



**PENGARUH MOTIVASI,CITRA DESTINASI &  
DESTINATION TRUST TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG GENERASI MILLENIALS (Y) KE  
MUSEUM NASIONAL INDONESIA**



**PROGRAM STUDI MAGISTERMANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS**

**MERCU BUANA**

**2020**



**PENGARUH MOTIVASI,CITRA DESTINASI &  
DESTINATION TRUST TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG GENERASI MILLENIALS (Y) KE  
MUSEUM NASIONAL INDONESIA**

**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Manajemen**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Oleh  
Vidya Anggraeni  
55118110102

**PROGRAM STUDI MAGISTERMANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

## PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Motivasi.Citra Destinasi dan Destination Trust Terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials ke Museum Nasional

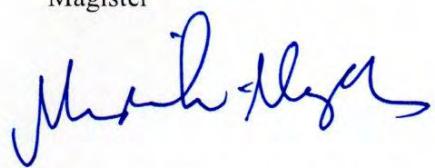
Nama : Vidya Anggraeni  
NIM : 55118110102  
Program Studi : Magister Manajemen  
Tanggal : 2 October 2020

Mengesahkan

Pembimbing

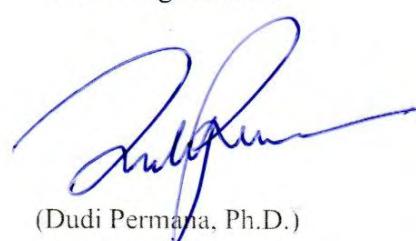
UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
*R.G.Shiels*  
(Dr.,Rina Astini, M.M)

Direktur Pascasarjana  
Magister



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi



(Dudi Permana, Ph.D.)

## **PERNYATAAN SIMILARITY CHECK**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Vidya Anggraeni  
NIM : 55118110102  
Program Studi : Magister Manajemen

Dengan judul

“Pengaruh Motivasi,Citra Destinasi dan Destination Trust Terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials ke Museum Nasional”

Telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan system Turnitin pada tanggal 7 September 2020 di dapatkan nilai persentase sebesar 17%.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Jakarta, 7 September 2020  
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul	:	Pengaruh Motivasi ,Citra Destinasi dan Destination Trust Terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials ke Museum Nasional
Nama	:	Vidya Anggraeni
NIM	:	55118110102
Program studi	:	Magister Manajemen
Tanggal	:	2 October 2020

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain.Semua informasi,data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 2 October 2020

  
Vidya Anggraeni

## ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of motivation, destination image and destination trust of the millennial generation on the decision to visit the National Museum. Museums in Indonesia provide great potential for public education. However, there are still many people who consider museums to be impressed only as a place to store historical items and a place to collect items that have high artistic value, especially the millennial generation (Y). Most of the millennial generation (Y) were born in 1980-2000, the characters of this generation are always bound. They usually like to travel to some places. The number of samples in this study amounted to 155 people who are taken using Hair's Theory. The data collection technique is done by distributing questionnaires based on a Likert scale which are tested for their validity and reliability. The results of this study indicate that motivation, destination image, destination trust have a significant effect. influence visiting decisions.



**Keywords :** Motivation, Citra Destinasi, *Destination Trust*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh motivasi, citra destinasi dan kepercayaan destinasi generasi milenial terhadap keputusan berkunjung ke Museum Nasional. Museum di Indonesia memberikan potensi besar bagi pendidikan masyarakat. Namun, masih banyak masyarakat yang menganggap museum terkesan hanya sebagai tempat menyimpan barang-barang bersejarah dan tempat mengoleksi barang-barang yang memiliki nilai seni tinggi, khususnya generasi milenial (Y). Generasi milenial (Y) sebagian besar lahir pada tahun 1980-2000, karakter generasi ini selalu terikat, biasanya suka bepergian ke suatu tempat. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 155 orang yang diambil dengan menggunakan Hair's Theory . Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan angket berbasis skala likert yang diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi, citra destinasi, kepercayaan destinasi berpengaruh signifikan. memengaruhi keputusan berkunjung.

**MERCU BUANA**  
**Kata Kunci:** Motivasi, Citra Destinasi, *Kepercayaan Destinasi*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan atas kehadirat Allah SWT karena atas berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini guna memenuhi syarat kelulusan dan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana. Penulis memahami bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS. selaku rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus selaku direktur program pascasarjana.
3. Dudi Permana, Ph.D. selaku ketua program studi magister manajemen.
4. Dr.Rina Astini,SE,MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, pemikiran, arahan dan bantuan selama penyusunan tesis ini.
5. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan. Kelak ilmu yang kalian berikan akan bermanfaat di masa yang akan datang.
6. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan. Kelak ilmu yang kalian berikan akan bermanfaat di masa yang akan datang.
7. Kedua orangtua saya yang telah memberi dukungan dan juga semangat untuk menyelesaikan kuliah S2.
8. Naufal, selaku suami saya yang telah memberikan support dan

memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan kuliah S2.

