



# UNIVERSITAS DHYANA PURA UNDHIRA - BALI

SK MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011

*Perguruan tinggi teladan dan unggulan*

## **SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI**

No. 025a/ST-Bimb.Skripsi/UNDHIRA-S1-FEBH-MANAJEMEN/III/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura, pada semester Genap 2021/2022 menugaskan :

**Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA., M.A**

Sebagai **Pembimbing I** pada Skripsi Mahasiswa :

Nama : Putu Aditya Wiwekananda  
NIM : 18110111120  
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Perhotelan  
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran pada Coffee Shop di Denpasar dalam Menghadapi Persaingan di Masa Pandemi Covid-19**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Bimbingan dilakukan minimal 8 (delapan) kali dan mahasiswa dapat diijinkan mendaftar Ujian Skripsi apabila telah mendapat persetujuan dari Pembimbing.
- Segala biaya yang timbul akibat penetapan surat tugas ini dibebankan pada anggaran Universitas Dhyana Pura Tahun Akademik 2021/2022.
- Apabila terjadi kekeliruan dalam penetapan surat tugas ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Surat Tugas ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan 30 Juni 2022

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Badung, 29 Maret 2022  
Program Studi Manajemen



**Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M**  
Ketua



# UNIVERSITAS DHYANA PURA UNDHIRA - BALI

SK MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011

*Perguruan tinggi teladan dan unggulan*

## **SURAT KETERANGAN BIMBINGAN SKRIPSI**

No. 025c/SKet-Bimb.Skripsi/UNDHIRA-S1-FEBH-MANAJEMEN/III/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura, pada semester Genap 2021/2022 menerangkan:

Nama : Putu Aditya Wivekananda  
NIM : 18110111120  
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Perhotelan  
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran pada Coffee Shop di Denpasar dalam Menghadapi Persaingan di Masa Pandemi Covid-19**

Pada semester Genap 2021/2022 mengikuti Bimbingan Skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Dosen Pembimbing I adalah Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA., M.A dan Dosen Pembimbing II adalah I Gede Agus Mertayasa, S.E., M.M.
- b. Bimbingan dilakukan minimal 8 (delapan) kali dan mahasiswa dapat diijinkan mendaftar Ujian Skripsi apabila telah mendapat persetujuan dari Pembimbing.
- c. Surat Keterangan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan 30 Juni 2022. Bila sampai tanggal 30 Juni 2022 proses bimbingan tidak selesai, maka surat ini harus diperpanjang masa berlakunya pada semester berikutnya (registrasi kembali).

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk diperhatikan dan dilaksanakan.

Badung, 29 Maret 2022  
Program Studi Manajemen



Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M  
Ketua

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI BATU BOLONG  
CANGGU, KUTA UTARA, KABUPATEN BADUNG**



**I MADE ADI HERIANTO  
18110121139**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA BISNIS DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS DHYANA PURA  
BADUNG  
2022**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI BATU BOLONG  
CANGGU, KUTA UTARA, KABUPATEN BADUNG**

Skripsi untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Pada Program Studi Manajemen, Peminatan Manajemen Bisnis Pariwisata  
Fakultas Ekonomika Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

**I MADE ADI HERIANTO  
18110121139**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA BISNIS DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS DHYANA PURA  
BADUNG  
2022**


LEMBAR PENGESAHAN

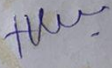
SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

Tanggal: 24 Juli 2022


Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.M.A., M.A)  
NIP. 2145.0006

  
(Dra. Komalawati, M.M.)  
NIP. 2145.0004

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora  
Universitas Dhyana Pura

  
(Ni Putu Dyah Krismawintari, SE., MM)  
NIP.0149861

Skripsi Ini Telah Diuji Pada

Tanggal 29 Agustus 2022

Panitia Penguji Skripsi Berdasarkan SK Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura,

No : 49/SKRIPSI/UNDHIRA-FEBH-MANAJEMEN/VIII/2022

Tanggal: 29 Agustus 2022

Ketua/ Penguji I	: I Gede Agus Mertayasa, S.E.,M.M
Sekretaris/Pendamping	: Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E.,MMA,MA
Anggota/Penguji II	: Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E.,M.M

### Persetujuan Publikasi Skripsi Untuk Kepentingan Akademis

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : I Made Adi Herianto  
NIM : 18110121139  
Fakultas : Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora  
Program Studi: Manajemen  
Peminatan : Manajemen Bisnis Pariwisata

Demi mengembangkan Ilmu Pengetahuan, menyetujui bahwa karya ilmiah/skripsi saya yang berjudul "**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Pantai Batu Bolong Canggu, Kuta Utara, Kabupaten Badung**" beserta dengan perangkat yang diperlukan (bila ada) untuk disimpan, dipublikasikan dan atau diperbanyak dalam bentuk apapun oleh Universitas Dhyana Pura bagi keperluan akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Dibuat di : Badung  
Pada tanggal : 24 juli 2022

Yang menyatakan



(I Made Adi Herianto)  
NIM: 18110121139

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : I Made Adi Herianto  
NIM : 18110121139  
Program Studi: Manajemen  
Peminatan : Manajemen Bisnis Pariwisata  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan  
Wisatawan di Pantai Batu Bolong Canggung, Kuta Utara,  
Kabupaten Badung.

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) ini bebas dari plagiat dan merupakan karya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiat dalam karya ilmiah Skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Mendiknas Republik Indonesia No.17 Tahun 2010 dan Peraturan yang berlaku di Universitas Dhyana Pura.

Badung, 8 Agustus 2022



(I Made Adi Herianto)

NIM: 18110121139



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Batu Bolong Canggu, Kuta Utara, Kabupaten Badung ” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Dhyana Pura Bali.

Penulis menyadari dengan baik bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA., MA. selaku Rektor Universitas Dhyana Pura Bali sekaligus Pembimbing I yang telah membimbing selama penulis menyusun skripsi.
2. Dr. Ni Made Diana Erfiani, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, Riset, Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Universitas Dhyana Pura Bali.
3. Dr. Drs. R. Tri Priyono Budi Santoso, M.M. selaku Wakil Rektor II Bidang Operasional, SDM, dan Pemasaran Universitas Dhyana Pura.
4. Dr. Gusti Ngurah Joko Adi Negara, M.A., S.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura.
5. Ibu Ni Putu Dyah Krismawintari, SE., MM, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura.
6. Dra.Komalawati, M.M., sebagai Pembimbing II yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak I Ketut Sirna, S.H. MM ,Selaku Pembimbing Akedemik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Dhyana Pura yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
9. Bapak I Wayan Suarya Selaku Prebekerl Desa Canggu beserta jajarannya yang telah memberikan data untuk kelancaran skripsi ini.

10. Keluarga saya Ibu, Alm Bapak, Adik, yang selalu memberikan dukungan penuh, semangat, kasih sayang, doa dan bantuan baik secara moral dan material.
11. Teman-teman saya khususnya Wayan Agus, Putra Adiyasa, Komang Trianta, Dewix Triska, Dek Erni serta seluruh teman – teman dari MBP, dan MKU angkatan 2018 Universitas Dhyana Pura Bali yang sudah memberi semangat penulis dalam menyusun skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat-Nya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis di dalam melaksanakan perkuliahan hingga mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir ini.

Badung, 24 Juli 2022

I Made Adi Herianto

## DAFTAR ISI

JUDUL	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR SKRIPSI TELAH DIUJIKAN .....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pariwisata.....	5
2.1.2 Aspek Penawaran Pariwisata .....	7
2.1.3 Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata .....	8
2.1.4 Wisatawan.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
2.3 Kerangka Konsep Penelitian.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian .....	15
3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel .....	15
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	18
3.3.1 Jenis Data .....	18

3.3.2 Sumber Data .....	18
3.4 Populasi dan Sampel.....	19
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	19
3.6 Metode Analisis Data.....	20
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	20
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	20
3.6.3 Analisis Faktor.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	23
4.1.1 Sejarah Desa Canggu .....	23
4.1.2 Struktur Organisasi Desa Canggu .....	25
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab .....	27
4.2 Analisis Deskriptif .....	33
4.3 Karakteristik Responden.....	35
4.3.1 Jenis Kelamin.....	35
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	36
4.5 Analisis Faktor.....	38
4.5.1 KMO, <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> , <i>MSA (Measuring of Sampling Adequacy</i> , dan pengujian Anti Image Matrices. ....	38
4.5.2 Faktoring dan Rotasi .....	40
4.5.3 Penamaan Faktor.....	43
4.6 Faktor Dominan yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Canggu .....	45
4.6.1 Faktor Dominan Pada Kelompok Faktor 1 .....	45
4.6.2 Faktor Dominan Pada Kelompok Faktor 2 .....	46
4.6.3 Faktor Dominan Pada Kelompok Faktor 3 .....	46
4.7 Uji Ketepatan Model .....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

<b>No. Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1	Jumlah Objek Wisata di Kabupaten Badung .....	2
Tabel 3. 1	Variabel dan Indikator .....	17
Tabel 4. 1	Deskripsi Statistik Menurut Nilai Mean (Rata-Rata) Indikator .....	34
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4. 3	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen dari 75 Responden .....	37
Tabel 4. 4	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen dari 75 responden .....	37
Tabel 4. 5	Hasil Pengujian KMO and Bartlett's Test.....	38
Tabel 4. 6	Angka Korelasi Anti Image Matrices .....	39
Tabel 4. 7	Communalities .....	40
Tabel 4. 8	Hasil Analisis Ekstraksi Faktor.....	41
Tabel 4. 9	Hasil Analisis Rotasi Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Cangu Rotated Component Matrix .....	43
Tabel 4. 10	Kelompok Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan .....	44
Tabel 4. 11	Bobot Nilai Kelompok Faktor 1 .....	45
Tabel 4. 12	Bobot Nilai Kelompok Faktor 2 .....	46
Tabel 4. 13	Bobot Nilai Kelompok Faktor 3 .....	46

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Konsep Penelitian .....	13

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Tabulasi
Lampiran 3	Deskripsi Statistik
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reabilitas
Lampiran 5	KMO and Bartlett's Test, Anti Image Matrices
Lampiran 6	Analisis Faktor
Lampiran 7	Reduksi Data
Lampiran 8	Frekuensi Tabel
Lampiran 9	Dokumentasi Peneliti
Lampiran 10	Surat Rekomendasi Peneliti
Lampiran 11	Kartu Bimbingan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di pantai Batu Bolong Canggung, Kuta Utara, Kabupaten Badung. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* dengan responden sebanyak 75 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dan data diolah dengan bantuan *Software SPSS 25.0*. Hasil penelitian yang diperoleh setelah dianalisis menggunakan analisis faktor dari 14 indikator yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di pantai Batu Bolong Canggung, Kuta Utara, Kabupaten Badung menjadi 3 faktor yaitu Faktor pertokoan, fasilitas, akses, budaya dan alam dengan eigen value 11.656, Faktor Usaha jasa yang memanjakan wisatawan dengan eigen value 0,688, Faktor Pemandangan dan kuliner dengan eigen value 0,636. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang dominan mempengaruhi kunjungan wisatawan di Pantai Batu Bolong Canggung, Kuta Utara, Kabupaten Badung adalah Faktor Pertokoan, fasilitas, akses, budaya dan alam yang merupakan nilai tertinggi dari keseluruhan nilai *eigen value*.

Kata Kunci: Kunjungan, Wisatawan, Pantai



## **ABSTRACT**

This study aims to determine the factors that influence tourist visits to Batu Bolong beach, Canggu, North Kuta, Badung Regency. The sampling method used in this study was Accidental Sampling with 75 respondents. The analytical tool used in this research is factor analysis and the data is processed with the help of Software SPSS 25.0. The results obtained after being analyzed using factor analysis of 14 indicators that affect tourist visits at Batu Bolong beach, Canggu, North Kuta, Badung Regency into 3 factors, namely shopping factors, facilities, access, culture and nature with an eigenvalue of 11,656, service business factors that pampering tourists with an eigenvalue of 0.688, scenery and culinary factors with an eigenvalue of 0.636. This study shows that the dominant factors influencing tourist visits at Batu Bolong Beach, Canggu, North Kuta, Badung Regency are shopping factors, facilities, access, culture, and nature which are the highest values of the overall eigenvalue.

Keywords: Visits, Tourists, Beach

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia menjadi salah satu negara yang mengandalkan pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan negaranya. dikarenakan cepatnya peningkatan ekonomi yang diakibatkan oleh pertumbuhan pariwisata membuat keinginan dalam sektor investasi dan konsumsi meningkat dan menimbulkan aktivitas produksi produk dan jasa. Begitu pula dengan daya beli para wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata juga meningkat yang mana harus dipenuhi. Dalam memenuhi hal tersebut dibuatlah sarana dan prasarana diberbagai bidang mulai dari transportasi, akomodasi, komunikasi, restoran, dan bidang yang lainnya. Dengan di buatnya dan di kembangkannya sarana dan prasarana tersebut maka akan mendorong perekonomian masyarakat sekitar, meningkatnya pendapatan pajak, dan tidak dipungkiri juga akan adanya minat investasi di sekitar objek wisata tersebut. .

Dengan dikembangkannya sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan negara yang tidak merusak lingkungan sekitar dimana faktor alam menjadi salah satu hal yang ditonjolkan dalam pariwisata yang dapat membuat tingginya minat wisatawan berkunjung. Industri pariwisata sangatlah diminati di berbagai negara, dengan alam yang mendukung, indonesia menjadi salah satu negara yang sangat layak untuk di kembangkan dalam sektor pariwisata. Mulai dari alam sampai dengan budaya yang unik membuat indonesia memiliki ciri khasnya tersendiri dalam mengembangkan pariwisata. Dengan mengembangkan industri pariwisata keasrian lingkungan sekitar juga terjaga di karenakan

tumbuhnya kesadaran masyarakat dalam menjaga dan melindungi lingkungan sekitar dari segala jenis kerusakan.

Seperti yang kita ketahui provinsi Bali menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang mengembangkan pariwisata dengan tujuan meningkatkan kepuasan wisatawan berkunjung agar daya beli wisatawan meningkat dan hal ini akan mempengaruhi peningkatan pendapatan daerah dan masyarakat sekitarnya. Dengan luas wilayah 418,52 km<sup>2</sup> dan penduduk yang berjumlah 545.121 jiwa (2020) Kabupaten Badung menjadi salah satu kabupaten dengan sektor pariwisata yang strategis untuk dikembangkan dan berpotensi tinggi untuk dikelola. Industri pariwisata buatan, industri pariwisata budaya dan sejarah, dan wisata alam di Kabupaten Badung memiliki ciri khasnya sendiri, dengan memiliki hal tersebut memasarkannya bukanlah hal yang tidak mungkin dengan adanya 39 objek wisata dan 3 kawasan pariwisata (2022) pada halaman 362.

