



Pengaruh Motivasi dan Atraksi Wisata Minat Khusus terhadap Keputusan Berkunjung di *Event Jepang*

Alvian Rafif Priambodo

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: alvianrafifpriambodo21@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-10-11 Revised: 2024-11-27 Published: 2024-12-02	This thesis discusses special interest tourism, which is driven by the hobbies and specific interests of tourists, with a focus on Japanese events in Indonesia, Surabaya. Japanese events, which include anime, manga, and fashion, attract young people and become the backdrop for visiting Japanese events. Various interesting attractions in it that tourists can participate in, such as cosplay competitions and coswalks. The event also offers merchandise booths with unique products from the community and creators, as well as stage appearances by cosplay idols and performers. The purpose of this study is to examine the influence of motivation and special interest tourist attractions on the decision to visit a Japanese event. This study uses a quantitative method involving 96 samples calculated based on the Lemeshow formula. Sampling uses nonprobability sampling techniques and the sampling is determined using purposive sampling with the criteria of tourists who have visited Japanese events. Data collection uses a questionnaire distributed through google forms and measured by the Likert scale. The data analysis process uses the Partial Least Squares (PLS) analysis tool with SmartPLS software to test validity, reliability and hypothesis. The results of the study by testing the data can be concluded that: (1) Tourist motivation affects the decision to visit Japanese events, (2) tourist attractions affect the decision to visit Japanese events.
Keywords: <i>Influence of Motivation;</i> <i>Tourist Attractions;</i> <i>Decision to Visit</i> <i>Japanese Events.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-10-11 Direvisi: 2024-11-27 Dipublikasi: 2024-12-02	Skripsi ini membahas pariwisata minat khusus, yang didorong oleh hobi dan minat spesifik wisatawan, dengan fokus pada <i>event jepengangan</i> di Indonesia, Surabaya. <i>Event jepengangan</i> , yang mencakup anime, manga, dan fashion, menarik perhatian anak muda dan menjadi latar belakang berkunjung di <i>event jepengangan</i> . Berbagai atraksi menarik di dalamnya yang dapat diikuti oleh wisatawan, seperti <i>cosplay competition</i> dan <i>coswalk</i> . Event ini juga menawarkan booth merchandise dengan produk unik dari komunitas dan kreator, serta penampilan panggung oleh idol <i>cosplay</i> dan performer. Tujuan penelitian ini untuk meneliti adanya pengaruh motivasi dan atraksi wisata minat khusus terhadap Keputusan berkunjung di <i>event jepengangan</i> . Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melibatkan 96 sampel yang dihitung berdasarkan rumus Lemeshow. Pengambilan sampel menggunakan Teknik <i>nonprobability sampling</i> dan penentuan sampelnya menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan kriteria wisatawan yang pernah berkunjung di <i>event jepengangan</i> . Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar melalui google forms dan diukur dengan skala Likert. Proses analisis data menggunakan alat analisis Partial Least Squares (PLS) dengan <i>software SmartPLS 4</i> untuk menguji validitas, reliabilitas serta hipotesis. Hasil penelitian dengan pengujian data dapat disimpulkan bahwa: (1) Motivasi Wisatawan berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung di <i>event jepengangan</i> , (2) atraksi wisata berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung di <i>event jepengangan</i> .
Kata kunci: <i>Pengaruh Motivasi;</i> <i>Atraksi Wisata;</i> <i>Keputusan Berkunjung</i> <i>Event Jepang.</i>	

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan aktivitas yang melibatkan pelayanan terhadap produk yang dihasilkan oleh industri pariwisata, bertujuan untuk menciptakan pengalaman bagi wisatawan. McIntosh (1995) menjelaskan bahwa pariwisata mencakup berbagai aktivitas dan layanan seperti transportasi, akomodasi, dan hiburan. Daya tarik wisata dari lokasi yang dikunjungi menjadi unsur penting dalam membentuk pengalaman

wisatawan. Selain itu, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan yang didukung oleh fasilitas dan layanan dari masyarakat serta pemerintah, menunjukkan sifat multidimensi dan interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal.

Pariwisata minat khusus berkembang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang memiliki minat atau hobi tertentu. Menurut Hall dan

Weiler (1992), jenis pariwisata ini didorong oleh minat spesifik wisatawan, seperti pengamatan burung, arung jeram, atau spa. Dengan semakin banyaknya wisatawan yang mencari pengalaman unik, konsep pariwisata minat khusus menjadi relevan. Kegiatan ini meliputi berbagai aktivitas, dari ekowisata hingga event bertema, menciptakan peluang baru bagi pengembangan pariwisata yang lebih beragam.

