



# UNIVERSITAS DHYANA PURA (UNDHIRA – BALI)

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

*Perguruan Tinggi Teladan dan Unggulan*

## **SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI**

No. 001a/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 : Prisca Yuniar Sigo  
NIM : 18110121122  
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Bisnis Pariwisata  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pariwisata di Pulau Lembeh, Kota Bitung, Sulawesi Utara

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, 3 Maret 2022  
Program Studi Manajemen



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

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN  
NUSANTARA MEMILIH NUSA LEMBONGAN SEBAGAI  
DESTINASI WISATA DI KABUPATEN KLUNGKUNG, PROVINSI  
BALI**



**PRISKA DE VINSKY YTHU  
19110101007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS, DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS DHYANA PURA  
BADUNG  
2023**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN  
NUSANTARA MEMILIH NUSA LEMBONGAN SEBAGAI  
DESTINASI WISATA DI KABUPATEN KLUNGKUNG, PROVINSI  
BALI**

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

**PRISKA DE VINSKY YTHU**

**19110101007**

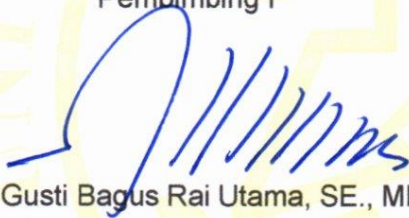
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS, DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS DHYANA PURA  
BADUNG  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

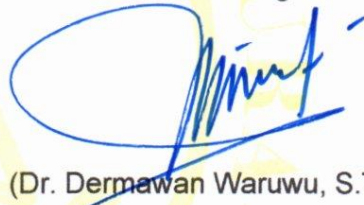
TANGGAL: 07 Maret 2023

Pembimbing I



(Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., MMA., MA)  
NIP. 2145000006

Pembimbing II



(Dr. Dermawan Waruwu, S.Th., M.Si.)  
NIP. 01747913

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora

Universitas Dhyana Pura



(Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M)

NIP. 01498612

**SKRIPSI INI TELAH DIUJIKAN PADA**

Tanggal: 01 Maret 2023

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

No : 50/SKRIPSI/UNDHIRA-FEBH-MANAJEMEN/II/2023

Tanggal: 24 Februari 2023

Ketua/Penguji I	: I Made Darmayasa, S.E, M.M
Sekretaris/Pendamping	: Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., MMA., MA
Anggota/Penguji II	: Putu Chris Susanto, BA., MBA., M.Ed

## Persetujuan Publikasi Skripsi Untuk Kepentingan Akademis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :


Nama : Priska De Vinsky Ythu  
NIM : 19110101007  
Fakultas : Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen  
Peminatan : Manajemen Bisnis Pariwisata

Demi mengembangkan Ilmu Pengetahuan, menyetujui bahwa karya ilmiah/skripsi saya yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Nusantara Memilih Nusa Lembongan Sebagai Destinasi Wisata di Kabupten Klungkung, Provinsi Bali" beserta dengan perangkat yang diperlukan 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 : 07 Maret 2023

Yang menyatakan



(Priska De Vinsky Ythu)

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Priska De Vinsky Ythu  
NIM : 19110101007  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan  
Nusantara Memilih Nusa Lembongan Sebagai Destinasi  
Wisata Di Kabupapten Klungkung, Provinsi Bali

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 07 Maret 2023



(Priska De Vinsky Ythu)

NIM : 19110101007



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Nusantara Memilih Nusa Lembongan Sebagai Destinasi Wisata Di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora peminatan Manajemen Bisnis Pariwisata di Universitas Dhyana Pura. Dalam proses belajar di Universitas Dhyana Pura Bali, banyak pihak yang sangat membantu penulis dalam berbagai hal, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Pada Kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA., M.A. selaku Rektor Universitas Dhyana Pura, sekaligus selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, banyak memberi masukan, serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Ni Made Diana Efriani, S.S., M.Hum selaku Wakil Rektor I bidang Akademik, Riset, Inovasi, Kemahasiswaan, dan Alumni Universitas Dhyana Pura.
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 Adinegara, S.E., M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura, sekaligus selaku Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menempuh studi di Universitas Dhyana Pura Bali.
5. Ibu Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas DhyanaPura.
6. Dr. Dermawan Waruwu, S.Th., M.Si. selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staff di lingkungan Universitas



Dhyana Pura, atas segala fasilitas, ilmu dan keramahtamahan yang diberikan selama penulis mengikuti pendidikan di Universitas Dhyana Pura Bali.