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Objek Wisata di Kabupaten Badung**

NO	Jenis Objek Wisata	Jumlah
1	Objek Wisata Alam	29
2	Objek Wisata Budaya	8
3	Objek Wisata Buatan	2
Total		39

*Sumber: Disparda Bali (2022)*

Berdasarkan data yang didapat dari situs resmi provinsi Bali Kabupaten Badung memiliki banyak daya tarik wisata yang menguntungkan baik di masyarakat, pemerintah dan wisatawan tersebut. Di Kecamatan Kuta Utara, Pantai Batu Bolong Cangu adalah salah satu objek wisata yang berkembang akhir-akhir ini. Dengan bertambahnya akomodasi di sekitar pantai seperti hotel, restoran, transportasi, guest house, membuat ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi

pantai Batu Bolong canggu ini, ditambah dengan ombak yang bagus untuk berselancar.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di pantai Batu Bolong Canggu?
2. Faktor manakah yang paling dominan yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di pantai Batu Bolong Canggu?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tidak dipungkiri setiap penelitian yang dilakukan tentunya mempunyai sasaran yang hendak diraih atau apa yang menjadi tujuan penelitian tentunya jelas diketahui sebelumnya. Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di pantai Batu Bolong Canggu
2. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi kunjungan wisatawan di pantai Batu Bolong Canggu.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### 1) Manfaat Teoritis

Berdasarkan aspek teoritis, diharapkan hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat dijadikan sebagai pedoman dan acuan bagi peneliti selanjutnya yang juga tertarik membahas permasalahan yang terdapat pada

faktor kunjungan wisatawan sehingga penelitian ini bisa diteliti secara lebih komprehensif.

## 2) Manfaat Praktis

Berdasarkan aspek praktis, diharapkan dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dan pemerintah dapat berpartisipasi melestarikan dan mengembangkan objek wisata pantai Batu bolong demi kelangsungan perkembangan ekonomi dan pariwisata di Kabupaten Badung.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pariwisata**

###### **2.1.1.1 Pengertian Pariwisata**

Dalam bahasa sansekerta, pariwisata dapat dibagi menjadi 2 yaitu “pari” dan “wisata”, dimana “pari” memiliki arti penuh seluruh dan “wisata” memiliki arti perjalanan. (Utama, 2017: 131). Menurut Yoeti dalam Utama (2017) dijelaskan bahwa syarat dalam suatu perjalanan agar dapat disebut sebagai perjalanan wisata apabila:

1. Perjalanan dilakukan mulai dari suatu tempat ke tempat lain, di luar tempat tinggal orang tersebut.
2. Dengan tujuan perjalanan tidak lain hanya untuk bersenang-senang, dan tidak mencari pendapatan atau keuntungan di tempat dan negara yang dikunjunginya.
3. Hanya sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi.

Sementara menurut Spillane dalam Utama (2017) pariwisata adalah suatu pelayanan dan jasa.

Dalam Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 dan Pemerintah RI Tahun 2010 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya Tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. pariwisata dapat disimpulkan sebagai suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat

tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

### **2.1.1.2 Industri Pariwisata**

Industri pariwisata memiliki cangkupan yang sangat luas, dimana hal ini memiliki efek berganda dari hilir ke hulu. Menurut Rulloh dalam Rahmadhani (2021:17) berpendapat industri pariwisata adalah sekelompok bidang usaha yang menghasilkan berbagai barang dan jasa yang di butuhkan oleh wisatawan. Hal ini juga mencakup aktivitas yang ekonomis dan produktif, oleh sebab itu pariwisata di golongankan dalam kegiatan industri.

Industri pariwisata adalah pemahaman yang perlu dianalisis dan di mengerti sebagai bahan pengambilan keputusan. Walaupun di berbagai negara tidak semua mengerti hal tersebut sehingga secara realitas atau kredibel yang berhubungan dengan informasi pariwisata yang mendasar dalam memperkirakan kontribusinya baik untuk regional, nasional dan perekonomian global. (Utama,2015;14)

### **2.1.1.3 Jenis Pariwisata**

#### **1. Jenis Pariwisata**

Menurut Pendit yang dikutip Utama (2017;145) pariwisata memiliki beberapa jenis. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut:

##### **a. Wisata Budaya**

Dimaksudkan wisata yang ingin mengetahui keadaan kesenian, adat istiadat, cara hidup, kebudayaan daerah/negara yang dikunjungi.

Tujuannya untuk memperluas pandangan hidup.

b. Wisata Maritim atau Bahari

Adalah perjalanan seorang wisatawan untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan olahraga air.

c. Wisata Cagar Alam

Wisata yang dilakukan dengan tujuan melindungi dan melestarikan alam.

d. Wisata Mice

Kategori ini adalah perjalanan untuk melihat/pengunjung pameran yang bersifat komersial seperti pameran industri.

e. Wisata Agro

Wisata ini berhubungan dengan pertanian.

f. Wisata Buru

Wisata yang bertujuan untuk melakukan perburuan di tempat atau daerah yang memiliki hutan.

g. Wisata Ziarah

Wisata yang berhubungan dengan agama, sejarah, dan keyakinan kelompok dalam masyarakat.

### 2.1.2 Aspek Penawaran Pariwisata

Menurut Medlik dalam Utama (2017;115) disebutkan bahwa ada empat aspek penawaran pariwisata yang perlu diperhatikan yaitu:

1. *Attraction* (daya tarik); baik budaya, alam maupun masyarakat dalam suatu tempat pariwisata haruslah dapat membuat ketertarikan wisatawan untuk berkunjung.
2. *Accessible* (transportasi) ; sebuah aspek penting yang memudahkan wisatawan untuk mencapai tempat tujuan wisata.



3. *Amenities* (fasilitas) ; suatu syarat yang diharuskan untuk dimiliki suatu tempat wisata dan dapat dirasakan dan digunakan oleh para wisatawan yang memungkinkan para wisatawan untuk menetap lebih lama.
4. *Ancillary* (kelembagaan) ; adanya kelembagaan yang mengayomi para wisatawan seperti kelembagaan keamanan sekitar yang dapat membuat para wisatawan lebih merasa aman saat berkunjung ke DTW.

### **2.1.3 Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata**

Objek dan daya tarik wisata adalah dua komponen yang saling berkaitan yang mana saling menunjang satu sama lain. Dikutip dari undang undang republik indonesia nomor 10 tahun 2009 pasal 1 menyebutkan tentang daya tarik 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 objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik, agar orang – orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut Yoeti dalam Utama (2017:142) Daya tarik wisata ialah segala sesuatu daya tarik yang menunjang keinginan wisatawan untuk datang berkunjung ke suatu daerah tertentu. Begitu juga dengan penjelasan Pedit dalam Utama (2017:142) menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai dan menarik untuk dikunjungi dan di lihat. Dalam Utama (2017:140) dijelaskan bahwa yang disebut dengan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dapat menimbulkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung.

Dikutip dari Utama (2017:141) suatu tempat dapat dikatakan sebagai objek wisata jika 3 persyaratannya dapat dipenuhi antara lain sesuatu yang dapat dilihat

(*something to see*), sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*), sesuatu yang dapat di beli (*something to buy*). objek atau Daya Tarik Wisata (DTW) dapat dibedakan menjadi 3 yaitu:

1. Objek wisata alam : cagar alam, laut, pemandangan alam, pantai, danau, gunung, binatang dan tumbuhan, kawasan lindung.
2. Objek wisata budaya: tarian tradisional, kegiatan adat, pakaian adat, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, pertunjukan tradisional, kain tenun tradisional, adat-istiadat lokal , museum, dan yang lainnya.
3. Objek wisata buatan : Permainan, hiburan, ketangkasan (berkuda), taman (baik rekreasi maupun nasional) , pusat perbelanjaan, dan yang lainnya.

#### **2.1.4 Wisatawan**

Dalam Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 menjelaskan tentang Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata . Jadi menurut pengertian ini, wisatawan ialah semua orang yang melakukan perjalanan wisata dengan berbagai tujuan tanpa didasari keinginan untuk menetap dan mencari nafkah. Dikutip dari Bates (2020;16) pengertian wisatawan menurut IUOTO (International Union of Travel Organization) wisatawan ialah orang yang melakukan kunjungan dalam kurun waktu lebih dari 24 jam di suatu tempat, dengan memiliki tujuan untuk bersenang senang, agama, olah raga, berlibur, kesehatan, belajar, dan berdagang.

Menurut Smith dalam Bates (2020;16), memaparkan bahwa wisatawan ialah orang yang tidak sedang bekerja dan secara sukarela mengunjungi daerah lain di luar tempat tinggalnya untuk melakukan sebuah liburan dan untuk mendapatkan suatu pengalaman yang baru.

Menurut WTO (dalam Bates, 2020;17) wisatawan dapat dibagi menjadi dua bagian, antara lain:

1. Setiap orang yang melakukan kegiatan ke suatu negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan sebuah pekerjaan yang di berikan oleh negara yang di kunjunginya di sebut dengan pengunjung.
2. Setiap orang yang berkunjung ke suatu tempat di dalam negara yang sama tanpa memandang kewarganegaraannya dalam kurun waktu lebih dari 1 hari disebut dengan wisatawan.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan yang berkaitan dengan Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Penelitian yang telah dilakukan antara lain :

Bates (2020) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Menarik Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Pantai Berawa Desa Tibubeneng, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung-Bali” hasil dari penelitian ini adalah Penelitian ini dilakukan terhadap 75 orang responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif serta analisis faktor yang terdiri atas pemilihan variabel, proses factoring, menamakan masing – masing faktor dan uji ketepatan model sebesar 57% pada tingkat kesalahan sebesar 5% atau dengan kata lain model dapat diterima dengan ketepatan 57%. Dalam pengolahan data terhadap 15 indikator variabel yang semua diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 20.00. Setelah dianalisis faktor didapatkan 2 faktor baru yaitu faktor ombak Besar, dan Faktor Desa Adat, sehingga 2 faktor ini merupakan faktor yang dapat menarik minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke pantai Berawa desa

Tibubeneng, Kuta Utara, Bali. Sedangkan faktor yang paling dominan adalah faktor Ombak besar yang memiliki eigenvalue paling besar dengan indikator yang dominan yaitu Toko Surfing.

Munawati, dkk (2018) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Pantai Swarangan Kecamatan Jorong Kabupaten Tanah Laut Provinsi Kalimantan Selatan” hasil dari penelitian ini adalah Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan yaitu faktor pendapatan, faktor biaya perjalanan, dan faktor fasilitas. Hasil penelitian menggunakan perhitungan melalui bantuan program *SPSS versi 22* yang diperoleh dari hasil tabulasi yang sudah diolah menunjukkan bahwa ada 3 faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan yaitu faktor pendapatan, faktor biaya perjalanan, dan faktor fasilitas.

Lakuhati (2018) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Ekowisata Di Desa Bahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara” hasil dari penelitian ini adalah aktivitas yang menjadi tujuan wisatawan berkunjung ke kawasan ekowisata Desa Bahoi adalah wisata diving. Variabel tingkat usia menjadi faktor yang mempengaruhi dalam penelitian ini. hal yang ditunjukkan dari hasil analisis regresi adalah koefisien dugaan pada variabel Tingkat usia adalah 0,1160 dimana variabel tersebut bernilai positif yang mana memiliki arti variabel tersebut berpengaruh pada kunjungan wisatawan ke ekowisata *diving*.

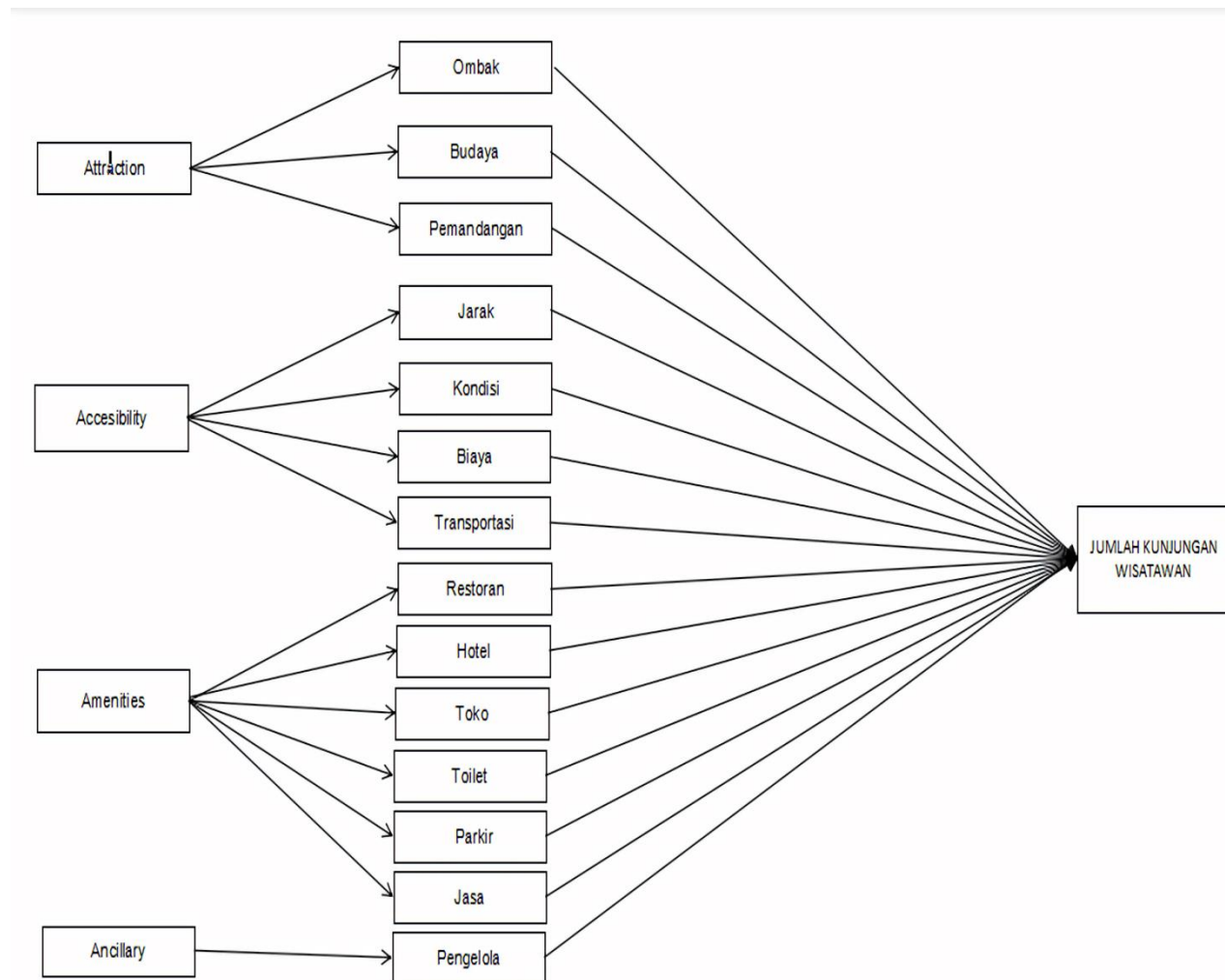
Dholym (2018) “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Umbul Ponggok, Desa Ponggok, Polanharjo, Klaten” dilihat dari hasil penelitian yang di dapat faktor – faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung di obyek wisata Umbul Ponggok dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Variabel pendapatan dan daya tarik berpengaruh signifikan dan positif terhadap jumlah kunjungan wisata ke Umbul ponggok. Hal ini berarti bahwa pendapatan dan daya tarik mempengaruhi jumlah kunjungan wisata ke Umbul Ponggok.
- b. Variabel biaya perjalanan dan lama perjalanan menuju obyek wisata Umbul Ponggok berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata ke Umbul Ponggok. Hal ini berarti bahwa biaya perjalanan mempengaruhi jumlah kunjungan wisata ke Umbul Ponggok.
- c. Variabel fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata ke Umbul ponggok. Hal ini menunjukkan bahwa biaya perjalanan dan fasilitas tidak mempengaruhi jumlah kunjungan wisata ke Umbul Ponggok.
- d. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,53 (53%) yang menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisata ke obyek wisata Umbul Ponggok dapat di jelaskan variabel pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan daya tarik dan sisanya sebesar 47% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

M. Akrom (2014) dengan judul “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal” hasil dari penelitian ini adalah variabel biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain dan lama perjalanan tidaklah mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, sedangkan variabel pendapatan dan fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kunjungan wisatawan.

