Has to pay</i>
44	Inggris	<i>Some control required hotel development in the south now & for future development in the north</i>	<i>Control development</i>
58	Australia	<i>Becoming too many shopping plazas - discovery, beachwalk, lippomall prefer to have more authentic Bali shopping & cuisine (eating) becoming too 'westernised'</i>	<i>Westernised</i>
78	Australia	<i>Bali is beautiful place but there are many other wonderful destinations in asia the goverment are making it unafordable for the family for entry + embarkation out of bali / indonesia IE \$25 USD p/person in 200.000 rp p/person out.</i>	<i>Has to pay</i>
81	Australia	<i>Airport-agains not good!</i>	<i>Problems with the airport</i>
104	Australia	<i>- My only bad comment is no infrastructure for road. Traffic Terrible - Culture Is Fantastic</i>	<i>Traffic, rubbish</i>

No Resp	Warga Negara	Komentar wisatawan	Kata kunci
		- <i>Rubbish problem needs attending to</i>	
245	Belanda	<i>So many hotels has been building, where will it end ?</i>	<i>So many hotels</i>
249	Amerika Serikat	<i>Polisi stop me on my sepeda motor and mau uang sebab saya bule. korupsi. Indonesia Jelek</i>	<i>Has to pay</i>
309	Australia	<i>The airport arrival needs to be steamlines -waiting with appset 1000 people far almost an hour is not a great arrival for tourist.</i>	<i>Problems with the airport</i>
317	Australia	<i>To long waiting at airport !</i>	<i>Problems with the airport</i>
352	Amerika Serikat	<i>Very bad traffic in bali, too much garbage in all of bali. Both of these all getting worse not better. Very little in being done to improve the polutions / rubbish problem. Ban, plastic bags from being given away in stores as a first step.</i>	<i>Traffic, rubbish</i>
354	Australia	<i>Your biggest problem for western people is rubbish. you must clean it up</i>	<i>Rubbish</i>
400	Australia	<i>Sad to see over development which is changing the atmosphere- too much commercialisation</i>	<i>Over development</i>

Dari beberapa kata kunci dari data kualitatif, dapat dibuat pola hubungan indikator-indikator pembentuk kepuasan wisatawan lanjut usia sebagai Gambar 4.14 berikut:



Gambar 4.14 Hubungan Masalah Destinasi dan Ketidakpuasan Wisatawan Lanjut usia

Pola hubungan antara masalah-masalah yang dialami oleh para wisatawan lanjut usia selama berlibur di Bali seperti pungutan-pungutan yang dibebankan kepadanya, dan buruknya pelayanan di bandara Internasional Ngurah Rai Bali, telah mengurangi kepuasan mereka berlibur di Bali. Bali juga dianggap telah banyak mengalami perubahan karena pembangunan yang kurang terkendali, dan dianggap banyak pembangunan tidak sesuai dengan harapan para wisatawan khususnya pembangunan yang (*westernized*) tidak menggunakan gaya budaya

Bali. Masalah-masalah tersebut secara total telah mengurangi kepuasan wisatawan lanjut usia berwisata di Bali.

4.4.3 Alasan Datang Kembali Ke Bali

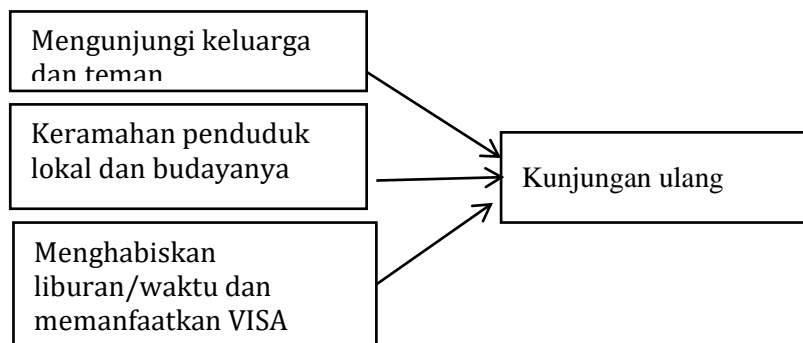
Kepuasan wisatawan berpengaruh positif loyalitas wisatawan terhadap destinasi pariwisata Bali yang mereka tunjukkan adanya rencana untuk berkunjung kembali (*revisit intention*), dan kesediaan untuk merekomendasi teman dan sahabatnya untuk berlibur ke Bali (*willingness to recommendations*). Berikut hasil penelitian kualitatif berupa alasan-asalan wisatawan lanjut usia akan berkunjung ulang (*revisit intention*) dipaparkan pada Tabel 4.26 berikut ini:

Tabel 4.26 Alasan Wisatawan Lanjut Usia Mancanegara Kembali Lagi Ke Bali

No	Warga negara	Frekwensi kunjungan	Alasan kembali	Kata kunci
11	Belanda	Lebih dari dua kali	<i>In Sanur I know the local circumstances, so it 's easy to organize life. In Sanur I feel home and I haw good contacts with some local people.</i>	<i>feel home, local people</i>
4	Inggris	Lebih dari dua kali	<i>To visit my family and friends.</i>	<i>family and friends</i>
6	Australia	Lebih dari dua kali	<i>visit friends and panti asuhan</i>	<i>visit friends</i>
13	Kanada	Lebih dari dua kali	<i>I own a time-share condo</i>	<i>a time-share condo</i>
20	Australia	Lebih dari dua kali	<i>Very likely we love Bali and its people</i>	<i>people</i>
23	Jerman	Lebih dari dua kali	<i>Because I love the Balinese People and culture for the last 40 Years, when we came first time to Bali to write our Thesis.</i>	<i>Balinese Peopleand culture</i>
73	Australia	Lebih dari dua kali	<i>Bali is close to Australia and a great holiday destination</i>	<i>Bali is close, a great holiday destination</i>
104	Australia	Lebih dari dua kali	<i>I live in bali so obviously it is great. I will continue to live here</i>	<i>it is great</i>
116	Australia	Lebih dari dua kali	<i>I visit Bali every years for 3 months, would like to spend 6 month in future.</i>	<i>to spend times</i>
171	Finlandia	Dua kali	<i>I like to live here !and I do !</i>	<i>like to live</i>
226	Australia	Lebih dari dua kali	<i>been coming here for 40 years love it !</i>	<i>love it</i>
238	Belgia	Dua kali	<i>Beautiful island</i>	<i>Beautiful island</i>
280	Australia	Dua kali	<i>already booked my next trip</i>	<i>already booked</i>
298	Australia	Lebih dari dua kali	<i>I love Bali :)</i>	<i>love</i>

No	Warga negara	Frekwensi kunjungan	Alasan kembali	Kata kunci
346	N/A	Lebih dari dua kali	<i>I will continue to live here until my visa run out</i>	<i>Visa</i>
390	Australia	Dua kali	<i>Bali is just the best. I will come back. People here have the best moment, does not pity the rest of world</i>	<i>People</i>
394	Australia	Lebih dari dua kali	<i>Would like do live here on an extended basis & for my family to visit & bring their friends</i>	<i>like do live here</i>

Dari beberapa kata kunci dari data kualitatif, dapat dibuat pola hubungan indikator-indikator pembentuk niat berkunjung kembali (*revisit intention*), wisatawan lanjut usia sebagai Gambar 4.15 berikut:



Gambar 4.15 Indikator Pembentuk Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Lanjut usia

Niat berkunjung kembali (*revisit intention*) para wisatawan lanjut usia disebabkan oleh keinginan untuk mengunjungi anggota keluarga dan teman-teman (*family and friends*). Faktor keramahan orang-orang Bali (*Balinese people*) dengan budayanya (*culture*) adalah menjadi penyebab berikutnya mereka berniat berkunjung ulang ke Bali. Wisatawan lanjut usia pada umumnya mereka adalah para pensiunan sehingga mereka memiliki waktu luang yang panjang (*spend times*), dan kelonggaran ijin tinggal (*visa*) khusus lanjut usia memungkinkan mereka berniat memanfaatkannya untuk melakukan kunjungan ulang ke Bali.

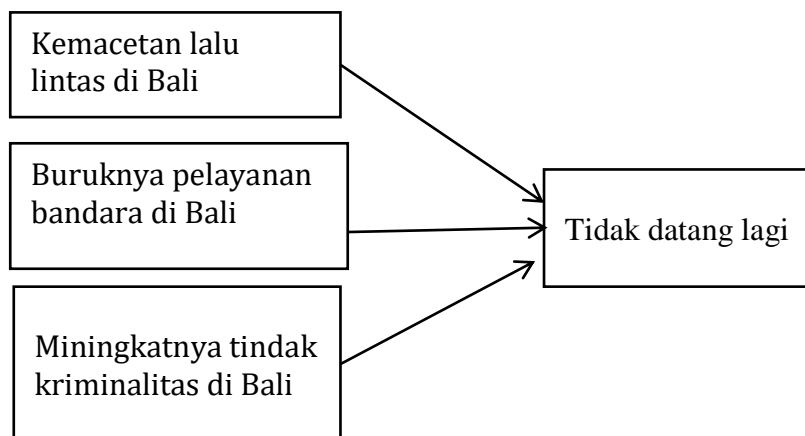
Pada sisi yang bertolak belakang, ternyata tidak semua wisatawan lanjut usia berniat untuk melakukan kunjungan ulang ke Bali. Ada beberapa masalah yang telah menjadi penyebab hilangnya niat mereka untuk berkunjung ulang, berikut paparan data kualitatif beserta kata kuncinya (Tabel 4.27).

