

**KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI WISATAWAN  
BERKUNJUNG KE KAMPUNG EROPA LEMBAH HARAU  
KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

*Skripsi*

*Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sains Terapan Universitas Negeri Padang*



**OLEH :**

**ATILLA INDOREVONI**

**17135214/2017**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**


**KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE  
KAMPUNG EROPA LEMBAH HARAU KABUPATEN  
LIMA PULUH KOTA**

Nama : Atilla Indorevoni  
NIM/BP : 17135214/2017  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 25 Agustus 2021


Disetujui Oleh:

Pembimbing



**Trisna Putra, SS., M.Sc**  
**NIP. 19761223 199803 1001**

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
**NIP. 19761223 199803 1001**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program  
Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan  
Perhotelan  
Universitas Negeri Padang

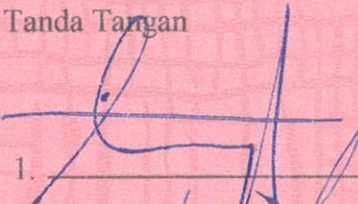
Judul : Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke  
Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh  
Kota  
Nama : Atilla Indorevoni  
NIM/BP : 17135214/2017  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 25 Agustus 2021  
Tim Penguji


Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Trisna Putra, SS, M.Sc

1. 

2. Anggota : Youmil Abrian, SE, M.M

2. 

3. Anggota : Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par.,  
MM.Par

3. 



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171  
Telp. (0751) 7051186 Email : [pariwisata@fpp.unp.ac.id](mailto:pariwisata@fpp.unp.ac.id)  
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

---

**SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Atilla Indorevoni  
NIM/TM : 17135214 / 2017  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata

  
**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,

  
**Atilla Indorevoni**  
NIM. 17135214

## ABSTRAK

### **Atila Indorevoni, 2021: Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota**

Kampung Eropa merupakan kawasan wisata yang bertemu suasana Eropa di tengah nuansa alam dan budaya Minang Kabau kawasan ini cukup ramai dikunjungi oleh wisatawan. Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif menggunakan metode survei. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan memakai teknik *non probability sampling* memiliki sampel berjumlah 100 orang responden. Data pada penelitian diolah dengan bantuan program Microsoft Excel 2010.

Berlandaskan hasil penelitian: Karakteristik (X1) dikategorikan berdasarkan indikator (1) Berdasarkan Karakteristik Demografis Mayoritas pengunjung berusia 25 – 34 tahun dan mayoritas pengunjung berjenis kelamin perempuan, dengan tingkat Pendidikan SMA/ sederajat, dengan mayoritas pekerja yaitu karyawan swasta, dengan mayoritas pendapatan > Rp.2.000.000, dengan status perkawinannya mayoritas menikah dan wisatawan yang berkunjung dominan baru 1 kali berkunjung ke Kampung Eropa (2) Berdasarkan Karakteristik Geografisnya pengunjung didominasi dari luar daerah Payakumbuh/Kabupaten Lima Puluh Kota dalam Provinsi Sumatera Barat, dengan mayoritas lokasi tempat tinggal di daerah perumahan padat penduduk. (3) Berdasarkan Karakteristik Psikografis mayoritas pengunjung dengan tipe *psychocentric* dengan jumlah sebanyak 57% dan 43% wisatawan dengan tipe *allocentric*

Motivasi Wisatawan (X2) dikategorikan berdasarkan indikator (1) Motivasi Fisik paling kuat wisatawan mengunjungi kampung Eropa yaitu dengan tujuan untuk bersantai dengan persentase 90%. (2) Motivasi Sosial paling kuat wisatawan yang mengunjungi kampung Eropa yaitu menikmati kegiatan dengan teman dan keluarga dengan persentase 86%. (3) Motivasi Budaya paling kuat wisatawan yang mengunjungi kampung Eropa yaitu untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi wisata dengan persentase 73% (4) Motivasi Fantasi paling kuat wisatawan yang berkunjung ke kampung Eropa yaitu berwisata ke kampung Eropa agar mendapatkan pengalaman yang baru dengan persentase 69%.

**Kata Kunci : Karakteristik, Motivasi Wisatawan**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Penelitian yang berjudul **“Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota”** ini disusun sebagai syarat untuk melanjutkan penelitian Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Proposal ini, penulis tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terkait.

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penulisan proposal ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan proposal ini.

4. Bapak Youmil Abrian, SE.,M.M selaku dosen penguji satu yang memberikan kritik dan saran sehingga proposal penelitian ini menjadi lebih baik lagi.
5. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari, SST.Par.,MM.Par selaku dosen penguji dua yang memberikan kritik dan saran sehingga proposal penelitian ini menjadi lebih baik lagi.
6. Bapak Rian Surenda, S.El.,M.M., selaku Pembimbing Akademik
7. *Staff* administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi surat-surat yang diperlukan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
8. Keluarga yang terutama Mama, Papa, Kakak dan Abang yang tercinta selalu mendo'akan, memberikan dukungan dan bantuan yang sangat berarti bagi penulis. Sehingga penulis bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
9. Kepada Sahabat (Seri Fam's & Ukhtea Halu) dan Seluruh Rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2017 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 24 Februari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
1. Tujuan Umum.....	10
2. Tujuan Khusus.....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Teori .....	12
1. Wisatawan .....	12
2. Karakteristik Wisatawan .....	13
3. Motivasi.....	21
4. Objek Wisata .....	25
B. Kerangka Konseptual.....	27
C. Pertanyaan Penelitian.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>299</b>
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	30
C. Variabel Penelitian .....	31
D. Defenisi Operasional Variabel .....	31

E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
1. Populasi Penelitian .....	32
2. Sampel Penelitian .....	33
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Jenis Data.....	35
2. Teknik Pengumpulan Data .....	35
G. Instrument Penelitian .....	37
H. Uji Coba Instrumen .....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	41
I. Teknik Analisa Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
B. Hasil Penelitian .....	44
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Demografis .....	44
2. Analisis Deskripsi Karakteristik Geografis .....	50
3. Analisis Deskripsi Karakteristik Psikografis.....	53
4. Analisis Deskripsi Motivasi Wisatawan.....	59
C. Pembahasan.....	67
1. Karakteristik Demografis .....	68
2. Karakteristik Geografis .....	69
3. Karakteristik Psikografis .....	70
4. Motivasi Wisatawan .....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Lima Puluh Kota .....	3
2. Data Kunjungan di Lembah Harau .....	5
3. Karakteristik Geografis .....	15
4. Karakteristik Demografis .....	16
5. Karakteristik Psikografis .....	20
6. Jumlah Kunjungan Wisata Lembah Harau Tahun 2019 .....	36
7. Skoring dengan skala Guttman .....	37
8. Kisi-Kisi Pertanyaan Variabel.....	38
9. Kriteria Realiabilitas .....	41
10. Pernyataan 1 .....	53
11. Pernyataan 2 .....	53
12. Pernyataan 3 .....	54
13. Pernyataan 4 .....	54
14. Pernyataan 5 .....	55
15. Pernyataan 6 .....	55
16. Pernyataan 7 .....	56
17. Pernyataan 8 .....	56
18. Pernyataan 9 .....	57
19. Pernyataan 10 .....	58
20. Pernyataan 1 .....	59
21. Pernyataan 2 .....	60
22. Pernyataan 3 .....	60
23. Pernyataan 1 .....	61
24. Pernyataan 2 .....	62
25. Pernyataan 3 .....	62
26. Pernyataan 1 .....	63
27. Pernyataan 2 .....	64
28. Pernyataan 3 .....	64
29. Pernyataan 1 .....	65
30. Pernyataan 2 .....	66
31. Pernyataan 3 .....	66
32. Pernyataan 4 .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Temuan Observasi Kawasan Wisata Kampung Eropa.....	4
2. Kerangka Konseptual .....	28
3. Lokasi Penelitian.....	30
4. Peta.....	43
5. Usia .....	45
6. Jenis Kelamin.....	46
7. Pendidikan Terakhir.....	46
8. Pekerjaan.....	47
9. Status Perkawinan.....	48
10. Pendapatan .....	49
11. Jumlah Berkunjung .....	50
12. Kota Tempat Tinggal .....	51
13. Lokasi Tempat Tinggal .....	52
14. Psikografis.....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuesioner Uji Intrumen dan Penelitian.....	80
2. Tabulasi Data Uji Intrumen.....	86
3. Uji Validitas .....	88
4. Uji Reliabilitas .....	92
5. Tabulasi Data Penelitian .....	93
6. Data Responden .....	97
7. Konsultasi Bimbingan.....	102
8. Dokumentasi Penelitian .....	105
9. Surat Izin Penelitian .....	107
10. Surat dari DPMPTSP .....	108
11. Surat Balasan dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga .....	109
12. Surat Balasan Kampung Sarosah .....	110

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang digunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi bangsa dan negara.

Sektor pariwisata saat ini berkembang dengan sangat pesat. Hal ini karena Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak mempunyai objek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh pengunjung. Menurut UU No 10 Tahun 2009, Pariwisata ialah berbagai macam kegiatan wisata dan dukungan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah daerah. Tujuan melakukan perjalanan wisata adalah untuk berlibur, menikmati hiburan di kota-kota besar. Orang melakukan perjalanan semata-mata untuk menikmati tempat-tempat atau alam lingkungan yang jelas berbeda dengan harapan untuk mendapatkan kepuasan pengunjung.

Pariwisata adalah industri penting yang memberikan kontribusi signifikan terhadap anggaran nasional dan lokal. Pada saat ini pariwisata dianggap sebagai salah satu industri terbesar di dunia. Industri pariwisata memberi dampak pada sektor bisnis seperti hotel, restoran, penerbangan dan agen perjalanan. Pariwisata semakin penting karena memberi manfaat peningkatan pendapatan maupun penciptaan lapangan pekerjaan.

Pariwisata menjadi salah satu sumber devisa yang besar, baik di negara-negara maju maupun di negara-negara berkembang. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat strategis dan menimbulkan dampak berganda (*multiplier effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berdampak memberikan keuntungan terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi negara (Riyadi & Hakim, 2012).

Salah satu provinsi yang memiliki potensi wisata yang besar adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki potensi alam melimpah untuk pariwisata, ini adalah salah satu hal yang dapat dibanggakan dari Sumatera Barat, dengan adanya pariwisata dapat menunjang perekonomian masyarakat. Seperti mulai dari wisata laut, gunung, danau, budaya, dan kuliner. Salah satu daerah yang dapat dikunjungi pariwisatanya ialah Kabupaten Lima Puluh Kota.

Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan kabupaten yang berada di dalam Pemerintahan Provinsi Sumatera Barat yang mencoba mengembangkan potensi wisata yang dimilikinya, baik wisata alam, wisata budaya, dan wisata sejarah. Objek wisata yang berada di Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki keuntungan yang sangat besar baik bagi pemerintah maupun masyarakat, sebagai penambah devisa dan penggerak perekonomian serta promosi hasil-hasil industri pariwisata masyarakat.

Potensi kunjungan pariwisata dan perkembangan pariwisata Sumatera Barat mengalami peningkatan. Tidak hanya peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara namun juga peningkatan kunjungan oleh wisatawan domestik atau

nusantara. Kabupaten Lima Puluh Kota banyak memiliki objek wisata yang sangat menarik serta dapat dikunjungi oleh wisatawan seperti Lembah Harau, Kapalo Banda, Batang Tabik dan Pusako Rumah Gadang. Berikut data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik atau nusantara ke Kabupaten Lima Puluh Kota dari tahun 2016-2019

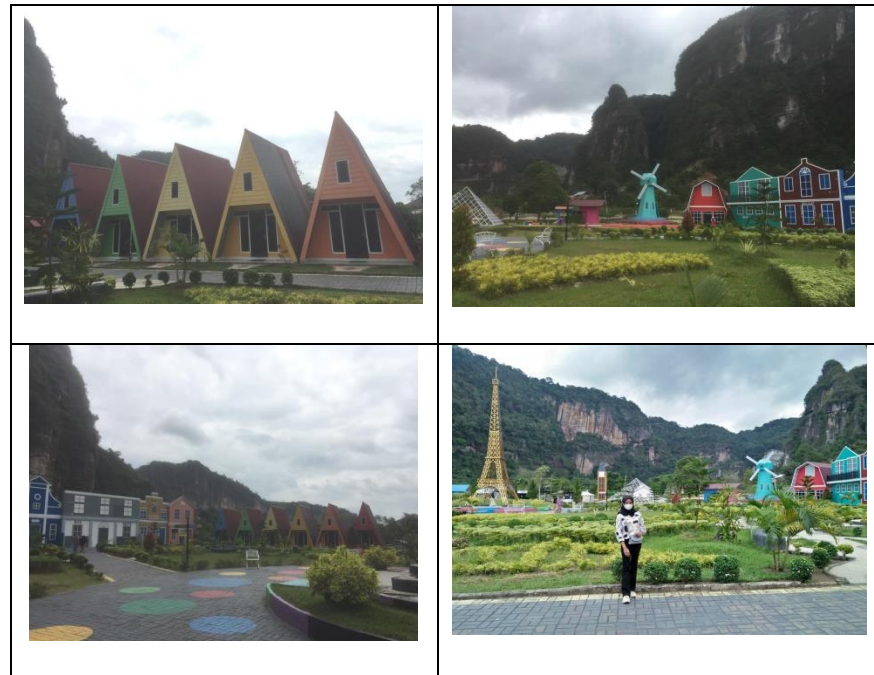
**Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Lima Puluh Kota**

Objek Wisata	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
Lembah Harau	204.639	262.191	403.650	384.037
Batang Tabit	90.640	94.853	104.441	127.048
Pusako Rumah Gadang	3.065	8.136	9.631	11.432
Kapalo Banda Taram	44.936	49.723	97.577	121.582
<b>Jumlah Kunjungan</b>	<b>343.280</b>	<b>414.903</b>	<b>615.299</b>	<b>644.099</b>

*Sumber :Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (2021)*

Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki objek wisata yang banyak diminati oleh wisatawan salah satunya adalah Lembah Harau. Lembah Harau adalah salah satu wisata alam yang indah dan cukup mengagumkan dengan bukit-bukit kecil, bentangan sawah, air terjun, sungai, tebing dan pemandian alam dengan jarak 17 kilo meter dari kota Payakumbuh. Keindahan alam yang terdapat di Harau diantaranya, resort Aka Barayun, resort Sarasah Bunta dan resort Rimbo Piobang. Harau terus mengembangkan wisatanya, terbukti dengan dibukanya wahana baru yang terletak di Kampung Sarosah yaitu Kampung Eropa.

**Gambar 1. Temuan Observasi Kawasan Wisata Kampung Eropa**



*Sumber : Dokumen Pribadi (2021)*

Kampung Eropa yang merupakan bagian dari Kawasan Wisata Kampung Sarosah ini merupakan yang pertama di Sumatera. Objek wisata ini sendiri terletak bersebelahan dengan Kampung Quran atau Insan Cendekia Boarding School (ICBS) Harau. Kampung Eropa merupakan objek wisata yang dihiasi replika menara Eiffel dan bangunan warna-warni yang mengelilinginya memadukan konsep alam dengan spot foto bernuansa Eropa. Wahana yang ada di Kampung Eropa diantaranya adalah wahana spot foto bernuansa Eropa, Balon Udara, *zip line bike* (sepeda terbang), *Flower Garden* dan wahana sampan kecil untuk berkeliling menikmati keindahan alam Harau. Yang mana ini menjadi salah satu tempat yang digemari wisatawan untuk berfoto. Fasilitas wisata yang tersedia dalam kawasan wisata kampung eropa berupa gazebo, toilet, musholla, tempat parkir, tempat makanan dan minuman dan akomodasi penginapan

Berikut adalah data kunjungan wisatawan pada objek wisata Lembah Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota:

**Tabel 2: Data Jumlah Kunjungan di Lembah Harau**

<b>Tahun Kunjungan</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>
2016	204.639
2017	262.191
2018	403.650
2019	384.037

*Sumber :Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (2021)*

Pada tabel di atas terlihat jumlah kunjungan setiap tahunnya mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2018 - 2019 mengalami penurunan jumlah pengunjung wisatawan. Dalam melakukan perjalanan pariwisata ada faktor pendorong dan faktor penarik wisatawan datang berkunjung ke daerah tujuan wisata. Faktor penarik wisatawan yang datang ke Kampung Eropa adalah replika bangunan bangunan Eropa sekaligus dapat menyewa kostum eropa, namun yang membedakan Kampung Eropa dengan wisata lainnya di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah faktor penarik yaitu dapat menikmati alam yang membentang dengan nuansa seperti di eropa.

