

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan motivasi wisatawan dalam membeli *souvenir* saat berwisata ke Singapura. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui perbedaan motivasi antara wisatawan pria dan wanita dalam membeli *souvenir*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan data primer, yang diolah menggunakan teknik statistik dasar untuk memperoleh gambaran yang lebih detail. Juga menggunakan *independent t tests* untuk membandingkan motivasi antara pria dan wanita. Pengujian dan pengolahan juga dibantu menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows*, supaya lebih efektif dan efisien. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa wisatawan baik pria maupun wanita yang berwisata ke Singapura memiliki tanggapan yang positif terhadap faktor-faktor motivasi dalam membeli *souvenir*. Faktor motivasi yang memiliki perbedaan signifikan antara pria dan wanita adalah *souvenir as memories*, sedangkan *souvenir as a gift* dan *souvenir as evidence* ditemukan sebagai faktor motivasi yang tidak memiliki perbedaan signifikan bagi wisatawan pria dan wanita. Hasil ini dapat memberikan informasi yang berharga bagi dinas pariwisata, dan pemerintah lokal, biro wisata untuk lebih menciptakan ketertarikan pada wisatawan atas produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: *Souvenir*, Motivasi pembelian *souvenir*, *Evidence*, *Memory*, *Gifts*

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe the tourist motivation in buying souvenirs during a trip to Singapore. In addition, this study also aims to determine differences in motivation between male and female tourists to buy souvenirs. This research is a descriptive study using primary data, which is processed using basic statistical techniques to obtain a more detailed picture. Also using independent t tests to compare the motivation between men and women. Testing and treatment are also assisted using SPSS 16.0 for Windows, in order to more effectively and efficiently. From the research, found that both men and women tourists who traveled to Singapore to have a positive response to motivational factors in buying souvenirs. Motivational factors that have a significant difference between men and women are souvenirs as memories, while the souvenir as a gift and souvenir as evidence discovered as a motivating factor does not have a significant difference for tourists men and women. These results can provide valuable information for the department of tourism, and local governments, travel agents to further create tourist interest in the products offered. The biggest motivating factor for tourists to purchase souvenirs is a souvenir as memories, while the souvenir as a gift is found as a motivating factor in the rating is less influenced the decision to buy souvenirs. These results can provide valuable information for the department of tourism, and local governments, travel agents to further create tourist interest in the products offered.

Keywords: Souvenir, Souvenir purchase motivation, Evidence, Memory, Gifts