Tabel 4.27 Alasan Wisatawan Lanjut usia Mancanegara Tidak Berniat Kembali

No	Warga negara	Alasan tidak kembali	Kata kunci
36	Jerman	<i>We start to come to Bali since 2003. But now they build so much buildings/hotels in Kuta although there are no good infrastructure life streets. Also the traffic is very bad, too</i>	<i>the traffic is very bad,</i>

No	Warga negara	Alasan tidak kembali	Kata kunci
		<i>much cars for one way streets.</i>	
78	Australia	<i>You can visit Thailand, malaysia, singapore, cambodia, toname, just a few which has no visa or embarkation fees.</i>	<i>Problems of immigration services</i>
272	Australia	<i>I will always visit Bali but the crowd factor is pusnig people to other island.</i>	<i>the traffic is very bad,</i>
249	Amerika Serikat	<i>No Indonesia (java) bagus-Bali tidak!, Mai 2014 2 Bule mati polisi tidak perduli</i>	<i>Criminality rate</i>
11	Belanda	<i>By mass tourism is gradually changing the attraction of Bali as a tropical paradise.</i>	<i>Gradually changing the attraction of Bali</i>

Alasan-alasan wisatawan lanjut usia tidak berniat melakukan kunjungan ulang ke Bali disebabkan oleh beberapa masalah seperti buruknya pelayanan imigrasi di Bandara Internasional Ngurah Rai (*problems of immigration services*), kondisi perjalanan wisata yang seringkali mengalami kemacetan lalu lintas (*the traffic is very bad*), dan meningkatnya tindak kriminalitas terhadap para wisatawan asing selama berlibur di Bali. Kurang tanggapnya para polisi terhadap beberapa tindak kriminal juga menyebabkan wisatawan lanjut usia tidak berniat melakukan kunjungan ulang ke Bali. Hasil analisis data kualitatif berhubungan dengan penyebab wisatawan tidak berniat berkunjung ulang ke Bali dapat di polakan seperti Gambar 4.16 berikut ini:



Gambar 4.16 Indikator Penyebab Tidak Kembalinya Wisatawan Lanjut Usia

4.4.4 Alasan rela merekomendasi Bali sebagai tujuan wisata

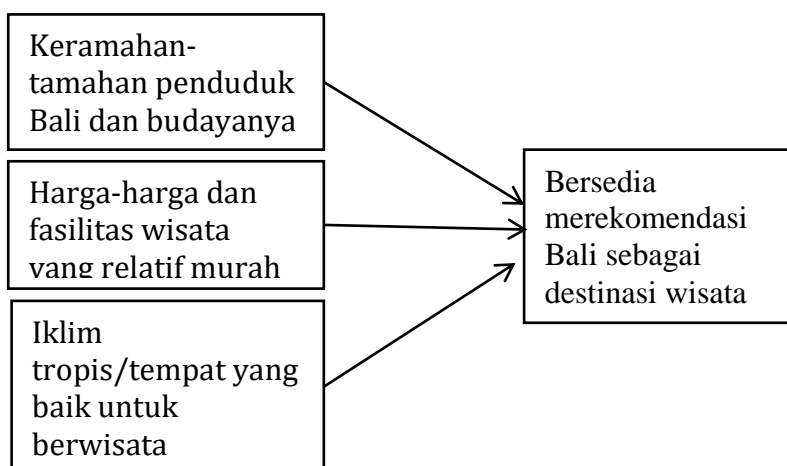
Faktor kepuasan wisatawan selain berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*), juga berpengaruh positif terhadap kesediaan untuk merekomendasi teman dan sahabatnya untuk berlibur ke Bali (*willingness to recommendations*). Berikut hasil

penelitian kualitatif berupa alasan-alasan wisatawan lanjut usia bersedia merekomendasi teman dan sahabatnya untuk berlibur ke Bali (*willingness to recommendations*) dipaparkan pada Tabel 4.28 berikut ini:

Tabel 4.28 Alasan wisatawan lanjut usia mancanegara merekomendasi Bali

No	Warga Negara	Alasan merekomendasi	Kata kunci
3	Australia	<i>By taking care to stay away from the ugly tourists and their developments it is possible to have a low-cost and culturally interesting holiday in Bali.</i>	<i>a low-cost, culture</i>
23	Jerman	<i>Because we love the Balinese People and culture for the last 40 Years, when we -my wife and I - came first time to Bali to write our Theses in 1976- University of Bonn, Jerman: subject - Geography and Anthropology: 1. - Regional and town planning of Denpasar as Capital of Bali- 2. Tourism as a development factor in the economy of Bali and Indonesia.</i>	<i>Balinese People and culture</i>
36	Jerman	<i>We like bali very much especially the food ant that the locals are very friendly. But the government has to stop to build more hotels and malls.</i>	<i>Local people</i>
186	Australia	<i>great place for a holiday for a family. would recommend</i>	<i>Great place</i>
209	Perancis	<i>The best destination in the world</i>	<i>The best destination</i>
302	Selandia Baru	<i>I have always recommend Bali as a worthwhile destination.</i>	<i>a worthwhile destination.</i>
353	Spanyol	<i>Beautiful people and beautiful island</i>	<i>People</i>
6	Australia	<i>to experience the people and the culture.</i>	<i>The people and the culture</i>
13	Kanada	<i>Beautiful weather, beautiful beaches, wonderful Indonesian people, wonderful food, great prices.</i>	<i>Weather, people, food, prices</i>
47	Australia	<i>I really enjoy my Balinese holidays. When I stay for longer periods I enjoy travelling to Nusa dua Lembongan and amed</i>	<i>Great place</i>
56	Australia	<i>its a grant place to be with friends</i>	<i>Great place</i>
73	Australia	<i>Bali is fun and friendly for families and singles</i>	<i>Bali is fun</i>
81	Australia	<i>Nice</i>	<i>Nice</i>
104	Australia	<i>I will always recommend friend and offer to visit bali. All in all it is one of the best destinations in the world to visit.</i>	<i>The best destinations in the world</i>
185	Australia	<i>love bali and people better infrastructure</i>	<i>People, better infrastructure</i>
189	Australia	<i>We love the bali people, all so friendly</i>	<i>The Bali people</i>
317	Australia	<i>Beautiful people, beautiful country. Thank you. Its our second home.</i>	<i>Beautiful people</i>
377	Australia	<i>Many friends already come to Bali for holiday. For Australian very cheap compared to other destinations</i>	<i>Very cheap compared to other destinations</i>
390	Australia	<i>This country is the best. Love you all</i>	<i>This country is the best</i>

Dari beberapa kata kunci dari data kualitatif, dapat dibuat pola hubungan indikator-indikator pembentuk niat merekomendasi (*willingness to recommendations*), wisatawan lanjut usia sebagai Gambar 4.17 berikut:



Gambar 4.17 Indikator Pembentuk Niat Merekomendasi Bali sebagai Destinasi Wisata Wisatawan Lanjut usia

Pola hubungan pada Gambar 4.17 menjelaskan bahwa kesediaan wisatawan lanjut usia merekomendasi Bali sebagai destinasi pariwisata (*willingness to recommendations*) disebabkan oleh keramah-tamahan orang-orang Bali dan budayanya (*the people and the culture*), faktor harga-harga di Bali dan infrastruktur pariwisata (*prices and better infrastructure*), dan iklim Bali yang tropis membuat Bali disebut sebagai tempat yang luar biasa (*weather and Great place*) untuk direkomendasi kepada teman-teman mereka sebagai destinasi wisata.

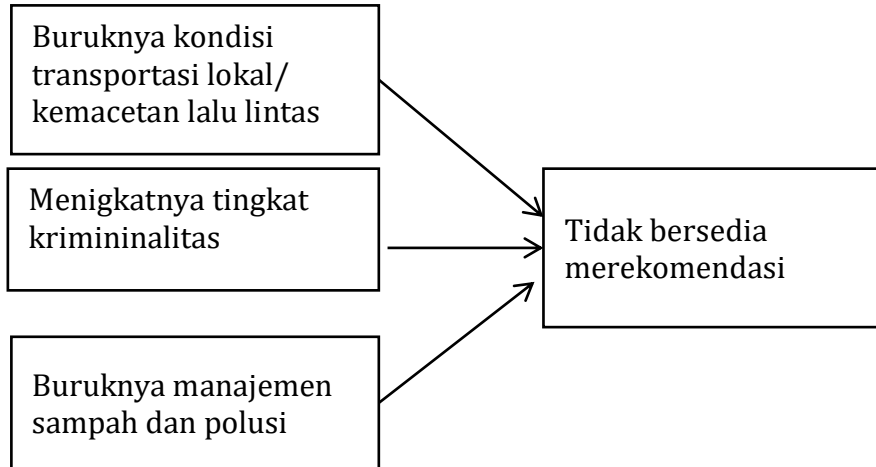
Namun demikian, tidak semua wisatawan lanjut usia bersedia merekomendasi teman-teman mereka berlibur ke Bali, dikarenakan kekecewaan mereka selama berlibur di Bali. Alasan-alasan wisatawan lanjut usia tidak bersedia merekomendasi Bali sebagai destinasi wisata dipaparkan pada hasil analisis data kualitatif pada Tabel 4.29 berikut ini:

Tabel 4.29 Alasan Wisatawan Lanjut Usia Mancanegara Tidak Merekomendasi

No	Warga Negara	Alasan tidak merekomendasi	Kata kunci
249	Amerika Serikat	<i>No , Bali is very unsafe for orang asing</i>	<i>Unsafe</i>
107	Amerika Serikat	<i>I would not recommend because too much pollution, dirty beaches, crowded streets</i>	<i>Pollution, rubbish, traffic</i>
26	Australia	<i>Bali has a major problem with the rubbish that litters the beach + walk ways people must start taking responsibility for their rubbish tourist will return to</i>	<i>Rubbish</i>

No	Warga Negara	Alasan tidak merekomendasi	Kata kunci
		<i>their countries and tell friends the island is very dirty. We do not want this. People will not come as there are many lovely destinations in Asia.</i>	
43	Inggris	<i>dealing with plastic & recycling needs a concerted effort</i>	<i>Rubbish, plastic</i>

Masalah-masalah yang dipaparkan pada Tabel 4.29 dapat dipolakan seperti Gambar 4.18 berikut ini.



Gambar 4.18 Indikator penyebab tidak Merekomendasi

Gambar 4.18 menjelaskan bahwa penyebab ketidaksediaan wisatawan lanjut usia merekomendasi teman-teman mereka untuk berlibur ke Bali, hampir mirip dengan alasan-alasan wisatawan lanjut usia tidak berniat melakukan kunjungan ulang ke Bali yang disebabkan oleh beberapa masalah seperti polusi dan sampah (*pollution and rubbish*), kemacetan lalu lintas (*the traffic is very bad*), dan meningkatnya tindak kriminalitas terhadap para wisatawan asing selama berlibur di Bali (*unsafe*)

Menggunakan metode gabungan (*mixed method*) rupanya dapat melengkapi jawaban penelitian yang tidak mampu dijawab oleh metode kuantitatif. Jawaban penelitian kualitatif lebih bersifat melengkapi dan menjelaskan hal-hal yang luput dari survei tertutup pada analisis kuantitatif. Berbagai alasan berkaitan dengan persepsi wisatawan lanjut usia berhubungan dengan citra destinasi Bali ternyata mampu memberikan jawaban pada dua sisi yang berlawanan. Sebagian wisatawan lanjut usia memiliki persepsi positif terhadap Bali saat ini, dan sisi lainnya ada juga wisatawan lanjut usia yang memiliki persepsi negatif terhadap destinasi Bali.

Berhubungan dengan kepuasannya berlibur di Bali, sebagian wisatawan lanjut usia merasa puas, dan ada pula yang merasa kurang puas karena tidak sesuai dengan harapannya.

Sebagian wisatawan lanjut usia berniat berkunjung kembali ke Bali dan bersedia merekomendasi kerabat dan teman-temannya, namun ada pula yang tidak akan kembali lagi dan juga tidak bersedia merekomendasi Bali sebagai destinasi wisata.

4.5 Kelebihan dan Kelemahan Segmen Pasar Wisatawan Senior

Informan yang bersedia diwawancarai berkaitan dengan informasi tentang wisatawan senior yang berwisata di Bali adalah sebagian besar dari departemen pemasaran pada hotelnya masing-masing. Para pejabat dari bagian pemasaran ini dianggap paling banyak memiliki informasi tentang potensi pasar wisatawan senior yang menginap di hotelnya masing-masing.

Berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan, tercatat bahwa lama menginap para wisatawan senior ini paling singkat tiga hari, dan paling lama hingga mencapai 10 hari. Lama menginap rata-rata wisatawan menginap adalah 5 hari. Dilihat dari rata-rata lama menginap yang berkisar 5 hari tersebut, dapat dikatakan bahwa lama berlibur mereka tergolong masih singkat dan amat berbeda dengan anggapan sebelumnya bahwa wisatawan senior memiliki waktu berlibur yang cukup panjang. Data hasil penelitian tentang profil informan penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.30 berikut ini:

Tabel 4.30 Informan penelitian Perspektif Praktisi Pariwisata

No	Jenis Kelamin	Umur	Jabatan	Departemen	Lokasi	Length Of Stay
1	P	56	GSM	Front Office	Kuta	5
2	P	24	SSM	Sales Manager	Denpasar	4
3	L	29	SSD	Sales Manager	Kuta	5
4	L	35	OM	AG	Kuta	7
5	P	29	SEE	Sales Manager	Kuta	7
6	P	28	Sales Manager	Sales Manager	Kuta	7
7	P	30	Ads	Sales Manager	Kuta	3
8	P	31	Sales Manager	Sales Manager	Kuta	5
9	P	26	RS	Sales Manager	Kuta	5
10	P	-	HR	Hr	Kuta	4
11	P	27	RS	Sales Manager	Kuta	7
12	P	41	Sales Manager	Sales Manager	Kuta	3
13	P	48	Sales Manager	Sales Manager	Kuta	5
14	P	26	SE	Sales Manager	Kuta	4
15	P	30	SE	Sales Manager	Denpasar	3
16	P	30	SE	Sales Manager	Kuta	6
17	P	38	Sales Manager	Sales Manager	Kuta	7

No	Jenis Kelamin	Umur	Jabatan	Departemen	Lokasi	Length Of Stay
18	L	35	Asales Manager	Sales Manager	Kuta	10
19	L	30	Sales Manager	Sales Manager	Kuta	7
20	L	41	SEE	Sales Manager	Kuta	3

Hasil penelitian yang tertera pada Tabel 4.23 di atas juga memberikan informasi bahwa wisatawan senior yang berlibur di Bali nyaris tidak memiliki perbedaan lama tinggal untuk berlibur di Bali jika dibandingkan dengan kelompok lainnya yang memiliki lama tinggal rata-rata 5 hingga 7 hari. Perbedaan yang berarti justru terjadi pada daya beli, dampak ekonomi, dampak social budaya, dampak terhadap masyarakat lokal, dan peluang usaha lainnya. Kelebihan dan kekurangan segmen pasar wisatawan senior ini, dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

4.5.1 Kelebihan Dan Kekurangan Wisatawan Lanjut Usia

Daya beli wisatawan senior ini tergolong cukup tinggi, walaupun diantara mereka ada yang memiliki daya beli cukup rendah, hal tersebut dapat di lihat pada perilaku mereka memilih tempat makan siang dan makan malam di luar hotel tempat mereka menginap. Pada sebagian besar hotel berbintang di Bali, harga makanan dan minuman di dalam hotel biasanya lebih mahal daripada harga-harga di luar hotel, artinya wisatawan yang memilih tempat makan siang dan malam di luar hotel lebih cenderung mempertimbangkan faktor harga atau mereka cenderung memilih makanan yang harganya lebih murah.

Tabel 4.31 Kelebihan dan Kekurangan Wisatawan Senior di Bali

No	Lo S	Purchasing Power	Economic	Social Culture	Local Impact	Peluang	Sustain
1	5	-	Belanja	Pertukaran nilai budaya	Positif: Infrastruktur dan DTW, Negatif: Tanah menjadi mahal	Pekerjaan bagi masyarakat lokal	Sangat baik
2	4	-	Berani bayar mahal	Mereka menyukai budaya	Positif: Peluang bisnis bagi masyarakat local. Negatif: munculnya Prostitusi.	Peluang kerja bagi masyarakat lokal	Sangat baik
3	5	Rendah, sering makan di luar hotel	Paket tour, jasa penyewaan kendaraan	Mereka tertarik pada budaya local	Lapangan pekerjaan	Pekerjaan sebagai asisten pribadi	Perlu keseimbangan antara ekonomi dan

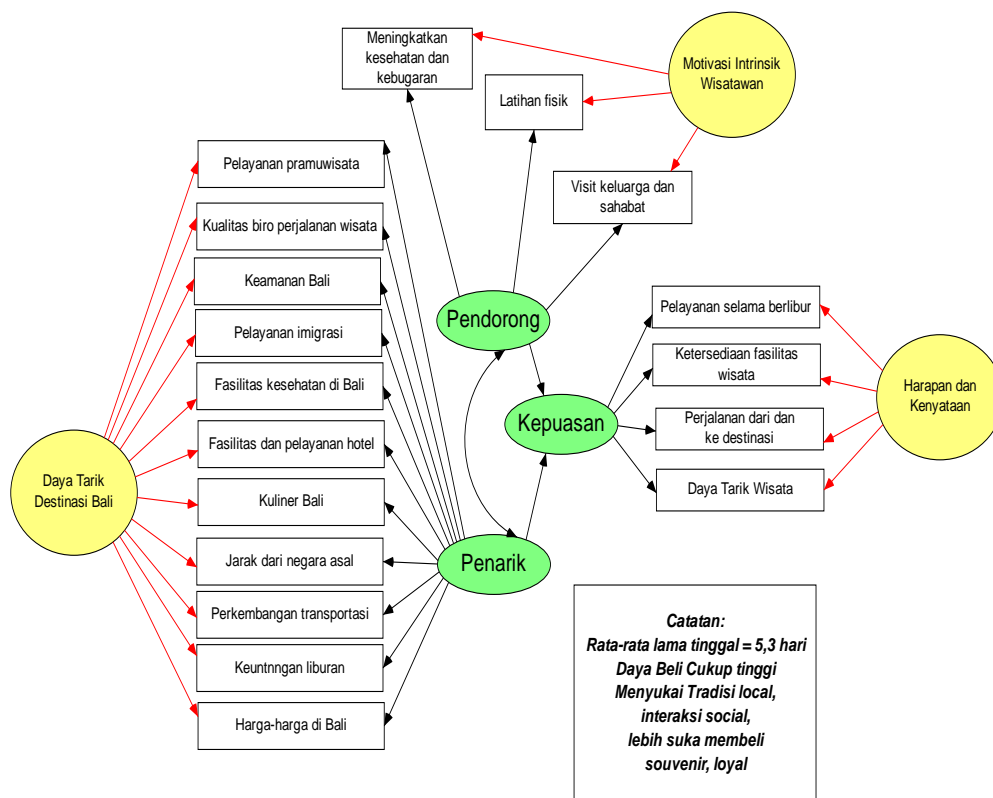
No	Lo S	Purchasing Power	Economic	Social Culture	Local Impact	Peluang	Sustain
							kelestarian budaya
4	7	Lebih rendah dari wisatawan umum	Wisatawan regular, konsumen yang loyal.	Respek terhadap budaya local	Positif: Mendorong aktivitas budaya, Negatif: mencari gadis atau perjaka local.	Positif: menjadi orangtua asuh atau sponsor, menularkan budaya yang kurang baik.	Mereka lebih komunikatif
5	7	Sedang untuk produk umum, tinggi untuk FB	Loyal, Daya beli tinggi	Respek terhadap budaya local, datang secara teratur	Positif: Mendorong aktivitas budaya local, negatif menularkan budaya yang kurang baik.	Mereka lebih menyukai dilayani oleh karyawan yang sudah berpengalaman	Pasar yang potensial karena mereka cenderung merekomendasi temannya
6	7	Lebih suka berbelanja untuk FB	Lama tinggal lebih lama, Mereka lebih suka FB	Suka berteman, namun perlu perhatian lebih	Positif: lebih suka datang kembali, dan merekomendasi temannya	Memerlukan pelayanan khusus	Perlu ketrampilan khusus untuk melayaninya
7	3	Daya beli sedang sekitar 1-2,5 Juta IDR	Bersedia membayar lebih mahal, mereka tidak suka berpindah hotel	Menyukai Tradisi local, dan interaksi social, lebih suka membeli souvenir, datang kembali	Mereka lebih menyukai mengurus secara mandiri aktivitas wisatanya	Ada yang berlibur sambil bekerja	Mereka suka datang kembali, mereka memiliki banyak waktu, dan uang, lebih menyukai budaya.
8	5	Budget sesuai kebutuhannya	Menyukai budaya local, dan kuliner local	Respek terhadap budaya dan tradisi	Masyarakat local mendapatkan pertukaran pengalaman	Berlibur untuk meningkatkan kualitas hidup, perlu pendamping	Terjadi peningkatan jumlah setiap tahunnya, perlu fasilitas khusus.
9	5	Budget sesuai paket tour	Menyukai alam dan budaya	Lebih menyukai pelestarian budaya, dan komunitas local	Masyarakat terdorong melestarikan budaya sebagai daya tarik wisata.	Beberapa diantara mereka membuka usaha sehingga membuka peluang kerja	Mendorong minat untuk melestarikan budaya.
10	4	-	Menyukai produk local, tidak banyak konsumsi alcohol	Masyarakat dapat belajar bahasa asing. Mengadopsi budaya asing	Peluang kerja bagi masyarakat	Peluang kerja bagi masyarakat	-
11	7	Daya beli berkisar antara IDR 3 hingga 5 Jt per minggu)	Wisatawan yang loyal, suka merekomendasi	Mereka menyukai tempat dan pengalaman baru dari masyarakat local	Peluang kerja, pajak untuk pemerintah	Peluang kerja, pajak untuk pemerintah	-

No	Lo S	Purchasing Power	Economic	Social Culture	Local Impact	Peluang	Sustain
12	3	Budget untuk kamar, makanan, dan minuman sangat selektif,	Lebih menyukai tinggal di hotel daripada keluar	Menyukai budaya yang unik.	Saling tukar informasi	Kesempatan kerja sebagai pendamping	Mendorong pelestarian budaya
13	5	-	Memperbaiki taraf hidup, lapangan pekerjaan,	Pertukaran budaya	Mendorong masyarakat untuk melestarikan budaya	Membuka lapangan kerja	Menciptakan peluang kerja
14	4	-	Membuka peluang kerja	Pelestarian budaya dan pertukaran budaya asing dan local	Pertukaran budaya.	Membuka peluang kerja	Membuka peluang kerja
15	3	Daya beli tinggi	Meningkatkan penerimaan pajak, peluang bisnis baru.	Lebih tertarik pada pariwisata budaya	Mengetahui kebutuhan tamu, budaya baru, wawasan baru bagi masyarakat local	Perlu standar pelayanan, para karyawan perlu dibekali pengetahuan budaya	Masyarakat menjadi terbuka, perlu perhatian pemerintah
16	6	Daya beli tinggi untuk FB dan Wellness	-	Bersahabat	-	-	-
17	6	Daya beli tinggi untuk produk tertentu	Pendapatan bagi pemerintah, investasi, hubungan bisnis	Perubahan gaya hidup	Menambah wawasan baru, system pelayanan, budaya modern	-	-
18	10	Daya beli lebih tinggi daripada kaum muda	Pendapatan untuk hotel, money changer, biro perjalanan, dan wellness.	Mereka lebih komunikatif dengan para karyawan	Terjadi pertukaran budaya, interaksi dengan penduduk local	Peluang bisnis untuk usaha FB, akomodasi, shopping, dan hiburan	Bergairahnya pembangunan pariwisata khususnya usaha akomodasi.
19	7	Daya Beli tinggi	Waktu tinggal cukup lama	Lebih tentang, suka berkomunikasi dengan karyawan	Jumlah Wisatawan Lanjut usia kecil	-	Potensi pasar dimasa yang akan datang
20	3	Daya Beli rata-rata, biasanya untuk kamar.	Lama tinggal lebih panjang daripada kaum muda	Lebih mudah diajak berkomunikasi	-	Memerlukan layanan dan fasilitas khusus	Hotel dengan style Bali agak sulit dipasarkan untuk wisatawan lanjut usia.
Rata Rata	5,3	Daya Beli Cukup tinggi	Lama Tinggal	Komunikatif, tertarik pariwisata budaya	Jumlah wisatawan lanjut usia masih kecil	Menciptakan peluang kerja untuk layanan khusus lanjut usia	Sesuai dengan branding pariwisata budaya Bali