Wisatawan yang datang pasti memiliki motivasi hingga memilih Kampung Eropa sebagai tujuan wisatanya. Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan hal penting dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini sering tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Sharpley, dalam Pitana 2005).

Motivasi merupakan faktor penting bagi calon wisatawan di dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Calon wisatawan akan mempersepsi daerah tujuan wisata yang memungkinkan, dimana persepsi ini dihasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya, dan informasi yang didapatkannya. Motivasi perjalanan wisata mengalami perubahan, sejalan dengan perkembangan pariwisata itu sendiri.

Menurut Suwarman (2011), motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seseorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Dorongan tersebut karena adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi dan memaksa seseorang untuk bertindak. Terdapat indikator motivasi diklasifikasikan menjadi empat kelompok besar yaitu, *Physical or physiological motivation* (motivasi fisik), *Cultural motivation* (motivasi budaya), *Social motivation atau Interpersonal motivation* (motivasi sosial), dan *Fantasy motivation* (motivasi fantasi).

Karakteristik adalah ciri khas bentuk-bentuk watak dan karakter serta corak tingkah laku atau tanda khusus yang dimiliki setiap individu. Karakteristik berasal dari kata karakter yang berarti sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007), Karakteristik adalah ciri-ciri khusus atau yang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Karakteristik Wisatawan dapat ditinjau secara garis besar berdasarkan tiga kelompok yaitu

karakteristik geografis, karakteristik demografis, dan karakteristik psikografis yang bertujuan sebagai pembeda dari seseorang atau sesuatu hal.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan sebelumnya dapat ditemukan wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa dengan berbagai jenis kalangan, serta target market yang belum jelas, sehingga penulis tidak bisa mendapatkan data yang pasti tentang karakteristik wisatawan yang ada di Kampung Eropa. Maka dari itu wisatawan merupakan unsur utama dalam pariwisata, wisatawan adalah hal yang harus diperhatikan dalam mengelola kawasan wisata karena pengelola harus mengetahui terlebih dahulu karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa sehingga mengetahui hal apa saja yang dibutuhkan wisatawan agar memenuhi seluruh keinginan wisatawan yang berkunjung.

Pemilihan objek wisata, tujuan wisata serta cara berwisata seseorang sangat dipengaruhi oleh motivasi dari wisatawan itu sendiri. Dimana motivasi merupakan faktor penggerak dari dalam diri seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, karena adanya keinginan serta adanya daya tarik yang ditawarkan oleh objek wisata wisata yang akan dikunjungi. Motivasi seseorang melakukan perjalanan sangat bervariasi dan motivasi tersebut tidak selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi. Seperti motivasi budaya wisatawan belum mendapatkan kesan yang baik karena masih banyak budaya eropa yang belum ada dikawasan wisata Kampung Eropa tersebut seperti

pengetahuan mengenai tradisi eropa, makanan khas eropa, serta *souvenir* ala eropa belum tersedia

Pengembangan pariwisata harus dilandasi dengan perencanaan yang matang secara menyeluruh. Perkembangan pariwisata itu juga tidak hanya mengandalkan alam saja namun apa yang harus dikembangkan juga harus direncanakan secara matang. Hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata salah satunya seperti wisatawan (*tourist*) harus diketahui tipe/karakteristik dari wisatawan, Seiring berkembangnya waktu lembah harau sudah mulai mengembangkan potensi wisata yang ada sehingga dengan munculnya kawasan wisata baru dapat meningkatkan motivasi wisata untuk berkunjung atau berkunjung ulang. Dengan mengetahui karakteristik dan motivasi wisatawan dapat memberikan informasi yang nantinya dapat memberikan rancangan pengembangan potensi wisata kedepannya. Sehingga dapat meningkatkan wisatawan yang berkunjung

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pentingnya sebuah penelitian ini penulis angkat karena Kampug Eropa merupakan salah satu kawasan wisata yang cukup banyak pengunjungnya dengan daya tarik yang berbeda dari objek wisata lainnya. Bagaimana karakteristik wisatawan serta apa alasan yang memotivasi wisatawan ingin berkunjung ke kawasan wisata Kampung Eropa. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Masih belum adanya data pasti mengenai karakteristik wisatawan yang berkunjung ke kampung eropa
2. Belum jelasnya target market untuk wisata kampung eropa
3. Wisatawan yang berkunjung untuk melihat kebudayaan ala Eropa, belum mendapatkan kesan yang baik

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka pada penelitian ini aktivitas yang dilakukan dibatasi pada aspek-aspek berikut:

1. Karakteristik Wisatawan di Kawasan Wisata Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota
2. Motivasi Wisatawan di Kawasan Wisata Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah mengenai:

1. Bagaimana karakteristik wisatawan berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota ?
2. Apa saja motivasi wisatawan berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota ?

## **E. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan Umum**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik dan motivasi wisatawan berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota

### **2. Tujuan Khusus**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik wisatawan dan juga motivasi wisatawan yang datang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. Sehingga diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah dan penelitian selanjutnya untuk pengembangan Kampung Eropa yang sesuai dengan harapan berwisata wisatawan.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Pengelola Kawasan Wisata**

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pedoman dan acuan untuk melakukan perubahan dan perbaikan sehingga meningkatkan pengunjung di Kawasan Wisata Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota.

### **2. Bagi Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang**

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi untuk menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Jurusan Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan tentang Karakteristik dan

Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau  
Kabupaten Lima Puluh Kota

### 3. Bagi Penulis

Diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang  
Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Kampung Eropa  
Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota

### 4. Bagi Peneliti Berikutnya

Sebagai bahan bacaan, bahan referensi, bahan perbandingan bagi  
peneliti berikutnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Wisatawan**

###### **a. Pengertian Wisatawan**

Menurut Smith (dalam Kusumaningrum, 2009), menjelaskan bahwa wisatawan adalah “orang yang sedang tidak bekerja atau sedang berlibur, dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain. Sedangkan menurut Marpaung (2016), wisatawan adalah “setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraan dan ia berkunjung ke suatu tempat pada Negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam.

Menurut Mohamad Ridwan (2019) “Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dengan tujuan wisata bukan untuk mencari nafkah”. Menurut Sugiana (2011) Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan wisata dengan maksud beristirahat/berlibur, berbisnis, atau untuk perjalanan lainnya seperti berobat, kunjungan keagamaan dan untuk perjalanan studi. Dengan mengadakan perjalanan dan meninggalkan tempat tinggalnya dalam waktu sementara seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan.

Berdasarkan pengertian wisatawan di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari daerah asal menuju daerah yang baru untuk tujuan berlibur/berbisnis dan kegiatan lainnya.

## **b. Jenis Wisatawan**

Jenis wisatawan dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Wisatawan lokal (domestik) adalah wisatawan yang merupakan penduduk asli/warga negara dari suatu negara tersebut yang sedang melakukan kunjungan wisata disuatu tempat. Domestik merupakan suatu yang berhubungan dengan atau mengenai permasalahan dalam negeri atau mencakup sesuatu yang masuk dalam lingkup internal dalam negeri (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Istilah lokal bisa diganti dengan domestik yang maksudnya sama-sama menunjukkan sesuatu yang berhubungan dengan dalam negeri atau dalam wilayah tertentu. Seperti wisatawan lokal atau juga disebut wisatawan domestik.
- b. Wisatawan Asing menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wisatawan adalah orang yang berwisata atau sering disebut pelancong atau turis. Apabila berasal dari luar negeri atau mancanegara disebut wisatawan asing.

## **2. Karakteristik Wisatawan**

Untuk memahami keinginan dari wisatawan yang ingin berkunjung ke suatu objek wisata, mamahami karakteristik mereka sangatlah diperlukan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ivanovic (2008) bahwa untuk terdapat beberapa karakteristik utama yang diakui untuk menyusun pembangunan atraksi wisata yang berkelanjutan, pengembangan dan pengelolaan atraksi serta bagaimana memasarkan dan mempromosikan atraksi wisata, yakni mengenai apa yang wisatawan ingin lakukan, berapa banyak biaya yang mereka

keluarkan, berapa umur mereka dan bagaimana gaya hidup atau kepribadian mereka.

Karakteristik wisatawan menurut Seaton dan Bennet (1996) dalam Suwena (2010) dibedakan berdasarkan karakteristik perjalanan (*trip descriptor*) dan karakteristik wisatawan (*tourist descriptor*).

**a. Karakteristik Perjalannya (*Trip descriptor*)**

Wisatawan dibagi kedalam kelompok-kelompok berdasarkan jenis perjalanan yang dilakukannya. Secara umum jenis perjalanan yang dilakukannya dibedakan menjadi : perjalanan rekreasi, mengunjungi teman/keluarga (VFR = *visiting friend and relatives*), berdasarkan lama perjalanan, berdasarkan cara perjalanan, berdasarkan jenis akomodasi yang digunakan, berdasarkan alat transportasi yang digunakan untuk perjalanan, pengorganisasian perjalanan serta besarnya pengeluaran untuk berwisata (Seaton dan Bennet, 1996) dalam Suwena (2010).

**b. Karakteristik Wisatawan (*Tourist descriptor*)**

*Tourist descriptor* memfokuskan pada wisatawan, biasanya digambarkan dengan “*who, wants, what, why, when, where, and how much?*”. untuk menjelaskan hal-hal tersebut digunakan beberapa karakteristik diantaranya sebagai berikut :

1) Karakteristik wisatawan berdasarkan geografis

Karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa, kota, provinsi, maupun negara asalnya (Suwena & Nguraj, 2010).

Menurut Kotler (2010) Karakteristik digunakan untuk mengklasifikasikan wisatawan berdasarkan lokasi atau daerah asal wisatawan, yang dibedakan menjadi desa, kota, provinsi, dan negaranya.

Sedangkan Menurut Rambat Lupiyoadi (2014) membagi wisatawan menjadi beberapa unit berdasarkan kondisi geografis seperti negara, pulau, provinsi, kota, desa, pantai, pegunungan, atau kompleks perumahan. Pembagian ini lebih lanjut dapat pula dikelompokkan berdasarkan ukuran kota tempat tinggal (kota kecil, menengah, besar) serta kepadatan penduduk di daerah objek wisata.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka disimpulkan bahwa karakteristik geografis wisatawan dapat di klasifikasikan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, negara, kota, provinsi, desa, pantai, pegunungan, atau kompleks perumahan.

**Tabel 3. Karakteristik Geografis**

No	Karakteristik Geografis	Pembagian
1	Domisili/ Daerah asal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- WNI</li> <li>- WNA</li> <li>- Jalan</li> <li>- Desa/Nagari</li> <li>- Kecamatan</li> <li>- Kabupaten/kota</li> <li>- Provinsi</li> </ul>

*Sumber : Smith 1989 dalam Suwena dan Widyatmaja, 2010*

## 2) Karakteristik wisatawan berdasarkan demografis

Pembagian berdasarkan karakteristik ini paling sering dilakukan untuk kepentingan analisis pariwisata, Karena sangat

jelas defenisinya dan relatif mudah pembagiannya ( Kotler & Amstrong, 2002).

Menurut Ivanonic (2008) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa komponen yang mempengaruhi karakteristik demografis wisatawan. Beberapa komponen tersebut meliputi klasifikasi umur dari wisatawan, tingkat pendidikan dari wisatawan, besar dari pendapatan yang didapatkan oleh wisatawan, status pekerjaan dari wisatawan, jenis kelamin, status pernikahan. Sedangkan menurut Ismayati (2010) klasifikasi wisatawan di bedakan berdasarkan demografi, yaitu berdasarkan usia, latar belakang pendidikan, pendapatan, jenis kelamin, dan siklus keluarga.

Karakteristik demografis juga berkaitan satu dengan yang lain secara tidak langsung. Misalnya tingkat pendidikan seseorang dengan pekerjaan dan tingkat pendapatan, serta usia dengan status perkawinan dan ukuran keluarga. Pembagian wisatawan berdasarkan karakteristik demografis ini paling nyata kaitanya dengan pola berwisata para wisatawan.

**Tabel 4. Karakteristik Demografis**

No	Karakteristik Demografis	Pembagian
1	Jenis Kelamin	– Laki-laki – Perempuan
2	Usia	– 0-14 tahun – 15-24 – 25-44 – 45-64 – >65

3	Tingkat Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SD</li> <li>- SMP</li> <li>- SMA/SMK</li> <li>- Diploma</li> <li>- Sarjana (S1)</li> <li>- Pasca Sarjana (S2, S3)</li> </ul>
4	Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelajar/Mahasiswa</li> <li>- Bekerja(PNS/Pegawai, wiraswasta,Buruh,Wirausaha, Honorer,dll)</li> <li>- Tidak Bekerja (Ibu Rumah Tangga)</li> </ul>
5	Status Perkawinan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum Nikah</li> <li>- Nikah</li> <li>- Cerai</li> </ul>
6	Tipe Keluarga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum Menikah</li> <li>- Menikah, belum punya anak</li> <li>- Menikah, anak usia &lt;6 tahun</li> <li>- Menikah, anak usia 6-17 tahun</li> <li>- Menikah, anak usia 18-25 tahun</li> <li>- Menikah, anak usia &gt;25 tahun, masih tinggal dengan orang tua</li> </ul>

*Sumber : Smith 1989 dalam Suwena dan Widyatmaja, 2010*

### 3) Karakteristik wisatawan berdasarkan psikografis

Menurut Hartanto, dkk (2005) ”menyatakan bahwa psikografis yang asli memfokuskan pada pengukuran aktivitas, minat dan opini yang terkandung dalam inventori AIO”. Sedangkan Menurut Mowen dan Minor (2002) dalam A. Regar (2015) menyataka psikografis mengandung ide yang menggambarkan (grafik) faktor-faktor psikologis yang membentuk konsumen/wisatawan. Namun dalam praktiknya psikologis digunakan untuk mengukur gaya

hidup wisatawan dengan menganalisis aktivitas, minat, dan opini, (*activities, interest, and opinion*) atau disingkat AIO.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut psikografis dapat diartikan sebagai pengukuran AIO (*activity, interest, opinion*) yaitu pengukuran yang didasarkan pada kegiatan, minat, dan pendapat wisatawan. Karakteristik Psikografis terdiri dari beberapa komponen dari diri wisatawan yakni kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik personal/kepribadian.

Kelas sosial menurut para ahli yang tertuang dalam buku pengantar Sosiologi, Menurut Marx dan Weber dalam Ariesma Setyarum (2016) bahwa kelas sosial dikaitkan dengan posisi seseorang dalam masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi. Sedangkan menurut Jeffries dalam Ainul Yaqinah (2019) bahwa konsep melibatkan perpaduan antara ikatan ekonomi, pekerjaan, dan pendidikan.

Untuk menentukan penggolongan kelas sosial dapat diukur dari pendapatan wisatawan tersebut. Berdasarkan penggolongannya BPS (Badan Pusat Statistik) membedakan pendapatan penduduk menjadi 4 golongan yaitu :

1. Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan
2. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatann rata-rata Rp > 2.500.000 – 3.500.000 per bulan

3. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata Rp > 1.500.000 – 2.500.000 per bulan
4. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata dibawah Rp 1.500.000.

Karakteristik psikografis wisatawan dapat ditunjukkan dengan baik melalui karakter gaya hidup dan kepribadian dari dua tipe wisatawan Plog, psikosentrik dan alosentrik. Menurut Plog dalam Cooper et.al. (2005) dan dalam ismayati (2010) membagi wisatawan berdasarkan sifatnya, seperti terbuka dan tertutup, tergantung dan mandiri, petualang dan penurut. Ia mengemukakan klasifikasi wisatawan menjadi lima sifat yang disebut psikosentrik, mendekati psikosentrik, midsentrik, mendekati alleocentrik dan allosentrik.