8. Ibu Ni Nyoman Seriasih dan Christin Anjelia Egha selaku ibu dan kakak tercinta yang selalu memberi dukungan penulis baik secara material maupun spiritual sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.
9. Teman-teman kelas MBP Angkatan tahun 2019 Universitas Dhyana Pura Bali yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Teman-teman *Seventeen* yang setia menemani dan menyemangati penulis sepanjang perjalanan penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna pada diri pribadi penulis, Almamater, dan Bangsa dalam rangka untuk meningkatkan Pendidikan dimasa yang akan datang.

Badung, 9 Februari 2023



Penulis

## DAFTAR ISI

JUDUL	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR SKRIPSI TELAH DIUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	vi
PRAKATA .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Definisi Pariwisata.....	7
2.1.2 Pengembangan Pariwisata Yang Berkelanjutan .....	7
2.1.3 Wisatawan .....	10
2.1.4 Destinasi Wisata.....	10
2.1.5 Pengertian Manajemen Pemasaran Pariwisata .....	11
2.1.6 Bauran Pemasaran Untuk Jasa Pariwisata .....	12
2.1.7 Perilaku Konsumen Pariwisata .....	15
2.1.8 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Suatu Destinasi.....	16
2.1.9 Pengertian Analisis Faktor .....	17
2.2 Penelitian sebelumnya.....	18
2.3 Kerangka konsep penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	24

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	24
3.2 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	24
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	24
3.2.2 Definisi operasional variabel.....	25
3.3 Jenis dan sumber data.....	27
3.4 Metode penentuan sampel.....	27
3.5 Metode pengumpulan data.....	28
3.6 Teknik analisis.....	28
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	28
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	29
3.6.3 Analisis Faktor.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	34
4.1 Gambaran Umum Destinasi Wisata Nusa Lembongan.....	34
4.1.1 Sejarah Singkat Destinasi Wisata Nusa Lembongan.....	35
4.2 Struktur Organisasi Pengelola .....	38
4.1.1 Tugas Masing-Masing Departemen/Job.....	39
4.3 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	42
4.3.1 Karakteristik Responden.....	42
4.3.2 Analisis Deskriptif.....	44
4.4 Hasil Uji Instrumen .....	47
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	47
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.5 Pembahasan Analisis Faktor .....	49
4.5.1 Menguji Variabel Yang Telah Ditentukan .....	49
4.5.2 Melakukan Faktoring dari Rotasi .....	60
4.5.3 Penamaan Faktor.....	65
4.5.4 Interpretasi Atas Faktor Yang Telah Terbentuk .....	68
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

<b>No. Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Bali.....	2
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Klungkung.....	4
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 4.1	Deskripsi Nilai Interval.....	45
Tabel 4.2	Deskripsi Statistik Variabel <i>Attraction</i> .....	45
Tabel 4.3	Deskripsi Statistik Variabel <i>Aminities</i> .....	46
Tabel 4.4	Deskripsi Statistik Variabel <i>Accessibility</i> .....	47
Tabel 4.5	Deskripsi Statistik Variabel ancillary.....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel.....	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	49
Tabel 4.8	<i>KMO and Bartletts Test I</i> .....	50
Tabel 4.9	<i>KMO and Bartletts Test I</i> .....	50
Tabel 4.10	<i>Anti Image Matrix I</i> .....	51
Tabel 4.11	Nilai Komunalitis I.....	61
Tabel 4.12	<i>KMO and Bartletts Test II</i> .....	53
Tabel 4.13	<i>KMO and Bartletts Test II</i> .....	54
Tabel 4.14	<i>Anti Image Matrix II</i> .....	54
Tabel 4.15	Nilai Komunalitis II.....	54
Tabel 4.16	<i>Total Variance Explained</i> .....	54
Tabel 4.17	<i>Component Matrix</i> .....	54
Tabel 4.18	<i>Rotated Component Matrix</i> .....	54
Tabel 4.19	Faktor Setelah Rotasi.....	65
Tabel 4.20	<i>Component Transformation Matrix</i> .....	67
Tabel 4.21	<i>Total Variance Explained</i> .....	69