## 2.3 Kerangka Konsep Penelitian

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Konsep Penelitian**



Berdasarkan gambar 2.1 di atas di jelaskan bahwa ada 4 faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Obyek Wisata Pantai Batu Bolong Canggü yaitu : *Attraction, Accessibility, Amenities dan Ancillary.*

*Attraction* adalah atraksi wisata berupa Ombak besar, Budaya adat istiadat, Pemandangan sunset mempengaruhi kunjungan wisatawan di Obyek Wisata Pantai Batu Bolong Canggü.

*Accessibility* adalah sarana dan infrastruktur untuk mencapai Obyek Wisata Pantai Batu Bolong Canggü berupa jalan, ketersediaan sarana transportasi dan petunjuk jalan mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Obyek Pantai Batu Bolong Canggü.

*Amenities* fasilitas-fasilitas pendukung maupun fasilitas utama di Obyek Wisata Pantai Batu Bolong Canggü seperti Restoran, Akomodasi dan fasilitas pendukung lainnya yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Obyek Wisata Pantai Batu Bolong Canggü.

*Ancillary* adalah kelembagaan seperti Desa Adat yang mengelola Obyek Wisata Pantai Batu Bolong berupa keamanan yang membuat para wisatawan merasakan keamanan saat mengunjungi Obyek Wisata Pantai Batu Bolong.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di Pantai Batu Bolong, desa Cangu, Kecamatan Kuta utara, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Dengan objek penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Pantai Batu Bolong Cangu, Kecamatan Kuta utara, Kabupaten Badung, Provinsi Bali.

#### **3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2016;38) dalam Bates (2020) Definisi operasional variabel ialah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti dalam bentuk apapun untuk dipelajari agar bisa memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Pantai Batu Bolong Cangu, Kuta utara, Kabupaten Badung”. Maka penulis mengelompokan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel lingkungan internal dan variabel lingkungan eksternal dengan penjelasan sebagai berikut:

##### **1. *Attraction***

*Attraction* merupakan salah satu daya tarik yang dicari oleh para wisatawan. Di Pantai Batu Bolong sendiri *Attraction* yang diminati oleh para wisatawan adalah ombak yang besar untuk berselancar, Budaya istiadat, dan Pemandangan sunset.

##### **2. *Accessibility***



*Accessibility* merupakan akses menuju Pantai Batu Bolong baik fasilitas jalan dan berbagai alat transportasi yang dapat memudahkan para wisatawan mencapai Pantai Batu Bolong.

### 3. *Amenities*

*Amenities* adalah prasarana yang berada di sekitar obyek wisata dan dapat di gunakan para wisatawan seperti fasilitas umum (toilet, parkir, dll) , hotel, restoran, dan berbagai fasilitas lainnya.

### 4. *Ancillary*

*Ancillary* adalah adanya lembaga yang menambah kenyamanan wisatawan dalam berkunjung seperti lembaga keamanan desa, dll.

Dari teori diatas menurut Medlik dalam Utama (2017;105), dapat diambil kesimpulan dalam penelitian ini variabel X1 adalah *Attraction*, variabel X2 adalah *Accessibility* , variabel X3 adalah *Amenities*, dan variabel X4 adalah *Ancillary*.

Dari variabel yang sudah di tentukan di atas, maka terbentuklah 14 indikator yang dibagi menurut variabelnya yaitu: variabel X1 terdiri dari 3 indikator, Variabel X2 terdiri dari 4 indikator, variabel X3 terdiri dari 6 indikator, dan variabel X4 terdiri dari 1 indikator yang dapat dilihat pada tabel 3.1

**Tabel 3. 1**  
**Variabel dan Indikator**

Variabel	Kode	Indikator	Definisi Indikator
Attraction	X1	Ombak	Ombak yang besar menjadi sebuah daya tarik besar untuk para wisatawan berkunjung, dikarenakan ombak besar sangat bagus untuk berselancar.
	X2	Budaya	Dikarenakan kehidupan masyarakat masih kental dengan adanya budaya, maka dari itu para wisatawan dapat menikmati nya.
	X3	Pemandangan	Pemandangan yang disuguhkan oleh obyek wisata ini ialah sunset yang indah dan dapat dinikmati dari tepi pantai Batu Bolong Canggü.
Accessibility	X4	Jarak tempuh	Jarak tempuh dari bandara menuju pantai Batu Bolong Canggü.
	X5	Kondisi jalan	Kondisi jalan menuju obyek wisata pantai Batu Bolong.
	X6	Biaya perjalanan	Seluruh biaya perjalanan dari awal berangkat sampai Pantai Batu Bolong.
	X7	Transportasi	Alat transportasi yang digunakan untuk mencapai Pantai Batu Bolong.
Amenities	X8	Restaurant	Ketersediaan tempat untuk makan dan minum bagi para wisatawan yang berkunjung.
	X9	Hotel	Ketersediaan tempat untuk menginap bagi wisatawan yang berkunjung.
	X10	Toko	Ketersediaan toko yang menjual berbagai kebutuhan wisatawan.
	X11	Toilet	Ketersediaan toilet dengan kondisi yang layak untuk wisatawan yang berkunjung.
	X12	Parkir	Ketersediaan tempat parkir yang layak bagi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Batu Bolong.
	X13	Jasa pijat	Jasa layanan pijat di Pantai Batu Bolong untuk memulihkan stamina dan menyegarkan kembali otot-otot setelah seharian beraktivitas
Ancillary	X14	Pengelola	Lembaga pengelola Pantai Batu Bolong seperti Desa Adat

Sumber: Bates (2020)

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif.

1. Data Kualitatif adalah data yang berupa keterangan-keterangan yang berhubungan dengan objek yang dibahas, seperti sejarah objek wisata Pantai Batu Bolong, letak geografi objek wisata Pantai Batu Bolong dan keadaan alam di desa Cangu.
2. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka angka yang menyatakan dan berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, seperti jumlah kunjungan wisatawan ke bali, jumlah objek wisata di kabupaten badung.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer  
Data yang dikumpulkan dan di dapatkan dengan cara berinteraksi langsung dengan objeknya dan diolah pertama kali oleh peneliti, seperti jawaban angket oleh responden.
2. Data sekunder  
Data yang diperoleh dari sumber-sumber tercetak maupun yang tidak tercetak, dimana data tersebut dikumpulkan oleh pihak lain, seperti sejarah objek Pantai Batu Bolong, letak geografis objek wisata Pantai Batu Bolong dan keadaan alam Desa Cangu, fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh objek wisata Pantai Batu Bolong.

### 3.4 Populasi dan Sampel

Teknis analisis yang digunakan untuk pengambilan masing-masing responden adalah accidental sampling. Utama dan Mahadewi (2012:168) dalam Bates (2020) menjelaskan bahwa "*Accidental Sample* adalah pengambilan anggota sampel atau responden dengan sesuka hati atau yang ditemukan secara kebetulan". yang berarti siapa saja yang secara tidak sengaja di temui oleh peneliti dapat dijadikan sebagai anggota sampel, bila yang bersangkutan dirasakan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan tujuan penelitian. Untuk mendapatkan hasil yang di baik maka jumlah responden yang diambil oleh peneliti untuk menjawab kuesioner adalah sebanyak 5 atau 10 kali dari variabel/indikator yang dimuat dalam kuesioner. Oleh karena itu dalam penelitian ini digunakan 14 indikator jadi banyaknya sampel yang diambil adalah sebanyak  $14 \times 5$  yaitu 70 responden.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung dengan cara mengumpulkan data serta mencatat gejala-gejala yang nampak pada objek penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data di mana peneliti terjun langsung sebagai partisipan atau non partisipan.

2. Kuisisioner

Serangkaian pertanyaan-pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden dengan secara langsung untuk dijawab tanpa adanya pengaruh

dari pihak peneliti dengan lima tingkatan dalam penelitian ini. Masing-masing jawaban diberi skor sebagai berikut:

- a. Nilai 5 diberikan kepada jawaban Sangat setuju (SS)
  - b. Nilai 4 diberikan kepada jawaban Setuju (S)
  - c. Nilai 3 diberikan kepada jawaban Ragu-ragu (RR)
  - d. Nilai 2 diberikan kepada jawaban Tidak setuju (TS)
  - e. Nilai 1 diberikan kepada jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data melalui foto-foto yang didapatkan oleh peneliti baik melalui internet dan juga mendatangi tempat wisata tersebut . Alat yang digunakan dalam dokumentasi adalah kamera.

### **3.6 Metode Analisis Data**

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi adalah Analisis Statistik deskriptif. Dengan hanya berupa akumulasi data dasar berbentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling berhubungan, menguji hipotesis, menarik kesimpulan, atau membuat ramalan.

#### **3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Dalam Bates (2020) Warmani menjelaskan bahwa validitas menunjukkan sejauh mana kemampuan alat pengukur dapat mengukur apa yang diukur. Dengan tujuan untuk memeriksa apakah isi angket sudah benar dalam mengukur

apa yang ingin diukur dan cukup dipahami oleh responden, yang diindikasikan oleh kecilnya persentase jawaban dari responden yang tidak terlalu menyimpang dengan rata-rata jawaban responden lainnya.

Armani menjelaskan dalam Bates (2020) menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total, memakai rumus teknik korelasi product moment adalah salah satu cara pengujian validitas. Secara statistik angka korelasi yang diperoleh harus diuji terlebih dahulu untuk menyatakan apakah nilai korelasi yang di dapat adalah signifikan atau tidak. Dengan cara uji korelasi pertanyaan-pertanyaan dapat dinyatakan signifikan apabila angka yang diperoleh dari semua pertanyaan di atas angka kritis 5%.

Dalam Bates (2020) Warmani menjelaskan sebuah angket (instrument) dikatakan valid dalam dasar pengambilan keputusan jika nilai *significant test* butir pertanyaan lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan (0,05). nilai a-cronbach akan dicari dengan cara melakukan uji reliabilitas setelah data valid , dimana nilai a berkisar antara 0 sampai dengan 1, semakin besar nilai yang diperoleh, maka semakin reliable variable. Analisis faktor akan dilakukan setelah data valid dan reliabel.

### **3.6.3 Analisis Faktor**

Analisis faktor tahap 1, tahap 2 (*factoring rotation*), dan yang terakhir adalah analisis faktor tahap 3 (penamaan faktor) akan dilakukan setelah data valid dan reliabel dikutip dari Bates (2020) menurut Utama dan Mahadewi. Tahapan-tahapan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Memilih Variable

Untuk hal ini digunakan metode KMO (Kaiser Meyer Olkin) dan Bartlett Test of Sphericity, pengukuran MSA (Measuring of Sampling Adequacy),

serta pengujian dengan Anti Image Matrices untuk mengetahui variabel mana saja yang dapat dianggap pantas untuk digunakan dalam analisis selanjutnya dan yang mana saja yang harus dikeluarkan.

## 2. Proses Faktoring

Melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang tersedia sehingga terbentuk satu faktor atau lebih. *Principal Component Analysis* adalah metode yang digunakan untuk melakukan proses ekstraksi. Proses selanjutnya adalah melakukan proses rotasi untuk memperjelas apakah faktor yang terbentuk sudah signifikan berbeda dengan faktor yang lainnya.

## 3. Proses penamaan faktor

Menamakan masing masing faktor yang telah terbentuk mulai dari faktor yang memiliki nilai eigen value yang terbesar sampai yang terkecil.

## 4. Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model dapat diketahui dari besarnya residual yang terjadi. Perbedaan korelasi yang diamati dan diproduksi berdasarkan estimasi matriks faktor ialah Residual.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Desa Canggu**

Dikutip dari Profil Desa Canggu 2021 dalam mengungkapkan sejarah Desa Canggu, terdapat kesulitan karena tidak ada data-data tertulis baik berupa lontar maupun berupa prasasti-prasasti yang dapat mengungkapkan nama Desa itu sendiri. Demikian pula menurut informasi yang kami peroleh dari beberapa warga yang dianggap mengetahui dalam hal itu, belum juga dapat memberikan penjelasan bagaimana sejarah terjadinya Desa Canggu tersebut. Oleh karena itu untuk mendapatkan gambaran tentang nama Desa Canggu maka di cobalah melakukan perbandingan dengan semua nama Desa “Canggu” yang terdapat di daerah Kerajaan Majapahit yang terletak di muara Kali Brantas.

Hal ini terjadi karena apabila kita mencoba membandingkan tentang masalah nama Desa maupun seperti kecamatan dan sebagainya, maka banyak sekali terjadi nama-nama yang sama di Bali dengan di Jawa terutama di jaman Majapahit dan lain-lain misalnya: Kerajaan Kediri, di Bali juga terdapat nama Kediri di Tabanan, nama Gerobogan di Jawa di Bali juga terdapat Gerobogan di Kecamatan Kuta. Di Jawa terdapat nama Banten maka pada zaman Rsi Markandeya sekitar abad V dan VI sebelum pulau ini bernama Bali terlebih dahulu diberi nama Banten karena pengertian banten sama dengan Bali. Oleh karena itu orang yang menjalankan banten di Bali kadang-kadang disebut Balian.



