

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan dan sumber daya alam melimpah yang terdiri dari pulau-pulau besar dan kecil yang jumlahnya kurang lebih 17.504 pulau (Lasabuda, 2013). Potensi alam yang dimiliki Indonesia berupa keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan sejarah, peninggalan purbakala, serta seni dan budaya yang merupakan sumber daya dan modal yang besar untuk pengembangan pariwisata terutama dibidang alamnya yang biasa dikenal sebagai ekowisata. Hal tersebut, didasarkan pada Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Daerah, ekowisata adalah kegiatan wisata alam di daerah yang bertanggungjawab dengan memperhatikan unsur pendidikan, pemahaman, dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi sumber daya alam, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Kegiatan wisata alam inilah yang menjadi salah satu daya tarik utama untuk menarik pengunjung (Nandi, 2016).

Pengunjung merupakan bagian terpenting dari industri pariwisata karena mereka adalah konsumen utama dari layanan dan produk yang ditawarkan. Tanpa pengunjung, pariwisata tidak akan berkembang. Pengunjung membantu mempromosikan destinasi serta mendatangkan *devisa*. *Devisa* disini merujuk pada pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata, seperti pengeluaran untuk akomodasi, makanan, dan atraksi. Dengan demikian, pengunjung berperan dalam meningkatkan ekonomi lokal dan nasional. Oleh karena itu, pengunjung harus diberi arahan tentang bagaimana menjaga habitat alam. Pengelola juga harus memastikan bahwa pengunjung dapat mengakses titik wisata dan jalan-jalan yang aman. Sistem perlindungan alam dan kebijakan konservasi hewan harus diimplementasikan secara efektif. Untuk menunjang wisata alam, infrastruktur yang diperlukan harus tersedia untuk memastikan kunjungan yang aman dan menyenangkan bagi setiap pengunjung. Hal ini mencakup penyediaan akomodasi, sanitasi, dan transportasi (Simanjutak dkk., 2024).

Kawasan wisata merupakan daerah atau lokasi yang menarik minat banyak pengunjung, baik lokal nasional, maupun internasional. Banyak dari kawasan ini terletak di bentang alam Indonesia yang beragam, termasuk hutan hujan tropis, terumbu karang, dan pegunungan vulkanik. Pengunjung akan menemukan sesuatu yang sesuai dengan minat dan seleranya ketika mengunjungi suatu kawasan wisata (Parhusip & Arida, 2018). Kawasan wisata memiliki daya tarik alam, budaya, sejarah, dan rekreasi yang menawarkan pengalaman unik bagi para pengunjung. Namun, seringkali pengembangan dan pengelolaan yang terjadi pada kawasan wisata, belum optimal. Effendi (2022), menyatakan bahwa untuk mencapai keberhasilan pengembangan kawasan wisata, terdapat beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan, antara lain motivasi dan preferensi pengunjung.

Kabupaten Maros merupakan salah satu kabupaten tempat tujuan wisata favorit di Provinsi Sulawesi Selatan yang terkenal dengan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung. Kawasan Wisata Pattunuang Asue (KWPA) terletak di wilayah administratif Kecamatan Simbang, Kabupaten Maros dalam pengelolaan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung (TN Babul). Zona Pemanfaatan ini meliputi area seluas 101,16 ha. KWPA merupakan titik pengembangan ekowisata yang memiliki beberapa potensi wisata diantaranya Bisseang Labboro (Bislab), panjat tebing, penelusuran gua alam, *hiking*, wisata tirta, wisata berkemah (*camping ground*), pengamatan flora dan fauna khas hutan pengunungan dataran rendah. Kawasan wisata ini menyuguhkan panorama karst dan sungai yang mengalir sepanjang tahun (KSDAE, 2021).