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Kerangka Konsep Pemikiran.....	22
Gambar 4.1	Peta Nusa Lembongan.....	34
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Tata Kerja Pemerintah Desa Jungutbatu.....	38
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Tata Kerja Pemerintah Desa Lembongan....	39
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Nama Lampiran
Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Tabulasi Data Penelitian
Lampiran 3.	Analisis Deskriptif
Lampiran 4.	Karakteristik Responden
Lampiran 5.	Uji Instrumen Penelitian
Lampiran 6.	Analisis Faktor
Lampiran 7.	Surat Ijin Penelitian
Lampiran 8.	Kartu Bimbingan Skripsi



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. Populasi menggunakan wisatawan yang pernah berkunjung ke Nusa Lembongan dan sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Deskriptif, Analisis Faktor. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa: 1) Faktor 1 dinamakan Faktor Atraksi dan Fasilitas yang terdiri dari atas Variabel yang meliputi *Snorkeling & Diving with Manta Rays* dengan faktor loading 0,855, *Mangrove Forest Tour* dengan faktor loading 0,821, *Cliff Jump* dengan faktor loading 0,785. *Surfing* dengan faktor loading 0,757, *Watersport* dengan faktor loading 0,545. *Gala-Gala Underground House* dengan faktor loading 0,810, Penginapan dengan faktor loading 0,719, Restaurant atau Café dengan faktor loading 0,640. Tempat Penyewaan Sepeda Motor dengan faktor loading 0,756, Tempat Parkir dengan faktor loading 0,767, Transportasi dengan faktor loading 0,706. 2) Faktor 2 dinamakan Faktor Akses yang terdiri dari atas Variabel yang meliputi Toko Oleh-Oleh dengan faktor loading 0,576, Jasa Sewa Peralatan *Watersport* dengan faktor loading 0,588, Klinik Kesehatan dengan faktor loading 0,582. Petunjuk Jalan dengan faktor loading 0,696, Biaya Perjalanan dengan faktor loading 0,714, Jarak Tempuh dengan faktor loading 0,681, Kondisi Jalan dengan faktor loading 0,879, Pengelola dengan faktor loading 0,785. 3) faktor yang paling dominan bagi wisatawan dalam memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di kabupaten klungkung, provinsi bali merupakan faktor atraksi dan fasilitas dengan nilai varians 60,483% dan faktor akses merupakan faktor yang terakhir dengan nilai varians 1,474%.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Nusa Lembongan, Wisatawan.

