

ABSTRACT

This study aimed to confirm the factors of Tourist Motivation on previous research relevant infor-used at this time. Object taken is the tourist from Surabaya.

Data processing was performed by using SPSS 16 for windows. The sampling technique used was non probability sampling with sampling type convenience. The samples used in this study was 150 responder. Data in if using the mean, standard deviation, and confirmatory factor analysis.

This study states 4 dimensions of tourist motivation namely (1) Novelty Seeking, (2) Stress Busting / Fun, (3) Achievement, (4) Family Orientation, which is divided into 20 questions in previous research is still relevant used for research. From the four factors of tourist motivation, novelty seeking factor can be explained best by eigenvalue of 3,34 and variants explain 55,67%, 8 items stated in the statement.

Keywords : Tourist Motivation, Novelty Seeking, Stress Busting, Achievement, Family Orientation



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengkonfirmasi faktor-faktor *tourist motivation* pada penelitian sebelumnya apakah masih relevan digunakan pada saat ini. Obyek yang diambil adalah wisatawan asal Surabaya.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *SPSS 16 for windows*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden. Data diolah menggunakan mean, standar deviasi, dan *Confirmatory Factor Analysis*.

Penelitian ini menyatakan dari 4 dimensi *tourist motivation* yaitu (1) *Novelty Seeking*, (2) *Stress Busting / Fun*, (3) *Achievement*, (4) *Family Orientation* yang terbagi dalam 20 pertanyaan pada penelitian sebelumnya masih relevan digunakan untuk penelitian. Dari keempat faktor *tourist motivation*, faktor *novelty seeking* dapat digambarkan paling baik dengan eigenvalue sebesar 3,34 dan varian explain 55,67% dinyatakan dalam 8 item pernyataan.

Kata kunci: *tourist motivation, novelty seeking, stress busting, achievement, family orientation*