Demikian beberapa contoh tentang nama-nama Desa yang mempunyai persamaan antara Jawa dengan Bali. Karena disadari pula perkembangan Agama Hindu di Bali masih berlangsung sekitar abad XIV yaitu pada jaman Majapahit dengan kedatangan maha rsi- maha resi seperti Danghyang Dwijendra / Nirartha dengan konsep Padmasananya. Danghyang Astapaka dengan ajaran Budhanya, Mpu Kuturan dengan konsepsi Kahyangan tiganya. Oleh karena itu kami mempunyai anggapan bahwa nama Desa Canggu ini kemudian ada hubungan dengan nama Canggu yang kami sebutkan di atas dalam hal ini kami mencoba menghubungkan dengan babad dalem Samprangan dimana setelah keturunan Raja Bali ketiga yaitu Dalem Ketut Ngelesir dengan pusat Kerajaan di Gelgel yang selanjutnya setelah dihabiskan Raja bergelar Sri Semara Kepakisan. Raja-raja Bali saat itu di undang ke Majapahit yang pada waktu itu diperintah oleh Hayam wuruk dengan patihnya Gajah mada dan Raja bali mengutus patihnya bernama Kyai Petandakan. Pada Saat patih ini kembali ke Bali diberi sebilah keris sebagai jimat untuk mempertahankan Bali, tatkala Kyai Petandakan naik perahu di Bengawan Canggu ( Pelabuhan Kerajaan Majapahit) , maka diceritakan bahwa kerisnya jatuh ke dalam air sedangkan urangkanya (sarungnya) masih dipegang beberapa saat kemudian dengan kekuatan puja mantranya dari Kyai Petandakan, anak keris itu kembali dengan sendirinya masuk ke dalam sarungnya, sehingga dengan demikian keris itu diberi nama Begawan Canggu. Setelah tiba di Bali beliau menuju dalem Gelgel dan ditempat inilah beliau beristirahat dengan membawa keris tadi sehingga Desa/Daerah ini diberi nama "Canggu". Secara keyakinan agama Hindu oleh karena nama Canggu ini diberi oleh seorang patih yang memiliki kesucian batin, maka nama itu memiliki kekuatan tersendiri sebagai suatu wilayah. Hal ini selanjutnya dapat dibuktikan dengan kedatangan Resi dari Majapahit

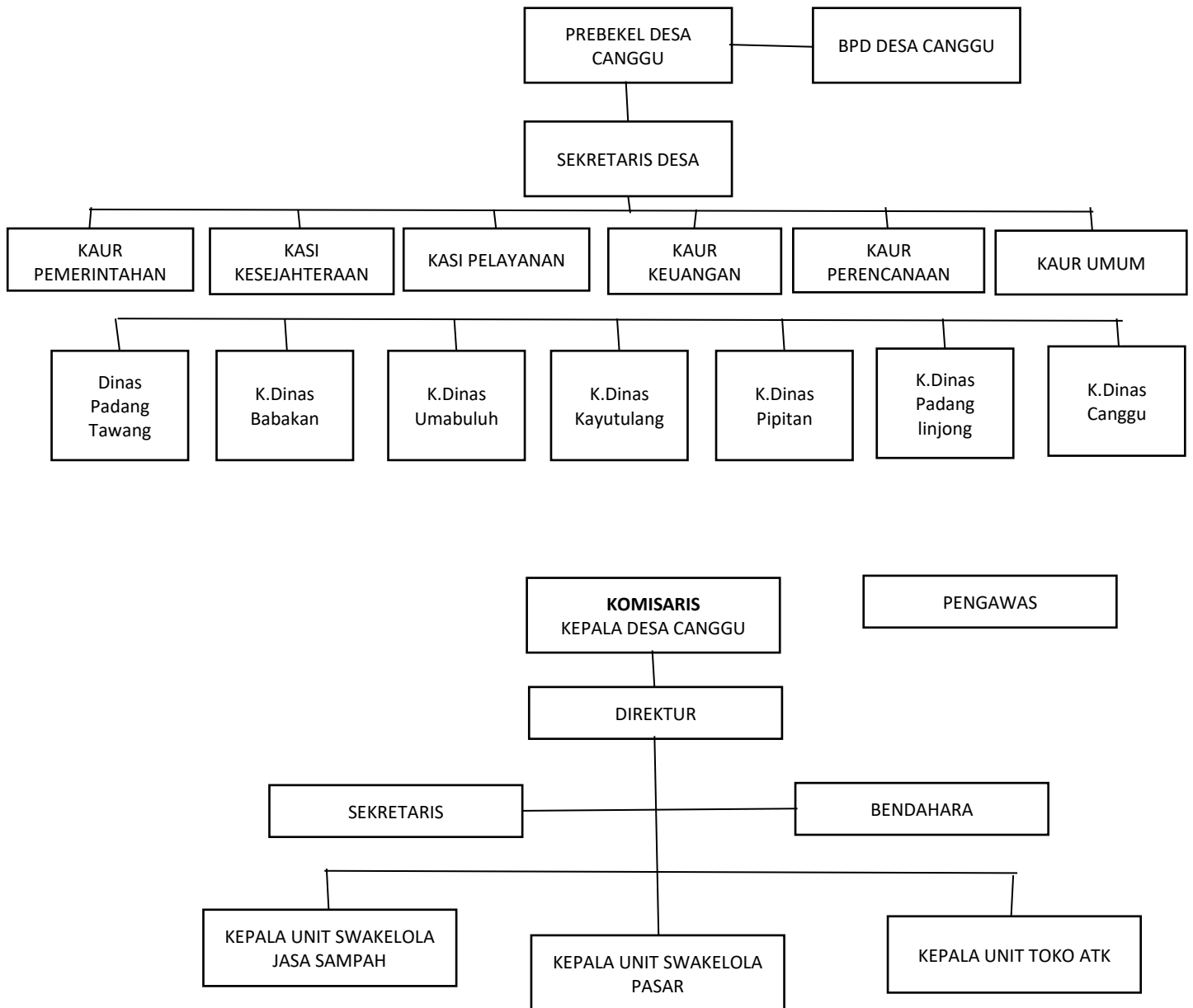
sekitar abad XIV yang bernama Pedanda Sakti wawu rauh / Danghyang Dwijendra / Nirartha dalam perjalanannya menuju Dalem waturenggong ( Gianyar ) sempat singgah di Canggu yaitu Pantai Batu Bolong, dimana selanjutnya di pantai ini atas kekuatan Yoganya timbul tirta Empul.

Tetapi jika dilihat dari kasat mata nama Pantai Batu Bolong ini diambil dari nama pura yang berada di dekat pantai tersebut yang bernama Pura Batu Bolong. Pantai ini terletak di Desa Canggu Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Yang dimana pantai ini adalah salah satu pantai yang sering dikunjungi wisatawan untuk melakukan kegiatan *surfing*. Dengan kondisi pantai berpasir putih kecoklatan dan keindahan sunset yang tidak kalah menarik menjadi suatu daya tarik untuk wisatawan datang berkunjung. Dengan menempuh waktu sekitar 35 menit dari kota Denpasar dan 45 menit dari Bandara Ngurah Rai wisatawan sudah dapat merasakan keindahan pantai Batu Bolong apalagi dengan fasilitas yang dapat memanjakan wisatawan seperti parkir yang luas, *toilet, shower, warung, cafe, penyewaan surfboard, surf lesson, long chair and umbrella rental*, maka dapat menumbuhkan rasa kenyamanan wisatawan dalam berkunjung.

#### **4.1.2 Struktur Organisasi Desa Canggu**

Struktur organisasi adalah suatu kerangka yang dibuat untuk mempermudah dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dengan adanya ini maka tujuan akan dapat dengan mudah dikoordinir dengan baik dalam sebuah organisasi. Berikut ini adalah Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Canggu.

**Gambar 4. 1**  
**Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Cunggu**



Sumber : Kantor Desa Cunggu 2022

### 4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab

Berikut ini adalah paparan tugas dan tanggung jawab dari setiap posisi dalam bagan:

#### 1. Perbekel Desa

Tugas:

- a. Perbekel berkedudukan selaku kepala pemerintah desa yang mengelola penyelenggaraan pemerintahan desa.
- b. Perbekel bertugas menyelenggarakan pemerintahan desa, melakukan pembangunan desa, pembinaan kemasyarakatan, pemberdayaan warga, serta tugas yang lain yang langsung diberikan oleh pemerintah wilayah.

Tanggung Jawab:

- a. Menyelenggarakan pemerintahan desa, seperti:
  - 1) Tata praja pemerintahan.
  - 2) Penetapan peraturan di desa.
  - 3) Pembinaan permasalahan pertanahan.
  - 4) Pembinaan ketentraman serta kedisiplinan.
  - 5) Melakukan upaya proteksi publik.
  - 6) Administrasi kependudukan.
  - 7) Pengelolaan dan penyusunan daerah.
  - 8) Penataan profil desa
  - 9) Penanggulangan dan penangkalan musibah.
- b. Melakukan pembangunan di desa, seperti:
  - 1) Membangun fasilitas prasarana pedesaan.
  - 2) Mengembangkan dan membangun bidang pendidikan.

- 3) Mengembangkan dan membangun di bidang kesehatan.
- c. Pembinaan masyarakat, seperti:
- 1) Penerapan hak serta kewajiban warga.
  - 2) Menaikan tingkat partisipasi masyarakat.
  - 3) Penerapan nilai-nilai sosial budaya warga.
  - 4) Pembinaan serta penerapan kegiatan keagamaan masyarakat.
  - 5) Penerapan gotong royong serta swadaya murni warga.
  - 6) Pembinaan serta pengembangan ketenagakerjaan.
- d. Pemberdayaan masyarakat, seperti:
- 1) Penerapan tugas-tugas sosialisasi serta motivasi warga di bidang kebudayaan serta kesenian.
  - 2) Menaikan perekonomian warga.
  - 3) Menaikan partisipasi warga di bidang politik.
  - 4) Menaikan pemahaman serta kedudukan dan warga di bidang kebersihan lingkungan hidup.
  - 5) Aktivitas pemberdayaan kesejahteraan keluarga.
  - 6) Meningkatkan kedudukan dan organisasi di bidang kepemudaan, olah raga, dan karang taruna.
- e. Melindungi dan memelihara ikatan kemitraan dengan lembaga warga serta lembaga yang lain

## 2. Sekretaris Desa

Tugas:

- a. Berkedudukan selaku pemimpin sekretariat desa.

- b. Dapat menolong perbekel dalam bidang administrasi pemerintahan serta tugas yang lainnya yang dilimpahkan oleh perbekel.

Tanggung jawab:

- a. Melakukan urusan ketatausahaan semacam tata naskah, administrasi arsip, surat menyurat dan ekspedisi.
- b. Melakukan urusan universal seperti penyusunan administrasi fitur desa, penyiapan rapat, penyediaan prasarana fitur desa serta kantor, mengadministrasi peninggalan, inventarisasi, ekspedisi dinas, dan pelayanan universal.
- c. Melakukan urusan keuangan semacam pengurusan administrasi keuangan, administrasi sumber-sumber pemasukan dan pengeluaran, verifikasi administrasi keuangan, fitur desa, BPD, administrasi pemasukan kepala desa, bertanggung jawab dalam keuangan desa.
- d. Melakukan urusan perencanaan semacam menyusun rencana anggaran pemasukan serta belanja desa melaksanakan monitoring serta penilaian program, menginventarisir data-data dalam rangka pembangunan, pengadministrasian fasilitas penataan rencana pembangunan jangka menengah desa, rencana kerja pemerintahan desa, dan penataan laporan perbekel.

### 3. Kepala Urusan

Tugas:

- a. Kepala urusan memiliki kedudukan selaku staf sekretariat.
- b. Kepala urusan bertugas menolong sekretaris desa dalam urusan pelayanan administrasi pendukung penerapan tugas-tugas

pemerintahan serta tugas lain yang dilimpahkan oleh perbekel ataupun sekretaris desa.

Tanggung jawab:

- a. Kepala Urusan Tata Usaha universal mempunyai tugas dan tanggung jawab Melakukan urusan ketatausahaan semacam tata naskah, administrasi pesan menyurat, arsip, ekspedisi, penyediaan prasarana fitur desa dan kantor, menyusun administrasi fitur desa, penyiapan rapat, pengadministrasian peninggalan, inventarisasi, pelayanan universal, dan ekspedisi dinas.
- b. Kepala Urusan Keuangan memiliki tugas dan tanggung jawab melakukan urusan keuangan semacam pengurusan administrasi keuangan, administrasi sumber-sumber pemasukan serta pengeluaran, verifikasi administrasi keuangan, serta administrasi pemasukan perbekel, fitur desa, BPD, serta lembaga pemerintahan desa yang lain dan pengadministrasian pertanggungjawaban keuangan desa.
- c. Kepala Urusan Perencanaan memiliki tugas dan tanggung jawab mengkoordinasi urusan perencanaan semacam menyusun RAPB Desa (Rencana Anggaran Pemasukan Serta Belanja Desa), menginventarisir data-data dalam rangka pembangunan, melaksanakan monitoring serta penilaian program, dan penataan laporan, pengadministrasian serta fasilitas penataan rencana kerja pembangunan jangka menengah desa, rencana kerja pemerintahan desa, dan penataan laporan perbekel.

- d. Kepala Urusan Pemerintahan memiliki tugas dan tanggung jawab melakukan manajemen tata praja Pemerintahan, menyusun rancangan regulasi desa, pembinaan permasalahan pertanahan, pembinaan ketentraman serta kedisiplinan, penerapan upaya proteksi warga, kependudukan, penyusunan serta pengelolaan daerah, dan pendataan serta pengelola profil desa.

#### 4. Kepala Seksi

Tugas:

- a. Pelaksana Teknis merupakan kedudukan Kepala Seksi.
- b. Menolong Perbekel selaku pelaksana tugas operasional serta tugas tugas lainnya yang dipercayakan oleh Perbekel.
  - 1) Kepala Seksi Kesejahteraan:
    - a) Melakukan pembangunan fasilitas prasarana perdesaan.
    - b) Pembinaan serta pembangunan bidang kesehatan dan pembelajaran.
    - c) Pembinaan sosialisasi serta kenaikan kedudukan dan warga di bidang seni dan budaya, ekonomi, keelokan, kebersihan, pertanaman, kenaikan mutu area hidup, politik dan kesatuan bangsa.
    - d) Pembinaan serta pemberdayaan kesejahteraan keluarga.
    - e) Pembinaan organisasi di bidang pemuda, olah raga, serta karang taruna.



2) Kepala Seksi Pelayanan:

- a) Melakukan penyuluhan dan motivasi terhadap penerapan hak serta kewajiban warga.
- b) Melakukan upaya peningkatan gotong royong dan partisipasi warga.
- c) Pembinaan dan penerapan kegiatan keagamaan warga .
- d) Pembinaan dan pengembangan ketenagakerjaan.
- e) Inventarisasi serta pemeliharaan aset desa.
- f) Penyelenggaraan pelayanan perizinan.

5. Kelian Banjar Dinas

Tugas:

- a. Kelian Banjar Dinas berkedudukan selaku faktor satuan tugas kewilayahan.
- b. Menolong Perbekel dalam penerapan tugas-tugas kewilayahan di daerah Banjar tiap-tiap serta tugas lain yang diberikan oleh Perbekel.

Tanggung jawab:

- a. Mobilitas kependudukan
- b. Pembinaan ketentraman serta kedisiplinan dan penerapan upaya proteksi warga.
- c. Penyusunan serta pengelolaan daerah.
- d. Pembinaan serta pendataan administrasi kependudukan serta catatan sipil.
- e. Mengawasi penerapan pembangunan di wilayahnya.

- f. Melakukan pembinaan kemasyarakatan dalam tingkatan keahlian serta pemahaman warga dalam melindungi lingkungannya serta penanggulangan musibah .
- g. Melaksanakan upaya-upaya dalam pemberdayaan warga untuk mendukung kelancaran penyelenggaraan pemerintahan serta pembangunan dan kenaikan partisipasi dan swadaya warga dalam pembangunan.