## ABSTRACT

This study aims to explore the factors that influence domestic tourists to choose Nusa Lembongan as a tourist destination in Klungkung Regency, Bali Province. The population uses tourists who have visited Nusa Lembongan and a sample of 100 respondents. Data analysis techniques using validity tests, reliability tests, descriptive analysis, and factor analysis from the results of the study, it can be seen that: 1) Factor 1 is called the Attractions and Facilities Factor, which consists of variables that include *Snorkeling & Diving with Manta Rays* with a loading factor of 0.855, *Mangrove Forest Tour* with a loading factor of 0.821, and *Cliff Jump* with a loading factor of 0.785. *Surfing* has a loading factor of 0.757 and *aquatics* has a loading factor of 0.545. *Gala-Gala Underground House* with a loading factor of 0.810; *lodging* with a loading factor of 0.719, and a *restaurant or café* with a loading factor of 0.640. *Motorcycle rental places* with a loading factor of 0.756, *parking lots* with a loading factor of 0.767; *transportation* with a loading factor of 0.706. 2) Factor 2 is called the access factor and consists of variables, which include *gift shops* with a loading factor of 0.576, and *equipment rental services*. *Aquatics* had a loading factor of 0.588, *ClinicHealth* had a loading factor of 0.582. *Directions* with a loading factor of 0.696, *Travel Costs* with a loading factor of 0.714, *Mileage* with a loading factor of 0.681, *Road Conditions* with a loading factor of 0.879, and *Managers* with a loading factor of 0.785. 3) The most dominant factor for tourists in choosing Nusa Lembongan as a tourist destination in Klungkung regency, Bali province, is the factor of attractions and facilities with a variance value of 60.483%, and the access factor is the last factor with a variance of 1.474%.

Keywords: tourist destinations, Nusa Lembongan, tourists.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu yang berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dan perjalanan ini dilakukan oleh seorang atau lebih. Pariwisata atau *Tourism* adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih untuk rekreasi atau liburan. Sedangkan seorang wisatawan atau turis adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke objek wisata dengan tujuan rekreasi (Anjastara, 2021). Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya dengan keindahan alamnya. Indonesia memiliki keindahan alam seperti seni, budaya, suku, bangsa dan keindahan alam itu terbukti dari destinasi wisatanya yang masih terjaga dengan baik. Adapun beberapa destinasi wisata di Indonesia yang sudah dikenal oleh dunia seperti Bali, Lombok, Jakarta, Yogyakarta, Manado, Makassar, Nusa Tenggara Timur masih banyak yang lainnya.

Dari beberapa destinasi di Indonesia Bali merupakan salah satu tempat yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Provinsi Bali merupakan daerah yang mengendapkan sektor industri pariwisata, dengan mengandalkan unsur tradisi dan budaya yang menjadikan Bali sebagai salah satu destinasi wisata favorit. Potensi pariwisata di Bali harus dijaga dan dibenahi agar tingkat jumlah wisatawan yang berkunjung terus meningkat, contohnya fasilitas umum yang mendukung kegiatan pariwisata. Selain fasilitas, sumber daya manusia juga harus diperhatikan sehingga layanan yang diberikan sesuai standar dan dapat memberikan kesan yang baik bagi kegiatan pariwisata. Di sinilah peran pemerintah

sangat dibutuhkan sehingga semua dapat berjalan dengan baik dan saling melengkapi dalam menunjang sektor ekonomi pariwisata dan dapat menarik minat para pengunjung dan meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke Indonesia.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Bali dalam 5 tahun terakhir terlihat pada tabel 1.1:

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Bali dalam 5 tahun terakhir**

No	Tahun	Total
1	2018	6.621.617
2	2019	13.767.578
3	2020	7.874.397
4	2021	9.009.667
5	2022	11.132.389

Sumber: *Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2023)*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mengalami kenaikan. Tetapi pada tahun 2020 kunjungan wisatawan ke Bali mengalami penurunan menjadi 9.009.667 orang dikarenakan adanya wabah *Covid-19* yang terjadi pada seluruh dunia.

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Bali mendorong pemerintah daerah dan masyarakat untuk mengembangkan pariwisata Bali yang lebih baik. Bali mempunyai tiga pulau kecil yang berada di Kabupaten Klungkung yang terdiri dari Nusa Penida, Nusa Lembongan dan Nusa Ceningan.

Nusa Lembongan merupakan pulau kecil yang terletak berdekatan dari pulau Nusa Ceningan dengan jarak sekitar 2 km di sebelah Barat laut Nusa Penida. Pulau Nusa Lembongan memiliki panjang 4 km dan lebar 1 – 1,5 km, berada sekitar 11 km di sebelah Tenggara dari Pulau Bali. Nusa Lembongan dapat dijangkau melalui penyebrangan dari Pelabuhan Sanur selama  $\pm$  45 menit.