Dari kelima kelompok wisatawan tersebut berasal dari dua kutub yang berlawanan yaitu Psikosentrik dan allosentrik menurut Plog dalam Cooper et.al. (2005) dan dalam ismayati (2010) sebagai berikut :

a) Psikosentrik atau *Psychocentrics*, berasal dari kata '*psyche*' atau berarti terpusat. Wisatawan yang termasuk kategori ini biasanya memfokuskan perjalanannya pada satu tema, topik atau tujuan. Mereka memilih daerah wisata yang sudah dikenal dan tergolong dalam pendapatan rendah. Mereka tidak memiliki jiwa petualang

dan menuntut fasilitas yang sangat memadai. Mereka cenderung enggan melakukan lintas budaya.

b) Allosentrik atau *Allocentrics* berasal dari kata 'allo' yaitu bervariasi. Wisatawan dalam klasifikasi ini adalah mereka yang senang dengan banyak kegiatan wisata. Mereka mencari perbedaan budaya dan lingkungan. Mereka berasal dari pendapatan tinggi. Jiwa petualang harus ditantang bahkan jika harus berinteraksi dengan budaya baru, semangat wisata mereka menggebu-gebu. Mereka sedikit sekali memanfaatkan fasilitas wisata dan menikmati tinggal dengan masyarakat setempat.

Berikut tabel perbandingan Psikosentrik dan allosentrik

**Tabel 5. Perbandingan Psikosentrik dan allosentrik**

Psikosentrik	Allosentrik
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intelektual terbatas</li> <li>• Pengambilan resiko rendah</li> <li>• Terbatas pada wilayah tempat tinggal</li> <li>• Bukan petualang</li> <li>• Mencari tempat bermatahari dan menyenangkan untuk bersantai</li> <li>• Memilih daerah wisata yang berkembang dan mapan</li> <li>• Atmosfir yang dikenal (hiburan keluarga, absensi suasana janggal, dan lainnya)</li> <li>• Jarang berwisata</li> <li>• Berharap datang kembali ke tempat wisata yang sama</li> <li>• Menikmati keramaian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selalu penasaran</li> <li>• Pengambilan resiko moderat</li> <li>• Ekplorasi dan mencari tempat yang baru</li> <li>• Petualang</li> <li>• Menikmati pencarian dan pengalaman baru di daerah yang belum terjamah</li> <li>• Memilih daerah wisata yang memadai tidak harus maju</li> <li>• Menikmati interaksi sosial dengan orang baru</li> <li>• Selalu berwisata</li> <li>• Merencanakan datang ketempat wisata yang berbeda</li> <li>• Memilih liburan dengan sedikit orang</li> </ul>

Sumber : Plog dalam Cooper et.al. (2005)

Beragam karakteristik dan latar belakang wisatawan menyebabkan beragamnya keinginan dan kebutuhan mereka akan suatu produk wisata. Pengelompokan wisatawan dapat memberikan informasi mengenai alasan setiap kelompok mengunjungi objek wisata yang berbeda. Pengetahuan mengenai wisatawan sangat diperlukan dalam merencanakan produk wisata yang sesuai dengan keinginan kelompok pasar tertentu, termasuk merencanakan strategi pemasaran yang tepat bagi kelompok pasar tersebut.

### **3. Motivasi**

#### **a. Pengertian Motivasi**

Menurut Suwarman (2011), mendefinisikan bahwa motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seseorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Dorongan tersebut karena adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi dan memaksa seseorang untuk bertindak. Sedangkan menurut Hasibuan (2010) “motivasi berasal dari kata latin “movere” yang berarti dorong atau daya penggerak”.

Proses keputusan oleh konsumen sangat bergantung pada cara bagaimana konsumen memandang suatu masalah atau kebutuhan dan bagaimana motivasi muncul dalam dirinya (Morissan, 2010). Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai. Terkait dengan konsumen untuk

memutuskan bertindak ke arah pencapaian tujuan, yaitu memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah dorongan dari dalam maupun luar lingkungan seseorang dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa atau akan melakukan perjalanan wisata. Dimana terdapat kinerja yang konsisten dan keinginan dan harapan pelanggan.

#### **b. Motivasi Wisata**

Menurut Murphy (dalam Widyastuti et al 2017), motivasi wisata untuk mengunjungi suatu daerah sangat beragam. Ditinjau dari aspek sifatnya maka setiap wisatawan memiliki motivasi umum dan motivasi khusus. Motivasi perjalanan dikatakan umum apabila motivasi ini mendorong seseorang hanya sekedar untuk beralih tempat.

Suatu motivasi menjadi khusus atau selektif bila wisatawan terdorong untuk menguji suatu destinasi wisata atau Negara tertentu untuk menikmati atraksi wisata yang ada pada daerah tersebut. Motivasi yang spesifik seperti halnya motivasi umum akan berbeda antara satu orang dengan yang lainnya. Semuanya bertujuan pada faktor apa yang mendorong wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata tersebut.

Motivasi yang menjadi latar belakang seseorang untuk berwisata, Basuki, (2011) menjelaskan bahwa motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan adalah sebagai berikut:

1. *Pleasure*, (bersenang-senang), dengan tujuan “melarikan diri” untuk sementara dari rutinitas sehari-hari.

2. *Relaxation, rest and recreation* (beristirahat untuk menghilangkan stress), dengan tujuan untuk menjaga kesehatan tubuh dan pikiran.
3. *Health* (kesehatan), yaitu berkunjung ke tempat-tempat yang dapat membantu menjaga kesehatan atau menyembuhkan penyakit.
4. *Participant in sport* (olahraga yang bersifat rekreasi).
5. *Curiosity and Culture* (rasa ingin tahu dan motivasi yang berkaitan dengan kebudayaan).
6. *Ethnic and family* (kesamaan etnik dan kunjungan kepada keluarga). Khusus berkaitan dengan kesamaan etnik, orang dapat termotivasi untuk mengunjungi suatu tempat karena dianggap sebagai tempat tinggal/kelahiran nenek moyang.
7. *Spiritual and religious* (alasan yang bersifat spiritual dan keagamaan).
8. *Status and prestige* (menunjukkan status sosial dan gengsi)
9. *Professional or business* (melakukan aktifitas yang berkaitan dengan profesi/pekerjaan), misalnya aktifitas menghindari sidang atau konferensi.

### **c. Indikator Motivasi**

Menurut Joseph (2013) dalam bukunya yang berjudul “*Tourist Principles Policies & Practices*” terdapat empat indikator motivasi berwisata yaitu :

### 1. Motivasi Fisik

Motivasi fisik yaitu motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis, antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan dan bersantai.

### 2. Motivasi Sosial

Motivasi sosial yakni motivasi yang memiliki sifat sosial, seperti mengunjungi keluarga atau sahabat, menemui mitra kerja, melakukan kegiatan yang dianggap dapat mendatangkan gengsi (*prestige*), melakukan ziarah dan pelarian dari situasi yang membosankan. Dapat disimpulkan bahwa dimana wisatawan akan melakukan suatu kegiatan wisatawan akan melakukan interaksi sosial secara baik individu maupun berkelompok.

### 3. Motivasi Budaya

Motivasi budaya yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, berhubungan dengan mengunjungi suatu tempat untuk mengetahui tradisi, gaya hidup, tempat etnik, dan lain-lain di tempat tersebut, yang meliputi juga ketertarikan terhadap berbagai objek tinggalan budaya. Dapat disimpulkan bahwa motivasi budaya adalah motivasi dimana wisatawan akan mengetahui tentang adanya kebudayaan di suatu daerah tertentu.

### 4. Motivasi Fantasi

Motivasi fantasi yaitu adanya fantasi di daerah lain seseorang dapat melepaskan diri dari rutinitas yang menjemukan dan memberikan kepuasan psikologis. Hal ini disebut juga *status/prestige motivation*.

Wisatawan akan merasakan kenyamanan dan kesenangan secara psikologis, karena bebas dari kegiatan sehari-hari yang telah dilakukan atau diluar rutinitas keseharian.

#### **4. Objek Wisata**

Ridwan (2012) “Objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”. Sedangkan menurut Adisasmita (2010) “Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumber daya tarik, baik alamiah, maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai, flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monument-monument, candi-candi, tari-tarian, atraksi, dan kebudayaan khas lainnya”.

Menurut Mappi (2001) “Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/ daerah/ negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan pengunjung berkunjung ke suatu tempat/ daerah/ negara disebut daya tarik dan atraksi wisata”. Dalam Undang-Undang No.10 tahun 2009, objek dan daya tarik wisata adalah segala yang menjadi sarana perjalanan wisata.

Menurut Mappi (2001) objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis yaitu :

- a. Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), music (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun kesawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya kain tenun tradisional, tekstil lokal, pertunjukan tradisional, adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
- c. Objek wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas olahraga, permainan, hiburan, taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 disebutkan objek wisata dan daya tarik terdiri dari :

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, wisata argo, wisata tirta, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa objek wisata adalah suatu tempat yang memiliki keindahan, keunikan, dan daya Tarik sehingga menjadikan tempat tersebut sebagai sasaran bagi pengunjung untuk pergi berkunjung dengan alasan dan keinginan tersendiri.

## **B. Kerangka Konseptual**

Seperti yang sudah dijelaskan dalam tinjauan pustaka, wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan memiliki waktu luang yang bersifat sementara, yang dilakukan secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Penelitian ini memfokuskan pada karakteristik dan motivasi wisatawan.

Karakteristik adalah ciri-ciri khusus atau yang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Karakteristik Wisatawan dapat ditinjau secara garis besar berdasarkan tiga kelompok yaitu karakteristik geografis, karakteristik demografis, dan karakteristik psikografis yang bertujuan sebagai pembeda dari seseorang atau sesuatu hal.

Selain memiliki karakteristik yang berbeda-beda, wisatawan juga datang ke suatu objek wisata dengan motivasi yang beragam. Motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seseorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Dorongan tersebut karena adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi dan memaksa seseorang untuk bertindak

Dengan mengetahui karakteristik dan motivasi wisatawan yang datang, maka peneliti dapat menemukan harapan wisatawan yang akan mereka dapatkan saat berwisata. Berdasarkan uraian diatas maka kerangka konseptual penelitian ini ialah :

**Gambar 2. Kerangka Konseptual Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota**



### **C. Pertanyaan Penelitian**

Adapun pertanyaan penelitian yang akan dideskripsikan dalam penelitian adalah sebagai berikut: Bagaimana Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), “Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Menurut Sugiyono (2017) "Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain”. Metode deskriptif ini merupakan sebuah metode penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena dengan mengembangkan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena, yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara satu variabel maupun dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik.

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Karakteristik dan Motivasi wisatawan berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota.

## B. Waktu dan Tempat Penelitian



**Gambar 3. Lokasi Penelitian**

*Sumber : ulasan pada google 2021*

Gambar diatas merupakan lokasi penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu di Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. Wisata Kampung Eropa terletak di Tarantang, Kecamatan Harau Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. Kawasan wisata ini sendiri terletak bersebelahan dengan Kampung Quran atau Insan Cendekia Boarding School (ICBS) Harau. Kawasan wisata ini memiliki luas 80 meter persegi x 70 meter persegi dengan bangunan-bangunan eropa yang unik dan menarik dan membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Setelah proposal penelitian ini diseminarkan maka penulis akan melakukan penelitan yang di rencanakan pada bulan Mei 2021.

### **C. Variabel Penelitian**

Penelitian pada dasarnya pasti memiliki variabel penelitian. Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018) adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Penelitian ini memiliki 2 variabel X yaitu X1 adalah karakteristik wisatawan berkunjung ke Kampung Eropa dan variabel X2 adalah motivasi wisatawan berkunjung ke Kampung Eropa.

### **D. Defenisi Operasional Variabel**

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah :

1. Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan untuk kegiatan wisata baik melakukan perjalanan dari daerah asal menuju daerah yang baru untuk tujuan berlibur/berbisnis dan kegiatan lainnya
2. Karakteristik adalah ciri-ciri khusus atau yang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Karakteristik Wisatawan dapat ditinjau secara garis besar berdasarkan tiga kelompok yaitu karakteristik geografis, karakteristik demografis, dan karakteristik psikografis yang bertujuan sebagai pembeda dari seseorang atau sesuatu hal.
3. Motivasi adalah dorongan dari dalam maupun luar lingkungan seseorang dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa atau akan melakukan

perjalanan wisata. Dimana terdapat kinerja yang konsisten dan keinginan dan harapan pelanggan.

## E. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah “Wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Kampung Eropa 2019, dapat dilihat pada table berikut :

**Tabel 6. Jumlah Kunjungan wisatawan tahun Kampung Eropa 2019**

No	Bulan	Jumlah Tamu
1	Januari	4.353
2	Februari	3.252
3	Maret	2.965
4	April	3.125
5	Mei	3.922
6	Juni	4.251
7	Juli	3.998
8	Agustus	2.954
9	September	2.818
10	Oktober	1.223
11	November	2.851
12	Desember	1.725
<b>Total</b>		<b>37.437</b>

*Sumber :Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (2021)*

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah Populasi} &= \frac{\text{Total Jumlah Pengunjung}}{\text{Total Jumlah Bulan}} \\
 &= \frac{37.437}{12} \\
 &= 3.119
 \end{aligned}$$

## 2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Selanjutnya Sugiyono (2015) juga mengungkapkan bahwa “Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling, yaitu “Teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel” (Sugiyono 2015). Sedangkan jenis probability sampling yang digunakan adalah proportionate random sampling, yaitu teknik penentuan sampel digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogeni dan berstrata secara proporsional. Stratified random sampling yang dipakai dalam penelitian ini berguna untuk melihat persepsi pengunjung berdasarkan kelompok umur,

dan siapa saja pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Penentuan ukuran sampel untuk penelitian merupakan sebuah hal yang penting. Menurut Roscoe (dalam Sugiyono, 2015) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 100. Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

e= Posisi yang ditetapkan 10%

N= Jumlah populasi

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$S = \frac{3.119}{1 + 3.119(0,1)^2}$$

$$= \frac{3.119}{1 + 3.119 \cdot 0,01}$$

$$= \frac{3.119}{31,2}$$

$$= 99,96 \text{ dibulatkan } 100 = \text{digenapkan menjadi } 100 \text{ sampel}$$

Maka sampel dari penelitian ini sebanyak 100 orang wisatawan yang sedang atau pernah berkunjung sebelumnya di Kampung Eropa Lembah

Harau untuk mengetahui karakteristik dan motivasi wisatawan yang berkunjung.

## **F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Jenis Data**

Menurut Sugiyono (2018), jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi yang dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang berkunjung ke kampung eropa
- b. Data sekunder yaitu data diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian. Menurut Sugiyono (2018) “Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen”. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, laporan-laporan dan lain sebagainya. Data sekunder tersebut yaitu data jumlah kunjungan wisatawan.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner yang tersusun sebelumnya. Pengumpulan data dilakukan dengan

menggunakan alat ukur berupa lembaran kuesioner berskala Guttman, data yang diperoleh berupa data interval atau rasio dikotomi (dua alternatif) yaitu “Ya” dan “Tidak” sehingga dengan demikian penyusun berharap mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang diteliti. Adapun tahapan proses pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

- a. Pengambilan data dilakukan oleh penyusun sendiri dengan mendatangi subjek penelitian.
- b. penyusun menjelaskan kepada calon responden mengenai teknik pengisian kuesioner dan apabila ada sesuatu yang kurang jelas, calon responden dipersilahkan untuk bertanya.
- c. pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung oleh penyusun dibantu oleh rekan—rekan sekitar calon responden, dan setelah selesai pengisian kuesioner selesai dapat dikumpulkan kembali kepada penyusun.
- d. data primer didapat dari hasil pengisian kuesioner yang berisi data mengenai permasalahan yang diberikan, pada kasus tersebut meliputi karakteristik dan motivasi wisatawan berkunjung ke kampung eropa lembah harau kabupaten lima puluh kota.
- e. Setelah data didapatkan, proses selanjutnya kemudian dianalisa data.