6. Tim Swakeloka

Tugas dan Tanggung jawab:

- a. Tim perencana : menyusun KAK, membuat gambar rencana kerja dan spesifikasi teknis.
- b. Tim pelaksana : melaksanakan pekerjaan sesuai yang direncanakan, membuat gambar pelaksanaan dan membuat laporan pelaksanaan pekerjaan.
- c. Tim pengawas : melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan dan laporan, baik fisik maupun administrasi pekerjaan swakeloka.

#### **4.2 Analisis Deskriptif**

Dalam deskripsi terhadap kuesioner penelitian akan diuraikan persepsi responden terhadap faktor yang menentukan keputusan wisatawan. Dimana penelitian secara kuantitatif menggunakan skala likert dengan mengintegrasikan rata-rata skor menurut penilaiannya. Rumus skala likert (Sugiono, 2017:76)

Nilai maksimum : 5

Nilai minimum: 1

$$\text{Rentang skala : } \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berikut adalah indeks dari masing-masing skor dengan kategori penelitian sebagai berikut:

Sangat tidak setuju = 1,00-1,80

Tidak setuju = 1,81-2,60

Ragu-ragu = 2,61-3,40

Setuju = 3,41-4,20

Sangat setuju = 4,21-5,00

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden terhadap faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan yang dijawab oleh 75 orang .

Disajikan seperti yang terlihat pada tabel 4.1 berikut ini :

**Tabel 4. 1**  
**Deskripsi Statistik Menurut Nilai Mean (Rata-Rata) Indikator**

<b>Kode</b>	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Kategori</b>
X1	Ombak	4,13	Setuju
X2	Budaya	4,24	Sangat setuju
X3	Pemandangan	4,54	Sangat setuju
X4	Jarak tempuh	3,41	Setuju
X5	Kondisi jalan	4,16	Setuju
X6	Biaya perjalanan	4,14	Setuju
X7	Transportasi	4,10	Setuju
X8	Restaurant	4,40	Sangat setuju
X9	Hotel	4,28	Sangat setuju
X10	Toko	4,18	Setuju
X11	Toilet	3,98	Setuju
X12	Parkir	4,26	Sangat setuju
X13	Jasa pijat	4,01	Setuju
X14	Pengelola	4,05	Setuju

Sumber: Hasil analisis (2022), Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa rata-rata skor dari empat belas pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke

Pantai Batu Bolong Canggü yaitu sebesar 4,13 yang berada pada kisaran 4,01-4,54 yang berarti setuju. Hal ini berarti responden dalam penilaian ini menilai faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Bolong Canggü secara keseluruhan indikator dapat dikatakan setuju.

### 4.3 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini yang dimana terdiri dari 75 responden yang dimana mereka ialah para wisatawan yang berkunjung ke Pantai Batu Bolong, Canggü dapat dilihat berdasarkan karakteristik jenis kelamin.

#### 4.3.1 Jenis Kelamin

Pada tabel berikut ini merupakan pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	41,3%	31
2	Perempuan	58,7%	44
	Jumlah	75 Orang	100%

Sumber: Hasil Analisis (2022), Lampiran 1

Tabel 4.2 menunjukkan jumlah responden laki-laki sebanyak 31 orang atau sebesar 41,3%, sedangkan perempuan sebanyak 44 orang atau sebesar 58,7%. hasil ini memberikan informasi bahwa dominan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Batu Bolong Canggü dalam penelitian ini adalah perempuan dikarenakan Pantai Batu Bolong Canggü memiliki pemandangan yang indah.

#### 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk mengetahui kelayakan dan konsistensi variabel yang terdapat pada kuesioner dilakukanlah pengujian pada data hasil kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrumen. Terdapat 75 responden yang di uji datanya dengan uji validitas dan reabilitas yang mana terdiri dari wisatawan yang berkunjung ke Pantai Batu Bolong dan dapat dilihat pada tabel 4.2

Dilakukannya uji validitas ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana kemampuan alat pengukur dapat mengukur apa yang diukur, dan memeriksa apakah isi angket sudah benar.

Warmani menjelaskan dalam Bates (2020) menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total, memakai rumus teknik korelasi product moment adalah salah satu cara pengujian validitas. Secara statistik angka korelasi yang diperoleh harus diuji terlebih dahulu untuk menyatakan apakah nilai korelasi yang di dapat adalah signifikan atau tidak. Dengan cara uji korelasi pertanyaan-pertanyaan dapat dinyatakan signifikan apabila angka yang diperoleh dari semua pertanyaan di atas angka kritis 5%.

Dalam Bates (2020) Warmani menjelaskan sebuah angket (instrument) dikatakan valid dalam dasar pengambilan keputusan jika nilai *significant test* butir pertanyaan lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan (0,05). Akan dilakukan uji reliabilitas setelah data valid dengan cara mencari nilai a-cronbach, dimana nilai a berkisar antara 0 sampai dengan 1 dengan nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,70 , semakin besar nilai yang diperoleh, maka semakin reliable variable. Setelah data valid dan reliabel maka pengolahan data dilanjutkan dengan melakukan analisis faktor.

**Tabel 4. 3**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen dari 75 Responden**

	Variabel	Koefisien korelasi	Keterangan
X1	Ombak	0,918	Valid
X2	Budaya	0,873	Valid
X3	Pemandangan	0,819	Valid
X4	Jarak tempuh	0,938	Valid
X5	Kondisi jalan	0,892	Valid
X6	Biaya perjalanan	0,870	Valid
X7	Transportasi	0,899	Valid
X8	Restaurant	0,854	Valid
X9	Hotel	0,897	Valid
X10	Toko	0,879	Valid
X11	Toilet	0,901	Valid
X12	Parkir	0,865	Valid
X13	Jasa pijat	0,896	Valid
X14	Pengelola	0,924	Valid

Sumber: Hasil Analisis (2022).Lampiran 4

Uji validitas instrumen pada penelitian ini dilakukan pada 75 responden. Dapat dikatakan valid dikarenakan *significant test* butir pertanyaan lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan yaitu 0,05 sehingga dapat dilakukannya analisis selanjutnya kepada seluruh faktor-faktor tersebut.

**Tabel 4. 4**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen dari 75 responden**

Cronbach's Alpha	N of items
0,989	14

Pada tabel 4.4 diperoleh hasil Cronbach's Alpha 0,989 yang berarti lebih besar dari 0,70. Dengan diperolehnya hasil ini berarti Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Pantai BatU Bolong Canggü di nyatakan sudah reliabel.

## 4.5 Analisis Faktor

Setelah data valid dan reliabel maka pengolahan data dilanjutkan dengan analisis faktor. Dimana dalam analisis faktor ini terdapat beberapa tahapan dimulai dari tahap 1 (memilih variabel) , tahap 2 (*factoring rotation*), dan yang terakhir adalah analisis faktor tahap 3 (penamaan faktor) dikutip dari Bates (2020) menurut Utama dan Mahadewi.

Penilaian ini dilakukan kepada 73 responden wisatawan yang berkunjung atau pernah berkunjung ke Pantai Batu Bolong, Canggü mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Bolong, Canggü. Berikut tahapannya.

### 4.5.1 KMO, *Bartlett's Test of Sphericity*, *MSA (Measuring of Sampling Adequacy)*, dan pengujian *Anti Image Matrices*.

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Pengujian KMO and Bartlett's Test**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.925
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1840.887
	df	91
	Sig.	.000

Sumber: analisis(2022), Lampiran 5

Jika kriteria pengujian dilakukan dengan melihat signifikan (probabilitas) maka nilai KMO haruslah lebih besar atau sama dengan 0,50 dan nilai signifikansinya harus di bawah 0,05. dilihat dari tabel di atas nilai KMO nya sudah lebih besar dari 0,50 yaitu 0,925 dan nilai signifikansi nya 0,000 yang berarti sudah lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu analisis faktor dapat dilanjutkan.

Selanjutnya dilakukan proses analisis menggunakan *Anti Image Matrices*. Proses ini dilakukan agar kita mengetahui apakah indikator dapat dianalisis lebih lanjut atau apakah indikator variabel ada yang harus dikeluarkan dari analisis

faktor. Dengan kriteria penentuan angka korelasi yang memiliki tanda “a” yang terletak pada arah diagonal dari kiri atas ke kanan bawah. angka ini haruslah lebih besar dari 0,05. MSA (*Measuring of Sampling Adequacy*) berkisar 0-1 dengan Kriteria sebagai berikut:

1. MSA : 1 Variabel dapat diperkirakan dengan benar oleh variabel lain.
2. MSA lebih besar atau sama dengan 0,5 variabel masih bisa diperkirakan dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut.
3. MSA lebih kecil dari 0,5 maka variabel tidak bisa di analisis dan diprediksi lebih lanjut dan harus dikeluarkan dari kelompok variabel

Adapun nilai MSA untuk setiap faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Bolong, Cangu dapat dilihat pada tabel 4.6

**Tabel 4. 6**  
**Angka Korelasi Anti Image Matrices**

No	Indikator Variabel	Anti Image Correlation	Indikator variable
1	Ombak	0,943	X1
2	Budaya	0,966	X2
3	Pemandangan	0,955	X3
4	Jarak tempuh	0,948	X4
5	Kondisi jalan	0,952	X5
6	Biaya perjalanan	0,921	X6
7	Transportasi	0,951	X7
8	Restaurant	0,915	X8
9	Hotel	0,933	X9
10	Toko	0,872	X10
11	Toilet	0,897	X11
12	Parkir	0,893	X12
13	Jasa pijat	0,916	X13
14	Pengelola	0,898	X14

Sumber: Hasil analisis (2022). Lampiran 5

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Anti Image Correlation* seluruh indikator variabel penelitian ini sudah melebihi 0,5 yang berarti seluruh faktor



penelitian ini telah memenuhi syarat, sehingga layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

#### 4.5.2 Faktoring dan Rotasi

Dalam proses ini metode yang digunakan adalah varimax dengan melakukan urutan proses factoring dengan metode *principal components*, dan bila adanya keraguan dalam hasil yang ada maka akan dilakukannya rotasi.

Pada dasarnya *communities* adalah jumlah varians bisa dalam persentase dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Pada tabel 4.7 dapat dilihat hasil perhitungan *Communalities*.

**Tabel 4. 7**  
**Communalities**

Kode	Indikator variabel	Initial	Extraction
X1	Ombak	1	0.927
X2	Budaya	1	0.946
X3	Pemandangan	1	0.891
X4	Jarak tempuh	1	0.907
X5	Kondisi jalan	1	0.932
X6	Biaya perjalanan	1	0.932
X7	Transportasi	1	0.933
X8	Restaurant	1	0.904
X9	Hotel	1	0.915
X10	Toko	1	0.968
X11	Toilet	1	0.851
X12	Parkir	1	0.903
X13	Jasa pijat	1	0.950
X14	Pengelola	1	0.915
<i>Extraction Method: principal Component Analysis</i>			

Sumber: Hasil analisis (2022) , Lampiran 6

Terlihat pada tabel di atas bahwa indikator variabel ombak (X1) memiliki angka communalitas sebesar 0,927 yang berarti 92,7% varian dari variabel ini dapat dijelaskan oleh faktor yang akan dibentuk. Begitu juga dengan indikator

variabel Budaya (X2) memiliki angka communalitas sebesar 0,946 yang berarti 94,6% varian dari variabel ini dapat dijelaskan oleh faktor yang akan dibentuk. Begitu pula dengan seterusnya untuk variabel lainnya sampai dengan variabel X14.

Ketentuan yang harus dipertimbangkan disini adalah bahwa *communalities* yang semakin besar berarti semakin erat ikatan indikator tersebut dengan faktor yang terbentuk.

Proses *factoring* selanjutnya adalah menentukan berapa jumlah faktor yang terbentuk, dengan melihat nilai *eigen value* yang haruslah lebih besar atau setara dengan 0,5. Nilai *percentage of variance* juga perlu diperhatikan dimana haruslah lebih dari 5% dan nilai *cummulative of variance* yang haruslah lebih besar dari 50%.

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Analisis Ekstraksi Faktor**

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.656	83.256	83.256	11.656	83.256	83.256
2	.688	4.913	88.169	.688	4.913	88.169
3	.636	4.541	92.710	.636	4.541	92.710

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil analisis(2022), lampiran 6

Dapat dilihat pada total *initial eigenvalue* menggambarkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung varians ke 14 indikator variabel yang akan dianalisis. Total varians 14 variabel (11.656 + 0,688 + 0,636+.....+0,013) sama dengan jumlah angka *eigen value* untuk 14 variabel. Susunan *eigen value* selalu diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil. Dengan

kriteria bahwa angka *eigen value* dibawah 0,5 tidak dipakai menghitung jumlah faktor yang terbentuk.

Dari tabel 4.8 terlihat bahwa ada 3 faktor yang terbentuk . hal ini dikarenakan pada faktor 1 sampai dengan 3 angka *eigen value* lebih besar dari 0,5 , sedangkan pada faktor selanjutnya memiliki angka *eigen value* lebih kecil dari 0,5 sehingga tidak diperhitungkan dalam proses ini. Jadi dari ke 14 faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Pantai Batu Bolong, Canggu disederhanakan menjadi 3 kelompok yang dapat mewakili penelitian ini dengan nilai *cumulative* sebesar 92,710%

Setelah diketahui bahwa ada 3 faktor yang terbentuk dan merupakan jumlah faktor yang paling optimal terbentuk, maka proses selanjutnya adalah memperhatikan tabel komponen matrik. Pada tabel 4.9 menunjukkan distribusi ke 14 variabel ke masing-masing faktor yang terbentuk. Terdapat angka-angka yang menunjukkan besarnya korelasi antara satu indikator variabel dengan faktor yang terbentuk dalam komponen matrik adalah faktor loading.

Membandingkan besar korelasi pada setiap baris adalah proses penentuan variabel yang akan masuk ke dalam suatu lingkaran. Dilakukannya interpretasi dengan melihat faktor loading (korelasi) suatu variabel terhadap faktornya.

Dengan adanya batasan faktor loading minimal 0,5 maka dapat menunjukkan bahwa indikator variabel tersebut belum jelas jika ada faktor korelasi (loading) beberapa indikator variabel 0,5 atau lebih akan dimasukkan kedalam faktor yang mana. Pada tabel 4.9 menggambarkan distribusi komponen matrik untuk semua indikator variabel sebelum dilakukan rotasi komponen matrik selanjutnya untuk memperjelas.