Dalam konteks ini, motivasi menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Persepsi terhadap daya tarik suatu objek wisata dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya dan informasi yang diterima. Daya tarik wisata dapat berupa keindahan alam, situs sejarah, atau budaya yang menarik, serta kegiatan yang unik. Hal ini menciptakan peluang bagi wisatawan untuk menemukan pengalaman baru yang sesuai dengan minat mereka.

Cosplay, sebagai subkultur yang populer di kalangan generasi muda, mencerminkan bagaimana individu mengekspresikan diri melalui kostum yang merepresentasikan karakter dari anime atau game. Di Indonesia, kegiatan *cosplay* telah menjadi bagian dari budaya pop yang melibatkan komunitas besar dan sering diselenggarakan dalam acara bertema Jepang. Meskipun ada stigma negatif yang dihadapi oleh para *cosplayer*, antusiasme untuk berpartisipasi dalam event-event ini tetap tinggi, mendorong motivasi wisatawan untuk menghadiri acara *jejepangan* yang menawarkan atraksi unik dan pengalaman berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh motivasi dan atraksi wisata minat khusus terhadap keputusan berkunjung di *event jepjepangan*.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif. Metode penelitian kuantitatif asosiatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka-angka dan tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan yang menunjukkan besaran dari sebuah variabel secara general sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Metode asosiatif hubungan kausal yaitu suatu metode penelitian yang bersifat menanyakan hubungan yang bersifat sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Peneliti menetapkan dua variabel independen (X) yaitu motivasi dan atraksi wisata,

Variabel dependen (Y) yaitu Keputusan berkunjung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melibatkan 96 sampel yang dihitung berdasarkan rumus Lemeshow. Pengambilan sampel menggunakan Teknik nonprobability sampling dan penentuan sampelnya menggunakan purposive sampling dengan kriteria wisatawan yang pernah berkunjung di *event jepjepangan*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar melalui google forms dan diukur dengan skala Likert. Proses analisis data menggunakan alat analisis Partial Least Squares (PLS) dengan software SmartPLS untuk menguji validitas, reliabilitas serta hipotesis. Teknik analisis data menggunakan metode Resampling Bootstrapping. Uji statistik yang diterapkan adalah T-Statistic atau Uji Koefisien Jalur (path coefficient).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat dibahas mengenai hal-hal dibawah ini:

1. Karakteristik wisatawan

Karakteristik dari 96 wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dan usia. Hasil karakteristik berdasarkan jenis kelamin bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki mencapai 58,3% dari total keseluruhan responden, yang setara dengan 56 individu. Di sisi lain, responden yang berjenis kelamin perempuan menyumbangkan proporsi sebesar 41,7%, yang terdiri dari 40 individu. Sedangkan karakteristik berdasarkan usia, kategori usia yang paling banyak diwakili dalam penelitian ini adalah rentang usia 21-24 tahun, dengan total responden sebanyak 58 orang, yang setara dengan 60,4% dari keseluruhan responden. Responden dalam rentang usia di atas 24 tahun menyumbang 20,8% dari total responden, yang setara dengan 20 individu. Di sisi lain, 18,8% responden lainnya, yang terdiri dari 18 individu, berada dalam rentang usia 17-20 tahun.

2. Pengaruh motivasi wisatawan terhadap Keputusan berkunjung di *event jepjepangan*

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada wisatawan yang paling tinggi adalah indikator *relaxation* dengan rata-rata 3,72. Kedua adalah indikator *family*

and friends togetherness dengan rata-rata 3,54. Ketiga adalah *escape motives* dengan rata-rata 3,30. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Motivasi Wisatawan

Indikator	Mean
<i>Escape Motives</i>	3,302
<i>Relaxation</i>	3,729
<i>Family and friends togetherness</i>	3,542

3. Pengaruh atraksi wisata terhadap Keputusan berkunjung di *event jepeng*

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada wisatawan yang paling tinggi adalah indikator *something to see* dengan rata-rata 4,052. Kedua adalah indikator *something to do* dengan rata-rata 3,823. Ketiga adalah *something to buy* dengan rata-rata 3,656. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

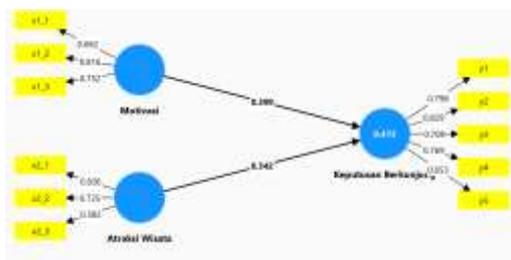
Tabel 2. Atraksi wisata

Indikator	Mean
<i>Something to see</i>	4,052
<i>Something to do</i>	3,823
<i>Something to buy</i>	3,656

4. Analisis Partial Least Square motivasi wisatawan, atraksi wisata, dan Keputusan berkunjung

a) Pengujian *outer model*

Dalam penelitian ini, terdapat dua kriteria yang digunakan dalam analisis data dengan menggunakan SmartPLS untuk mengevaluasi *outer model*, yaitu validitas diskriminan (*discriminant validity*) dan reliabilitas komposit (*composite reliability*).