Jika dilihat dari sisi negatifnya, hasil wawancara dengan beberapa pengelola hotel menunjukkan bahwa kontribusi wisatawan senior terhadap tingkat hunian kamar hotel secara total termasuk relatif rendah dan mengindikasikan bahwa segmen pasar ini masih tergolong kecil. Selain segmen pasarnya yang relative masih kecil, wisatawan senior juga mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan yang berbeda seperti misalnya, mereka lebih suka dilayani oleh karyawan yang telah berpengalaman, lebih suka bertanya tentang banyak hal khususnya tentang budaya dan tradisi, dan lebih selektif dalam memilih jenis makanan atau minuman.

Namun, jika dari sisi positifnya menunjukkan bahwa para wisatawan senior ini berani membayar mahal pada hal-hal yang mereka perlukan dan sukai. Pengeluaran liburan mereka lebih banyak untuk konsumsi makanan dan minuman jika dibandingkan dengan pengeluaran lainnya. Sisi positif lainnya adalah bahwa wisatawan senior sangat menghargai dan mengagumi budaya masyarakat local sehingga sesuai dengan jenis pariwisata yang dikembangkan di Bali yakni pariwisata budaya. Hasil penelitian kuantitatif dan kualitatif yang telah dilakukan selama tiga tahun ini akhirnya dapat jelaskan bahwa untuk dapat menangkap peluang wisatawan senior atau lanjut usia ini diperlukan integrasi empat elemen produk pariwisata yang terdiri dari Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansileri.

4.5.2 Model Pengelolaan Kawasan Wisata Lanjut Usia



Gambar 4.19 Model Pengembangan Destinasi Wisata Senior

Catatan: Model disusun berdasarkan hasil konfirmatori model hasil penelitian tahun pertama dan kedua.

Untuk dapat menangkap peluang wisatawan senior berwisata di Bali, kesesuaian antara motivasi intrinsik calon wisatawan sebaiknya dapat disesuaikan dengan kondisi empiris pada Destinasi Pariwisata Bali. Teridentifikasi terdapat tiga indikator motivasi intrinsik wisatawan senior untuk melakukan wisata yang saat ini belum dianggap sesuai dengan kondisi destinasi pariwisata Bali. Tiga indikator tersebut adalah sebagai berikut ini: Meningkatkan kesehatan dan kebugaran (*improve health and fitness*), Latihan fisik (*physical training/ exercise*), dan Mengunjungi keluarga dan sahabat (*visit family and friends*). Usaha yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menyediakan beberapa layanan sebagai berikut ini:

- a) *Assistance services*: wisatawan memiliki keterbatasan fisik karena semakin menurunnya kondisi kesehatannya sehingga para wisatawan lanjut usia memerlukan pendampingan khusus yang berkaitan dengan segala keperluan pribadinya selain pemanduan wisata.

- b) *Health consultancy services*: pelayanan kesehatan yang berkaitan dengan wisatawan lanjut usia amat mereka harapkan karena pelayanan ini berkaitan dengan semakin menurunnya kondisi kesehatan fisik wisatawan lanjut usia ini.
- c) *Therapeutical services*: wisatawan senior juga berharap dan memerlukan berbagai pelayanan yang berkaitan dengan pelayanan terapi seperti *Spa*, *Massage*, dan terapi lainnya yang terkait dengan kesehatan fisik dan kebugaran tubuh.

Jika dilihat dari factor daya tarik destinasi Bali, teridentifikasi terdapat 11 indikator yang menarik wisatawan senior berwisata ke Bali. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut ini: Harga-harga di Bali (*the prices in Bali*), Keuntungan liburan di Bali (*take advantage of vacation or leisure time*), Perkembangan transportasi (*transportation has grown especially to Bali*), Jarak dari negara asal (*the proximity from the country of origin*), Kuliner Bali (*various types of food and beverage in Bali*), Fasilitas dan pelayanan hotel di Bali (*the facilities and services for hotels in Bali*), Fasilitas kesehatan di Bali (*health and wellness facilities in Bali*), Pelayanan imigrasi (*the ease and service of the immigration procedures*), Keamanan Bali (*the security of the island of Bali*), Kualitas biro perjalanan wisata (*the quality travel agency services*), dan Pelayanan pramuwisata (*the services of qualified tour guides*). Usaha untuk mempertahankan daya tarik Bali dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a) *Special tour packages for seniors*: wisatawan senior memerlukan layanan paket wisata khusus bagi kaumnya yang mempertimbangkan segala keterbatasan yang dimiliki oleh kaum lanjut usia.
- b) *Guide services*: wisatawan senior berharap untuk mendapatkan pelayanan pemandu wisata yang berpengalaman khususnya pemandu wisata yang menguasai pengetahuan budaya, sejarah, dan segala hal yang berkaitan tentang Bali.
- c) *Recreation and entertainment services*: para wisatawan juga memiliki tujuan dan harapan yang hampir sama dengan jenis wisatawan lainnya dalam hal harapannya untuk mendapatkan pelayanan rekreasi dan hiburan saat mereka berwisata.

Jika dilihat dari empat bauran produk pariwisata yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansileri, maka elemen atraksi atau Daya Tarik Wisata, wisatawan senior tertarik pada daya tarik wisata berikut ini, yakni:

- a) *Destination History (Museums)*: wisatawan senior tertarik pada daya tarik wisata yang berkaitan dengan sejarah Bali sehingga keberadaan museum adalah manifestasi yang

nyata untuk dapat mereka kunjungi. Museum yang dimaksud adalah museum sejarah Bali.

- b) *Cultural Uniqueness (Culture Shows)*: wisatawan senior juga tertarik dengan keunikan budaya yang dimiliki oleh masyarakat local Bali. Mereka menganggap bahwa Budaya Bali yang mereka jumpai saat mereka berlibur adalah budaya yang unik atau yang mereka tidak dapat jumpai di destinasi selain Bali.
- c) *Natural Beauty (Beach, Sea, Mountain)*: wisatawan senior datang ke Bali dan menjumpai bahwa Pulau Bali adalah destinasi yang memiliki keindahan alam yang luar biasa. Keindahan alam yang mereka jumpai berupa pantai, laut, dan pegunungan adalah keindahan alam yang mampu membuat mereka semakin mengagumi destinasi pariwisata Bali.
- d) *Events and Festivals*: manifestasi Budaya Bali dalam bentuk festival dan pagelaran tari-tarian khas Bali juga dianggap hal yang luar biasa dan menjadi salah satu factor yang menjadi kekuatan destinasi pariwisata Bali untuk menarik minat para wisatawan senior untuk berlibur di Bali.
- e) *Variety of Prices (Traditional Markets)*: wisatawan senior juga beranggapan bahwa harga-harga secara umum di Bali cukup terjangkau dan bahkan dianggap murah sehingga factor harga adalah factor yang mereka pertimbangan sebagai daya tarik mereka untuk berlibur di Destinasi Pariwisata Bali.

Dari elemen amenities atau akomodasi dan fasilitas pendukung wisata, wisatawan senior tertarik pada amenities wisata berikut ini, yakni:

- a) *Places to rest and relax*: wisatawan senior beranggapan bahwa selama mereka berlibur di Bali, mereka telah menemukan tempat yang sesuai untuk melakukan relaksasi dan istirahat yang sesuai dengan harapan mereka berlibur di Bali.
- b) *Places to gain knowledge and experience*: wisatawan senior merasakan banyak hal berupa pengetahuan dan pengalaman yang mereka telah dapatkan selama berwisata di Bali.
- c) *Places to escape the daily routine*: kepenatan dalam rutinitas para wisatawan senior telah hilang selama mereka berwisata di Bali. Indikator ini menunjukkan bahwa destinasi Pariwisata Bali telah dianggap sesuai dengan tujuan mereka untuk mengilangkan kepenatan dari rutinitas.
- d) *Places to meet people and interact*: wisatawan senior juga merasakan bahwa selama mereka berlibur di Bali, mereka telah berhasil mewujudkan maksud dan tujuannya

untuk dapat bertemu dengan orang-orang baru dan berinteraksi khususnya dengan orang-orang local Bali yang dianggapnya cukup ramah atau *hospitable*.

- e) *Senior-friendly accommodation facilities*: wisatawan senior berharap untuk dapat menginap pada jenis akomodasi yang menyediakan fasilitas yang ramah dengan kaumnya. Sebagian dari mereka telah merasakan bahwa fasilitas yang disediakan oleh para pengelola hotel atau akomodasi telah sesuai dengan harapan mereka.

Jika dilihat dari elemen aksesibilitas atau transportasi dan fasilitas pendukungnya, wisatawan senior tertarik pada aksesibilitas wisata berikut ini, yakni:

- a) *Senior-friendly local transportation*: wisatawan senior berharap tersedianya transportasi local yang ramah bagi usia lanjut, dan berharap juga tersedianya pelayanan khusus untuk mereka yang tergolong telah lanjut usia karena kemampuan fisik yang semakin menurun.
- b) *Senior-friendly tourism infrastructure*: selain transportasi yang ramah bagi kaum lanjut usia, wisatawan lanjut usia juga berharap tersedianya infrastruktur khusus atau infrastruktur yang dapat diakses oleh kaum lanjut usia.
- c) *Senior-friendly airport facilities and services*: wisatawan lanjut usia juga mengharapkan tersedianya fasilitas yang diperuntukkan bagi kaum lanjut usia.

Dari elemen ansileri atau pelayanan perjalanan wisata, wisatawan senior tertarik pada pelayanan perjalanan wisata berikut ini, yakni:

- a) *Special tour packages for seniors*: wisatawan senior memerlukan layanan paket wisata khusus bagi kaumnya yang mempertimbangkan segala keterbatasan yang dimiliki oleh kaum lanjut usia.
- b) *Guide services*: wisatawan senior berharap untuk mendapatkan pelayanan pemandu wisata yang berpengalaman khususnya pemandu wisata yang menguasai pengetahuan budaya, sejarah, dan segala hal yang berkaitan tentang Bali.
- c) *Assistance services*: wisatawan memiliki keterbatasan fisik karena semakin menurunnya kondisi kesehatannya sehingga para wisatawan lanjut usia memerlukan pendampingan khusus yang berkaitan dengan segala keperluan pribadinya selain pemanduan wisata.

