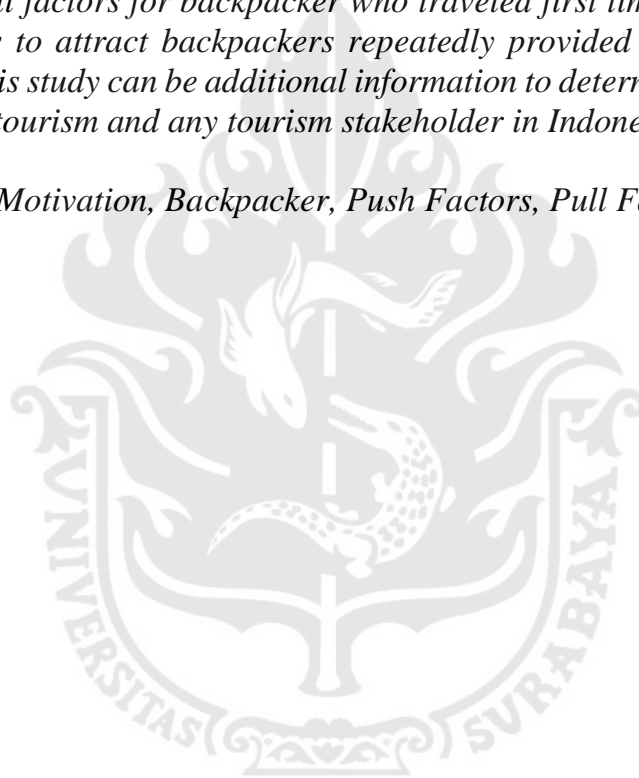


## **ABSTRACT**

*This study examined differences in motivation for the local backpacker who traveled first-time and repeat travel to Singapore. 170 respondents have filled in a questionnaire with 13 respondents invalid used for the analysis. A total of 71 respondents for the first time and 86 respondents to repeatedly. Backpacker were traveling the first time more motivated to visit places they have never visited, while repeatedly not. Backpacker were repeated more motivated because of the convenience of public transport, and the first-time is equally motivated by it.*

*The findings in this study revealed that the drivers (push) is stronger than the pull factors for backpacker who traveled first time and repeatedly. Suggestions to attract backpackers repeatedly provided in this study. The results of this study can be additional information to determine the marketing strategy of tourism and any tourism stakeholder in Indonesia.*

*Keywords: Motivation, Backpacker, Push Factors, Pull Factors*



## INTISARI

Penelitian ini menguji perbedaan motivasi untuk backpacker nusantara yang melakukan perjalanan pertama kali dan berulang bepergian ke Singapura. Sebanyak 170 responden telah mengisi kuisioner dengan 13 responden yang tidak valid yang digunakan untuk analisis. Sebanyak 71 responden melakukan untuk pertama kali dan 86 responden melakukan untuk berulang. Backpacker yang melakukan perjalanan pertama kali memiliki kecenderungan termotivasi karena ingin mengunjungi tempat yang mereka belum pernah kunjungi, sedangkan yang berulang tidak. Backpacker yang berulang lebih termotivasi karena kenyamanan transportasi publik, sedangkan yang pertama kali juga sama termotivasi karena hal tersebut.

Temuan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor pendorong(*push*) yang lebih kuat dari faktor penarik(*pull*) untuk backpacker yang melakukan perjalanan pertama kali dan berulang. Saran untuk menarik backpackers berulang yang tersedia dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan untuk menentukan strategi marketing pariwisata dan pengelolaan pariwisata Indonesia.

Kata Kunci : Motivasi, Backpacker, Faktor Pendorong, Faktor Penarik