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Analisis Rotasi Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke**  
**Pantai Batu Bolong, Canggü Rotated Component Matrix**

Kode	Rotated Component Matrix	Component		
		1	2	3
		X1	Ombak	0,624
X2	Budaya	0,787	0,379	0,429
X3	Pemandangan	0,260	0,349	0,837
X4	Jarak_Tempuh	0,375	0,560	0,672
X5	Kondisi_Jalan	0,701	0,596	0,291
X6	Biaya Perjalanan	0,772	0,517	0,263
X7	Transportasi	0,561	0,727	0,301
X8	Restaurant	0,522	0,250	0,754
X9	Hotel	0,739	0,361	0,489
X10	Toko	0,811	0,452	0,327
X11	Toilet	0,418	0,814	0,338
X12	Parkir	0,795	0,391	0,350
X13	Jasa_Pijat	0,376	0,830	0,346
X14	Pengelola	0,429	0,770	0,373

Sumber: analisis(2022), Lampiran 6

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*

*Rotation Method : Varimax with Kaiser Normalization.*

a. *Rotation Converged in 7 iterations.*

Rotated component matrix memperlihatkan distribusi yang lebih jelas dan nyata. Hasil rotasi yang direduksi dari 14 variabel menjadi 3 faktor sebagai berikut:

1. Faktor 1 : faktor ini terdiri dari indikator variabel X1, X2, X5, X6, X9, X10, X12
2. Faktor 2 : Faktor ini terdiri dari indikator variabel X7, X11, X13, X14
3. Faktor 3 : Faktor ini terdiri dari indikator variabel X3, X4, X8

#### 4.5.3 Penamaan Faktor

Setelah terbentuknya faktor dari beberapa indikator variabel yang ada maka dilakukan proses selanjutnya yaitu penamaan faktor dimana hal ini dapat dilakukan dengan didasarkan pada nilai *eigen value* tertinggi dari variabel yang

membentuk faktor tersebut atau juga bisa dengan cara mencari suatu nama yang dapat mewakili kelompok variabel tersebut. Penamaan faktor ini dapat dilihat pada tabel 4.10 dimana nama faktor ini diambil dari nilai *eigen value* tertinggi.

**Tabel 4. 10**  
**Kelompok Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan**

Nama Faktor	Kode	Indikator	Componen	Eigenvalu e
Pertokoan	X10	Toko	0,811	11.656
	X12	Parkir	0,795	
	X2	Budaya	0,787	
	X6	Biaya Perjalanan	0,772	
	X9	Hotel	0,739	
	X5	Kondisi Jalan	0,701	
	X1	Ombak	0,624	
Usaha jasa yang memanjakan wisatawan.	X13	Jasa Pijat	0,830	0,688
	X11	Toilet	0,814	
	X14	Pengelola	0,770	
	X7	Transportasi	0,727	
Pemandangan dan kuliner.	X3	Pemandangan	0,837	0,636
	X8	Restaurant	0,754	
	X4	Jarak Tempuh	0,672	

Sumber: Hasil analisis (2022)

Dari hasil rotasi ke 14 Indikator terbentuklah 3 faktor yang didistribusikan dengan komposisi sebagai berikut:

1. Faktor 1 dinamakan faktor “ Pertokoan”. yang terdiri dari:

- X10 : Toko
- X12 : Parkir
- X2 : Budaya
- X6 : Biaya perjalanan
- X9 : Hotel
- X5 : Kondisi Jalan
- X1 : Ombak

2. Faktor 2 dinamakan “ Usaha jasa yang memanjakan wisatawan” yang terdiri

dari:

X13 : Jasa Pijat

X11 : Toilet

X14 : Pengelola

X7 : Transportasi

3. Faktor 3 dinamakan “ Pemandangan dan kuliner” yang terdiri dari:

X3 : Pemandangan

X8 : Restaurant

X4 : Jarak Tempuh

#### **4.6 Faktor Dominan yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Canggü**

Setelah dilakukannya penelitian seperti di atas untuk menjawab rumusan Masalah di temukanlah faktor yang paling dominan, dimana faktor ini memiliki bobot nilai tertinggi di antara kelompoknya.

##### **4.6.1 Faktor Dominan Pada Kelompok Faktor 1**

Berikut ini adalah bobot nilai kelompok faktor 1 yang terdiri dari faktor-faktor pembentuk kelompok faktor 1 yang ditampilkan dalam tabel 4.11

**Tabel 4. 11**  
**Bobot Nilai Kelompok Faktor 1**

<b>Kode</b>	<b>Indikator</b>	<b>Bobot Nilai Faktor</b>
X10	Toko	0,811
X12	Parkir	0,795
X2	Budaya	0,787
X6	Biaya perjalanan	0,772
X9	Hotel	0,739
X5	Kondisi Jalan	0,701
X1	Ombak	0,624

Sumber: Hasil analisis (2022), Lampiran 8

Berdasarkan Tabel diatas, faktor yang dominan dalam Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Canggü dalam kelompok faktor 1 ialah “Toko” dengan bobot nilai sebesar 0,811.

#### 4.6.2 Faktor Dominan Pada Kelompok Faktor 2

Berikut ini adalah bobot nilai kelompok faktor 2 yang terdiri dari faktor-faktor pembentuk kelompok faktor 2 yang diperlihatkan dalam tabel 4.12

**Tabel 4. 12**  
**Bobot Nilai Kelompok Faktor 2**

Kode	Indikator	Bobot Nilai Faktor
X13	Jasa pijat	0,830
X11	Toilet	0,814
X14	Pengelola	0,770
X7	Transportasi	0,727

Sumber: Hasil analisis (2022), Lampiran 8

Berdasarkan Tabel diatas, faktor yang dominan dalam Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Canggü dalam kelompok faktor 2 ialah “Jasa Pijat” dengan bobot nilai sebesar 0,830.

#### 4.6.3 Faktor Dominan Pada Kelompok Faktor 3

Berikut ini adalah bobot nilai kelompok faktor 3 yang terdiri dari faktor-faktor pembentuk kelompok faktor 3 yang ditampilkan dalam tabel 4.13

**Tabel 4. 13**  
**Bobot Nilai Kelompok Faktor 3**

Kode	Indikator	Bobot Nilai Faktor
X3	Pemandangan	0,837
X8	Restaurant	0,754
X4	Jarak Tempuh	0,672

Sumber: Hasil analisis (2022), Lampiran 8

Berdasarkan Tabel diatas, faktor yang dominan dalam Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Canggü dalam kelompok faktor 3 ialah "Toko" dengan bobot nilai sebesar 0,811.

#### **4.7 Uji Ketepatan Model**

Langkah akhir dari analisis faktor merupakan uji ketepatan model yang mana dapat diketahui dari besarnya residual (perbedaan korelasi) yang terjadi. Besarnya persentase residual yang ditunjukkan adalah sebesar 45% yang berarti model memiliki ketelitian sebesar 55% pada tingkat kesalahan 45%. ini berarti model dapat diterima dengan ketepatan 55%.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di pantai Batu Bolong

Canggu adalah:

A. Faktor Pertokoan dengan *eigen value* 11.656 yang terdiri dari Ombak, Budaya, Kondisi jalan, Biaya perjalanan, Hotel, Toko, Parkir.

B. Faktor Usaha jasa yang memanjakan wisatawan dengan *eigen value* 0,688 yang terdiri dari Transportasi, Toilet, Jasa Pijat, Pengelola.

C. Faktor Pemandangan dan kuliner dengan *eigen value* 0,636 yang terdiri dari Pemandangan, Restaurant, Jarak Tempuh.

2 . Faktor yang dominan dalam Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Canggu yaitu faktor Pertokoan dengan *eigen value* sebesar 11.656.

#### **5.2 Saran**

Dilihat dari hasil penelitian ini ada beberapa saran yang dapat diberikan mulai dari mempertahankan indikator-indikator yang menunjang Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Canggu seperti Ombak, Budaya, Kondisi jalan, Biaya perjalanan, Hotel, Toko, Parkir. Dan untuk indikator yang tidak terlalu berpengaruh seperti Restaurant dengan nilai 0,754 saran yang dapat diberikan ialah menambah varian menu dan membuat sebuah ciri khas baik dari segi makanan dan minuman maupun dalam penyuguhan pemandangan yang dilihat oleh wisatawan yang mana dapat memperbaiki juga indikator Pemandangan

dengan nilai 0,837 agar dapat lebih menarik minat Kunjungan Wisatawan Ke Pantai Batu Bolong, Cangu.

## Daftar pustaka

- Abdurrohman Kasdi, 2016, *Permintaan dan Penawaran Dalam Mempengaruhi Pasar, Studi Kasus di Pasar Bintoro Demak*, Bisnis, Vol. 4, No. 2.
- Antonius Rizki Krisnadi, Dessy Natalia, 2020, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Komponen Destinasi Wisata di Kawasan Kuliner, Pasar Lama Tangerang, *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata* Vol 2 , No. 1
- Arlen.J.L.Makalew, dkk, 2019, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjungan Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus di Bitung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi, *Jurnal EMBA* Vol.7, No.3
- Bates, Yosua Markus, 2020, Faktor-Faktor yang Menarik Wisatawan Mancanegara Berkunjung ke Pantai Berawa Desa Tibubeneng, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Skripsi, Fakultas Ekonomika Dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura.
- Bellinda Sofia Nuraeni, S.KM, 2014, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang, *Tesis*, Program Studi Magister Manajemen
- Data- data kabupaten Badung yang di akses pada <https://disparda.baliprov.go.id>, <https://badungkab.bps.go.id/>
- Rahmadhani Alifia Eka, 2021, Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah UMKM , dan Atraksi Wisata Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha di Sekitar Obyek Wisata (Studi pada Perayaan Larung Sesaji Telaga Sarangan Kabupaten Magetan), *Skripsi*, Ilmu Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah.
- Erwan Suprihartono, 2017, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Museum Sangiran Kabupaten Sragen, *Skripsi*, Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. .
- Fani Apriani, 2019, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Situ Cipanten Kabupaten Majalengka, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan.
- Gusti Ngurah Bagus Pradnyana, dkk, 2015, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Hutan Raya Ngurah Rai, *Jurnal pertanian berbasis keseimbangan ekosistem*.
- I Nengah Subadra, dkk, 2019, *Investigating Push And Pull Factors Of Tourists Visiting Bali as a World Tourism Destination, International journal of multidisciplinary educational research*, vol.8, Issue 8(7)

- Jecqerel Rio Lakuhati ,dkk, 2018, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Kawasan Ekowisata di Desa Bahoi, Kecamatan Likupang Barat, Kabupaten Minahasa Utara, Agri-Sosio Ekonomi Unsrat, ISSN 1907– 4298, Vol.14 Nomor 1.
- Lukmanul Hakim, 2010, Industri Pariwisata Dan Pembangunan Nasional, Among Makarti, Vol.3 No.5
- Melisa Anindita, 2015, Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Ke Kolam Renang Boja, *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Mochamad Agung Sutedi, 2019, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kedatangan Wisatawan Ke 5 Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Barat Periode 2001-2015, *Skripsi*, Jurusan Studi Ekonomi Dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Padjadjaran.
- Monika Nelli, 2019, Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kampung Warna-Warni Jodipan Malang, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi.
- Muchtarom Amien, RusmusiIMP, dkk, 2020, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Kampung Naga, Kabupaten Tasikmalaya, *Jurnal READ (Research of Empowerment and Development)* vol 1 no. 2.
- Munawati, dkk, 2018, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Pantai Swarangan Kecamatan Jorong Kabupaten Tanah Laut Provinsi Kalimantan Selatan.
- Ni Nyoman Ayu Wiratini M, dkk, 2018, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata di Kabupaten Badung, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Rizki Lestari, dan Dyah Setyawati Dewanti, 2019, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisata di Objek Wisata Alam Kalibiru Kulon Progo, Yogyakarta, *Journal of Economics Research and Social Sciences* Vol 3, No 2.
- Shadam Fat Dholym, 2018, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Umbul Ponggok, Desa Ponggok, Polanharjo, Klaten.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian*, Bandung, Alfabeta
- Teguh Pramono, 2019, *Qualitative Factors That Influence Tourism Interests Visiting Tourism Destinations In Indonesia*, "Global Journal of Social Sciences Studies", Pacharapa Naka, vol. 5(2), pages 156-167.
- Undang-undang republik indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan.

UTAMA, I Gusti Bagus Rai, 2014, Pengantar Industri Pariwisata.

UTAMA, I Gusti Bagus Rai. 201, Pemasaran Pariwisata.

Wawan Hermawan, Adhitya Wardhana, 2016, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia, QE Journal Vol.05 No. 01.

Yearning Harefa, 2013, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kedatangan Wisatawan Mancanegara di Kabupaten Nias Selatan, *Tesis*, Program Studi Ilmu Ekonomi .

Yohand Maladzi Putra, 2017, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Asal Singapura di Indonesia, *Skripsi*, Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Yusri Yusri, Muhammad Saleh, dkk, 2018, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata dan Strategi Kebijakan Pariwisata di Kabupaten Berau, Jurnal ilmu ekonomi mulawarman, Vol 3 no 1.



## KUISIONER PENELITIAN

Penelitian Skripsi:  
 Faktor-Faktor yang  
 Mempengaruhi  
 Kunjungan  
 Wisatawan di  
 Pantai Batu Bolong  
 Cangggu

Yang Terhormat,  
 Pengunjung Pantai Batu Bolong Cangggu  
 di tempat.

Perkenalkan saya Adi Herianto,  
 mahasiswa Manajemen Bisnis Pariwisata  
 Universitas Dhyana Pura Bali sedang  
 melakukan penelitian guna melengkapi  
 tugas akhir skripsi dengan judul "Faktor-  
 Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan  
 Wisatawan di Pantai Batu Bolong Cangggu"  
 Kuta Utara, Kabupaten Badung". Oleh  
 karena itu, saya mohon kesediaan  
 saudara/i menjadi responden dalam

docs.google.com

saudara/i menjadi responden dalam  
 penelitian ini dengan mengisi kuesioner di  
 bawah.

PETUNJUK :

1. Isilah kuesioner di bawah berdasarkan  
 keadaan sebenarnya tanpa terpengaruh  
 oleh jawaban orang lain.
2. Kuesioner ini memiliki 5 pilihan jawaban  
 dengan keterangan sebagai berikut :  
 STS : Sangat Tidak Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 RR : Ragu-Ragu  
 S : Setuju  
 SS : Sangat Setuju

Seluruh data dalam kuesioner ini akan  
 dijamin kerahasiaannya dan dipergunakan  
 hanya demi kepentingan penelitian ini.  
 Atas kesediaan saudara/i mengisi  
 kuesioner ini, saya ucapkan Terimakasih.