Konfirmatori terhadap empat elemen produk pariwisata tersebut di atas menunjukkan bahwa empat elemen tersebut sebaiknya dipertimbangkan sebagai elemen yang penting dan

indicator yang teridentifikasi sebagai indicator empiris yang dapat dijadikan pertimbangan praktis untuk menangkap peluang wisatawan senior di masa kini dan di masa mendatang.

Hasil konfirmasi factor dan indicator serta hasil penelitian kualitatif terhadap wisatawan lanjut usia dan juga terhadap para pengelola akomodasi dapat menunjukkan bahwa segmentasi pasar wisatawan lanjut usia bagi Destinasi Pariwisata Bali masih relative rendah dengan kondisi bauran produk pariwisata (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansileri) yang belum diperuntukkan secara khusus bagi wisatawan lanjut usia artinya bahwa fasilitas yang telah tersedia saat ini juga diperuntukkan bagi wisatawan lain pada umumnya.

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Terbentuk model teoritik hubungan motivasi dan kepuasan wisatawan mancanegara usia lanjut berwisata di Bali yang telah dinyatakan layak untuk diduplikasi (*Goodness of fit*) pada penelitian sejenis. Walaupun telah terbentuk model yang layak, namun setelah dilihat bobot regresi hubungan antara motivasi pendorong (*Push Factor*) terhadap kepuasan (*Overall Satisfaction*) adalah hubungan tidak nyata. Sedangkan hubungan yang terbentuk antara motivasi penarik (*Pull Factor*) terhadap kepuasan (*Overall Satisfaction*) adalah hubungan yang nyata.

Variabel motivasi pendorong (*push factors*) yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan usia lanjut mancanegara (*tourist satisfaction*) berwisata di Bali adalah (1) Harga-harga di Bali (*the prices in Bali*), (2) Keuntungan liburan di Bali (*take advantage of vacation or leisure time*), (3) Perkembangan transportasi (*transportation has grown especially to Bali*), (4) Jarak dari negara asal (*the proximity from the country of origin*), (5) Kuliner Bali (*various types of food and beverage in Bali*), (6) Fasilitas dan pelayanan hotel di Bali (*the facilities and services for hotels in Bali*), (7) Fasilitas kesehatan di Bali (*health facilities in Bali*), (8) Pelayanan imigrasi (*the ease and service of the immigration procedures*), Keamanan Bali (*the security of the island of Bali*), Kualitas biro perjalanan wisata (*the quality travel agency services*), dan Pelayanan pramuwisata (*the services of qualified tour guides*).

5.2. Saran

Ternyata tidak semua pendapat wisatawan lanjut usia terhadap Bali positif, ada beberapa wisatawan justru mengkritisi berbagai permasalahan yang dianggap dapat mengancam keberlanjutan pariwisata Bali. Kondisi jalan raya yang krodit, macet dianggap dapat merusak reputasi pulau Bali. Ada juga yang mengkritisi bahwa banyak uang mengalir ke pulau Bali, namun pembangunan pariwisata dianggap belum maksimal. Terlalu banyak pungutan yang dibebankan kepada para wisatawan namun pelayanan kepada wisatawan masih belum maksimal khususnya pelayanan di kedatangan dan keberangkatan di Bandara Ngurah Rai Bali.

Beberapa wisatawan juga mengawatirkan pembangunan pariwisata Bali yang belum merata. Bali bagian selatan dianggap sangat maju namun di bagian utara belum berkembang.

Banyaknya bangunan hotel dibangun tidak dengan gaya budaya (*style*) Bali sehingga tidak menarik lagi bagi wisatawan padahal arsitektur Bali justru menarik hati para wisatawan asing. Begitu halnya, banyaknya fasilitas penunjang dibangun dan sepertinya tidak terkendali misalnya pusat perbelanjaan, mall, dan pasar modern lainnya, sudah dianggap merusak keunikan pariwisata Bali. Sementara pusat-pusat informasi pariwisata amat langka, sehingga sulit untuk mendapatkan informasi. Banyak polisi yang melakukan pungutan liar khususnya kepada para wisatawan. Menurut beberapa wisatawan, semakin banyak sampah di tempat-tempat wisata yang dapat mengganggu aktivitas para wisatawan.

Beberapa hal yang dapat dicatat dari penilaian negatif para wisatawan mancanegara usia lanjut adalah (1) masalah sampah, (2) masalah kemacetan lalu lintas, (3) masalah pelayanan imigrasi, (4) masalah pungutan liar oleh beberapa polisi, (5) masalah pembangunan fasilitas pariwisata yang tidak bercirikan budaya Bali, dan (6) maraknya menggunakan bahan-bahan yang berasal dari plastik. Sehingga penelitian merekomendasi para pengelola destinasi dari berbagai komponen seperti pengelola hotel, biro perjalanan, pemerintah yang berada pada lini depan khususnya imigrasi dan dinas pariwisata dapat memperhatikan berbagai temuan di atas. Jikalau enam permasalahan tersebut di atas dapat ditangani dengan baik dan berkelanjutan, sangat dimungkinkan bahwa daya tarik budaya Bali (*the culture of Bali*), harga-harga di Bali (*the prices in Bali*), keuntungan berwisata di Bali (*take advantage of vacation or leisure time in Bali*), dan dekatnya jarak dengan negara asal wisatawan (*the proximity from the country of origin*), akan menjadi daya tarik Destinasi Pariwisata Bali untuk dikunjungi kembali.

Penelitian pada tahun pertama adalah penelitian konfirmatori terhadap model motivasi perjalanan wisatawan yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan adalah model yang dibangun oleh Yoon dan Uysal (2003). Setelah dilakukan pengujian, ternyata model teoritis tidak sesuai dengan fakta empiris di lapangan sehingga memerlukan modifikasi model dengan cara melakukan eliminasi beberapa indikator yang tidak nyata sebagai pembentuk variabel laten, baik laten motivasi pendorong, penarik, dan kepuasan wisatawan. Dengan mempertimbangkan beberapa keterbatasan penelitian tahap pertama, yakni responden tidak secara spesifik tinggal pada hotel atau kawasan yang dikhususkan bagi kaum lanjut usia sehingga dapat menimbulkan bias terhadap pengukuran indikator penelitian. Penelitian tahap kedua telah dilakukan, namun belum memberikan kepastian apakah wisatawan lanjut usia ini benar-benar memiliki kekuatan daya beli yang tinggi, tinggal lebih lama, dan berdampak positif bagi masyarakat lokal. Keterbatasan hasil penelitian tahap kedua, mengindikasikan perlunya dilanjutkan ke tahapan ketiga, jika Indonesia, dan Bali khususnya ingin menangkap peluang pasar wisatawan lanjut usia tersebut. Penelitian lanjutan dilakukan untuk

mengidentifikasi dan menganalisis lebih mendalam berbagai kelebihan dan kekurangan wisatawan lanjut usia dilihat dari berbagai aspek, seperti aspek ekonomi, sosial dan budaya, serta dampaknya terhadap masyarakat lokal.

Setelah diketahui dampaknya terhadap masyarakat lokal, maka wisatawan lanjut usia mancanegara perlu dijadikan target pasar, kemudian pengelola destinasi menentukan produk yang ditawarkan agar dampak negatif dapat diminimalkan. Mengidentifikasi keuntungan dan kerugiannya bagi masyarakat lokal atau sekitar kawasan, akan berimplikasi terhadap penyediaan tenaga kerja, dan kelangsungan pariwisata secara keseluruhan. Penelitian ini menjadi bahan yang amat penting untuk pembentukan model pengelolaan kawasan wisata lanjut usia, dan pengembangan kawasan wisatawan yang pro masyarakat lokal atau *community base tourism development* karena secara teoriis, besar dampak penggandanya bagi masyarakat lokal.

Bagi Destinasi Pariwisata Bali, kontribusi wisatawan senior terhadap tingkat hunian kamar hotel secara total termasuk relatif rendah dan mengindikasikan bahwa segmen pasar ini masih tergolong kecil. Selain segmen pasarnya yang relatif masih kecil, wisatawan senior juga mengharapkan untuk mendapatkan pelayanan khusus sehingga para pengelola akomodasi lebih banyak mengeluarkan biaya dan energy untuk melayani segmen wisatawan senior ini. Kelebihan dari segmen wisatawan senior ini adalah daya beli yang cukup tinggi karena mereka berani membayar mahal hal-hal yang mereka perlukan dan sukai. Pengeluaran liburan mereka lebih banyak untuk konsumsi makanan dan minuman jika dibandingkan dengan pengeluaran lainnya. Sisi positif lainnya adalah bahwa segmen wisatawan senior sangat menghargai dan mengagumi budaya masyarakat lokal sehingga sesuai dengan jenis pariwisata yang dikembangkan di Bali namun untuk dapat menangkap peluang wisatawan senior atau lanjut usia ini diperlukan integrasi empat elemen produk pariwisata yang terdiri dari Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansileri sesuai dengan model yang telah dihasilkan pada penelitian.

BAB 6. RENCANA KEGIATAN SELANJUTNYA

KEGIATAN	BULAN (2016)										Bobot Capaian	
	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
PERSIAPAN												
Mengurus Perizinan	■											100%
Mengadakan Pertemuan Awal												
Menetapkan Rencana Jadwal Kerja												
Menetapkan Desain Penelitian												
Menetapkan Instrumen Penelitian												
Uji Coba Instrumen												
Menetapkan Lokasi Penelitian												
Menyusun Format Pengumpulan Data												
PENGORGANISASIAN DAN PELAKSANAAN												
Pengujian Penelitian		■									100%	
Menyediakan Bahan Penelitian												
Penyiapan Peralatan Penelitian												
Pengumpulan Data			■	■								
Pemantauan Kegiatan Pengumpulan Data												
Tabulasi Data											100%	
Menganalisis Data												
Menyimpulkan Hasil Analisis (Analisis SEM, AMOS)						■					100%	
Membuat Tafsiran (Konfirmasi Model)												
Kesimpulan Hasil (Model Penelitian)												
Pembahasan												
PENYUSUNAN LAPORAN												
Menyusun Konsep Laporan							■				100%	
Melakukan Diskusi atas Konsep Laporan dan Konsultasi								■				
Menyusun Konsep Laporan Akhir									■		100%	
Menyusun Laporan Akhir										■		
Menyusunan Bahan Seminar										■		
PUBLIKASI												
Penyelenggaraan Seminar											100%	
Menggandakan Laporan												
Mengirimkan Laporan												
Artikel Ilmiah												
Menyusun Naskah												
Pemuatan Artikel di Jurnal Ilmiah												