## G. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah kuensioner (angket) yang disusun menurut skala Guttman dengan tipe ini akan dapat jawaban yang tegas, yaitu "Ya-Tidak": "Benar-Salah": "Pernah-Tidak Pernah" yang positif dengan variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2013) "Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden". Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner terstruktur yang meliputi pertanyaan tertutup, yaitu menggunakan skala Guttman dengan memberikan jawaban yang tegas, yaitu "Ya" dan "Tidak". Adapun skoring perhitungan responden dalam skala Guttman dilihat pada table berikut :

**Tabel 7. Skoring dengan skala Guttman**

Alternatif Jawaban	Skor Alternatif Jawaban	
	Positif	Negatif
Ya	1	0
Tidak	0	1

Jawaban dari responden dapat dibuat skor tertinggi "satu" dan skor terendah "nol", untuk alternatif jawaban dalam kuesioner, penyusun mendapatkan kategori untuk setiap pertanyaan positif, yaitu Ya = 1 dan Tidak = 0, sedangkan pertanyaan negatif, yaitu Ya = 0, dan Tidak = 1. Dalam penelitian ini penyusun menggunakan Skala Guttman dalam bentuk *checklist*, dengan demikian penyusun berharap akan didapatkan jawaban yang tegas mengenai data yang diperoleh.

Tahap awal pembuatan kuesioner adalah mengumpulkan berbagai informasi yang ingin didapatkan dari responden yang kemudian dituangkan dalam bentuk kisi-kisi instrumen, setelah itu baru disusun pertanyaan dari kisi-kisi yang telah dibuat.

Supaya penyusunan instrument variabel Karakteristik dan Motivasi wisatawan lebih sistematis. Maka, variabel tersebut perlu adanya kisi-kisi pertanyaan dalam tabel berikut :

**Tabel 8. Kisi-kisi Pertanyaan Variabel**

Variabel	Indikator	Sub Indikator
<b>Karakteristik wisatawan (X1)</b>	Demografis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jenis kelamin</li> <li>- Usia</li> <li>- Status</li> <li>- Pekerjaan</li> <li>- Pendidikan</li> </ul>
	Geografis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- WNI</li> <li>- Jalan</li> <li>- Desa/Nagari</li> <li>- Kabupaten/kota</li> <li>- Provinsi</li> <li>- Pantai</li> <li>- Pegunungan</li> <li>- Komplek Perumahan</li> </ul>
	Psikografis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Psychocentric</i></li> <li>- <i>Allocentric</i></li> </ul>
<b>Motivasi wisatawan (X2)</b>	Motivasi Fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan relaksasi</li> <li>- Menjaga kesehatan</li> <li>- Mencari kenyamanan</li> </ul>
	Motivasi Sosial atau Interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bersilaturahmi dengan kerabat</li> <li>- Menjaga gengsi</li> <li>- Mendapatkan keramahan</li> <li>- Tempat pelarian</li> </ul>
	Motivasi Budaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempelajari adat</li> <li>- Menikmati kuliner</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyaksikan budaya</li> <li>- Melihat kesenian</li> </ul>
	Motivasi Fantasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari Fantasi</li> <li>- Menikmati kepuasan</li> <li>- Mencari status</li> <li>- Mencari kebebasan</li> </ul>

## H. Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang di gunakan tersebut benar valid atau reliabel. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner yang digunakan harus di uji tingkat validitas dan reabilitasnya. Kuisisioner ini di ujicobakan kepada pengunjung di kawasan Kampung Eropa Lembah Harau dengan jumlah 30 orang.

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013:267) “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Alat ukur dikatakan valid atau sah apabila mampu mengukur apa saja yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendah validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Setelah didapatkan uji instrumen, peneliti melakukan tabulasi pada tabel Guttman dengan menyusun item menurut ukuran skor jawaban “Ya” tertinggi sampai dengan yang paling rendah, hasil tabulasi Guttman terlampir. Karena instrumen dalam penelitian ini menggunakan

kuesioner dengan skala Guttman maka untuk memperoleh koefisien Reprodusibilitas dan koefisien Skalabilitas. Adapun rumus untuk menghitung koefisien Reprodusibilitas dan koefisien Skalabilitas adalah:

Koefisien Reprodusibilitas ( $Kr$ )

$$Kr = 1 - \frac{e}{n}$$

Keterangan:

$Kr$  = Koefisien Reprodusibilitas

$e$  = Jumlah Kesalahan

$n$  = Jumlah total pilihan jawaban = jumlah pertanyaan x jumlah responden

Usman dan Abdi dalam Munggaran (2012)

Koefisien Skalabilitas ( $Ks$ )

$$Ks = 1 - \frac{e}{c(n-Tn)}$$

Keterangan:

$Ks$  = Koefisien Skalabilitas

$e$  = Jumlah Kesalahan

$k$  = Jumlah kesalahan yang diharapkan =  $c(n-Tn)$

dimana  $c$  adalah kemungkinan mendapatkan jawaban yang benar.

Karena jawaban adalah “Ya” dan “Tidak” maka  $c = 0,5$

$n$  = Jumlah total pilihan jawaban = jumlah pertanyaan x jumlah responden

$Tn$  = Jumlah pilihan jawaban

Usman dan Abdi dalam Munggaran (2012)

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:121) “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang beberapa kali digunakan mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama”. Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kehandalan dari suatu instrumen. Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini adalah dengan internal consistency, yakni dilakukan dengan cara menguji cobakan instrumen sekali saja, kemudian setelah data diperoleh lalu dianalisis dengan teknik tertentu. Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan KR 20 (Kuder Richardson), adapun rumusnya adalah:

$$r_i = \frac{K}{(k-1)} \left\{ \frac{S^2_t - \sum p_i q_i}{S^2_t} \right\}$$

Keterangan:

k = jumlah item dalam instrumen

p<sub>i</sub> = proporsi banyakna subjek yang menjawab pada item 1

q<sub>i</sub> = 1- p<sub>i</sub>

S<sup>2</sup><sub>t</sub> = varians total

Sugiyono (2014)

**Tabel 9. Kriteria Reliabilitas**

Nilai	Kriteria
-1,00 – 0,20	Reabilitas sangat rendah
0,21 – 0,40	Reabilitas rendah
0,41 – 0,70	Reabilitas cukup
0,71 – 0,90	Reabilitas tinggi
0,91 – 1,00	Reabilitas sangat tinggi

## I. Teknik Analisa Data

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data-data dari responden, kemudian peneliti melakukan analisis data. Data yang didapatkan oleh peneliti adalah data mentah yang berisi jawaban dari responden mengenai permasalahan yang diteliti. Salah satu dari tujuan analisis data adalah menyederhanakan seluruh data dan kemudian disajikan dalam susunan yang sistematis, setelah itu menafsirkan atau memaknai data yang didapat.

Data yang diperoleh peneliti bersifat kuantitatif dengan skala Guttman sehingga perlu diolah untuk proses penarikan kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik hitung analisis diskriptif untuk mendeskripsikan variabel penelitian dalam pengukuran dan tidak menggunakan statistik inferensial karena tidak ada hipotesis dalam penelitian ini. Adapun teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah persentase. Persentase untuk setiap kemungkinan jawaban diperoleh dari membagi frekuensi yang diperoleh dengan jumlah sampel, kemudian dikalikan 100%. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P= Persentase

f= Frekuensi setiap jawaban yang dipilih

n= Jumlah

100%= Konstanta

(Buingin dalam Munggaran, 2012)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian



**Gambar 4. Peta**

Kampung Eropa merupakan salah satu tempat wisata dari Kampung Sarosah Lembah Harau yang berdiri pada tanggal 23 Desember 2018. Berdirinya Kampung Eropa berawal dari Lembah Harau yang memiliki keindahan spot foto yang dikelilingi dengan bukit/lembah dan memiliki air terjun yang tinggi. Tidak hanya mengandalkan keindahan alam, tetapi juga di bangun berbagai macam tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi salah satunya yang telah dibangun objek wisata kampung korea dengan latar pemandangan pohon tak berdaun, lalu yang terbatunya yaitu Kampung Eropa

Kampung Eropa dengan luas 80 meter persegi X 70 meter persegi yang terletak di Jorong Lubuak Limpato, Tarantang, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. Dari kota Payakumbuh berjarak sekitar 16 KM bisa ditempuh dalam waktu 30 menit. Objek wisata ini merupakan milik pribadi atau swasta yang dalam pengelolaannya merupakan warga sekitar Tarantang, Harau. Hal yang membuat kawasan ini menarik dari kawasan wisata yang lain

yaitu berkonsep dengan nuansa Eropa di tengah tengah keindahan alam yang membentang serta spot foto seperti bangunan, bendera dan tempat wisata yang ada di Eropa atau lebih tepatnya disebut dengan miniatur negara negara di Eropa. Fasilitas yang tersedia di Kampung Eropa yaitu tempat parkir, gazebo, musholla, toilet, tempat makanan dan minuman serta terdapat akomodasi penginapan.

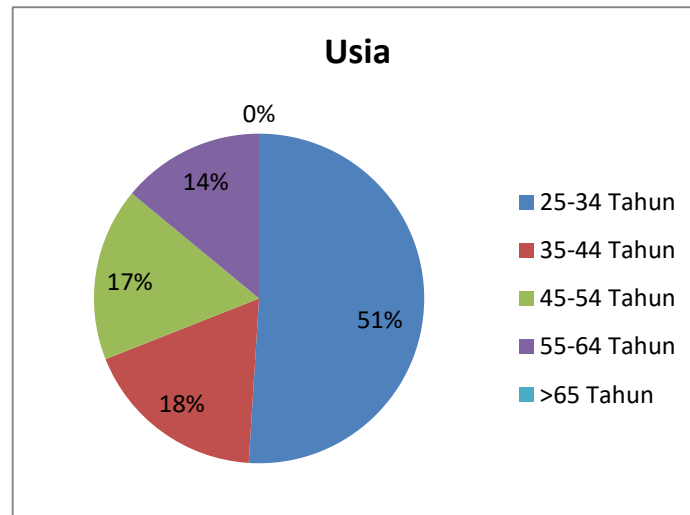
## **B. Hasil Penelitian**

Pada bagian ini penulis membahas dan memaparkan data yang telah diolah dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengunjung di daya tarik wisata Kampung Eropa. Hasil penelitian tersebut diantaranya: (1) Karakteristik Wisatawan (2) Motivasi Wisatawan (3) Pembahasan berdasarkan analisis diatas, dapat diperoleh pemaparan sebagai berikut :

### **1. Analisis Deskripsi Karakteristik Demografis**

#### **a. Karakteristik Demografis Berdasarkan Usia**

Berdasarkan proses pengumpulan data maka dapat dikelompokan karakteristik responden berdasarkan usia yang dapat dilihat pada diagram berikut:



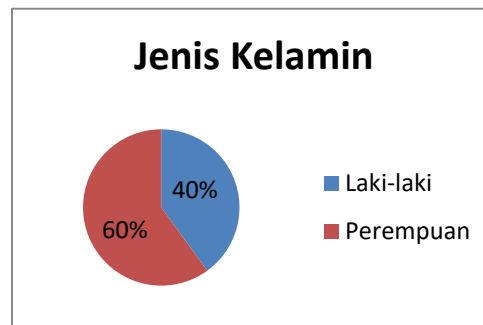
**Gambar 5. Usia**

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan Usia pada diagram diperoleh informasi bahwa mayoritas pengunjung yang berkunjung ke Kampung Eropa berusia 25-34 tahun sebanyak 51 orang (51%), 35-44 tahun sebanyak 18 orang (18%), 45-55 tahun sebanyak 17 orang (17%), 55-64 tahun sebanyak 14 orang (14%) dan usia > 65 (0%).

#### **b. Karakteristi Demografis Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan proses pengumpulan data maka dapat dikelompokkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada diagram berikut:



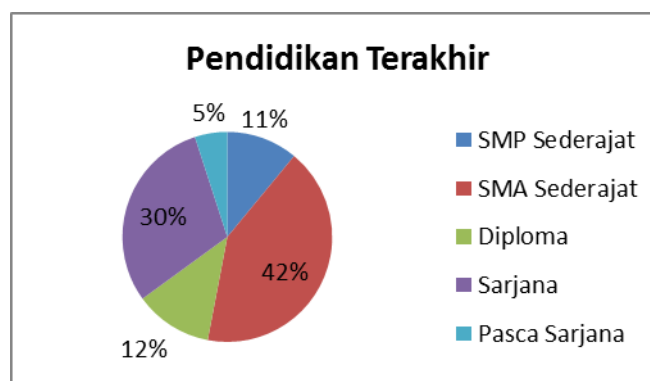
**Gambar 6. Jenis Kelamin**

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada diagram diperoleh informasi bahwa pengunjung yang berkunjung di Kampung Eropa sebanyak 40% adalah laki-laki dan 60% adalah perempuan.

### c. Karakteristik Demografis Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pengumpulan data maka dapat dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir yang dapat dilihat pada diagram berikut:



**Gambar 7. Pendidikan Terakhir**

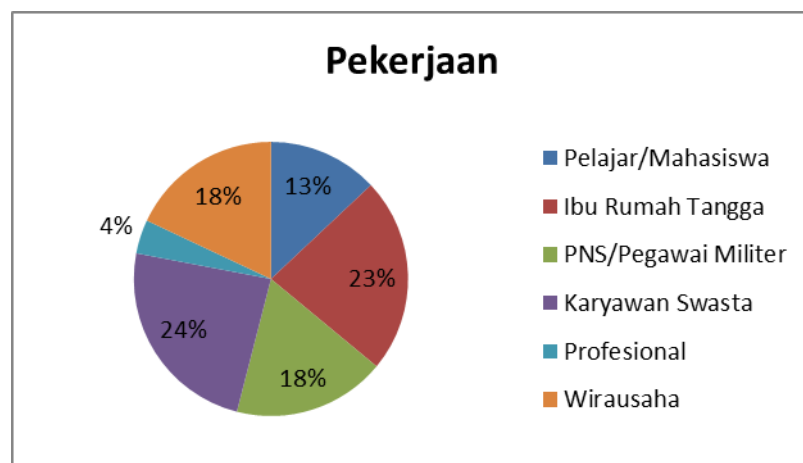
*sumber: Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada diagram diperoleh informasi bahwa pengunjung di Kampung Eropa yang pendidikan terakhir SMP Sederajat

sebanyak 11 orang (11%), SMA Sederajat 42 orang (42%), Diploma sebanyak 12 orang (12%), Sarjana 30 orang (30%), dan Pasca Sarjana 5 orang (5%).

#### d. Karakteristik Demografis Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pengumpulan data maka dapat dikelompokkan berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat pada diagram berikut:



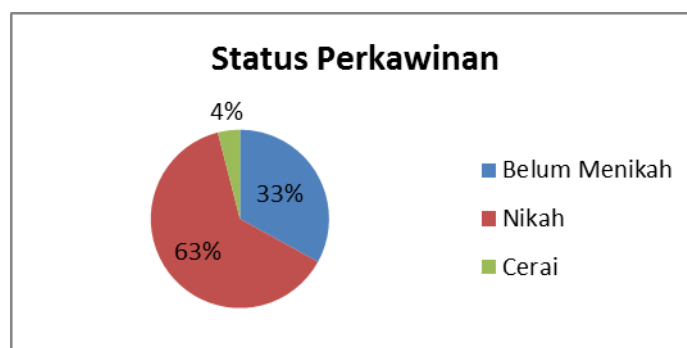
**Gambar 8. Pekerjaan**

*Sumber : Hasil olah data pribadi 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada diagram diperoleh informasi bahwa pengunjung yang berkunjung ke Kampung Eropa yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 13 orang (13%), ibu rumah tangga 23 orang (23%), PNS/Pegawai Militer 18 orang (18%), karyawan swasta 24 orang (24%), profesional 4 orang (4%) dan wirausaha 18 orang (18%).