Hormat saya,  
 I Made Adi Herianto

adiherianto0099@gmail.com  
 (tidak dibagikan) [Ganti akun](#)

\* Wajib

docs.google.com

Email

Jawaban Anda

Nama \*

Jawaban Anda

Jenis Kelamin \*

Laki-Laki

Perempuan

Berikutnya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.  
 Laporkan Penyalahgunaan - Persyaratan Layanan -  
 Kebijakan Privasi

docs.google.com

Penelitian Skripsi: Faktor Faktor  
 yang Mempengaruhi Kunjungan  
 Wisatawan di Pantai Batu Bolong  
 Cangggu

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 RR : Ragu-Ragu  
 S : Setuju  
 SS : Sangat Setuju

1. Ombak di Pantai Batu Bolong  
 Cangggu sangat bagus untuk  
 berselancar. \*

STS

TS

RR

S

SS

docs.google.com

XL Axiata 22.39 79%

2. Budaya istiadat yang sering dilakukan di pantai Batu Bolong Cangu menjadi salah satu daya tarik. \*

STS

TS

RR

S

SS

3. pemandangan sunset di pantai Batu Bolong sangat bagus untuk nikmati. \*

STS

TS

RR

S

SS

docs.google.com

XL Axiata 22.39 79%

4. Jarak tempuh dari bandara menuju pantai Batu Bolong tidaklah jauh. \*

STS

TS

RR

S

SS

5. kondisi jalan menuju pantai batu bolong layak untuk di lewati. \*

STS

TS

RR

S

SS

docs.google.com

XL Axiata 22.39 79%

6. Biaya perjalanan menuju pantai Batu Bolong tidaklah mahal. \*

STS

TS

RR

S

SS

7. terdapat berbagai alat transportasi menuju Pantai Batu Bolong. \*

STS

TS

RR

S

SS

docs.google.com

XL Axiata 22.39 79%

8. terdapat restoran-restoran di dekat Pantai Batu Bolong yang bagus untuk di kunjungi. \*

STS

TS

RR

S

SS

9. Terdapat hotel-hotel yang bagus untuk menginap di dekat pantai Batu Bolong. \*

STS

TS

RR

S

SS

docs.google.com



10. Tersedianya toko-toko yang menjual berbagai keperluan wisatawan di dekat pantai Batu Bolong. \*

STS

TS

RR

S

SS

11. tersedianya toilet dalam keadaan layak untuk para wisatawan. \*

STS

TS

RR

S

SS

docs.google.com

12. Tersedianya tempat parkir yang luas untuk para wisatawan. \*

STS

TS

RR

S

SS

13. Terdapat sejumlah tempat SPA di dekat pantai Batu Bolong untuk memanjakan para wisatawan. \*

STS

TS

RR

S

SS

docs.google.com

14. Terdapat pengelola yang mengelola berbagai fasilitas di Pantai Batu Bolong \*

STS

TS

RR

S

SS

Kembali Kirim Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.  
Laporkan Penyalahgunaan - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi

Google Formulir

docs.google.com





22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
23	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
24	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
25	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
26	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
27	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
29	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
30	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
31	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
32	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
33	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
34	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
35	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
36	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
37	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94
38	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
39	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
40	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	98
41	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	99
42	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	100
43	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	101
44	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	102
45	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	104
46	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	105
47	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	107



74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	144
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	145

**DESKRIPSI STATISTIK**

Lampiran 3

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
S1	75	1.00	5.00	4.1333	.87508
S2	75	1.00	5.00	4.2400	.81936
S3	75	1.00	5.00	4.5467	.68366
S4	75	1.00	5.00	3.4133	.95992
S5	75	1.00	5.00	4.1600	.77180
S6	75	1.00	5.00	4.1467	.86514
S7	75	1.00	5.00	4.1067	.78108
S8	75	1.00	5.00	4.4000	.71660
S9	75	1.00	5.00	4.2800	.76335
S10	75	1.00	5.00	4.1867	.84938
S11	75	1.00	5.00	3.9867	.86201
S12	75	1.00	5.00	4.2667	.70391
S13	75	1.00	5.00	4.0133	.77970
S14	75	1.00	5.00	4.0533	.80360
Total	75	15.00	145.00	95.9333	31.51805
Valid N (listwise)	75				



S10	Pearson Correlation	.948**	.964**	.776**	.816**	.943**	.974**	.907**	.853**	.940**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
S11	Pearson Correlation	.916**	.866**	.769**	.856**	.897**	.891**	.925**	.796**	.848**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
S12	Pearson Correlation	.929**	.942**	.788**	.775**	.915**	.911**	.882**	.884**	.915**	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
S13	Pearson Correlation	.908**	.841**	.772**	.859**	.895**	.858**	.930**	.788**	.834**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
S14	Pearson Correlation	.912**	.842**	.783**	.847**	.901**	.863**	.938**	.807**	.857**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Total	Pearson Correlation	.918**	.873**	.819**	.938**	.892**	.870**	.899**	.854**	.897**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

Correlations						
		S11	S12	S13	S14	Total
S1	Pearson Correlation	.916**	.929**	.908**	.912**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S2	Pearson Correlation	.866**	.942**	.841**	.842**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S3	Pearson Correlation	.769**	.788**	.772**	.783**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S4	Pearson Correlation	.856**	.775**	.859**	.847**	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S5	Pearson Correlation	.897**	.915**	.895**	.901**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000



	N	75	75	75	75	75
S6	Pearson Correlation	.891**	.911**	.858**	.863**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S7	Pearson Correlation	.925**	.882**	.930**	.938**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S8	Pearson Correlation	.796**	.884**	.788**	.807**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S9	Pearson Correlation	.848**	.915**	.834**	.857**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S10	Pearson Correlation	.889**	.955**	.853**	.856**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S11	Pearson Correlation	1	.852**	.965**	.937**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S12	Pearson Correlation	.852**	1	.831**	.858**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S13	Pearson Correlation	.965**	.831**	1	.926**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75
S14	Pearson Correlation	.937**	.858**	.926**	1	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75
Total	Pearson Correlation	.901**	.865**	.896**	.924**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.989	14
------	----

### KMO and Bartlett's Test, Anti Image Matrices

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.925
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1840.887
	df	91
	Sig.	.000

Anti-image Matrices					
		Ombak	Budaya	Pemandangan	Jarak_Tempuh
Anti-image Covariance	Ombak	.059	-.007	-.005	-.030
	Budaya	-.007	.071	-.014	.008
	Pemandangan	-.005	-.014	.296	-.048
	Jarak_Tempuh	-.030	.008	-.048	.120
	Kondisi_Jalan	-.002	-.001	-.003	.005
	Biaya_Perjalanan	.012	-.007	.008	-.004
	Transportasi	-.004	-.006	.013	-.003
	Restaurant	.013	-.014	-.067	-.056
	Hotel	.002	-.031	.019	-.006
	Toko	-.012	-.002	-.010	.000
	Toilet	.013	.001	-.004	-.007
	Parkir	-.010	-.014	.028	.021
	Jasa_Pijat	-.018	-.004	.008	-.008
	Pengelola	-.019	.016	-.021	.003
Anti-image Correlation	Ombak	.943 <sup>a</sup>	-.115	-.040	-.351
	Budaya	-.115	.966 <sup>a</sup>	-.096	.088
	Pemandangan	-.040	-.096	.955 <sup>a</sup>	-.256
	Jarak_Tempuh	-.351	.088	-.256	.948 <sup>a</sup>
	Kondisi_Jalan	-.028	-.010	-.023	.064
	Biaya_Perjalanan	.239	-.126	.067	-.049
	Transportasi	-.062	-.089	.095	-.031
	Restaurant	.144	-.138	-.325	-.426
	Hotel	.023	-.391	.121	-.064
	Toko	-.324	-.063	-.122	-.009
	Toilet	.256	.009	-.038	-.091
	Parkir	-.169	-.209	.201	.238
	Jasa_Pijat	-.308	-.068	.065	-.101
	Pengelola	-.276	.212	-.136	.028

Anti-image Matrices					
		Kondisi_Jalan	Biaya_Perjalana n	Transportasi	Restaurant
Anti-image Covariance	Ombak	-0.002	.012	-0.004	.013
	Budaya	-0.001	-0.007	-0.006	-0.014
	Pemandangan	-0.003	.008	.013	-.067
	Jarak_Tempuh	.005	-0.004	-0.003	-.056
	Kondisi_Jalan	.058	-0.022	-0.030	-0.006
	Biaya_Perjalanan	-0.022	.045	.002	.005
	Transportasi	-0.030	.002	.067	-0.002
	Restaurant	-0.006	.005	-0.002	.142
	Hotel	.001	.000	.010	-.040
	Toko	.001	-0.019	-0.004	.013
	Toilet	.007	.001	.003	.002
	Parkir	-0.007	.017	.010	-0.040
	Jasa_Pijat	-0.007	.000	-0.011	.003
	Pengelola	.000	-0.011	-0.027	.008
Anti-image Correlation	Ombak	-0.028	.239	-0.062	.144
	Budaya	-0.010	-.126	-.089	-.138
	Pemandangan	-0.023	.067	.095	-.325
	Jarak_Tempuh	.064	-0.049	-0.031	-.426
	Kondisi_Jalan	.952 <sup>a</sup>	-.435	-.482	-.069
	Biaya_Perjalanan	-.435	.921 <sup>a</sup>	.041	.065
	Transportasi	-.482	.041	.951 <sup>a</sup>	-.025
	Restaurant	-.069	.065	-.025	.915 <sup>a</sup>
	Hotel	.018	.005	.132	-.363
	Toko	.022	-.618	-.097	.232
	Toilet	.134	.013	.047	.025
	Parkir	-.109	.309	.158	-.412
	Jasa_Pijat	-.120	-0.003	-.174	.029
	Pengelola	-0.006	-.181	-.371	.074

Anti-image Matrices						
		Hotel	Toko	Toilet	Parkir	Jasa_Pijat
Anti-image Covariance	Ombak	.002	-0.012	.013	-0.010	-0.018
	Budaya	-0.031	-0.002	.001	-0.014	-0.004
	Pemandangan	.019	-0.010	-0.004	.028	.008
	Jarak_Tempuh	-0.006	.000	-0.007	.021	-0.008
	Kondisi_Jalan	.001	.001	.007	-0.007	-0.007
	Biaya_Perjalanan	.000	-0.019	.001	.017	.000
	Transportasi	.010	-0.004	.003	.010	-0.011

	Restaurant	-.040	.013	.002	-.040	.003
	Hotel	.086	-.015	.010	.022	-.001
	Toko	-.015	.022	-.011	-.022	.008
	Toilet	.010	-.011	.047	.005	-.039
	Parkir	.022	-.022	.005	.066	.002
	Jasa_Pijat	-.001	.008	-.039	.002	.057
	Pengelola	-.026	.018	-.029	-.025	.011
Anti-image Correlation	Ombak	.023	-.324	.256	-.169	-.308
	Budaya	-.391	-.063	.009	-.209	-.068
	Pemandangan	.121	-.122	-.038	.201	.065
	Jarak_Tempuh	-.064	-.009	-.091	.238	-.101
	Kondisi_Jalan	.018	.022	.134	-.109	-.120
	Biaya_Perjalanan	.005	-.618	.013	.309	-.003
	Transportasi	.132	-.097	.047	.158	-.174
	Restaurant	-.363	.232	.025	-.412	.029
	Hotel	.933 <sup>a</sup>	-.340	.149	.295	-.015
	Toko	-.340	.872 <sup>a</sup>	-.334	-.597	.228
	Toilet	.149	-.334	.897 <sup>a</sup>	.083	-.743
	Parkir	.295	-.597	.083	.893 <sup>a</sup>	.031
	Jasa_Pijat	-.015	.228	-.743	.031	.916 <sup>a</sup>
	Pengelola	-.317	.448	-.480	-.354	.162

Anti-image Matrices			
		Pengelola	
Anti-image Covariance	Ombak	-.019	
	Budaya	.016	
	Pemandangan	-.021	
	Jarak_Tempuh	.003	
	Kondisi_Jalan	.000	
	Biaya_Perjalanan	-.011	
	Transportasi	-.027	
	Restaurant	.008	
	Hotel	-.026	
	Toko	.018	
	Toilet	-.029	
	Parkir	-.025	
	Jasa_Pijat	.011	
	Pengelola	.077	
	Anti-image Correlation	Ombak	-.276
		Budaya	.212
Pemandangan		-.136	
Jarak_Tempuh		.028	

	Kondisi_Jalan	-.006
	Biaya_Perjalanan	-.181
	Transportasi	-.371
	Restaurant	.074
	Hotel	-.317
	Toko	.448
	Toilet	-.480
	Parkir	-.354
	Jasa_Pijat	.162
	Pengelola	.898 <sup>a</sup>

## Lampiran 6

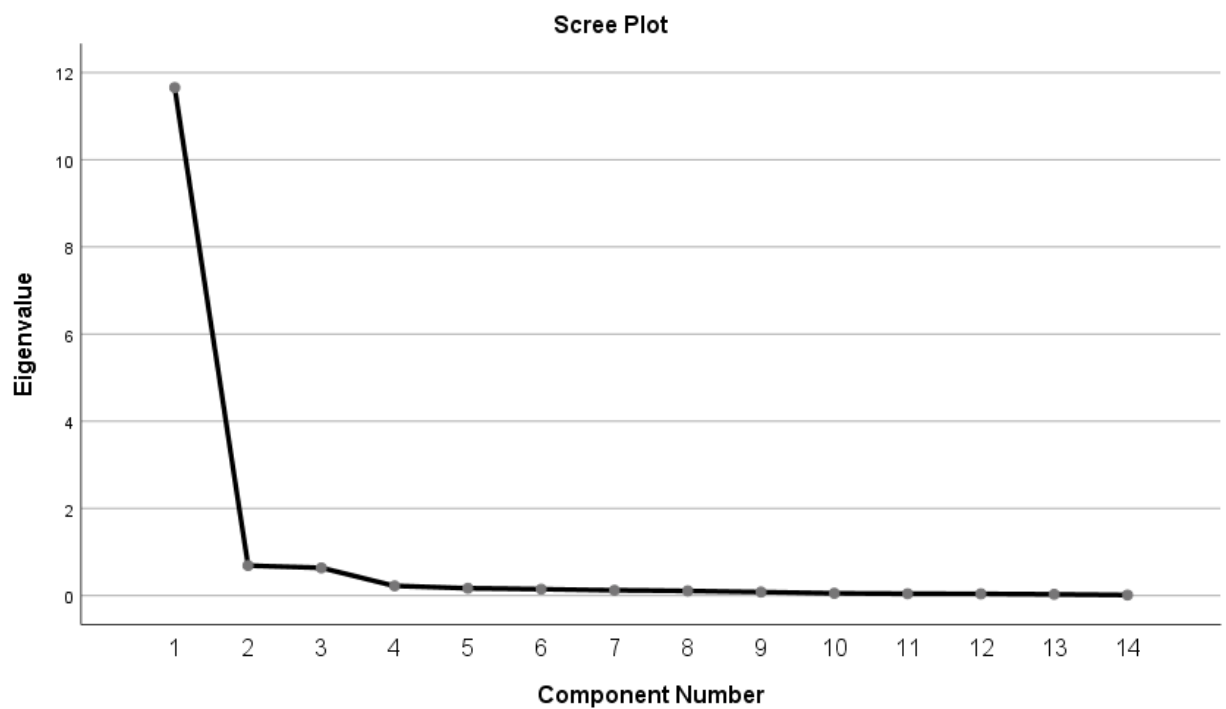
## Analisis Faktor

Communalities		
	Initial	Extraction
Ombak	1.000	.927
Budaya	1.000	.946
Pemandangan	1.000	.891
Jarak_Tempuh	1.000	.907
Kondisi_Jalan	1.000	.932
Biaya_Perjalanan	1.000	.932
Transportasi	1.000	.933
Restaurant	1.000	.904
Hotel	1.000	.915
Toko	1.000	.968
Toilet	1.000	.951
Parkir	1.000	.908
Jasa_Pijat	1.000	.950
Pengelola	1.000	.915

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.656	83.256	83.256	11.656	83.256	83.256
2	.688	4.913	88.169	.688	4.913	88.169
3	.636	4.541	92.710	.636	4.541	92.710
4	.222	1.586	94.296			
5	.167	1.193	95.489			
6	.147	1.049	96.538			
7	.121	.866	97.403			
8	.107	.763	98.166			
9	.082	.584	98.750			
10	.052	.369	99.118			
11	.043	.306	99.424			
12	.040	.283	99.707			
13	.028	.198	99.904			
14	.013	.096	100.000			

Total Variance Explained	
Component	Rotation Sums of Squared Loadings

	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.228	37.340	37.340
2	4.573	32.667	70.007
3	3.178	22.703	92.710
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			



<b>Component Matrix<sup>a</sup></b>			
	Component		
	1	2	3
Ombak	.962	-.032	.004
Budaya	.938	.039	-.254
Pemandangan	.776	.499	.201



Jarak_Tempuh	.897	.234	.217
Kondisi_Jalan	.947	-.169	-.080
Biaya_Perjalanan	.932	-.167	-.189
Transportasi	.939	-.198	.110
Restaurant	.846	.428	-.073
Hotel	.925	.109	-.218
Toko	.949	-.088	-.246
Toilet	.917	-.182	.279
Parkir	.914	-.036	-.268
Jasa_Pijat	.903	-.176	.322
Pengelola	.914	-.133	.250

<b>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></b>			
	Component		
	1	2	3
Ombak	.624	.592	.432
Budaya	.787	.379	.429
Pemandangan	.260	.349	.837
Jarak_Tempuh	.375	.560	.672
Kondisi_Jalan	.701	.596	.291
Biaya_Perjalanan	.772	.517	.263
Transportasi	.561	.727	.301
Restaurant	.522	.250	.754
Hotel	.739	.361	.489
Toko	.811	.452	.327
Toilet	.418	.814	.338
Parkir	.795	.391	.350
Jasa_Pijat	.376	.830	.346
Pengelola	.429	.770	.373

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 7 iterations.