Total Capaian = 100%

*) Rencana kegiatan selanjutnya adalah memformulasikan hasil rekayasa social yang berbentuk usulan kebijakan model pengelolaan destinasi wisata bagi wisatawan senior sesuai Gambar 4.19 Model Pengembangan Destinasi Wisata Senior pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., Fishbein, M., 1977. *Attitude-Behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research*. Psychological Bulletin, 84, 888–918.
- Anonim. 2002. *Grey Tourism (Seniors): Grey Tourism is the term used to refer to the seniors market. The term Senior is usually used to refer to a person aged 60 or over*. (serial online) Research Department Tourism Queensland di unduh dari www.tq.com.au/research pada tanggal 21 September 2012.
- Anonim. 2009. *Corporate tourism New South Wales: Facts & Figures, Reports and Presentations* (serial online). Diunduh dari <http://www.destinationnsw.com.au> pada tanggal 21 September 2012.
- Anonim. 2009. *Manual on Module I: Introduction to Tourism* (The Government of the Hong Kong Special Administrative Region). Hong Kong: Social and Humanities Education Section Education Bureau, 13/F, Room 1319, Wu Chung House 213 Queen's Road East Wan Chai
- Anonim. 2010. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Tesis, dan Disertasi*. Denpasar: Program Pascasarjana, Universitas Udayana.
- Anonim. 2010. *Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. Karakteristik Wisatawan Mancanegara Menurut Kelompok Umur (%) Tahun 2009*. (serial online)
- Anonim. 2011. Badan Pusat Statistik: *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Nusantara yang langsung datang ke Bali*. Laporan BPS Prov Bali.
- Anonim. 2011. Publikasi Kem. Kebudayaan dan Pariwisata RI. 2011. SK Menteri Kehakiman No. M-04-12.01.02/1998. (serial online) Jakarta. *Temporary Visa: Ijin Tinggal Wisatawan Senior* .
- Anonim. 2011. *Temporary Visa: Ijin Tinggal Wisatawan Senior*. (serial online) Jakarta: Publikasi Kem. Kebudayaan dan Pariwisata RI. 2011. Keputusan Presiden /Keppres No. 31/1998.
- Anonim. 2012. Kanwil Departemen Kehakiman dan HAM Provinsi Bali. *Kunjungan Langsung Wisatawan Mancanegara ke Bali Berdasarkan Kebangsaan Tahun 2007 – 2011*. (serial online).

- Anonim. 2012. *Kunjungan Langsung Wisatawan Mancanegara ke Bali Berdasarkan Kebangsaan Tahun 2007–2011*. Publikasi Kanwil Dep. Kehakiman dan HAM Provinsi Bali
- Anonim. 2012. *Overall Tourist Satisfaction Index*. The Hong Kong Polytechnic University, PolyU Tourist Satisfaction Index Report, diunduh dari <http://hotelschool.shtm.polyu.edu.hk/tsi/common/methodology.jsp> pada tanggal 23 Oktober 2012.
- Antara, I Made. 2004. *Metodologi Penelitian. Modul Metodologi Penelitian Pascasarjana (Materi Kuliah) Agribisnis*. Universitas Udayana.
- Azwar, S. 2003. *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ardika, I Wayan. 2003. *Pariwisata Budaya Berkelanjutan, Refleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan Global*. Program Studi Magister (S2): Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana
- Backman, S. J., Crompton, J. L., 1991. *The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty*. *Leisure Science*, 13, 205–220.
- Baloglu, S. dan McCleary, K.W., 1999. *A model of destination image formation*. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), pp. 868-897.
- Bates, Lyndel. 2004. *The Value of Grey Tourism: Maximising the Benefits for Queensland*. Queensland Parliamentary Library, Research Publications and Resources Section. Research Brief No 2004/04, (serial online) diunduh dari www.parliament.qld.gov.au pada tanggal 1 Juli 2013.
- Baumgarth, Carsten. 2004. "Evaluations of Co-brands and Spill-Over Effects: Further Empirical Results," *Journal of Marketing Communications*, Vol. 10: 115-131.
- Berli, A., Martin, J. D. 2004 "Factors influencing destination image". *Annals of Tourism Research*, 31(3): 657-681.
- Bigne, J. E., Sanchez, M. I., dan Sanchez, J., 2001. *Tourism image, evaluation variables and after-purchase behavior: inter-relationship*. *Tourism Management*, 22 (6), 607-616.
- Brannen, Julia. 2002. *Memadu Metode Penelitian: Kualitatif & Kuantitatif*. Samarinda: Fakultas Tarbiyah IAIN Aritasari Samarinda, Pustaka Pelajar Offset, Cetakan ke-4.

- Chao-Chin Liu, Ching-Hsu Huang, Yi-Hui Liu. 2004. *How Motivations, Constraints, and Demographic Factors Predict Seniors' Overseas Travel Propensity*. Department of Tourism Department, Nan Hua University, Taiwan. *Asia Pacific Management Review* 14(3) (2009) 301-312. Accepted 30 August 2008. www.apmr.management.ncku.edu.tw
- Chi, Gengqing. 2005. *A Study of Developing Destination Loyalty Model*. (Dissertation) Submitted to the Faculty of the Graduate College of the Oklahoma State University in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, July 2005
- Ching-Fu Chena, Chine-Chiu Wub. 2009. *How Motivations, Constraints, and Demographic Factors Predict Seniors' Overseas Travel Propensity*. Department of Transportation and Communication Management Science, National Cheng Kung University, Taiwan, Department of Tourism Department, Nan Hua University, Taiwan: *Asia Pacific Management Review* 14(3) (2009) 301-312, diunduh dari www.apmr.management.ncku.edu.tw pada tanggal 20 Desember 2013
- Chon, K., 1989. *Understanding recreational travelers' motivation, attitude and satisfaction*. *The Tourist Review*, 44(1), 3-7.
- Chon, K.S. 1990. *The role of destination image in tourism: a review and discussion*. *Tourist Review*, 45 (2): 2-9.
- Chon, K.S. 1991. *Tourism destination image modification process*. *Tourism Management*, 12, pp. 68-72.
- Chon, K.S. 1992. *The role of destination image in tourism: An extension*. *Revue du Tourisme*, 1, pp. 2-8.
- Chon, K.S., Olsen, M. 1991. *Functional and symbolic congruity approaches to consumer satisfaction/dissatisfaction in tourism*. *Journal of the International Academy of Hospitality Research*, 3: 2-20.
- Chon, K.S., Weaver, P.A., Kim, C.Y. 1991. *Marketing your community: Image analysis in Norfolk*. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, February: 31-37.
- Coban, S. 2012. *The effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia*. *European Journal of Social Sciences*, 29(2), 222-232.

- Cohen, E. 1984. *The sociology of tourism: approaches, issues and findings*. Ann. Rev. Social 10: 373-92
- Cooper, C. And Jackson, S. L. 1997. Destination Life Cycle: The Isle of The man Case Study. (ed. Lesly, France) dalam The Earthscan Reader in Sustainable Tourism. UK : Earthscan Publication Limited.
- Cooper, Chris, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert, Stephen Wanhill.1998. *Tourism: Principles and Practice*. Practic Hall
- Cooper, D.R. dan Emory, C.W. 1995. *Business Research Methods*. US:Irwin.
- Dann, G. M., 1977.. *Anomie ego-enhancement and tourism*. Annals of Tourism Research, 4(4), 184–194.
- Dann, G. M., 1981. *Tourism Motivations: An appraisal*. Annals of Tourism Research, 8(2), 189–219.
- Dick, A. S., Basu, K., 1994. *Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework*. Journal of the Academy of Marketing Science, 22(2), 99–113.
- Dimanche, F., Havitz, M. E., 1994. *Consumer behavior and tourism: Review and extension of four study areas*. Journal of Travel and Tourism Marketing, 3(3), 37–58.
- Disparda Bali, 2013. Data perkembangan Jumlah kunjungan langsung wisatawan Mancanegara ke Bali Tahun 1994 – 2012.
- Disparda Bali. 2013. Analisis Pasar Wisatawan Nusantara 2013. Diunduh dari <http://www.disparda.baliprov.go.id/id/Database-Dinas-Pariwisata>, pada 8 Januari 2014.
- Echtner, C. M. dan Ritchie, J. R. B., 1991. The meaning and measurement of destination image. The Journal of Tourism Studies, 2 (2), pp. 2-12.
- Ekinci, Y., Riley, M., Chen, J., 2001. *A review of comparisons used in service quality and customer satisfaction studies: Emerging issues for hospitality and tourism research*. Tourism Analysis, 5(2/4), 197–202.
- Esichaikul, Rane. 2012. *Travel motivations, behavior and requirements of European senior tourists to Thailand.Sukhothai*. Juournal of Thammathirat Open University (Thailand), Vol. 10 No 2. Special Issue. Pp. 47-58. 2012.

- Fakeye, P. C., dan J. L. Crompton. 1991. *Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande valley*. *Journal of Travel Research*, 30 (2): 10-15.
- Fandeli, Chafid. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty. Yogyakarta.
- Ferdinand, Agusty. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : BP UNDIP.
- Flavian, C., Martinez, E., Polo, Y., 2001. *Loyalty to grocery stores in the Spanish market of the 1990s*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8, 85–93.
- Framke, W., 2002. The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2 (2): 92-108.
- Francken, D. A., Van Raaij, W. F., 1981. *Satisfaction with leisure time activities*. *Journal of Leisure Research*, 13(4), 337–352.
- Gallarza, M., Gil, I. & Calderón, H. 2002 Destination image. Towards a conceptual framework, *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 56-78.
- Gartner, C. 1986 “Temporal influences on image change”. *Annals of Tourism Research*, 13: 635-644.
- Gartner, W. C. 1993. Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2-3), 191-216.
- Getz, D., 2008, “Event tourism: Definition, evolution, and research”, *Tourism Management* 29 pp. 403–428.
- Ghazali, Musa., Ong Fon Sim. 2010. *Travel behaviour: a study of older Malaysians*. *Current Issues in Tourism*. Vol. 13, No. 2, March 2010, 177–192.
- Gillon, S.M. 2004. *Boomer Nation: the Largest and Richest Generation Ever, and How it Changed*. Free Press, New York.
- Gitelson, R. J., J. L. Crompton. 1984. *Insights into the repeat vacation phenomenon*. *Annals of Tourism Research*, 11: 199-217.
- Gnoth, J., 1997. *Tourism motivation and expectation formation*. *Annals of Tourism Research*, 21(2), 283–301.