#### e. Karakteristik Demografis Berdasarkan Status Perkawinan

Berdasarkan pengumpulan data maka dapat dikelompokkan berdasarkan status perkawinan dapat dilihat pada diagram berikut:



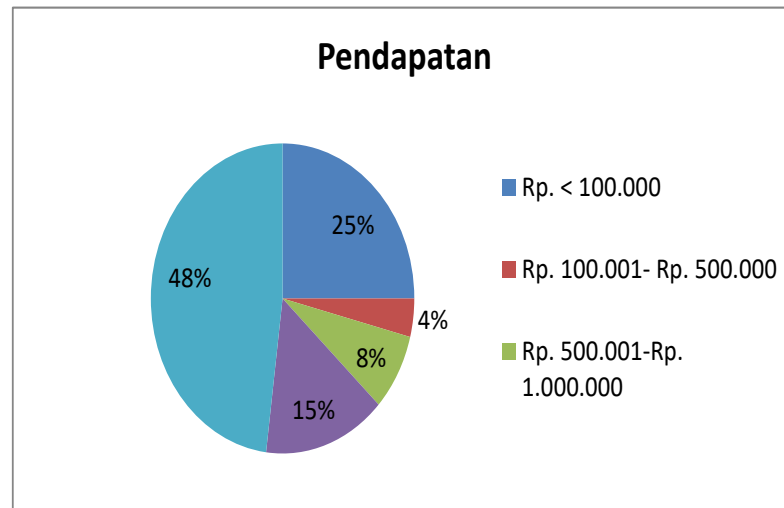
**Gambar 9. Status Perkawinan**

*Sumber: Hasil olah data pribadi 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan status perkawinan pada diagram diperoleh informasi bahwa pengujung yang berkunjung ke Kampung Eropa yang belum menikah 33 orang (33%), menikah 63 orang (63%) dan cerai 4 orang (4%).

#### f. Karakteristik Demografis Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan pengumpulan data maka dapat dikelompokkan berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada diagram berikut:



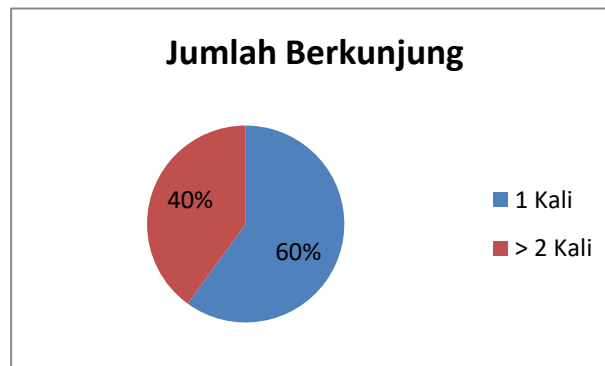
**Gambar 10. Pendapatan**

*Sumber: Hasil olah data pribadi 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan pendapatan pada diagram diperoleh informasi bahwa pengunjung yang berkunjung ke Kampung Eropa dengan pendapatan Rp. < 100.000 sebanyak 25 orang (25%), Rp. 100.001 – Rp. 500.000 sebanyak 4 orang (4%), Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000 sebanyak 8 orang (8%), Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000 sebanyak 15 orang (15%), dan Rp. > 2.000.000 sebanyak 48 orang (48%).

### g. Karakteristik Demografis Berdasarkan Jumlah Pengunjung

Berdasarkan pengumpulan data maka dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah berkunjung dapat dilihat pada diagram berikut:



**Gambar 11. Jumlah Berkunjung**

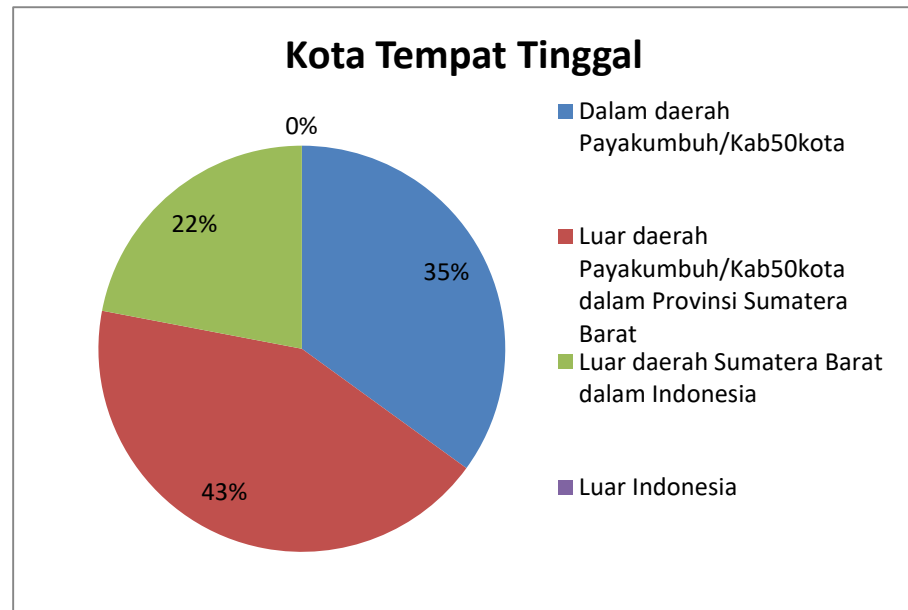
*Sumber: Hasil olah data pribadi 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan jumlah berkunjung pada diagram diperoleh informasi bahwa pengunjung yang berkunjung ke Kampung Eropa sebanyak 60 orang (60%) yang berkunjung 1x dan 40 orang (40%) yang berkunjung lebih dari 2x.

## 2. Analisis Deskripsi Karakteristik Geografis

### a. Karakteristik Geografis Berdasarkan Kota Tempat Tinggal

Berdasarkan pengumpulan data maka dapat dikelompokkan berdasarkan kota tempat tinggal dapat dilihat pada diagram berikut:



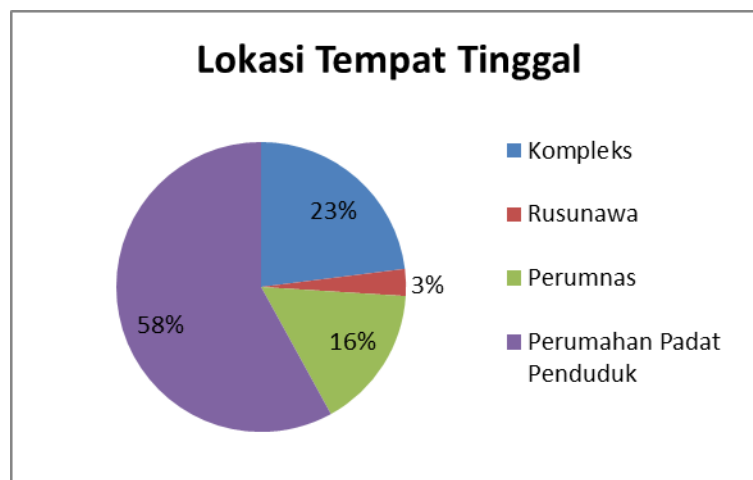
**Gambar 12. Kota Tempat Tinggal**

*Sumber : Hasil olah data pribadi 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan kota tempat tinggal pada diagram diperoleh informasi bahwa pengunjung yang berkunjung ke Kampung Eropa dari dalam daerah Payakumbuh/Kab50Kota sebanyak 35 orang (35%), luar daerah Payakumbuh/Kab50Kota dalam Provinsi Sumatera Barat sebanyak 43 orang (43%), luar daerah Sumatera Barat dalam Indonesia sebanyak 22 orang (22%) dan dari luar Indonesia (0%).

### b. Karakteristik Geografis Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal

Berdasarkan pengumpulan data maka dapat dikelompokkan berdasarkan lokasi tempat tinggal dapat dilihat pada diagram berikut:



**Gambar 13. Lokasi Tempat Tinggal**

*Sumber : Hasil olah data pribadi 2021*

Berdasarkan hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan lokasi tempat tinggal pada diagram diperoleh informasi bahwa pengujung yang berkunjung ke Kampung Eropa yang tinggal di Komplek 23 orang (23%), Rusunawa 3 orang (3%), Perumnas 16 orang (16%) dan Perumahan Padat Penduduk 58 orang (58%)

### 3. Analisis Deskripsi Karakteristik Psikografis

Untuk menentukan karakteristik psikografis ini penulis membuat 10 soal pernyataan yang telah disusun dengan menggunakan skala guttman, berikut hasil jawaban responden dari pernyataan yang telah penulis buat:

a) Saya lebih memilih destinasi wisata yang populer

**Tabel 10. Pernyataan 1**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	65	65
2.	Tidak	35	35
Jumlah		100	100

*Sumber: Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “saya lebih memilih destinasi wisata yang populer”. Dari 100 responden, 65 responden (65%) menyatakan “ya”, dan 35 responden (35%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar responden lebih menyukai destinasi wisata yang populer

b) Saya lebih menyukai kegiatan wisata yang minim resiko

**Tabel 11. Pernyataan 2**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	60	60
2.	Tidak	40	40
Jumlah		100	100

*Sumber: Hasil olah data pribadi 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya lebih menyukai kegiatan wisata yang minim resiko”. Dari 100 responden, 60 responden (60%) menyatakan “ya”,

dan 40 responden (40%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar responden lebih menyukai tempat wisata yang minim resiko.

- c) Dalam mengunjungi tempat wisata saya hanya terbatas pada wilayah sekitar tempat tinggal

**Tabel 12. Pernyataan 3**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	29	29
2.	Tidak	71	71
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil olah data penulis 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Dalam mengunjungi tempat wisata saya hanya terbatas pada wilayah sekitar tempat tinggal”. Dari 100 responden, 29 responden (29%) menyatakan “ya”, dan 71 responden (71%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang ingin berwisata tidak terbatas pada wilayah sekitar tempat tinggalnya saja.

- d) Saya senang mengunjungi tempat wisata dengan keluarga saya

**Tabel 13. Pernyataan 4**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	88	88
2.	Tidak	12	12
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil olah data pribadi 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya senang mengunjungi tempat wisata

dengan keluarga saya”. Dari 100 responden, 88 responden (88%) menyatakan “ya”, dan 12 responden (12%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan lebih senang berwisata dengan keluarga.

e) Saya menyukai tempat wisata yang menyenangkan untuk bersantai

**Tabel 14. Pernyataan 5**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	89	89
2.	Tidak	11	11
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data pribadi 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya menyukai tempat wisata yang menyenangkan untuk bersantai”. Dari 100 responden, 89 responden (89%) menyatakan “ya”, dan 11 responden (11%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan lebih memilih tempat wisata yang menyenangkan untuk bersantai.

f) Dalam berwisata saya ingin jadwal wisata yang terstruktur dan rutin

**Tabel 15 . Pernyataan 6**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	54	54
2.	Tidak	46	46
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Dalam berwisata saya ingin jadwal wisata

yang terstruktur dan rutin”. Dari 100 responden, 54 responden (54%) menyatakan “ya”, dan 46 responden (46%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan lebih memilih jadwal wisata yang terstruktur dan rutin

- g) Saya hanya akan mengunjungi tempat wisata yang sudah pernah saya kunjungi

**Tabel 16 . Pernyataan 7**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	42	42
2.	Tidak	58	58
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya hanya akan mengunjungi tempat wisata yang sudah pernah saya kunjungi”. Dari 100 responden, 42 responden (42%) menyatakan “ya”, dan 58 responden (58%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan tidak tertarik untuk mengunjungi wisata yang sudah pernah dikunjungi.

- h) Saya senang berinteraksi dengan masyarakat di objek wisata

**Tabel 17. Pernyataan 8**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	76	76
2.	Tidak	24	24
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya senang berinteraksi dengan masyarakat di objek wisata”. Dari 100 responden, 76 responden (76%) menyatakan “ya”, dan 24 responden (24%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan senang berinteraksi dengan masyarakat di objek wisata.

- i) Dalam mengunjungi tempat wisata saya selalu ingin mendapatkan pengalaman dan ilmu yang baru

**Tabel 18 . Pernyataan 9**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	75	75
2.	Tidak	25	25
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Dalam mengunjungi tempat wisata saya selalu ingin mendapatkan pengalaman dan ilmu yang baru”. Dari 100 responden, 75 responden (75%) menyatakan “ya”, dan 25 responden (25%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan selalu ingin mendapatkan ilmu dan pengalaman baru setiap mengunjungi tempat wisata.

j) Saya selalu menyempatkan diri untuk berwisata

**Tabel 19. Pernyataan 10**

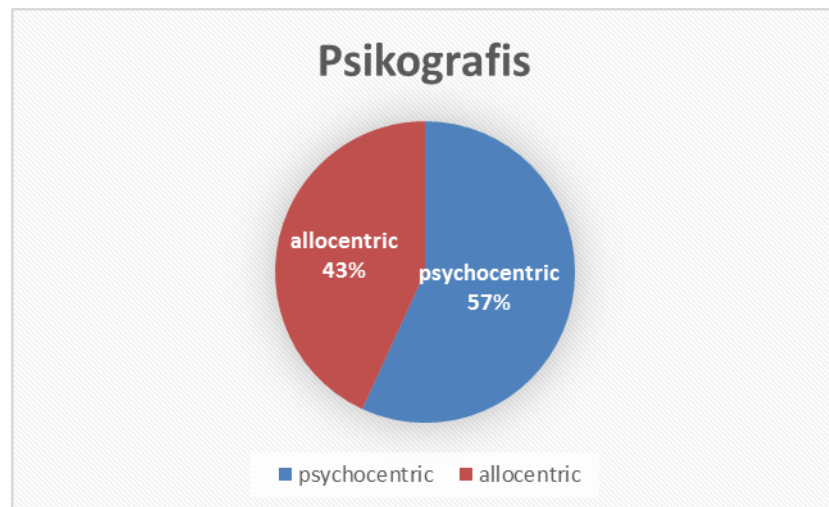
No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	78	78
2.	Tidak	22	22
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya selalu menyempatkan diri untuk berwisata”. Dari 100 responden, 78 responden (78%) menyatakan “ya”, dan 22 responden (22%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan selalu menyempatkan diri untuk berwisata.

Dalam penelitian Karakteristik Psikografis ini dilakukan untuk mengetahui wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau. Apakah termasuk kedalam psychocentric atau allocentric, untuk menegtahui karakteristik tersebut penulis telah memberikan 10 pernyataan kepada responden, 7 pernyataan mengenai psychocentric dan 3 pernyataan mengenai allocentric. Untuk pernyataan psychocentric, jika responden menjawab “ya” maka responden tersebut memilih karakter diri mereka sebagai psychocentric, jika menjawab “tidak” maka responden tersebut memilih karakter diri mereka sebagai allocentric. Untuk pernyataan allocentric, jika responden menjawab “ya” maka responden tersebut memilih diri mereka sebagai allocentric dan sebaliknya jika responden

tersebut menjawab “tidak”, maka responden tersebut memilih diri mereka sebagai psychocentric.



**Gambar 14. Psikografis**

*Sumber : Hasil olah data pribadi 2021*

#### 4. Analisis Deskripsi Motivasi Pengunjung

##### a. Motivasi Fisik

1) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk relaksasi

**Tabel 20. Pernyataan 1**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	87	87
2.	Tidak	13	13
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk relaksasi”. Dari 100 responden, 87 responden (87%) menyatakan “ya”, dan 13 responden (13%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan

bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa lebih memilih wisata untuk relaksasi.

2) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk bersantai

**Tabel 21. Pernyataan 2**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	90	90
2.	Tidak	10	10
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk bersantai”. Dari 100 responden, 90 responden (90%) menyatakan “ya”, dan 10 responden (10%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa lebih memilih wisata untuk bersantai.

3) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mencari kenyamanan

**Tabel 22. Pernyataan 3**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	77	77
2.	Tidak	23	23
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa

untuk mencari kenyamanan”. Dari 100 responden, 77 responden (77%) menyatakan “ya”, dan 23 responden (23%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa lebih mencari kenyamanan dalam berwisata.

#### **b. Motivasi Sosial**

- 1) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk dapat berinteraksi dengan orang baru

**Tabel 23 . Pernyataan 1**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	52	52
2.	Tidak	48	48
Jumlah		100	100

Sumber : Hasil olah data penulis 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk dapat berinteraksi dengan orang baru”. Dari 100 responden, 52 responden (52%) menyatakan “ya”, dan 48 responden (48%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa lebih suka berinteraksi dengan orang baru.

- 2) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk menikmati kegiatan dengan teman atau keluarga

**Tabel 24. Pernyataan 2**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	86	86
2.	Tidak	14	14
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk menikmati kegiatan dengan teman atau keluarga”. Dari 100 responden, 86 responden (86%) menyatakan “ya”, dan 14 responden (14%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa lebih suka menikmati kegiatan wisata dengan teman atau keluarga

- 3) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mencari suasana baru

**Tabel 25 . Pernyataan 3**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	73	73
2.	Tidak	27	27
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mencari suasana baru”. Dari 100 responden, 73 responden (73%) menyatakan “ya”, dan 27 responden (27%) menyatakan “tidak”. Hal ini

menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa lebih menyukai berwisata untuk mencari suasana baru.