## Reduksi Data

Reproduced Correlations					
		Ombak	Budaya	Pemandangan	Jarak_Tempuh
Reproduced Correlation	Ombak	.926 <sup>a</sup>	.903	.746	.863
	Budaya	.903	.880 <sup>a</sup>	.728	.842
	Pemandangan	.746	.728	.601 <sup>a</sup>	.696
	Jarak_Tempuh	.863	.842	.696	.805 <sup>a</sup>
	Kondisi_Jalan	.911	.888	.734	.849
	Biaya_Perjalanan	.897	.874	.723	.836
	Transportasi	.904	.881	.728	.842
	Restaurant	.814	.794	.656	.759
	Hotel	.890	.868	.718	.830
	Toko	.913	.890	.736	.851
	Toilet	.882	.860	.711	.822
	Parkir	.879	.857	.708	.819
	Jasa_Pijat	.869	.847	.700	.810
	Pengelola	.879	.857	.709	.820
	Residual <sup>b</sup>	Ombak		-.005	-.024
Budaya		-.005		-.031	-.049
Pemandangan		-.024	-.031		.107
Jarak_Tempuh		.005	-.049	.107	
Kondisi_Jalan		-.012	.001	-.078	-.061
Biaya_Perjalanan		-.022	.031	-.087	-.073
Transportasi		-.003	-.039	-.071	-.029
Restaurant		-.029	.024	.126	.078
Hotel		-.016	.060	-.014	-.017
Toko		.005	.050	-.070	-.070
Toilet		-.010	-.070	-.037	.006
Parkir		.019	.052	-.074	-.082
Jasa_Pijat		.007	-.074	-.039	.025
Pengelola		.003	-.078	-.025	-.002

Reproduced Correlations					
		Kondisi_Jalan	Biaya_Perjalan an	Transportasi	Restaurant
Reproduced Correlation	Ombak	.911	.897	.904	.814
	Budaya	.888	.874	.881	.794
	Pemandangan	.734	.723	.728	.656
	Jarak_Tempuh	.849	.836	.842	.759

	Kondisi_Jalan	.897 <sup>a</sup>	.882	.889	.801
	Biaya_Perjalanan	.882	.868 <sup>a</sup>	.875	.788
	Transportasi	.889	.875	.882 <sup>a</sup>	.794
	Restaurant	.801	.788	.794	.715 <sup>a</sup>
	Hotel	.876	.862	.869	.783
	Toko	.898	.884	.891	.802
	Toilet	.868	.854	.861	.775
	Parkir	.865	.851	.858	.773
	Jasa_Pijat	.855	.841	.848	.764
	Pengelola	.865	.851	.858	.773
Residual <sup>b</sup>	Ombak	-.012	-.022	-.003	-.029
	Budaya	.001	.031	-.039	.024
	Pemandangan	-.078	-.087	-.071	.126
	Jarak_Tempuh	-.061	-.073	-.029	.078
	Kondisi_Jalan		.059	.048	-.064
	Biaya_Perjalanan	.059		.009	-.080
	Transportasi	.048	.009		-.081
	Restaurant	-.064	-.080	-.081	
	Hotel	-.017	.018	-.053	.057
	Toko	.024	.074	-.022	-.045
	Toilet	-.015	-.022	.037	-.092
	Parkir	.004	.015	-.037	.015
	Jasa_Pijat	-.009	-.041	.050	-.085
	Pengelola	-.008	-.042	.054	-.059

Reproduced Correlations						
		Hotel	Toko	Toilet	Parkir	Jasa_Pijat
Reproduced Correlation	Ombak	.890	.913	.882	.879	.869
	Budaya	.868	.890	.860	.857	.847
	Pemandangan	.718	.736	.711	.708	.700
	Jarak_Tempuh	.830	.851	.822	.819	.810
	Kondisi_Jalan	.876	.898	.868	.865	.855
	Biaya_Perjalanan	.862	.884	.854	.851	.841
	Transportasi	.869	.891	.861	.858	.848
	Restaurant	.783	.802	.775	.773	.764
	Hotel	.856 <sup>a</sup>	.878	.848	.845	.836
	Toko	.878	.900 <sup>a</sup>	.870	.867	.857
	Toilet	.848	.870	.841 <sup>a</sup>	.838	.828
	Parkir	.845	.867	.838	.835 <sup>a</sup>	.825
	Jasa_Pijat	.836	.857	.828	.825	.816 <sup>a</sup>
	Pengelola	.845	.867	.838	.835	.825
Residual <sup>b</sup>	Ombak	-.016	.005	-.010	.019	.007

	Budaya	.060	.050	-.070	.052	-.074
	Pemandangan	-.014	-.070	-.037	-.074	-.039
	Jarak_Tempuh	-.017	-.070	.006	-.082	.025
	Kondisi_Jalan	-.017	.024	-.015	.004	-.009
	Biaya_Perjalanan	.018	.074	-.022	.015	-.041
	Transportasi	-.053	-.022	.037	-.037	.050
	Restaurant	.057	-.045	-.092	.015	-.085
	Hotel		.034	-.075	.014	-.082
	Toko	.034		-.041	.070	-.065
	Toilet	-.075	-.041		-.060	.131
	Parkir	.014	.070	-.060		-.078
	Jasa_Pijat	-.082	-.065	.131	-.078	
	Pengelola	-.055	-.068	.081	-.040	.070

### Reproduced Correlations

		Pengelola
Reproduced Correlation	Ombak	.879
	Budaya	.857
	Pemandangan	.709
	Jarak_Tempuh	.820
	Kondisi_Jalan	.865
	Biaya_Perjalanan	.851
	Transportasi	.858
	Restaurant	.773
	Hotel	.845
	Toko	.867
	Toilet	.838
	Parkir	.835
	Jasa_Pijat	.825
	Pengelola	.835 <sup>a</sup>
Residual <sup>b</sup>	Ombak	.003
	Budaya	-.078
	Pemandangan	-.025
	Jarak_Tempuh	-.002
	Kondisi_Jalan	-.008
	Biaya_Perjalanan	-.042
	Transportasi	.054
	Restaurant	-.059
	Hotel	-.055
	Toko	-.068
	Toilet	.081
Parkir	-.040	

	Jasa_Pijat	.070
	Pengelola	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. Reproduced communalities

b. Residuals are computed between observed and reproduced correlations. There are 41 (45.0%) nonredundant residuals with absolute values greater than 0.05.

### Frekuensi Tabel

<b>Ombak</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	9	12.3	12.3	13.7
	4.00	36	49.3	49.3	63.0
	5.00	27	37.0	37.0	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Budaya</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	3	4.1	4.1	5.5
	4.00	40	54.8	54.8	60.3
	5.00	29	39.7	39.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Pemandangan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.4	1.4	1.4
	4.00	26	35.6	35.6	37.0
	5.00	46	63.0	63.0	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Jarak_Tempuh</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.4	1.4	1.4
	2.00	9	12.3	12.3	13.7
	3.00	24	32.9	32.9	46.6
	4.00	32	43.8	43.8	90.4
	5.00	7	9.6	9.6	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Kondisi_Jalan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4

	3.00	5	6.8	6.8	8.2
	4.00	43	58.9	58.9	67.1
	5.00	24	32.9	32.9	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Biaya Perjalanan</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	4.1	4.1	4.1
	3.00	2	2.7	2.7	6.8
	4.00	43	58.9	58.9	65.8
	5.00	25	34.2	34.2	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Transportasi</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	7	9.6	9.6	11.0
	4.00	43	58.9	58.9	69.9
	5.00	22	30.1	30.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Restaurant</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.4	1.4	1.4
	4.00	36	49.3	49.3	50.7
	5.00	36	49.3	49.3	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Hotel</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	6.8	6.8	6.8
	4.00	37	50.7	50.7	57.5
	5.00	31	42.5	42.5	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Toko</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7

	3.00	3	4.1	4.1	6.8
	4.00	41	56.2	56.2	63.0
	5.00	27	37.0	37.0	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Toilet</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.7	2.7	2.7
	3.00	10	13.7	13.7	16.4
	4.00	42	57.5	57.5	74.0
	5.00	19	26.0	26.0	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Parkir</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	2.7	2.7	2.7
	4.00	44	60.3	60.3	63.0
	5.00	27	37.0	37.0	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Jasa_Pijat</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.4	1.4	1.4
	3.00	10	13.7	13.7	15.1
	4.00	44	60.3	60.3	75.3
	5.00	18	24.7	24.7	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

<b>Pengelola</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	13	17.8	17.8	17.8
	4.00	38	52.1	52.1	69.9
	5.00	22	30.1	30.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	



## Dokumentasi Peneliti



Sumber: <https://id.depositphotos.com/stock-photos/batu-bolong-beach.html>



Sumber: <https://www.merdeka.com/travel/pantai-batu-bolong-bali-magnet-bule-meski-pandemi.html>



Sumber: <https://www.pesisir.net/pantai-batu-bolong-bali>

## Surat Rekomendasi Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN BADUNG  
KECAMATAN KUTA UTARA  
PERBEKEL DESA CANGGU**  
Alamat : Jln. Raya batu Bolong , Telp. ( 0361 ) 8445400

**SURAT REKOMENDASI**  
NOMOR : 061 / SK / VIII / 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Perbekel, Desa Cangg, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : I Made Adi Herianto  
NIM : 18110121139  
Fakultas : Ekonomika dan Humaniora  
Program Studi : Manajement  
Jenjang : S.1 / Sarjana .


Memang benar orang tersebut diatas telah melaksanakan Penelitian di Desa Cangg dengan mencari data – data seperti :

1. Biodata dan sejarah Desa Cangg .
2. Data Kunjungan Wisatawan ke Pantai Batu Bolong .
3. Struktur Organisasi pengelola pantai Batu bolong .

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya .



Kartu Bimbingan




**UNIVERSITAS DHYANA PURA**  
 SK. MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011, TGL. 7 JULI 2011  
**FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS DAN HUMANIORA**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Jl. Raya Padang Luwih, Br. Tegall Jaya, Dalung, Kuta Utara, Badung  
 Telp. (0361) 426460 - 426451, Fax. (0361) 426452

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : I Made Adi Herianto  
 NIM : 19110121133  
 Prog. Studi : Manajemen  
 Konsentrasi : Business Pariwisata




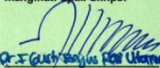
Judul Skripsi :  
ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI KUNJUNGAN WIKATAWAN  
DI PANTAI BATU BOLONG CANGGU, KUTA UTARA,  
KABUPATEN BADUNG

---

Pembimbing I: Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., M.MA., M.A.


No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	Senin 11 April 2022	Revisi Bab 1 - 3	<i>[Signature]</i>
2	Jumat, 20 April 2022	Revisi Bab 1-3	<i>[Signature]</i>
3	Jumat, 13 Mei 2022	ACC Bab 1-3	<i>[Signature]</i>
4	Rabat 10 Mei 2022	Revisi Questioner	<i>[Signature]</i>
5	Rabat 22 Mei 2022	ACC Questioner	<i>[Signature]</i>
6	Selasa 12 Juli 2022	Revisi Bab 4 - 5	<i>[Signature]</i>
7	Sabtu 16 Juli 2022	Revisi Analisis faktor.	<i>[Signature]</i>
8	Jumat 21 Juli 2022	Revisi Bab 4 - 5	<i>[Signature]</i>
9.	Minggu 24 Juli 2022	ACC Bab 4-5 dan Turnitin.	<i>[Signature]</i>
<i>[Signature]</i> 19/07/2022 18			

Badung,  
 Universitas Dhyana Pura  
 Fak. Ekonomika, Bisnis dan Humaniora  
 Program Studi Manajemen  
  
 Ni Puti Dyah Kusumawati, SE., MM  
 Ketua Program Studi

Tanggal, 24 Juli 2022  
 Mahasiswa dinyatakan siap  
 Mengikuti Ujian Skripsi  
  
 Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., M.MA., M.A.  
 Pembimbing I

Pembimbing II: Dra Komalawati MM'

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	Selasa 5 Juli 2022	Revisi bab 1 - 3	<i>[Signature]</i>
2	Senin 25 Juli 2022	OK bab 1 - 3	<i>[Signature]</i>
3	Selasa 29 Juli 2022	Revisi questioner	<i>[Signature]</i>
4	Kamis 28 Juli 2022	OK questioner	<i>[Signature]</i>
5	Juli 2022	Revisi bab 4	<i>[Signature]</i>
6	Jumat 15 Juli 2022	OK bab 4	<i>[Signature]</i>
7	Senin 18 Juli 2022	Revisi bab 5	<i>[Signature]</i>
8	Minggu 24 Juli 2022	Koneksi faktor in all	<i>[Signature]</i>
<i>[Signature]</i> siap di uji			

Tanggal, 24 Juli 2022  
 Mahasiswa dinyatakan siap  
 Mengikuti Ujian Skripsi  
  
 Komalawati  
 Pembimbing II