- Goeldner ,Charles R, Ritchie., J.R. Brent., McIntosh, Robert W. 1999. *Tourism – Principles, Practices, Philisophies*. 8th ed., John Wiley & Sons, Inc, p.637-644.
- Gremler, Dwayne D., Brown, Stephen W. 1997. *Service Loyalty: Its Nature, Importance, and Implications. Advancing Service Quality: A Global Perspective*, Edvardsson et al., (eds) Quiz 5, Conference Processing, University of Karlstad, Sweden, (171-181).
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty : How to Earn It, How to Keep It*. Singapore : Lexington Books, The Free Press.
- Guliling, Hasnawati., Yuhanis Abdul Aziz, Jamil Bojei, Murali Sambasivan,. 2013. Conceptualizing Image, Satisfaction And Loyalty Of Heritage Destination. 4th International Conference On Business And Economic Research (4th Icerb 2013) Proceeding 04 - 05 March 2013. Golden Flower Hotel, Bandung, Indonesia ISBN: 978-967-5705-10-6. WEBSITE: www.internationalconference.com.my
- Gyte, D. M., A. Phelps. 1989. *Patterns of destination repeat business: British tourists in Mallorca, Spain*. Journal of Travel Research, 28 (1): 24-28.
- Hair, Joseph F.; William C. Black; Barry J. Babin; Raplh E. Anderson; and Ronald L. Tatham. 2006. *Multivariate Data Analysis*, 6th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E., 2009. *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., Schlesinger, L. A., 1997. *The service profit chain*. New York, NY: The Free Press.
- Hackman, J.R. & Oldham, G.R. 1989. Work redesign. In Netmeyer, W.E. & Gilberg, J.S. (Eds.). *Clasics of organizational behavior* (p. 328-335). Illinois: The Interstate Printers & Publishers, Inc.
- Hooper, Daire; Joseph Coughlan; and Michael R. Mullen. 2008. "Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit," *The Electronic Journal of Business Research Methods*, Vol 6: 53-60.
- Howard, J. A, 1994. *Buyer Behavior in Marketing Strategy*, 2nd edition, New Jersey, Prentice Hall.

- Hu, Y. Z., J. R. B. Ritchie,. 1993. Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32 (2): 25-34.
- Huang, Songshan (Sam),. Cathy H.C. Hsu. 2009. "Travel motivation: linking theory to practice". The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, China. VOL. 3 NO. 4 2009. *International Journal Of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Indrawati, Yayuk. 2010. *Persepsi Wisatawan Lanjut Usia Pada Fasilitas Akomodasi Dan Aktivitas Pariwisata Bernuansa Seni Budaya Di Desa Sanur*. Denpasar: Jurnal Soca, Universitas Udayana.
- Iso-Ahola, S.E. 1991. *Towards a Social Psychological Theory of tourism Motivation: A Rejoinder*. *Annals of Tourism Research*.
- Iso-Ahola, S.E. 1999. *Motivational Foundations of Leisure. Leisure Studies Prospects for the Twenty First Century*. University of Maryland.
- Iwasaki, Y., Havitz, M. E., 1998. *A path analytic model of the relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty*. *Journal of Leisure Research*, 30(2), 256–280.
- Iwasaki. Y, Jt Havitz, M. E. 1998. A path analytic model the relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty. *Journal of Leisure Research*, 30. 256-280
- Jackson, Edgar, L., Burton, Thomas, L. 1999. *Leisure Studies: Prospects for the Twenty First Century*. Pennsylvania: State College Venture Publishing Inc.
- Jacoby, J., & Chesnut, R. W.,. 1978. *Brand loyalty measurement and management*. New York: Wiley.
- Jamaludin, Mazlina., Shazali Johari., Azlizam Aziz., Kalsum Kayat., Abdul Raheem Mohamad Yusof. 2012. Examining Structural Relationship between Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty. *International Journal of Independent Research and Studies – IJIRS*. ISSN: 2226-4817; EISSN: 2304-6953, Vol. 1, No.3 (July, 2012) 89-96. Indexing and Abstracting: Ulrich's - Global Serials Directory.
- Josiam, B. M., Kinley, T. R., & Kim, Y., 2005. *Involvement and the tourist shopper: Using the involvement construct to segment the American tourist shopper at the mall*. *Journal of Vacation Marketing*, 11(2), 135-154. sp

- Kasali, Rhenald. 2005. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kelloway EK. 1995. *Structural Equation Modeling In Perspective Introduction*. Journal of Organizational Behavior 16: 215–224.
- Kelloway, E. Kevin. 1995. “Structural Equation Modelling in Perspective,” Journal of Organizational Behavior, Vol 16: 215-224.
- Keown, C., Jacobs, L. and Worthley, R. 1984. “American tourists’ perceptions of retail stores in 12 selected countries”. Journal of Travel Research, 22(3): 26-30.
- Kotler, P, Bowen, Jhon, Makens, James. 1996. *Marketing for hospitality & tourism*. Practice-Hall, Inc. A Simon & Schuster Company Upper Saddle River, NJ 07458.
- Kotler, P, Keller, K. 2006. *Marketing Management*, 12th Edition, Pearson Education Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. 1999. *Principle of Marketing. 8th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan kontrol*, Jakarta: Prehalindo.
- Kozak, M., Rimmington, M., 2000. *Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination*. Journal of Travel Research, 38(3), 260–269.
- Krippendorf, J. 1987. *The Holiday Makers: Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth Heinemann
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana peneliti dan menulis tesis?*. Jakarta: Erlangga.
- Koentjaraningrat. 1993. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lafferty, Barbara A. 2009. “Selecting the Right Cause Partners for the Right reasons: The Role of Importance and Fit in Cause-Brand Alliances,” Psychology & Marketing, Vol. 26 (4): 359-382.

- Lafferty, Barbara A. and Diane R. Edmonson. 2009. "Portraying the Cause instead of the Brand in Cause Related Marketing Ads: Does It Really Matter?" *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 17: 129 – 143.
- Lafferty, Barbara A.; Ronald E. Goldsmith; and G. Tomas M. Hult. 2004. "The Impact of the Alliance on the Partners: A Look at Cause-Brand Alliances," *Psychology & Marketing*, Vol. 21: 409-531.
- LaTour, S. A., Peat, N. C, 1979. *Conceptual and methodological Issues in consumer satisfaction research*, Ralph day, Bloomington Wilkie, W.L. (Eds.), (pp. 31–5). IN: Indiana University Press.
- Leven, G.E. 1972. A market segmentation analysis of holiday destinations. Seminar on Research and the Travel and Tourism Market. ESOMAR (pp.29-47): Bled, Yugoslavia.
- Liljander, V., 1994. *Modeling perceived service quality using different comparison standard*. *Journal of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, 7, 126–142.
- Liyong, Zhou Tze dan Wang, Xiaolin. 2012. Tourist Satisfaction-based Tourism Destination Image Mode – TSS. Diunduh dari <http://www.ikk9.com> pada tanggal 23 Oktober 2012
- Losier, Gaetan F., Bouraque, Paul E., Vallerand, Robert J. 1992. *A Motivational Model of Leisure Participation in the Elderly*. *The Journal of Psychology* 127(2).153-170: Universite du Quebec a Montreal.
- MacCannell, D. 1977. *The tourist*. New York: Schocken
- MacNeil, R.D, .1991. *The recreation profession and the age revolution: times they are a 'changin'*. *Illinois Parks and Recreation* 22, (September/October), 22–24.
- Mahmood Khan, Michael Olsen, Turgut Var. 1993. "VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism – "Push and Pull model of tourism motivations" *Motivation of Pleasure Travel and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, pp798-810.
- Mannell, R. C., Iso-Ahola, S. E., 1987. *Psychological nature of leisure and tourism experience*. *Annals of Tourism Research*, 14, 314–331.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta

- Max-Neef. 1992. Sustainable Development: Tourism community relationships. School of Graduate Studies, CHN Leeuwarden, Netherlands.
- Mazursky, D. and Jacoby, J. 1986 “Exploring the development of store images”. *Journal of Retailing*, 62: 145-65.
- Mbuthia, Ruth., Bambot, Gildas Y. 2011. *Utilizing Elderly Free Time Activities: A Study Of Activities That Promote Health And Wellbeing*. Bachelor’s Thesis Degree Programme in Nursing Vasa: Novia University of Applied Sciences.
- McIntosh, Robert W dan Charles R Goeldner. 1986. *Tourism Principle, Practices and Philosophies*. L John Wiley & Sons. New York.
- Milman, A. and Pizam, A,. 1995. The role of awareness and familiarity with a destination: the central Florida case. *Journal of Travel Research*, 33 (3), pp. 21-27.
- Mohammadi, Anahita Malek., Mohamed, Badaruddin. 2011. Book of Proceedings Vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve 2011. Universiti Sains Malaysia.
- Moleong, J. Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya
- Muller, T.E. and O’Cass, A. 2001. Targeting the young at heart: seeing senior vacationers the way they see themselves. *Journal of Vacation Marketing* 7.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., Smith, B,. 2000. The destination product and its impact on traveler perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52.
- Nirwandar, Saptia. 2010. Ijin Tinggal Bagi Wisatawan Warga Negara Asing Lansia. (serial online) Jakarta: News letter informasi pemasaran pariwisata., Edisi 12
- Noe, F. P., Uysal, M,. 1997. Evaluation of outdoor recreational settings. A problem of measuring user satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 4(4), 223–230.
- Oliver, R. L. 1980. A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), pp. 46-49.
- Oliver, R. L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Irwin/McGraw-Hill.

- Oliver, R. L., Swan, J. E., 1989. *Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: A field survey approach*. Journal of Marketing, 53, 21–35.
- Oliver, R.L. 1993. *Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response*. Journal of Consumer Research, 20 (December), pp. 418-30.
- Oliver, Richard L. 1999. *When Customer Loyalty*, Journal of Marketing, Vol. 63. pp. 33-34 (Special Issues)
- Patterson, Ian.2006. *Growing Older: Tourism and Leisure Behaviour of Older Adults*. School of Tourism and Leisure Management University of Queensland, CABI is a trading name of CAB International.
- Pearce, P. L., 1982. *The social psychology of tourist behavior*. Oxford: Pergamon Press.
- Pennington-Gray, L. and Kerstetter, D.L., 2001. *Examining travel preferences of older Canadian adults over time*. Journal of Hospitality and Leisure Marketing 8, 131–145.
- Pitana, I Gde. Diarta Surya I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Pitana, I Gde., Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Plog, S. 1987. *Understanding psychographics in tourism research*. In *Travel, Tourism, and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers* (J.R.B. Ritchie and C.R. Goeldner, eds) John Wiley and Sons.
- Prayag, Girish. 2012. ‘Senior Travelers’ Motivations and Future Behavioral Intentions: The Case Of Nice, Journal of Travel & Tourism Marketing, 29:7, 665-681. Diunduh dari <http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2012.720153> pada tanggal 16 Januari 2014.
- Rahmawati, Indah Putu. 2011. *Motivation and Behavior of Older People Assist Segmenting the Mature Market and Identifying Senior Tourist Expectation*. Denpasar: Jurnal Kepariwisataaan, STP Nusa Dua Bali, Volume 10 Nomor 2 September 2011, Hal 95-100.
- Rajesh, R. 2013. Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. Pondicherry University, Puducherry, India: Vol. 11 N° 3. Special Issue. págs. 67-78. 2013. Diunduh dari www.pasosonline.org pada tanggal 20 Januari 2014

- Resmayasari, Ira. 2011. Persepsi Wisatawan Perancis Terhadap “*The Island Of Paradise*”. Denpasar (Tesis): Kajian Pariwisata, Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Robertson, D.N., 2001. *The impact of travel on older adults: an exploratory investigation*. *Tourism* 49, 99–108.
- Santoso, Singgih. 2007. *Riset Pemasaran (Konsep dan Aplikasi dalam SPSS)*. Jakarta : PT. Alex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SEM Menggunakan AMOS*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo (Kompas Gramedia),
- Schofield, P., 2000. *Evaluating castlefield urban heritage park from the consumer perspective: Destination attribute importance, visitor perception, and satisfaction*. *Tourism Analysis*, 5(2–4), 183–189.
- Shiffman, L.G. and Sherman, E., 1991. *Value orientations of new-age elderly: the coming of an ageless market*. *Journal of Business Resarch* 22 April, 187–194.
- Shoemaker, S., 1989. *Segmentation of the senior pleasure travel market*. *Journal of Travel Research* Winter 27, 14–21.
- Simonin, Bernard L. and Julie A. Ruth. 1998. “Is a Company Known by the Company It Keeps? Assessing the Spill Over Effects of Brand Alliances on Consumer Brand Attitudes,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 35: 30-42.
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3S.
- Singh, Ramendra. 2009. ”Does My Structural Model Represent the Real Phenomenon?: a Review of the Appropriate Use of Structural Equation Modelling (SEM) Model Fit Indices,” *The Marketing Review*, Vol. 9: 199-212.
- Singh, Ramendra. 2009. ”Does My Structural Model Represent the Real Phenomenon?: a Review of the Appropriate Use of Structural Equation Modelling (SEM) Model Fit Indices,” *The Marketing Review*, Vol. 9: 199-212.
- Sirgy, M. J., 1984. *A social cognition model of consumer satisfaction/ dissatisfaction: An experiment*. *Psychology & Marketing*, 1, 27–44.