Gambar 1. Outer model

b) *Average Variance Extracted (AVE)*

Average Variance Extracted (AVE) merupakan salah satu aspek penting dalam model pengukuran yang digunakan untuk menilai seberapa besar

proporsi varians yang dapat dijelaskan oleh indikator-indikator yang ada dalam variabel laten. Syarat utama untuk menilai kecukupan validitas dari sebuah variabel laten adalah dengan memastikan bahwa nilai AVE yang diperoleh lebih besar dari 0,5.

Tabel 3. AVE

Konstruk	AVE
Atraksi wisata (X2)	0.521
Keputusan Berkunjung (Y)	0.568
Motivasi (X1)	0.570

Semua nilai AVE yang diperoleh dari variabel-variabel tersebut telah melebihi ambang batas 0,5, yang merupakan indikator bahwa validitas konstruk untuk ketiga variabel ini berada dalam kategori baik.

c) *Inner Model*

R-square, atau koefisien determinasi, mencerminkan seberapa baik variabel-variabel eksogen (*independent*) dalam model mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel endogen (*dependen*).

Tabel 4. Inner Model

Konstruk	R Square	R square adjusted
Keputusan berkunjung (Y)	0,415	0,402

Berdasarkan analisis yang disajikan dalam tabel R-square, nilai R² untuk variabel Keputusan berkunjung (Y) tercatat sebesar 0,415. Variabel-variabel independen yang berkontribusi terhadap variasi tersebut adalah motivasi (X1) dan atraksi wisata (X2).

d) Uji Hipotesis

Tabel 5. Uji Hipotesis

	P values
Motivasi -> Keputusan Berkunjung	0.000
Atraksi Wisata -> Keputusan Berkunjung	0.002

Berdasarkan dari tabel diatas variabel eksogen jika nilai T statistic >1,96 atau P values dengan nilai <0,05.

- 1) Hipotesis 1: Diduga motivasi berpengaruh positif terhadap Keputusan berkunjung di *event jejepangan* dapat diterima dengan nilai T-statistic sebesar $4,131 > 1,96$ (nilai T-tabel dari $Z\alpha = 0,05$), atau P-Value $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa motivasi berpengaruh signifikan (positif) terhadap Keputusan berkunjung di *event jejepangan*.
- 2) Hipotesis 2: Diduga atraksi wisata berpengaruh positif terhadap Keputusan berkunjung di *event jejepangan* dapat diterima dengan nilai T-statistic sebesar $3,099 > 1,96$ (nilai T-tabel dari $Z\alpha = 0,05$), atau P-Value $0,002 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan (positif) terhadap Keputusan berkunjung di *event jejepangan*.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk menghadiri *event jejepangan*, mendukung hipotesis bahwa terdapat hubungan positif antara keduanya. Data menunjukkan bahwa motivasi, terutama dari indikator relaksasi, berkontribusi besar terhadap keputusan kunjungan, menjadikannya faktor utama bagi wisatawan. Temuan ini juga sejalan dengan teori Alghamdi (2007) tentang berbagai faktor yang memengaruhi motivasi, dan menekankan pentingnya memahami perilaku wisatawan dalam konteks budaya, yang dapat membantu penyelenggara dalam merancang pengalaman yang lebih menarik.

Event jejepangan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai platform untuk interaksi sosial dan pengayaan pengalaman budaya. Kegiatan ini membantu wisatawan merelaksasikan diri, mengurangi stres, dan memperkuat keterikatan sosial dengan individu yang memiliki minat serupa. Selain itu, keterlibatan dalam hobi yang menyenangkan mendorong wisatawan untuk memperluas pengetahuan tentang budaya Jepang, menjadikan kehadiran mereka di acara tersebut sebagai pengalaman yang

berharga dan bermakna dalam hidup mereka.

2. Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung untuk menghadiri *event jejepangan*, yang mendukung hipotesis kedua. Penelitian ini mengidentifikasi tiga indikator utama atraksi wisata: sesuatu untuk dilihat, dilakukan, dan dibeli. *Event jejepangan* menawarkan beragam atraksi menarik, termasuk booth *cosplayer* yang memungkinkan interaksi langsung dengan *cosplayer*, serta penjualan merchandise yang terkait dengan karakter favorit. Selain itu, aktivitas ber-*cosplay* memberi kesempatan bagi wisatawan untuk merasakan pengalaman menjadi karakter idola mereka dan berinteraksi dengan penggemar lain.