Memiliki pemahaman tentang motivasi dan preferensi pengunjung sangat penting bagi setiap pengembangan pariwisata, terkhusus di KWPA, TN Babul. Pengetahuan ini dapat membantu pengelola KWPA untuk merencanakan dan mengembangkan penawaran yang disesuaikan dengan kebutuhan pengunjungnya, sehingga lebih menarik bagi calon pengunjung. Selain itu, hal ini secara signifikan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan dapat membawa kemajuan dan keberhasilan KWPA. Meskipun begitu, penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung pengunjung masih terbatas. Hingga saat ini, belum ada penelitian yang secara khusus mengeksplorasi motivasi pengunjung yang berkunjung ke KWPA serta faktor-faktor motivasi yang paling relevan dalam konteks tersebut.

Oleh karena itu, Penelitian ini hanya difokuskan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi pengunjung, serta preferensi pengunjung terhadap pengelolaan daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas wisata, di KWPA.

1.2 Teori

Menurut Yoeti (2010), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan orang-orang untuk menghindari rutinitas sehari-hari dan mencari pengalaman baru. Pariwisata memberikan manfaat ekonomi dan sosial, baik bagi wisatawan maupun destinasi yang dikunjungi, dengan dampak seperti peningkatan devisa, penciptaan lapangan kerja, serta promosi budaya lokal. Aktivitas perjalanan pariwisata salah satunya adalah berkunjung ke wisata alam.

Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan wisata alam adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam di Taman Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya, dan Taman Wisata Alam. Salah satu tujuan wisata alam adalah kawasan wisata alam, yang merupakan kawasan pelestarian alam dengan tujuan utama untuk dimanfaatkan bagi kepentingan pariwisata dan rekreasi alam (Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990). Undang-undang tersebut juga menyebutkan bahwa suatu kawasan yang dapat dijadikan taman wisata alam harus memenuhi beberapa kriteria untuk penunjukan dan penetapan sebagai

kawasan taman wisata alam, yang meliputi: 1. Adanya daya tarik alam berupa tumbuhan, satwa atau ekosistem gejala alam serta formasi geologi yang menarik; 2. Adanya luas yang cukup untuk menjamin kelestarian fungsi potensi dan daya tarik untuk dimanfaatkan bagi pariwisata dan rekreasi alam; 3. Kondisi lingkungan di sekitarnya mendukung upaya pengembangan pariwisata alam. Sesuai dengan fungsinya, kawasan wisata alam dapat dimanfaatkan untuk: 1) pariwisata alam dan rekreasi; 2) penelitian dan pengembangan; 3) pendidikan (kegiatan pendidikan dapat berupa karya wisata, widya wisata, dan pemanfaatan hasil-hasil penelitian serta peragaan dokumentasi tentang potensi kawasan wisata alam tersebut); 4) kegiatan penunjang budaya.

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor pariwisata telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Sejalan dengan pertumbuhan tersebut, permintaan akan destinasi pariwisata yang menarik dan unik juga semakin meningkat. Namun, dalam mengembangkan destinasi pariwisata, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Salah satu faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan adalah motivasi dan preferensi pengunjung (Yusendra, 2015).

Motivasi adalah dorongan internal yang mendorong individu untuk melakukan aktivitas atau mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pariwisata, motivasi pengunjung memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi suatu destinasi (Trimurti & Utama, 2020). Dengan memahami motivasi pengunjung, pengelola Kawasan Wisata Pattunuang Asue (KWPA) dapat mengembangkan strategi yang sesuai untuk meningkatkan jumlah kunjungan pengunjung. Sebagai contoh, dalam penelitian yang dilakukan oleh Sinurat (2023) dinyatakan bahwa motivasi pengunjung memiliki pengaruh terhadap keputusan mereka dalam memilih destinasi pariwisata. Pengunjung yang memiliki motivasi untuk mencari pengalaman baru cenderung lebih tertarik untuk mengunjungi destinasi yang menawarkan keunikan alam dan budaya yang belum pernah mereka alami sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya juga telah mengidentifikasi bahwa motivasi wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka dalam memilih destinasi pariwisata (Suprihatin, 2020).