**c. Motivasi Budaya**

- 1) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut

**Tabel 26. Pernyataan 1**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	73	73
2.	Tidak	27	27
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut”. Dari 100 responden, 73 responden (73%) menyatakan “ya”, dan 27 responden (27%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan lebih memilih berwisata ke Kampung Eropa untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi tersebut

- 2) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk melihat kesenian Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut

**Tabel 27 . Pernyataan 2**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	69	69
2.	Tidak	31	31
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk melihat kesenian Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut”. Dari 100 responden, 69 responden (69%) menyatakan “ya”, dan 31 responden (31%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa memilih untuk melihat kesenian Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut

- 3) Saya mengunjungi Kampug Eropa untuk mengetahui tradisi atau makanan khas Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut

**Tabel 28. Pernyataan 3**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	67	67
2.	Tidak	33	33
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mengetahui tradisi atau makanan khas Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut”. Dari 100 responden, 67 responden (67%) menyatakan “ya”, dan 33 responden (33%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan lebih memilih berwisata ke Kampung Eropa untuk mengetahui tradisi atau makana khas Eropa yang ada di destinasi tersebut.

#### d. Motivasi Fantasi

- 1) Saya berwisata ke Kampung Eropa agar mendapatkan pengakuan dari orang lain sebagai informan objek wisata

**Tabel 29. Pernyataan 1**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	41	41
2.	Tidak	59	59
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya berwisata ke Kampung Eropa agar mendapatkan pengakuan dari orang lain sebagai informan objek wisata”. Dari 100 responden, 41 responden (41%) menyatakan “ya”, dan 59 responden (56%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa tidak semua wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa ingin mendapat pengakuan dari orang lain sebagai informan objek wisata.

- 2) Saya berwisata ke Kampung Eropa agar mendapat pengalaman yang baru.

**Tabel 30. Pernyataan 2**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	69	69
2.	Tidak	31	31
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya berwisata ke Kampung Eropa agar mendapat pengalaman yang baru”. Dari 100 responden, 69 responden (69%) menyatakan “ya”, dan 31 responden (31%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa lebih memilih berwisata untuk mendapatkan pengalaman baru

- 3) Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mengikuti *trend* media sosial

**Tabel 31. Pernyataan 3**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	56	56
2.	Tidak	44	44
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mengikuti *trend* media sosial”. Dari 100 responden, 56 responden

(56%) menyatakan “ya”, dan 44 responden (44%) menyatakan “tidak”.

Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa lebih memilih berwisata untuk mengikuti *trend* media sosial.

- 4) Saya berwisata ke Kampung Eropa agar dapat memenuhi reputasi diri sebagai seorang wisatawan

**Tabel 32. Pernyataan 4**

No	Alternatif Jawaban	F	Presentasi %
1.	Ya	51	51
2.	Tidak	49	49
Jumlah		100	100

*Sumber : Hasil olah data penulis 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya berwisata ke Kampung Eropa agar dapat memenuhi reputasi diri sebagai seorang wisatawan”. Dari 100 responden, 51 responden (51%) menyatakan “ya”, dan 49 responden (49%) menyatakan “tidak”. Hal ini menyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa memilih berwisata untuk memenuhi reputasi diri sebagai seorang wisatawan.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat dibuat pembahasan mengenai Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. Penelitian Karakteristik Wisatawan ini ditinjau dari 3 indikator, yaitu: (1) Karakteristik Demografis (2) Karakteristik Geografis (3) Karakteristik Psikografis. Motivasi Wisatawan juga di tinjau dari 4

indikator, yaitu: (1) Motivasi Fisik (2) Motivasi Sosial atau Interpersonal (3) Motivasi Budaya (4) Motivasi Fantasi. Berikut penulis uraikan mengenai Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota.

## **1. Karakteristik Demografis**

### a) Usia

Dari data yang diperoleh dari 100 responden, mayoritas pengunjung yang berkunjung ke Kampung Eropa berada pada rentang usia 25 – 34 tahun yaitu sebanyak 51%.

### b) Jenis Kelamin

Berdasarkan dari kusioner yang telah disebarakan kepada 100 orang responden 40% responden yang berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 60% lainnya berjenis kelamin perempuan. Hal ni dikarenakan saat ini populasi perempuan lebih banyak dibanding laki-laki.

### c) Pendidikan Terakhir

Berdasarkan dari kusioner yang telah disebarakan kepada 100 orang responden mayoritas wisatawan yang berkunjung memiliki pendidikan terakhir pada jenjang SMA/Sederajat, yaitu sebanyak 42%.

### d) Pekerjaan

Berdasarkan dari kusioner yang telah disebarakan kepada 100 orang responden mayoritas dari pengunjung yakni 13% dari responden merupakan pelajar/mahasiswa, sebanyak 23% responden merupakan ibu rumah tangga, kemudian diikuti sebanyak 64% pengunjung yang sudah

bekerja yang terbagi atas 18% responden merupakan PNS/Pegawai Militer, 24% responden merupakan Karyawan Swasta, 4% responden merupakan Profesional, dan 18% responden merupakan wirausaha.

e) Status Perkawinan

Berdasarkan dari kusioner yang telah disebarakan kepada 100 orang responden mayoritas responden yang didapatkan dengan status nikah yaitu 63%.

f) Pendapatan

Berdasarkan pekerjaannya mayoritas pengunjung memiliki pendapatan >Rp.2.000.000. Hal ini dibuktikan dengan hasil data dari kusioner yang telah disebarakan kepada 100 orang responden, sebanyak 48% responden yang memiliki pendapatan >Rp.2.000.000.

g) Kunjungan

Berdasarkan dari kusioner yang telah disebarakan kepada 100 orang responden didapatkan bahwa wisatawan berkunjung ke Kampung Eropa hanya 1x (kali) sebanyak 60% responden.

## **2. Karakteristik Geografis**

a) Kota Tempat tinggal

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa mayoritas pengunjung yang berkunjung ke Kampung Eropa berasal dari luar daerah Payakumbuh/Kab.50Kota dalam Sumatera Barat yaitu sebanyak 43% responden.

#### b) Lokasi Tempat Tinggal

Dari hasil data kusioner yang telah penulis berikan kepada 100 orang responden. Mayoritas wisatawan yang didapat memiliki lokasi tempat tinggal di perumahan padat penduduk yaitu sebanyak 58% responden.

### 3. Karakteristik Psikografis

Berdasarkan hasil kusioner yang telah dibagikan kepada responden. Pengunjung yang berkunjung ke Kampung Eropa mayoritas masuk ke dalam tipe pengunjung *psycocentric* dari dua tipe wisatawan menurut Plog sebanyak 66% dan yang termasuk kedalam tipe *allocentric* sebanyak 34%. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa belum banyak memilih kearah wisata yang menghadirkan pengalaman autentik. Wisatawan lebih suka mengunjungi tempat wisata yang sudah terkenal dan ramai dikunjungi wisatawan. Karakteristik psikografis yang didominasi oleh tipe *psycocentric* dalam hasil penelitian ini, Menurut Plog dalam Cooper et.al. (2005) dan dalam ismayati (2010) wisatawan yang termasuk kategori ini biasanya memfokuskan perjalanannya pada satu tema, topik atau tujuan. Mereka memilih daerah wisata yang sudah dikenal dan tergolong dalam pendapatan rendah. Mereka tidak memiliki jiwa petuang dan menuntut fasilitas yang sangat memadai. Mereka cenderung enggan melakukan lintas budaya.

#### 4. Motivasi Wisatawan

Berdasarkan indikator dari motivasi wisatawan dikumpulkan 13 butir pernyataan yang telah di uji validitas dan realibilitasnya. Selanjutnya pernyataan tersebut disebarakan kepada 100 orang responden untuk diisi. Berdasarkan hasil pengisian kusioner penelitian tersebut maka dapat diperoleh deskripsi data hasil berdasarkan indikator berikut :

##### a) Motivasi Fisik

Dari hasil penelitian diatas kita dapat mengetahui bahwa motivasi paling kuat wisatawan yang mengunjungi kampung eropa yaitu dengan tujuan untuk bersantai dengan persentase 90%, lalu motivasi selanjutnya dengan bertujuan untuk relaksasi dengan persentase 87%, adapun untuk motivasi mencari kenyamanan dengan persentase 77%.

Maka dapat dikatakan bahwa motivasi fisik wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota melalukan wisata sebagian besar untuk bersantai dilihat dari jumlah persentase yang didapatkan.

##### b) Motivasi Sosial

Dari hasil penelitian diatas kita dapat mengetahui bahwa motivasi paling kuat wisatawan yang mengunjungi kampung eropa yaitu menikmati kegiatan dengan teman dan keluarga dengan persentase 86%, lalu motivasi selanjutnya dengan bertujuan untuk mencari suasana baru dengan persentase 73%, adapun untuk motivasi agar dapat berinteraksi dengan orang baru dengan persentase 52%.

Maka dapat dikatakan bahwa motivasi sosial atau interpersonal wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota berwisata untuk menikmati kegiatan dengan teman atau keluarga dilihat dari jumlah persentase yang didapatkan.

c) Motivasi Budaya

Dari hasil penelitian diatas kita dapat mengetahui bahwa motivasi paling kuat wisatawan yang mengunjungi kampung eropa yaitu untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi wisata dengan persentase 73%, lalu motivasi selanjutnya dengan bertujuan untuk melihat kesenian Eropa yang ada di destinasi wisata dengan persentase 69%, adapun untuk motivasi ingin mengetahui tradisi atau makanan khas Eropa di destinasi dengan persentase 67%.

Maka dapat dikatakan bahwa motivasi budaya wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota berwisata untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut dilihat dari jumlah persentase yang didapatkan.

d) Motivasi Fantasi

Dari hasil penelitian diatas kita dapat mengetahui bahwa motivasi paling kuat wisatawan yang mengunjungi kampung eropa yaitu ingin mendapatkan pengalaman yang baru dengan persentase 69%, lalu motivasi selanjutnya dengan tujuan untuk mengikuti tren media sosial dengan persentase 56%, kemudian motivasi dengan tujuan ingin memenuhi reputasi diri sebagai seorang wisatawan dengan persentase 51%, adapun motivasi

ingin dapat pengakuan dari orang lain sebagai informan objek wisata dengan persentase 41% sebagian besar wisatawan tidak ingin dikatakan sebagai informan objek wisata.

Maka dapat dikatakan bahwa motivasi Fantasi wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota berwisata dengan tujuan ingin mendapatkan pengalaman yang baru dilihat dari jumlah persentase yang didapatkan.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Fani Purwati (2016) yang mengatakan bahwa Setiap wisatawan yang melakukan kunjungan wisata ke Pantai Indah Sergang Dabo Singkep memiliki motivasi yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan tujuan wisata yang ingin dicapai. Apabila empat indikator tersebut dapat tercapai seperti motivasi fisik, fantasi, sosial dan budaya akan memunculkan keinginan dari dalam diri wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Pantai Indah Sergang Dabo Singkep dikemudian hari dan apalagi hal tersebut mendapatkan dukungan dan dorongan dari pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan akan kebutuhan fisik dan fantasi seperti relaksasi, kesehatan, kenyamanan dan bersantai di Pantai Indah Sergang Dabo Singkep serta faktor dorongan fantasi berupa menghilangkan diri dari tingkat kejenuhan yang tinggi serta motivasi untuk bertemu dan berkumpul dengan keluarga menjadi motivasi lainnya bagi wisatawan untuk berkunjung ke wisata Pantai Indah Sergang Dabo Singkep.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

1. Variabel Karakteristik Wisatawan (X1) dapat di dijelaskan dari Tiga indikator yaitu:

##### **a) Karakteristik Demografis**

Mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota adalah wisatawan yang berusia 25 – 34 Tahun yaitu sebanyak 51% dari 100 responden, berdasarkan jenis kelaminnya didominasi oleh wisatawan dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 60% dengan tingkat pendidikan terakhir yang didapatkan mayoritas SMA/Sederajat. Pekerjaan mayoritas wisatawan yaitu ibu rumah tangga dengan status perkawinan menikah, pendapatan yang diperoleh yaitu > Rp. 2.000.000, sedangkan kunjungan wisatawan yang berkunjung dominan baru pertama kali berwisata ke kampung eropa.

##### **b) Karakteristik Geografis**

Berdasarkan karakteristik geografis wisatawan yang banyak datang ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota berasal dari luar daerah Payakumbuh/Kab50Kota dalam Provinsi Sumatera Barat yaitu sebanyak 43%, dengan lokasi tempat tinggal mayoritas daerah perumahan padat penduduk.

### c) Karakteristik Psikografis

Karakteristik psikografis wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota didominasi oleh pengunjung yang tergolong ke dalam tipe karakter *psychocentric*, hal tersebut manandakan bahwa wisatawan lebih memilih destinasi wisata yang populer, lebih menyukai untuk kegiatan yang minim resiko, mengunjungi tempat wisata hanya terbatas pada wilayah sekitar tempat tinggal, lebih senang mengunjungi tempat wisata dengan keluarga, menyukai aktivitas wisata yang menyenangkan untuk bersantai, lebih menyukai kegiatan wisata yang sudah terstruktur dan rutin, dan wisatawan tidak hanya mengunjungi tempat wisata yang sudah pernah dikunjunginya.

2. Variabel Motivasi Wisatawan (X2) dapat dijelaskan dari Empat indikator yaitu :

#### a) Motivasi Fisik

Berdasarkan hasil penelitian motivasi fisik wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota melakukan wisata sebagian besar untuk bersantai.

#### b) Motivasi Sosial

Berdasarkan hasil penelitian motivasi sosial wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota berwisata untuk menikmati kegiatan dengan teman atau keluarga.

**c) Motivasi Budaya**

Berdasarkan hasil penelitian motivasi budaya wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota berwisata untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut.

**d) Motivasi Fantasi**

Berdasarkan hasil penelitian motivasi fantasi wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota berwisata dengan tujuan ingin mendapatkan pengalaman yang baru

**B. Saran**

1. Bagi Pengelola Kampung Eropa

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah penulis selesaikan penulis menyarankan kepada pihak Kampung Sarosah selaku pengelola Daya Tarik Wisata Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. Dalam melakukan pengembangan kawasan daya tarik wisata sebaiknya disesuaikan dengan karakteristik dan Motivasi wisatawan. Dari salah satu penelitian menyatakan karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kampung Eropa menyukai wisata yang menyenangkan dengan tujuan untuk bersantai, artinya pengelola harus memperhatikan apa saja fasilitas yang akan ditambahkan untuk wisatawan dapat bersantai dengan nyaman dan dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan.

## 2. Bagi Jurusan Pariwisata

Penelitian ini dapat menjadi bahan untuk menambah wawasan materi dalam pembelajaran kepada mahasiswa/i dalam menambah ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak yang terkait dan juga bisa dijadikan tambahan materi bahan pembelajaran khususnya pada bidang pariwisata.

## 3. Bagi Penelitian Lain

Bagi peneliti lain disarankan untuk mencari teori indikator karakteristik dan motivasi wisatawan agar dapat menambah teori yang ada bagi peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bennet, Seaton, 1996, *Marketing Tourism Products*, Oxford: Alden Press.. )
- Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota
- Hasibuan, Melayu. 2010 *Organisasi & Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Ivanonic, Milena. 2008. *Cultural Tourism*. Cape Town : Juta & Compan, Ltd. Sr
- Joseph, P. (2013). *Tourism Principles, Policies & Practices*. Pondicherry: Directorate of Distance Education, Pondicherry University.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, philip, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Marpaung, Happy. 2000. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cetakan ke-1. Jakarta: Kencana.
- Mowen dan Minor, 2002 . *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi kelima. Jakarta.
- Murphy. 1985. *Pengembangan Potensi Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Philip Kotler dan Amstrong. 2002, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Ridwan, Mohamad, 2012, *Perencanaan dan pengembangan Pariwisata*, Medan: PT SOFMEDIA
- Riyadi, S., & Hakim, L. (2012). Daya Saing Daerah Tujuan Wisata ( Studi Kasus Rendahnya Daya Saing Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi ), 10(September)
- Riyadi, S., & Hakim, L. (2012). Daya Saing Daerah Tujuan Wisata ( Studi Kasus Rendahnya Daya Saing Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi ), 10(September)

- Seaton, A.V. and M.M. Bennett. 1996. *The Marketing of Tourism Product : Concepts, Issues and Cases*. London : International Thomson Business Press
- Smith, T. W. (1989). The hardy personality: cognitive and physiological responses to evaluative threat. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 56, No.2 , 257-266
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Undang- Undang Negara Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

**LAMPIRAN****Lampiran 1. Kuesioner Uji Coba dan Penelitian****KUESIONER UJI COBA PENELITIAN****KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE  
KAMPUNG EROPA LEMBAH HARAU KABUPATEN LIMA PULUH  
KOTA**

Nama : Atilla Indorevoni  
Nim/TM : 17135214 / 2017  
Program Studi: D4 Manajemen Perhotelan  
Jurusan :Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan UNP

Dalam rangka menyelesaikan Skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negri Padang, dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul “Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota”.