- Smith, S. L. J. 1994. The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582-595.
- Solimun. 2002. *Structural equation modeling (SEM) Lisrel dan Amos*. Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya.
- Solomon, M., 1996. *Consumer Behavior*, 3rd edition, Prentice-Hall, Engelwood Cliffs, NJ.
- Solomon, M., Bamossy, G and Askegaard, S. 1999. *Consumer Behavior: A European Perspective*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Som, Ahmad Puad Mat dan Badarneh , Mohammad Bader. 2011. Tourist Satisfaction and Repeat Visitation; Toward a New Comprehensive Model. *International Journal of Human and Social Sciences* 6:1 2011
- Spillane, James.1993. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Strauss, W. and Howe, N., 1991. *Generations: The History of America's Future. 1584–2069*. Quill, New York.
- Subiyanto, Ibnu. 2000. *Metodologi Penelitian Manajemen dan Akuntansi*. Yogyakarta. UPP. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Sugiyono. 2002. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabet.
- Suh-hee Choi, Jeong-Nam Kim, Liping A. Cai. 2012. *Tourism Loyalty: An Extended Communicative Action Model*. Purdue Tourism and Hospitality Research Center, Purdue University, USA (serial online) diunduh pada 12 Mei 2013, pada www.scholarworks.umass.edu
- Sukardika, K.2012. *Guru Besar Unud tawarkan wisata usia lanjut*. (serial online) ANTARA News, Sabtu, 28 Juli 2012: diunduh dari <http://www.antarane.ws.com/berita/324170/guru-besar-unud-tawarkan-wisata-usia-lanjut>, pada 20 Oktober 2012
- Suradnya, I Made. 2005. *Analisis Faktor-Faktor Daya Tarik Wisata Bali dan implikasinya Terhadap Perencanaan Pariwisata Daerah Bali*, Denpasar: Jurnal SOCA, Universitas Udayana

- Swarbrooke, John. 1990. *Consumer Behaviour in Tourism*. 2nd edition. Butterworth-Heinemann.
- Syamsu , Yoharman. 2000. *Karakteristik Wisatawan Asing di Indonesia*, Jakarta: STP Trisakti. Edisi, November 2000 Vol. 52
- Syamsu , Yoharman. 2000. *Memahami Perilaku Wisatawan*, Jakarta: STP Trisakti. Edisi, Agustus 2000 Vol. 51
- Tanaya, Narka. 2002. *Metode Successive Interval (MSI)*. Modul Statistik Parametrik Pascasarjana Agribisnis. Universitas Udayana.
- Terry, George R. 1997. "Improving your Measurement of Customer Satisfaction: A Guide to Creating, Conducting, Analyzing and Reporting Customer Satisfaction Measurement Programs"
- Terry, George R., Leslie W. Rue. 1982. *Principles of management*. New York : Dow Jones- Irwin
- Thaothampitak, Wipada., Weerakit, Naree. 2007. *Tourist Motivation and Satisfaction: The Case Study Of Trang Province, Thailand*. Faculty of Hospitality and Tourism, Prince of Songkla University.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: ANDI
- Tse, D. K., Wilton, P. C., 1988. *Models of consumer satisfaction: An extension*. Journal of Marketing Research, 25, 204–212.
- United Nation. 2007. *World Population Prospects The 2006 Revision*. New York: Department of Economic and Social Affairs Population Division (serial online) diunduh dari <http://www.un.org> pada tanggal 1 Juli 2013
- United Nation. 2009. World population ageing, 1950–2050. Retrieved from <http://www.un.org/esa/population/publications/worldageing19502050/>
- United Nation-World Tourism Organization (WTO). 2005. *Tourism Highlight 2005*, UN-WTO, Madrid.
- USAID, *World Population Data Sheet*. 2012. Population Reference Bureau. 1875 Connecticut Ave., NW, Suite 520, Washington, DC 20009 USA, (serial online) diunduh dari website: www.prb.org pada tanggal 12 Desember 2012.

- Uysal, M., Hagan, L. R. 1993. *Motivation of pleasure to travel and tourism*. In M. A. Khan, M. D. Olsen, & T. Var (Eds.), *VNR'S Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Wahab, Salah. 1997. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: PT. Perca.
- Wei, S. dan Millman, A. 2002. *Growing Older: The impact of participation in activities while on vacation on senior s' psychological well-being: a path model analysis*. London: Journal of Hospitality and Tourism Research 26.
- Wibisono, Aryo. 2012. *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (Skripsi): Insitut Teknologi Surabaya, Teknik Industri
- Wibisono, Dermawan. 2002. *Riset Bisnis: Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Teori dan Praktik)*. Jogyakarta: Graha Ilmu, Edisi pertama.
- Wilkie, L. 1994. *Consumer Behavior*, 4th. New York: John Wiley and Sons.
- World Bank*. 2013. International tourism, number of arrivals. Diunduh dari <http://www.worldbank.org/> pada 8 Januari 2014
- Wu Qing Jin. 2006. "A Study of Tourist Consumer Behaviour," Tourism Education Publishing House, pp. 15-19
- Wylie, R.C., 1974. *The Self Concept*. University of Nebraska Press, Lincoln, Nebraska.
- Yoeti, Oka. 1985. *Komersialisasi Seni Budaya dalam Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Yoeti, Oka. 1993. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Yoeti, Oka. 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- Yoon, Yooshik., Uysal, Muzaffer. 2003. *An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model*. *Tourism Management* (in press). Department of Tourism Management, Pai Chi University, 439-6 Doma-2 Dong, Seo-Gu, Daejeon 302-735, South Korea. Department of Hospitality & Tourism Management, Virginia Polytechnic Institute and State University, 362 Wallace Hall, Blacksburg, VA 24061-0429, USA

- Yoo, J. J. - E., and Chon, K. 2008. "Factors Affecting Convention Participation Decision Making: Developing a Measurement", *Journal of Travel Research*, 47, 113-122.
- Yuksel, Atila., Yuksel, Fisun. 2001. *The Quest For Quality And Competitiveness: A Case of Turkish Tourism*. Sheffield Hallam University, Leisure Industries Research Centre, Sheffield Science Park Unit 1, Howard Street S1 2LX Sheffield/England.
- Zeithaml, Valerie A., Bitner, Mary Jo. 2000. *Services Marketing*. McGraw-Hill International Editions. dari website: www.prb.org pada tanggal 12 Desember 2012.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Serapan Anggaran Penelitian

Rekapitulasi Penggunaan Dana Penelitian

Judul	: KONFIRMASI MODEL MOTIVASI DAN KEPuasan WISATAWAN MANCANEgara USIA LANJUT DALAM MELAKUKAN PERJALANAN WISATA
Skema Hibah	: Penelitian Hibah Bersaing
Peneliti / Pelaksana	
Nama Ketua	: Dr I GUSTI BAGUS RAI UTAMA S.E., M. MA, M.A
Perguruan Tinggi	: Universitas Dhyana Pura
NIDN	: 0810107001
Nama Anggota (1)	: PUTU CHRIS SUSANTO BA., MBA.
Tahun Pelaksanaan	: Tahun ke 3 dari rencana 3 tahun
Dana Tahun Berjalan	: Rp 50.000.000,00
Dana Mulai Diterima Tanggal	: 2016-08-30

Rincian Penggunaan

1. HONOR OUTPUT KEGIATAN				
Item Honor	Volume	Satuan	Honor/Jam (Rp)	Total (Rp)
1. Honor Tenaga Lapangan	2.00	Orang	1.500.000	3.000.000
2. Honor Anggota Peneliti	1.00	Orang	3.000.000	3.000.000
3. Terjemahan Artikel	10.00	Halaman	150.000	1.500.000
4. Pengetikan Naskah Laporan Kemajuan	100.00	Halaman	10.000	1.000.000
5. Honor Laboran	1.00	Orang	1.500.000	1.500.000
6. Honor Editing Artikel	5.00	Halaman	200.000	1.000.000
7. Honor Laboran Tahap 2	1.00	Buah	2.000.000	2.000.000
Sub Total (Rp)				13.000.000,00
2. BELANJA BAHAN				
Item Bahan	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1. Kertas dan Tinta	4.00	Rim	125.000	500.000
2. Instrumen + Perekam	5.00	Buah	1.000.000	5.000.000
3. Souvenir-1	20.00	Buah	329.450	6.589.000
4. Souvenir-2	20.00	Buah	146.700	2.934.000
5. Pencetakan Dummy Buku	5.00	Buah	200.000	1.000.000
6. Penulisan Biaya Sewa Alat (Laptop dan Printer)	1.00	Tahun	3.217.500	3.217.500
Sub Total (Rp)				19.240.500,00

3. BELANJA BARANG NON OPERASIONAL LAINNYA				
Item Barang	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1. Biaya Registrasi International Callpaper	1.00	Paper	4.036.500	4.036.500
2. Akomodasi/Hotel	3.00	Malam	650.000	1.950.000
3. Prosiding	1.00	buah	2.623.000	2.623.000
4. Konsumsi Peserta Seminar	20.00	Orang	100.000	2.000.000
Sub Total (Rp)				10.609.500,00
4. BELANJA PERJALANAN LAINNYA				
Item Perjalanan	Volume	Satuan	Biaya Satuan (Rp)	Total (Rp)
1. Sewa Mobil + BBM	10.00	Hari	600.000	6.000.000
2. Tiket Pesawat PP Bandung-Dps	1.00	PP	1.150.000	1.150.000
Sub Total (Rp)				7.150.000,00
Total Pengeluaran Dalam Satu Tahun (Rp)				50.000.000,00

Mengetahui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian
Universitas Dhyana Pura



(Adri Supriyati)
NIP/NIK 01956194

Badung, 1 - 11 - 2016
Ketua,



(Dr I GUSTI BAGUS RAI UTAMA S.E., M. MA,
M.A)
NIP/NIK 2145.0006