Faktor-faktor motivasi yang sering dikaitkan dengan keputusan berkunjung antara lain adalah keinginan untuk mencari pengalaman baru, keinginan untuk bersantai dan melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari, motivasi budaya dan pendidikan, serta motivasi alam dan lingkungan (Lastari, 2019). Setiap manusia mempunyai needs (kebutuhan, dorongan, intrinsic dan extrinsic factor), yang pemunculannya sangat tergantung dari kepentingan individu. Berdasarkan hal tersebut, kemudian A. Maslow (Siagian, 1996: 149) membuat needs hierarchy theory untuk menjawab tentang tingkatan kebutuhan Maslow memisahkan kelima kebutuhan itu sebagai tingkat tinggi dan tingkat rendah. Kebutuhan psikologis dan kebutuhan akan keamanan digambarkan sebagai kebutuhan tingkat rendah dan kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan, dan aktualisasi-diri sebagai kebutuhan tingkat tinggi. Perbedaan antara kedua tingkat itu berdasarkan alasan bahwa kebutuhan tingkat tinggi dipenuhi secara internal (didalam diri orang itu),

sedangkan kebutuhan tingkat rendah terutama dipenuhi secara eksternal. Pernyataan teori motivasi oleh Maslow tersebut juga sejalan teori Crompton (1979) menjelaskan bahwa motivasi perjalanan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu pendorong (push) dan penarik (pull). Faktor pendorong merupakan faktor yang berasal dari diri manusia (Internal) atau biasa disebut sebagai motivasi. Sedangkan faktor penarik merupakan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Kedua teori tersebut kemudian dikembangkan dan melahirkan teori baru yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu bahwa motivasi terbagi menjadi tiga aspek antara lain motivasi berdasarkan fisik, motivasi berdasarkan psikologis, dan motivasi Intelektual.

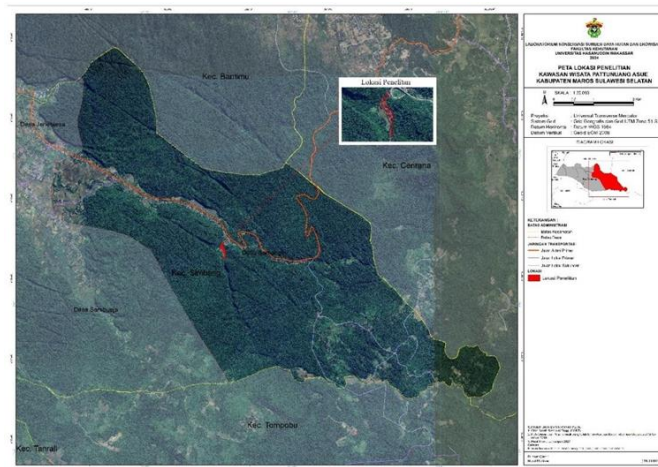
Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan dari seorang individu yaitu kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain (Porteus, 1977). Studi perilaku individu dapat digunakan oleh ahli lingkungan dan para desainer untuk menilai keinginan pengguna terhadap suatu objek yang akan direncanakan, sehingga dengan melihat preferensi dapat memberikan masukan bagi bentuk partisipasi dalam proses perencanaan.

Preferensi adalah pilihan utama atau prioritas yang dimiliki oleh individu terhadap suatu keadaan atau produk. Dalam konteks pariwisata, preferensi pengunjung mencerminkan keinginan atau minat mereka terhadap daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas suatu destinasi. Preferensi pengunjung timbul dari keinginan dan kebutuhan pengunjung terhadap produk wisata yang ditawarkan dalam melakukan perjalanan wisata. Saat ini, keinginan dan kebutuhan pengunjung terhadap produk wisata semakin kompleks, dinamis dan menuntut kualitas yang memadai yang diakitkan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan. Konsekuensinya, suatu daerah tujuan wisata harus mampu beradaptasi terhadap semua tuntutan perubahan dengan selalu mendengarkan suara dari berbagai pihak yang berkepentingan khususnya pengunjung yang memiliki preferensi dan motivasi yang berbeda dalam memilih obyek-obyek wisata yang akan dikunjungi (Nursusanti, 2005).

METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2023, dengan lokasi penelitian terletak di Kawasan Wisata Pattunuang Asue (KWPA), Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung, Desa Samangki, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan.



Gambar 1. Peta lokasi penelitian Kawasan Wisata Pattunuang Asue, Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

2.2 Alat dan Bahan Penelitian

Adapun alat dan bahan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Alat tulis menulis untuk mencatat seluruh kegiatan dan informasi yang berguna bagi penelitian yang dilakukan.
2. Kamera untuk mendokumentasikan seluruh kegiatan penelitian yang dilakukan.
3. Kuesioner dijadikan sebagai acuan untuk mendapatkan data persepsi dan partisipasi masyarakat.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dapat digolongkan sebagai penelitian *survey*, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Pernyataan dalam kuesioner merupakan *fixed alternative questions*, yang mengharuskan responden untuk memilih antara jawaban yang sudah ditentukan sebelumnya (Malhotra, 2007). Pilihan jawaban pernyataan dibuat menggunakan skala *likert*. Skala ini meminta responden untuk menilai tiap pernyataan menurut tujuh derajat tingkat kesetujuan dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” (Zoraida, 2010).

Metode *survey* yang digunakan adalah *personal interview* dengan cara *intercept*. Pengunjung diminta kesediaannya untuk berpartisipasi dalam *survey* dengan mengisi kuesioner. Kuesioner berupa *self administered questionnaire*, responden diminta mengisi sendiri kuesioner yang diajukan (Zoraida, 2010).

Adapun sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner yang merupakan alat pengumpulan data berupa daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disusun secara sistematis dan terstruktur untuk mengetahui informasi dari responden. Adapun penyebaran kuesioner pada penelitian ini diuraikan seperti berikut.

- a. Observasi lapangan, dilakukan melalui pencatatan, pengukuran dan pengamatan terhadap studi yang diperkirakan mempengaruhi hasil penelitian. Kegiatan observasi lapangan dilakukan sebagai langkah awal untuk memberikan gambaran mengenai kondisi lokasi penelitian, agar kegiatan penelitian dapat terstruktur dengan baik.
- b. Kuesioner langsung adalah kuesioner yang diberikan langsung kepada responden, dan biasanya dilakukan secara tatap muka. Kuesioner langsung memiliki kelebihan dalam hal mendapatkan respon yang lebih akurat karena responden dapat dengan langsung bertanya kepada peneliti jika terdapat pertanyaan atau ketidakjelasan dalam kuesioner.
- c. Kuesioner *online* biasanya merupakan kuesioner yang dibagikan atau disebar melalui internet kemudian diisi oleh responden melalui platform *online*. Kuesioner *online* memiliki kelebihan dalam hal efisiensi waktu dan biaya karena tidak memerlukan proses cetak dan distribusi kuesioner. Kuesioner *online* juga dapat menjangkau responden dari berbagai lokasi dan waktu yang berbeda. Berikut adalah link kuesioner *online* dari penelitian dengan judul "Motivasi dan Preferensi Pengunjung Terhadap Kawasan Wisata Pattunuang Asue, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan <https://forms.gle/ND2yrV1euwRR2YQ86>

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga. Data sekunder merupakan sumber data pendukung yang mempunyai relevansi dengan objek penelitian. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara:

- a. Studi literatur, pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Adapun data-data tersebut diperoleh dari media internet seperti jurnal dan buku-buku yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti.
- b. Studi dokumentasi, pengumpulan data dengan mengambil gambar, peta, dan dokumen- dokumen dari Instansi/tempat yang diteliti.