Event jejepangan juga menyajikan pertunjukan musik dan berbagai lomba, seperti *cosplay* dan random play dance, yang melibatkan partisipasi aktif dari wisatawan. Kegiatan ini menciptakan suasana interaktif yang menyenangkan, meningkatkan keterlibatan dan kepuasan wisatawan. Dengan berbagai atraksi yang ditawarkan, event ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai platform untuk merayakan budaya pop Jepang, memungkinkan pengunjung untuk mengekspresikan diri dan menikmati pengalaman yang lebih bermakna.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sesuai dengan perhitungan dengan menggunakan SmarPLS 4.

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel motivasi wisatawan terhadap Keputusan berkunjung ke *event jejepangan*. Hal ini terjadi karena keinginan untuk melakukan relaxation, escape motivates dan family and togetherness yang menjadi sebab wisatawan ingin mengunjungi *event jejepangan*.
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel atraksi wisata terhadap Keputusan berkunjung ke *event jejepangan*. Hal ini terjadi karena adanya sesuatu yang

membuat wisatawan tertarik berkunjung di *event jepangan* seperti kegiatan yang dapat dilakukan dan diikuti di lokasi acara, adanya penampilan-penampilan idol, *cosplay*, guest star dan dapat membeli barang atau merchandise yang berhubungan dengan acara jepangan

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran yang terbagi menjadi dua kategori: saran untuk penyelenggara dan saran untuk penelitian selanjutnya.

Untuk penyelenggara, disarankan agar mereka terus mempertahankan dan mengoptimalkan kegiatan dalam acara bertema Jepang di masa mendatang. Inovasi baru sangat penting, seperti penambahan atraksi kuliner khas Jepang, lomba menggambar manga, dan lomba voice over. Kegiatan-kegiatan ini diharapkan dapat menarik minat wisatawan dan meningkatkan kreativitas para pengunjung serta penggemar budaya Jepang. Dengan menghadirkan variasi dalam kegiatan, pengalaman yang diperoleh oleh wisatawan akan menjadi lebih menarik dan berkesan.

Sementara itu, untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini telah melibatkan responden yang pernah menghadiri acara bertema Jepang di Surabaya, khususnya di Tunjungan Plaza. Peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih mendalami ketertarikan wisatawan terhadap budaya Jepang dengan mempertimbangkan penggunaan variabel lain di luar motivasi dan atraksi wisata. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam menghadiri acara serupa, sehingga hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan aplikatif.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwar Bahar Basalamah. (2023, October 20). Perkenalkan Inilah Nakama Pare *Cosplay* dan Upaya Mereka Menepis Image Negatif - Radar Kediri. Retrieved April 23, 2024, from Perkenalkan Inilah Nakama Pare *Cosplay* dan Upaya Mereka Menepis Image Negatif - Radar Kediri website: <https://radarkediri.jawapos.com/features/783094524/perkenalkan-inilah-nakama-pare-cosplay-dan-upaya-mereka-menepis-image-negatif>
- Lingga, S., & Kemala, Z. (2022). Analisis Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Desa Wisata Lamajang. *Manajemen dan Pariwisata*, 1(1), 66-75.
- Nurandriani, L., & Siahaan, S. (2022). PENGARUH MOTIVASI BERKUNJUNG, DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE TAMAN MINI INDONESIA INDAH. *Panorama Nusantara*, 17(2), 1-15.
- Pariwisata Minat Khusus Desa Wisata Sebagai Wisata Alternatif. (2022). Retrieved April 23, 2024, from Dewitinalah.com website: <https://www.dewitinalah.com/2022/02/pariwisata-minat-khusus-desa-wisata.html>
- Pramana, N. A., & Masykur, A. M. (2020). *Cosplay* Adalah "Jalan Ninjaku" Sebuah Interpretative Phenomenological Analysis. *Jurnal Empati*, 8(3), 646-654.
- Putu, Y. W. K. N., & Putu, S. F. (2021). Pengaruh Atraksi dan Amenitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bangli Tahun 2019: Influence Of Attractions and Amenitas Tour To The Satisfaction Of Tourists At Twin Hill Stone Garden District Of Bangli Year 2019. *Arthaniti Studies*, 1(2), 7-15.
- Ramdani, D. (2019). Pengaruh Atraksi Wisata Alam dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kawasan Wisata Ciwidey dan Pangalengan. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18(1), 060-065.
- Sarinastiti, A., & Merdiana, A. P. (2022). Dampak *Cosplay Anime* Jepang Terhadap Perubahan Budaya Indonesia Bagi Remaja. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3, 183-188.
- Setiawan, D. (2013). Dialektika *cosplay*, estetika, dan kebudayaan di Indonesia. *Corak: Jurnal Seni Kriya*, 2(1).
- Sugiyono, (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D (Cetakan ke-26). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulaiman, I. (2023). KETERTARIKAN TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA JEPANG MELALUI LIRIK LAGU JPOP. *Jurnal*

Pendidikan Bahasa Jepang Undiksha, 9(1),
78-82.