Sesuai dengan hal diatas penulis memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dan mengisi kuesioner yang telah penulis sediakan. Dalam pengisian kuesioner ini tidak ada jawaban yang benar maupun salah. Yang terpenting adalah jawaban yang benar-benar sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i. Data yang diperoleh ini akan dipergunakan sebagai data penelitian, oleh karena itu identitas Bapak/Ibu/Saudara/i akan dijamin kerahasiaan pribadinya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, penulis mengucapkan terima kasih. Penulis juga mohon maaf apabila ada kata-kata yang kurang berkenan di hati Bapak/Ibu/Saudara/i.

Hormat Saya,

Atilla Indorevoni

**LEMBAR KUESIONER****Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke  
Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota****A. Karakteristik Wisatawan (X1)****Identitas Responden****1. Karakteristik Demografis**

Nama Responden :

1. Usia :  25 - 34  
 35 - 34  
 45- 54  
 55-64  
 >65

2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan

3. Pendidikan terakhir :

- SMP Sederajat  
 SMA Sederajat  
 Diploma  
 Sarjana  
 Pasca Sarjana

4. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  
 Ibu Rumah Tangga  
 PNS/Pegawai Militer  
 Karyawan Swasta  
 Profesional  
 Wirausaha
5. Status Perkawinan :  Belum menikah  
 Nikah  
 Cerai
6. Pendapatan:  Rp. <100.000  
 Rp. 100.001 – Rp.500.000  
 Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000  
 Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000  
 Rp. >2.000.000
7. Kunjungan Yang ke:  1 Kali  
 >2 Kali

## 2. Karakteristik Geografi

8. Kota tempat tinggal :  Dalam daerah Payakumbuh atau Kab50Kota  
 Luar daerah Payakumbuh atau Kab50Kota dalam Provinsi Sumatera Barat  
 Luar daerah Sumatera Barat dalam Indonesia  
 Luar Indonesia

9. Lokasi tempat tinggal :  Komplek  
 Rusunawa  
 Perumnas  
 Perumahan padat penduduk

**a. Petunjuk Pengisian**

- 1) Bacalah terlebih dahulu pernyataan dengan cermat sebelum Bapak/Ibu/Saudara/i memulai jawabannya.
- 2) Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda check (√) ada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap paling benar.

**Keterangan Penelitian**

- a. Ya
- b. Tidak

**3. Karakteristik Psikografis Wisatawan**

No	Pernyataan	Penilaian	
		Ya	Tidak
8.	Saya lebih memilih destinasi wisata yang populer		
9.	Saya lebih menyukai kegiatan wisata yang minim resiko		
10.	Dalam mengunjungi tempat wisata saya hanya terbatas pada wilayah sekitar tempat tinggal		
11.	Saya senang mengunjungi tempat wisata dengan keluarga saya		
12.	Saya menyukai tempat wisata yang menyenangkan untuk bersantai		
13.	Dalam berwisata saya ingin jadwal wisata yang terstruktur dan rutin		

14.	Saya hanya akan mengunjungi tempat wisata yang sudah pernah saya kunjungi		
15.	Saya senang berinteraksi dengan masyarakat di objek wisata		
16.	Dalam mengunjungi tempat wisata saya selalu ingin mendapatkan pengalaman dan ilmu yang baru		
17.	Saya selalu menyempatkan diri untuk berwisata		

### B. Motivasi Pengunjung (X2)

Berikut ini adalah pernyataan mengenai motivasi pengunjung. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan memberikan tanda checklist (√) pada alternatif dibawah ini:

No	Motivasi Pengunjung	Penilaian	
		Ya	Tidak

#### Motivasi Fisik

1.	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk relaksasi		
2.	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk bersantai		
3.	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mencari kenyamanan		

### Motivasi Sosial atau Interpersonal

1	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk dapat berinteraksi dengan orang baru		
2.	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk menikmati kegiatan dengan teman atau keluarga		
3.	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mencari suasana baru		

### Motivasi Budaya

1	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mengenal budaya Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut		
2.	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk melihat kesenian Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut		
3.	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mengetahui tradisi atau makanan khas Eropa yang ada di destinasi wisata tersebut		

### Motivasi Fantasi

1	Saya berwisata ke Kampung Eropa agar mendapatkan pengakuan dari orang lain sebagai sebagai informan objek wisata		
2.	Saya berwisata ke Kampung Eropa agar mendapat pengalaman yang baru		
3.	Saya mengunjungi Kampung Eropa untuk mengikuti <i>trend</i> media sosial		
4.	Saya berwisata ke Kampung Eropa agar dapat memenuhi reputasi diri sebagai seorang wisatawan		

**“TERIMA KASIH ATAS KERJASAMA BAPAK/IBUK/SAUDARA/I”**

**Lampiran 2. Tabulasi Uji Instrumen Penelitian**

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total	11	12	13	Total	14	15	16	Total	17	18	19	Total	20	21	22	23	Total
1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	1	1	6
2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	15	2	1	2	5	2	1	2	5	1	1	1	3	2	1	2	2	7
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
4	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	15	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	5
5	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	15	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	2	1	6
6	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	16	1	1	2	4	2	1	2	5	2	2	2	6	2	2	2	2	8
7	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	15	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
8	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
9	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	18	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	5	2	2	1	1	6
10	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	1	2	6
11	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	15	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	1	3	1	2	1	2	6
12	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	15	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	1	3	2	1	1	1	5
13	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	16	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	4
14	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	13	1	1	1	3	1	2	2	5	1	1	1	3	1	1	1	1	4
15	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	15	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	2	2	7
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	2	2	1	5	1	1	2	4	2	1	2	2	7
17	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	15	1	1	2	4	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	5
18	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
20	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	12	1	1	1	3	1	2	1	4	1	1	1	3	2	1	2	2	7
21	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	14	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	2	7
22	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	1	3	2	1	2	2	7

23	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	2	7
24	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
25	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	13	1	1	1	3	1	2	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	4
26	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	17	1	1	1	3	2	2	1	5	1	1	2	4	1	1	2	2	6
27	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	15	1	1	1	3	2	1	1	4	2	1	2	5	2	1	1	1	5
28	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	19	1	1	1	3	2	2	1	5	2	2	1	5	2	2	2	2	8
29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2	2	1	5	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	2	2	7
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4

### Lampiran 3. Uji Validitas

#### 1. Uji Validitas Karakteristik Psikografis

		Correlations										Karakteristik	
		VAR000	VAR000	VAR000	VAR000	VAR000	VAR000	VAR000	VAR000	VAR000	VAR000	VAR000	Psikografis
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	Wisatawan	
VAR000 01	Pearson Correlation	1	.480**	.208	.068	.272	1.000**	.068	.408*	.208	.068	.660**	
	Sig. (2-tailed)		.007	.270	.721	.146	.000	.721	.025	.270	.721	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
VAR000 02	Pearson Correlation	.480**	1	.045	-.035	-.023	.480**	-.035	.138	.045	-.035	.382*	
	Sig. (2-tailed)	.007		.812	.856	.904	.007	.856	.466	.812	.856	.037	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
VAR000 03	Pearson Correlation	.208	.045	1	.327	.218	.208	.327	.327	1.000**	.327	.662**	
	Sig. (2-tailed)	.270	.812		.077	.247	.270	.077	.077	.000	.077	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
VAR000 04	Pearson Correlation	.068	-.035	.327	1	.389*	.068	1.000**	.167	.327	1.000**	.662**	
	Sig. (2-tailed)	.721	.856	.077		.034	.721	.000	.379	.077	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
VAR000 05	Pearson Correlation	.272	-.023	.218	.389*	1	.272	.389*	.389*	.218	.389*	.526**	
	Sig. (2-tailed)	.146	.904	.247	.034		.146	.034	.034	.247	.034	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
VAR000 06	Pearson Correlation	1.000**	.480**	.208	.068	.272	1	.068	.408*	.208	.068	.660**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.270	.721	.146		.721	.025	.270	.721	.000	

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson Correlation	.068	-.035	.327	1.000**	.389*	.068	1	.167	.327	1.000**	.662**
07	Sig. (2-tailed)	.721	.856	.077	.000	.034	.721		.379	.077	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson Correlation	.408*	.138	.327	.167	.389*	.408*	.167	1	.327	.167	.567**
08	Sig. (2-tailed)	.025	.466	.077	.379	.034	.025	.379		.077	.379	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson Correlation	.208	.045	1.000**	.327	.218	.208	.327	.327	1	.327	.662**
09	Sig. (2-tailed)	.270	.812	.000	.077	.247	.270	.077	.077		.077	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR000	Pearson Correlation	.068	-.035	.327	1.000**	.389*	.068	1.000**	.167	.327	1	.662**
10	Sig. (2-tailed)	.721	.856	.077	.000	.034	.721	.000	.379	.077		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Karakter	Pearson Correlation	.660**	.382*	.662**	.662**	.526**	.660**	.662**	.567**	.662**	.662**	1
istik	Sig. (2-tailed)	.000	.037	.000	.000	.003	.000	.000	.001	.000	.000	
Psikogra												
fis												
Wisataw	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
an												

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Uji Validitas Motivasi Fisik

Correlations

		VAR00011	VAR00012	VAR00013	Motivasi Fisik
VAR000 11	Pearson Correlation	1	.695**	.356	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000	.053	.000
	N	30	30	30	30
VAR000 12	Pearson Correlation	.695**	1	-.062	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000		.745	.000
	N	30	30	30	30
VAR000 13	Pearson Correlation	.356	-.062	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.053	.745		.000
	N	30	30	30	30
Motivasi Fisik	Pearson Correlation	.888**	.617**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 3. Uji Validitas Motivasi Sosial

Correlations

		VAR00014	VAR00015	VAR00016	Motivasi Sosial
VAR000 14	Pearson Correlation	1	.033	.367*	.779**
	Sig. (2-tailed)		.861	.046	.000
	N	30	30	30	30
VAR000 15	Pearson Correlation	.033	1	-.042	.473**
	Sig. (2-tailed)	.861		.827	.008
	N	30	30	30	30
VAR000 16	Pearson Correlation	.367*	-.042	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.046	.827		.000
	N	30	30	30	30
Motivasi Sosial	Pearson Correlation	.779**	.473**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000	
	N	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### 4. Uji Validitas Motivasi Budaya

		Correlations			
		VAR00017	VAR00018	VAR00019	Motivasi Budaya
VAR00017	Pearson Correlation	1	.681**	.614**	.929**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
VAR00018	Pearson Correlation	.681**	1	.239	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.203	.000
	N	30	30	30	30
VAR00019	Pearson Correlation	.614**	.239	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.203		.000
	N	30	30	30	30
Motivasi Budaya	Pearson Correlation	.929**	.717**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 5. Uji Validitas Motivasi Fantasi

		Correlations				
		VAR00020	VAR00021	VAR00022	VAR00023	Motivasi Fantasi
VAR00020	Pearson Correlation	1	.183	.528**	.439*	.762**
	Sig. (2-tailed)		.334	.003	.015	.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00021	Pearson Correlation	.183	1	.000	.150	.396*
	Sig. (2-tailed)	.334		1.000	.428	.030
	N	30	30	30	30	30
VAR00022	Pearson Correlation	.528**	.000	1	.796**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.003	1.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
VAR00023	Pearson Correlation	.439*	.150	.796**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.015	.428	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Motivasi Fantasi	Pearson Correlation	.762**	.396*	.843**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.030	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 4. Uji Reliabilitas

### 1. Uji Reliabilitas Karakteristik Psikografis

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	10

### 2. Uji Reliabilitas Motivasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	13

**Lampiran 5. Tabulasi Penelitian**

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total	11	12	13	Total	14	15	16	Total	17	18	19	Total	20	21	22	23	Total
1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	14	1	1	1	3	2	1	2	5	2	1	2	5	2	2	2	2	8
2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	13	1	1	1	3	2	1	2	5	1	2	1	4	1	2	2	2	7
3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	16	2	1	1	4	2	1	1	4	2	2	1	5	1	1	1	1	4
4	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	1	1	5
5	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	14	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	1	1	2	1	5
6	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	18	1	1	2	4	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	2	8
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	2	2	6	1	2	2	5	2	2	2	6	2	1	2	2	7
8	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	2	2	5	1	2	2	5	2	1	2	5	2	2	2	2	8
9	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	17	2	2	1	5	2	2	1	5	2	2	1	5	1	2	2	2	7
10	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	14	2	2	2	6	2	1	1	4	1	2	2	5	2	1	2	2	7
11	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	14	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	5
12	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	6	1	1	1	1	4
13	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	15	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	2	2	7
14	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	15	2	1	1	4	1	1	1	3	2	2	2	6	2	1	1	2	6
15	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	14	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	1	2	6
16	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	15	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	6	1	1	2	2	6
17	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	15	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	1	1	5
18	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	15	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	1	3	2	1	1	1	5
19	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	19	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	5	2	2	1	1	6
20	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	2	7
21	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	13	1	1	1	3	2	1	2	5	2	2	2	6	2	2	2	2	8
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4

24	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	1	3	2	1	2	2	7
25	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	15	2	1	2	5	2	1	2	5	1	1	1	3	1	2	1	1	5
26	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	1	1	6
27	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	16	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	1	1	5
28	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	17	1	1	1	3	2	2	1	5	1	1	1	3	1	1	1	1	4
29	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
30	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	13	1	1	1	3	1	2	2	5	1	1	1	3	1	1	1	1	4
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	2	2	1	5	1	1	2	4	2	1	2	2	7
32	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	19	1	1	1	3	2	2	1	5	2	2	1	5	2	2	2	2	8
33	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	15	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
34	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	15	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	5
35	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
36	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	1	2	6
37	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	13	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
38	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	17	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	1	3	2	1	2	2	7
39	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	2	1	5
40	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	1	7
41	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	13	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	6	1	1	1	1	4
42	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	14	1	1	2	4	2	1	1	4	1	2	1	4	1	2	1	1	5
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
44	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	13	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
45	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	13	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
46	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
47	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	15	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	5
48	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	14	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	2	5
49	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	13	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4

50	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	13	1	1	1	3	2	1	1	4	2	1	1	4	1	1	1	1	4
51	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	13	2	1	2	5	2	1	2	5	1	2	2	5	2	1	2	2	7
52	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
54	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	14	1	1	2	4	2	1	2	5	2	2	2	6	2	2	2	2	8
55	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	15	1	1	1	3	1	2	2	5	1	1	1	3	1	1	1	1	4
56	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	13	1	1	1	3	1	2	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	4
57	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	16	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	2	8
58	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	13	1	1	1	3	2	1	1	4	2	2	2	6	2	1	1	2	6
59	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	13	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	6	2	1	1	2	6
60	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	13	1	1	2	4	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	2	2	7
61	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	16	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	1	6
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
64	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	15	1	1	1	3	2	1	1	4	2	2	1	5	2	2	1	1	6
65	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	14	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	2	7
66	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	15	1	1	1	3	2	1	1	4	2	1	2	5	2	2	2	2	8
67	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	2	4	2	1	1	4	2	2	2	6	1	2	1	2	6
68	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
69	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	13	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	5
70	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	15	1	1	2	4	2	1	1	4	1	2	2	5	2	1	1	2	6
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	2	4	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
72	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	12	1	1	1	3	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	1	1	5
73	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	14	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	2	8
74	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	14	1	1	2	4	2	1	2	5	2	1	1	4	2	2	2	1	7
75	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	14	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	2	6