2.3.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian. Populasi adalah keseluruhan aspek tertentu dari ciri, fenomena, atau konsep yang menjadi pusat perhatian. Adapun populasi dari penelitian ini adalah pengunjung di KWPA. Menurut Arikunto (2002), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Kaitannya dengan batasan tersebut, populasi dapat dibedakan menjadi berikut ini:

- a. Populasi terbatas, yaitu populasi yang memiliki batas kuantitatif secara jelas karena memiliki karakteristik terbatas.
- b. Populasi tak terbatas atau populasi tak terhingga, yaitu populasi yang tidak dapat ditemukan batas-batasnya sehingga tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah secara kuantitatif.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata jumlah pengunjung KWPA pada tahun 2020-2022 yaitu 10.970 orang. Data populasi tersebut akan digunakan untuk penentuan sampel guna mengetahui motivasi dan preferensi pengunjung terhadap KWPA.

Tabel 1. Data jumlah pengunjung KWPA tiga tahun terakhir

Tahun	Jumlah Pengunjung
2020	960 orang
2021	5.362 orang
2022	4.468 orang
Rata-rata pengunjung pertahun	3.596 orang

Sumber: Pengelola kawasan TN Bantimurung Bulusaraung Tahun 2023

Teknik sampling atau teknik pengambilan sampel adalah suatu cara atau metode yang digunakan untuk memilih sebagian populasi secara keseluruhan. Teknik sampling yang tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian sangat penting dalam menghasilkan data yang valid dan reliabel.

Sampel yang diambil adalah jumlah rata-rata pengunjung pada tahun 2020-2022 (tiga tahun terakhir) yaitu berjumlah 3.596 orang. Untuk menentukan berapa besar jumlah sampel sebagai wakil populasi, peneliti menggunakan pedoman rumus Slovin. Adapun rumus Slovin digunakan untuk menentukan minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi telah diketahui dengan pasti.

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

Diketahui:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Presentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (e = 0,1)

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{3.596}{1 + (3.596 (0,1)^2)} \\
 &= \frac{3.596}{36,96} \\
 &= 97,2
 \end{aligned}$$

Jadi, jumlah minimal untuk sampel yang harus diambil adalah sebanyak 100 orang. Adapun teknik penentuan sampel responden untuk mengisi kuesioner langsung yakni menggunakan *teknik accidental sampling*. *Accidental sampling*, adalah pengambilan sampel berdasarkan spontanitas. Dikatakan pengambilan secara spontanitas karena siapa saja orang yang ditemui oleh peneliti di KWPA dan pernah mengunjungi KWPA bisa menjadi sampel serta hanya dilakukan sekali terhadap satu orang responden tanpa adanya pengulangan terhadap responden yang sama. Oleh karena itu, penulis menentukan kriteria sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Responden sudah pernah mengunjungi KWPA minimal satu kali dalam jangka waktu tiga tahun terakhir (Tahun 2020 – Tahun 2022)
- b. Responden dengan batasan usia minimal 15 tahun dan maksimal 65 tahun, batasan usia diambil karena usia tersebut dianggap dapat memberikan informasi yang jelas dan terpercaya dalam mengeksplorasi motivasi dan preferensi dari responden.

2.4 Desain Kuesioner dan Teknik Analisis Pengolahan Data

Untuk kemudahan dan kejelasan responden, kuesioner yang digunakan dibagi dalam empat bagian:

- a. Kata pengantar berupa narasi latar belakang dan tujuan kuesioner.
- b. Data demografi responden dalam bentuk pertanyaan tertutup. Dalam kuesioner, disediakan pilihan jawaban sehingga responden hanya memilih sesuai dengan golongan demografinya.
- c. Pernyataan umum tentang KWPA dalam bentuk pernyataan tertutup, untuk mengetahui sikap umum responden terhadap KWPA.
- d. Pernyataan mengenai motivasi responden mengunjungi KWPA. Pada bagian ini juga digunakan pertanyaan tertutup, berupa pernyataan tentang motivasi mengunjungi KWPA.
- e. Pernyataan mengenai preferensi responden memilih KWPA. Pada bagian ini juga digunakan pertanyaan tertutup, berupa pernyataan tentang motivasi mengunjungi KWPA.

Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif dimana analisis ini merupakan suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambaran atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006).

Untuk mengukur motivasi dan preferensi digunakan metode skala likert. Menurut Sugiyono (2019), metode skala likert adalah suatu teknik pengukuran sikap atau pendapat dengan cara memberikan sejumlah pernyataan yang dijawab oleh responden dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari pilihan jawaban yang berbeda-beda dengan rentang skala 1-5, dimana pada data motivasi keterangan skor yang digunakan disetiap jawaban yaitu;

Tabel 2. Tabel skala likert

Interval Penilaian Motivasi	Interval Penilaian Preferensi	Skor
Sangat setuju	Sangat suka	5
Setuju	Suka	4
Netral	Netral	3
Tidak setuju	Tidak suka	2
Sangat tidak setuju	Sangat tidak suka	1

Alasan peneliti menggunakan skala likert 1-5 yaitu untuk memberikan jawaban yang lebih variatif, sehingga responden dapat lebih mudah menentukan jawabannya sesuai dengan apa yang responden rasakan. Berdasarkan jawaban responden dari kuesioner atau wawancara yang diberikan kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis dari responden untuk mendapatkan hasil klasifikasi menggunakan prosedur penerapan sebagai berikut:

1. Mentabulasi jawaban responden.
2. Menghitung nilai maksimal dan minimal, serta interval untuk menentukan batas kategori dengan rumus sebagai berikut:
 - a. *Nilai maksimal* = skor tertinggi $\times$ jumlah sampel $\times$ jumlah pertanyaan
 - b. *Nilai minimal* = skor terendah $\times$ jumlah sampel $\times$ jumlah pertanyaan
 - c. *Interval* = $\frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kategori}}$
3. Membuat skala likert dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

Tabel 3. Kriteria penilaian variabel motivasi dan preferensi pengunjung

Variabel	Kategori	Interval	
		Jumlah	Persen (%)
Motivasi	Sangat tidak setuju	3000 – 5400	$\leq 36\%$
	Tidak setuju	5401 – 7800	37% – 52%
	Netral	7801 – 10200	53% – 68%
	Setuju	10201 – 12600	69% – 84%
	Sangat setuju	12601 – 15000	$> 84\%$
Preferensi	Sangat tidak suka	3000 – 5400	$\leq 36\%$
	Tidak suka	5401 – 7800	37% – 52%
	Netral	7801 – 10200	53% – 68%
	Suka	10201 – 12600	69% – 84%
	Sangat suka	12601 – 15000	$> 84\%$

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel 4. Kriteria penilaian kategori tiap indikator variabel motivasi dan preferensi

Indikator	Kategori	Interval	
		jumlah	Persen(%)
Motivasi	1. Motivasi berdasarkan kebutuhan fisik	Sangat tidak setuju	1000 – 1800 ≤ 36%
		Tidak setuju	1801 – 2600 37% – 52%
	2. Motivasi berdasarkan kebutuhan psikologis	Netral	2601 – 3400 53% – 68%
	3. Motivasi berdasarkan kebutuhan intelektual	Setuju	3401 – 4200 69% – 84%
		Sangat setuju	4201 - 5000 > 84%
Preferensi	1. Preferensi berdasarkan aspek daya tarik	Sangat tidak suka	1000 – 1800 ≤ 36%
		Tidak suka	1801 – 2600 37% – 52%
	2. Preferensi berdasarkan aspek fasilitas	Netral	2601 – 3400 53% - 68%
	3. Preferensi berdasarkan aspek aksesibilitas	Suka	3401 – 4200 69% – 84%
		Sangat suka	4201 - 5000 > 84%

Sumber: data primer diolah, 2024