9. Ibu dan bapak mertua yang secara tidak langsung memberikan dukungan guna untuk menyelesaikan kuliah S2.
10. Rekan-rekan kerja di PT Tokopedia yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungannya dalam menyelesaikan tesis ini.
11. Rekan-rekan tenaga kependidikan Universitas Mercu Buana atas segala motivasi, bantuan dan dukungannya dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan tesis ini.



Jakarta, 2 October 2020

Penulis

Vidya Anggraeni

## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PENGESAHAN TESIS.....	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I.PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Manajemen Pariwisata.....	14

2.1.3 Jenis-Jenis Pariwisata.....	15
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.5 Keputusan Berkunjung.....	20
2.1.6 Motivasi.....	22
2.1.7 Citra Destinasi.....	25
2.1.8 Destination Trust.....	29
 2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Hubungan antar variable independen terhadap variable dependen.....	38
2.3.1 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials.....	38
2.3.2 Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials.....	39
2.3.3 Pengaruh Destination Trust Terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials.....	41
<b>2.4 Kerangka pemikiran.....</b>	41
2.5 Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Desain Penelitian.....	44
3.2 Variabel Penelitian.....	44
3.2.1 Definisi Konsep Variabel.....	44
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.3. Populasi dan Sampel.....	48

3.4 Metode Pengumpulan data.....	49
3.5 Metode Analisis Data.....	50
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.5.1.1 Uji Validitas.....	51
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.5.2 Analisis Structural Equating model ( SEM).....	53
3.5.3 Koefisien Determinasi.....	60
3.6 Hipotesa.....	61
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Gambaran Umum Museum Nasional.....	62
4.1.1 Visi & Misi Museum Nasional.....	64
4.2 Struktur Organisasi.....	65
4.3 Analisis Deskriptif.....	66
4.3.1 Karakteristik Deskripsi Responden.....	66
4.3.2 Analisa Deskriptif Jawaban Kuisioner.....	67
4.4 Hasil Analisa.....	68
4.4.1 Analisa Kecocokan Model Pengukuran.....	72
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas ( SEM).....	73
4.5 Uji Kecocokan model Keseluruhan.....	84
4.6 Uji Kecocokan model Struktural.....	88
4.7 Pengujian Hipotesis.....	90
4.8 Pembahasan Uji Hipotesis.....	93

4.8.1 Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials.....	93
4.8.2 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials (Y).....	94
4.8.3 Pengaruh Destination Trust terhadap Keputusan Berkunjung Generasi Millenials (Y).....	96
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>
<b>DATA RESPONDEN.....</b>	<b>111</b>
<b>PETUNJUK KUISIONER.....</b>	<b>112</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Pengunjung Museum Nasional Perbulan dari tahun 2017 hingga 2018.....	6
Tabel 1.2 Hasil Survei Pra Penelitian .....	8
Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Motivasi (X1).....	46
Tabel 3.2.Definisi Operasional Variabel Citra Destinasi (X2).....	46
Tabel 3.3.Definisi Operasional Destination Trust (X3).....	42
Tabel 3.4 Goodness of Fit Index .....	57
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2. Usia .....	68
Tabel 4.3. Pekerjaan .....	68
Tabel 4.4.Pendidikan.....	69
Tabel 4.5. Deskripsi data hasil pertanyaan kuesioner Variabel Motivasi.....	70
Tabel 4.6. Deskripsi Data hasil pertanyaan kuesioner variabel citra destinasi.....	71
Tabel 4.7 Deskripsi Data hasil pertanyaan kuesioner variabel destination trust.....	72
Tabel 4.8 Deskripsi Data hasil pertanyaan kuesioner variabel Keputusan Berkunjung.....	73
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel motivasi.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel citra destinasi.....	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel destination trust.....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan reliabilitas keputusan berkunjung.....	85
Tabel 4.13. Hasil Uji kecocokan measurement model penelitian.....	89
Tabel 4.14 Hasil Uji kecocokan modifikasi measurement model penelitian.....	91
Tabel 4.15 Hasil pengujian hipotesis.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Model pengukuran varibel motivasi.....	76
Gambar 4.2 Uji validitas variabel citra destinasi.....	79
Gambar 4.3 Uji validitas variabel destination trust.....	82
Gambar 4.4 Uji validitas variabel keputusan berkunjung.....	84
Gambar 4.5 Model pengukuran measurement variabel penelitian....	88
Gambar 4.6 Modifikasi model pengukuran measurement variable penelitian.	90



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Permohonan pengisian kuisioner.....	112
Lampiran II Data responden.....	113
Lampiran III Petunjuk pengisian kuisioner.....	114
Lampiran IV Artikel Jurnal.....	115