76	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	2	1	1	5
77	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	15	1	2	2	5	2	1	1	4	1	1	2	4	2	1	2	2	7
78	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	2	4	2	1	2	5	1	2	2	5	2	1	2	2	7
79	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	2	2	5	1	1	1	1	4
80	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	13	1	1	1	3	2	1	2	5	2	2	2	6	2	2	2	2	8
81	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12	2	2	2	6	2	1	2	5	1	2	2	5	2	2	2	2	8
82	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	17	1	2	2	5	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	2	7
83	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	15	2	1	2	5	2	1	2	5	2	2	2	6	2	2	2	2	8
84	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	2	2	8
85	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	2	1	4	1	1	1	1	4
86	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	15	1	1	2	4	2	1	2	5	1	2	2	5	2	2	2	2	8
87	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	14	1	1	1	3	1	1	2	4	1	2	2	5	1	1	1	1	4
88	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	14	1	1	1	3	1	2	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	4
89	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	16	2	2	2	6	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	2	2	7
90	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	12	1	1	1	3	2	1	2	5	2	2	2	6	2	2	2	2	8
91	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	13	1	1	1	3	2	1	2	5	2	2	2	6	2	2	2	2	8
92	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	12	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	2	4	2	2	2	2	8
93	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	2	1	2	5	2	2	2	6	1	2	2	5	2	2	2	2	8
94	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	12	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	2	2	7
95	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	15	1	1	2	4	1	1	1	3	1	1	1	3	2	1	1	1	5
96	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	14	1	1	1	3	2	1	1	4	2	1	2	5	1	1	1	1	4
97	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	12	1	1	1	3	1	2	1	4	1	1	1	3	2	1	2	2	7
98	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	15	1	1	1	3	2	1	2	5	1	1	1	3	1	2	1	2	6
99	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2	2	1	5	2	1	1	4	1	1	1	3	2	1	2	2	7
100	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	2	2	2	6	1	2	2	5	2	1	2	5	2	2	2	2	8

**Lampiran 6. Data Responden**

No Rsp	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Status Perkawinan	Pendapatan	Kunjungan	Kota Tempat Tinggal	Lokasi Tempat Tinggal
1	1	2	2	2	2	1	1	2	4
2	3	1	2	4	2	5	1	2	4
3	1	2	2	1	1	1	1	1	1
4	1	2	2	6	1	4	2	2	4
5	1	1	2	1	1	1	2	2	4
6	3	1	1	6	2	5	1	2	4
7	1	1	2	5	1	1	2	1	4
8	1	1	1	5	1	1	2	1	4
9	1	1	1	6	1	1	1	1	2
10	2	1	1	4	2	4	2	1	4
11	3	1	2	6	2	5	1	2	1
12	3	2	3	6	2	4	1	2	4
13	1	2	2	1	1	1	1	1	3
14	1	1	2	1	1	1	1	2	4
15	2	1	2	4	2	5	1	3	1
16	4	1	4	3	2	5	1	2	1
17	1	2	4	4	1	5	1	2	1
18	3	2	3	2	1	5	1	2	4
19	1	2	3	2	2	4	1	1	4
20	1	2	2	2	2	1	2	1	4
21	1	1	2	4	2	5	2	1	4

22	1	2	3	6	1	2	1	2	1
23	2	2	2	6	2	3	1	1	4
24	1	2	3	4	2	5	2	2	3
25	2	1	4	4	2	5	1	3	1
26	1	2	4	1	1	1	2	2	4
27	1	2	2	2	2	4	1	2	4
28	4	2	4	3	2	5	2	2	3
29	1	2	4	2	2	1	2	2	4
30	3	2	2	2	2	5	1	3	4
31	1	2	2	2	2	3	1	1	4
32	3	2	4	3	2	5	1	3	3
33	2	2	3	3	2	5	1	2	3
34	1	2	4	4	1	5	1	2	4
35	1	2	2	2	2	1	1	1	4
36	3	2	2	1	2	5	1	1	1
37	4	1	5	3	2	5	2	2	1
38	1	2	3	1	1	1	2	1	4
39	2	1	4	4	2	5	2	2	4
40	3	2	3	6	2	5	1	3	1
41	2	1	2	4	2	5	1	3	4
42	2	1	2	4	2	5	1	2	4
43	4	2	1	2	2	3	1	1	4
44	1	2	4	3	2	4	2	2	4
45	4	2	4	3	2	5	2	2	3
46	1	1	5	1	1	3	1	1	4

47	2	1	2	4	2	4	1	1	4
48	1	2	4	4	1	5	1	3	3
49	1	2	3	4	1	4	1	3	3
50	1	2	2	4	1	1	2	2	4
51	1	2	4	4	2	5	2	3	1
52	1	2	3	6	1	5	1	2	4
53	1	2	2	1	1	1	1	2	4
54	2	2	1	2	2	2	1	1	4
55	1	2	2	4	1	1	2	1	4
56	3	2	2	2	2	3	1	2	4
57	1	1	2	4	1	5	2	3	3
58	1	1	4	3	2	5	2	3	2
59	4	1	2	6	2	5	1	3	4
60	2	2	4	4	2	5	1	3	1
61	4	1	2	6	2	4	1	1	4
62	1	1	2	6	3	5	1	3	3
63	1	1	1	1	1	1	1	1	4
64	3	1	2	6	2	4	1	3	2
65	1	2	4	1	1	1	2	1	4
66	4	2	4	3	3	5	1	2	4
67	1	1	5	4	1	4	1	2	1
68	4	1	4	3	2	5	2	2	1
69	1	1	4	3	1	5	1	3	3
70	2	2	4	2	2	3	1	3	4
71	1	2	3	2	2	3	2	3	1

72	1	2	4	1	1	2	2	1	4
73	3	1	2	6	2	5	1	3	4
74	3	1	5	2	3	5	1	2	4
75	3	2	2	2	2	1	1	2	1
76	3	1	4	3	2	5	2	2	1
77	4	2	2	2	2	1	2	1	4
78	4	1	4	3	2	5	2	2	1
79	4	1	4	3	2	5	2	2	3
80	2	1	4	3	2	5	1	1	3
81	1	2	2	4	1	5	1	2	4
82	4	2	4	2	2	4	1	1	4
83	2	2	4	3	2	5	2	2	4
84	3	2	3	3	2	5	2	2	1
85	1	1	1	6	2	5	2	1	4
86	2	2	4	5	2	5	2	3	3
87	1	2	2	2	2	1	2	1	4
88	1	2	2	2	2	2	2	1	1
89	1	2	2	2	2	1	2	1	4
90	4	1	5	3	2	5	1	3	3
91	1	1	2	6	1	4	1	3	3
92	1	1	1	4	1	5	1	1	4
93	1	2	4	4	1	5	1	2	4
94	1	2	2	1	1	1	2	1	1
95	2	2	4	6	2	4	1	2	1
96	3	2	2	6	2	5	1	2	1

97	2	2	2	2	3	3	1	2	4
98	1	2	2	2	2	4	2	1	4
99	1	2	1	4	1	1	2	1	4
100	1	1	1	5	2	1	2	1	4

## Lampiran 7. Konsultasi Bimbingan



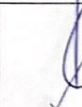

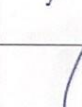


**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang  
25171 Telp. (0751) 7051186 Email : [pariwisata@fpp.unp.ac.id](mailto:pariwisata@fpp.unp.ac.id)  
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

### BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI










**Nama Mahasiswa** : Atilla Indorevoni  
**Jurusan / NIM** : Pariwisata / 17135214  
**Judul Penelitian** : Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota  
**Tempat Penelitian** : Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota

No	Hari / Tanggal	Uraian Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	10 Februari 2021	Bimbingan Bab 1-3	
2.	12 Februari 2021	Revisi Bab 2 - Tambahkan Teori tentang Fasilitas	
3.	17 Februari 2021	1. Pahami tentang fasilitas 2. Hilangkan data kunjungan pada tahun 2020 3. Pahami teori tentang kepuasan	
4.	24 Februari 2021	Bimbingan ganti judul baru menjadi "Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota"	
5.	03 Maret 2021	1. Bimbingan pertama judul baru Bab 1-3 2. Pada identifikasi masalah sesuaikan dengan indikator dan tambahkan bukti 3. Pahami teori tentang indikator	



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang  
25171 Telp. (0751) 7051186 Email : [pariwisata@fpp.unp.ac.id](mailto:pariwisata@fpp.unp.ac.id)  
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

		karakteristik dan tambahkan teorinya 4. Tambahkan peta dan gambar pada lokasi penelitian 5. Daftar pustaka dicocokkan kembali 6. Tambahkan daftar isi	
6	10 Maret 2021	1. Tata tulis diperhatikan lagi 2. Tambahkan no halaman pada daftar isi 3. Konsistenkan pembuatan no halaman jika ingin membuat no halaman pada sumber referensi, buat semuanya dengan no halaman 4. Gunakan referensi terbaru 5. Nama tabel diletakkan diatas 6. Sub indikator diganti	
7.	17 Maret 2021	1. Pada bab 3 ganti menjadi skala guttman 2. Tambahkan data kunjungan kampung eropa	
8.	22 Maret 2021	ACC Seminar Proposal	
9.	24 Mei 2021	Bimbingan Kuesioner	
10.	25 Mei 2021	Bimbingan revisi kuesioner sesuaikan pernyataan dengan setiap indikator	
11.	26 Mei 2021	ACC Kuesioner	
12.	06 Juli 2021	Bimbingan BAB 1-5	
13.	13 Juli 2021	1. Ganti jumlah kunjungan sesuai dengan data di dinas 2. Identifikasi masalah masih belum sesuai dengan latar belakang masalah 3. Tambahkan peta pada gambaran	



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA**

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang  
25171 Telp. (0751) 7051186 Email : [pariwisata@fpp.unp.ac.id](mailto:pariwisata@fpp.unp.ac.id)  
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

		umum objek penelitian 4. Perbaiki beberapa kesimpulan 5. Tambahkan lampiran kuesioner	
14.	14 Juli 2021	Memberikan revisi bab 1-5	
15.	26 Juli 2021	ACC Skripsi untuk ujian kompre	
16.	27 Juli 2021	Bimbingan Jurnal	
17.	29 Juli 2021	Memberikan revisi jurnal	
18.	2 Agustus 2021	ACC Jurnal	

Padang, 03 Agustus 2021

Dosen Pembimbing

**Trisna Putra, SS, M.Sc**

**NIP. 197612231998031001**

## Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian





## Lampiran 9. Surat Izin Penelitian

Print

[http://siskama.fpp.unp.ac.id/operator/permohonan\\_cetak/85](http://siskama.fpp.unp.ac.id/operator/permohonan_cetak/85)


KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
 UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
 FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
 Jl. Prof. Dr. Hamka, Kampus UNP Air Tawar, Padang 25171  
 Telp. (0751) 7051186 website : fpp.unp.ac.id  
 e-mail : info@fpp.unp.ac.id

Nomor : 0412/UN35.8/LT/2021

03 Juni 2021

Hal : Izin Melakukan Penelitian

Yth. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan  
 Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP)  
 di  
 Kab. 50 Kota

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penulisan Skripsi/Tugas Akhir mahasiswa Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang yang tersebut di bawah ini :

No	Nama	BP/NIM	Prodi	Jenjang Program
1	ATILLA INDOREVONI	2017 / 17135214	Manajemen Perhotelan	D IV

Kami mohon bantuan Saudara memberi izin kepada mahasiswa tersebut di atas, untuk melakukan Penelitian di KAMPUNG EROPA LEMBAH HARU KAB50KOTA mulai tanggal 07 Juni 2021 s/d 07 Juli 2021.

Adapun Judul Penelitian : "Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota".


Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.

An. Dekan  
 Wakil Dekan I,



Dr. Yuliana, SP, M.Si  
 NIP. 19700727 199703 2 003

## Lampiran 10. Surat DPMPTSP


**PEMERINTAH KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Jl. Raya Negara KM.8 Tanjung Pati Telp/Fax (0752) 7991460 Kode Pos 26271

---

**SURAT PENGANTAR**  
 No.188/SP-MP/DPMPSTP/VI/2021

Tanjung Pati, 10 Juni 2021

Kepada Yth :

Sdr. 1. Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota  
 2. Pemilik Kampung Sarasah

di

Tempat

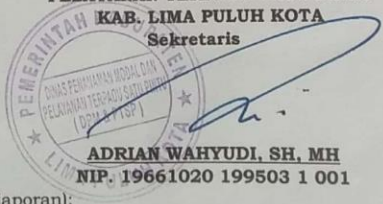
Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian serta Peraturan Bupati Lima Puluh Kota Nomor 45 Tahun 2019 Tentang Pelimpahan Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan dari Bupati Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Lima Puluh Kota, maka bersama ini diinformasikan bahwa yang tersebut dibawah ini :

Nama	: Atilla Indorevoni
Tempat/Tanggal Lahir	: Payakumbuh/ 17 Juni 1998
Jenis Kelamin	: Perempuan
Pekerjaan	: Mahasiswa
Alamat	: Jr. Tanjung Munti Nag. Sungai Beringin Kec. Payakumbuh

Akan Melakukan Penyusunan Skripsi pada Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dengan judul **"Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota"**, untuk itu Kami harapkan Saudara dapat memfasilitasi penelitian tersebut sehingga dapat berjalan sebagaimana mestinya.


Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

**An. KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**KAB. LIMA PULUH KOTA**  
 Sekretaris

  
**ADRIAN WAHYUDI, SH, MH**  
 NIP. 19661020 199503 1 001

1. Bapak Bupati Lima Puluh Kota (sebagai laporan);  
 2. Arsip

**Lampiran 11. Surat Balasan dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota**



**PEMERINTAH KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**  
**DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAH RAGA**

Alamat: Jl. Mr. Syafruddin Prawira Negara KM 7 Tanjung Pati Sarilamak 26262 Telp. (0752) 7750431 Fax (0752) 7750421

---

Nomor : 556 / 526 /Parpora-LK/VII-2021      Tanjung Pati, 23 Juli 2021  
Lamp : -  
Perihal : Fasilitasi Penelitian      Kepada Yth,

Dekan Fakultas Pariwisata dan  
Perhotelan Universitas Negeri  
Padang

di

Padang


Menindaklanjuti surat pengantar nomor 188/SP-MP/DPMPTSP/VI/2021 tanggal 10 Juni 2021 tentang fasilitasi penelitian.

Sehubungan dengan hal diatas kami bersedia memfasilitasi penelitian skripsi Mahasiswi Atilla Indorevoni dengan judul "Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota" pada Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang, agar nantinya dapat memberikan kontribusi positif terhadap wisata di Kabupaten Lima Puluh Kota.

Demikianlah surat ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, terima kasih.

Tanjung Pati, 23 Juli 2021

a.n KEPALA DINAS PARIWISATA  
PEMUDA DAN OLAH RAGA  
KABUPATEN LIMA PULUH KOTA  
SEKRETARIS



**Drs. TEDI SURYA WINATA**  
NIP. 19640616 198903 1 011

---

Tembusan disampaikan kepada Yth,

1. Bapak Bupati Lima Puluh Kota (sebagai laporan)
2. Arsip

## Lampiran 12. Surat Balasan dari Kampung Sarosah



## KAMPUANG SAROSAH

Jorong Lubuak Limpato, Kanagarian Tarantang, Kecamatan Harau,  
Kabupaten Lima Puluh Kota, 26271  
Telp. 081360813344

### SURAT KETERANGAN

Nomor : / /Kampung-Sarosah/2021

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **PUTI INTAN SHUBURY**

Jabatan : Manager Kampung Sarosah

Dengan ini menerangkan :

Nama : **ATILLA INDOREVONI**

Tempat/Tanggal Lahir : Payakumbuh/ 17 Juni 1998

Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Universitas : Universitas Negeri Padang

Maksud Penelitian : Skripsi

Benar, bahwa mahasiswa Universitas Negeri Padang Fakultas Pariwisata dan Perhotelan tersebut telah melakukan observasi dan memperoleh data-data di Kampung Sarosah untuk menyusun Skripsi/Tugas Akhir dengan judul penelitian "**Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Eropa Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota**".

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya. Terimakasih.

Harau, Juni 2021

Manager Kampung Sarosah

**(PUTI INTAN SHUBURY)**