Menurut Medlik (Utama, 2015) terdapat empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran produk pariwisata sebagai sebuah totalitas produk, yakni: (1) *attraction* (daya tarik); Tersedianya daya tarik pada daerah tujuan wisata atau destinasi untuk menarik wisatawan, yang mungkin berupa daya Tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya. (2) *Accessibility* (transportasi); tersedianya alat-alat transportasi agar wisatawan domestic dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata. (3) *Amenities* (fasilitas); tersedianya fasilitas utama maupun pendukung pada sebuah destinasi berupa; akomodasi, restoran, fasilitas penukaran valas, pusat oleh-oleh, dan fasilitas pendukung lainnya yang berhubungan aktivitas wisatawan pada sebuah destinasi. (4) *Ancillary* (kelembagaan); adanya lembaga penyelenggara perjalanan wisatawan sehingga kegiatan wisata dapat berlangsung, aspek ini berupa, pemandu wisata, biro perjalanan, pemesanan tiket, dan ketersediaan informasi tentang destinasi.

Adapun beberapa objek wisata yang ada di Nusa Lembongan antara lain hutan bakau (*mangrove*), pantai (Jungutbatu, *Mushroom Beach*, *Dream Beach*), *Devil tears*, budidaya rumput laut, wisata bawah laut dan tersedianya fasilitas kepariwisataan seperti akomodasi, restaurant, hotel dan lain sebagainya. Perekonomian Nusa Lembongan bersumber dari sektor pariwisata dan

pembudidayaan rumput laut. Budidaya rumput laut cukup banyak ditemukan di Pulau ini. Nusa Lembongan merupakan pulau yang menjadi incaran para wisatawan saat ini, Nusa Lembongan banyak dipasarkan oleh pelaku wisata baik melalui media *offline* maupun *online*, sehingga kunjungan wisatawan terus mengalami pengalaman perjalanannya. Adapun data kunjungan berdasarkan retibusi di Pos Nusa Lembongan ditunjukkan pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Klungkung 2018-2022**

No	Tahun	Total
1	2018	119.524
2	2019	99.225
3	2020	113.491
4	2021	1.207
5	2022	312.872

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Klungkung (2023)

Dari Tabel 1.2 diatas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Klungkung mengalami kenaikan sebanyak 312.872 orang. Sedangkan pada tahun 2021 jumlah wisatawan yang berkunjung menjadi tidak efektif karena *Covid-19*, maka jumlah kunjungan wisatawan yang terdata sebanyak 1.207 orang.

Dalam upaya mempertahankan konsistensi para wisatawan yang berkunjung ke Nusa Lembongan, adapun faktor faktor yang mempengaruhi wisatawan seperti *Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary*. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Faktor–faktor yang mempengaruhi wisatawan memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali”.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata?
2. Faktor apakah yang dominan mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menentukan faktor-faktor apakah yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata.
2. Untuk mengetahui faktor yang dominan yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian tersebut, maka berikut ini adalah manfaat penelitian ini dilakukan:

1. Secara teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini dapat membantu menambah dan memperluas wawasan tentang ilmu manajemen pemasaran pariwisata, khususnya tentang perilaku konsumen wisatawan dan hal-hal yang mempengaruhi wisatawan bepergian ke Nusa Lembongan. Serta dapat dijadikan perbandingan bagi peneliti lainnya yang akan meneliti.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pemerintah Provinsi Bali khususnya pada bagian pariwisata untuk destinasi wisata Nusa Lembongan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan nusantara berkunjung ke Nusa Lembongan. Kemudian dapat dijadikan informasi bagi pihak yang bersangkutan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun internasional.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Definisi Pariwisata**

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan perjalanan dan tinggal di luar tempat tinggal asal seseorang dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun yang tidak bertujuan untuk bekerja tetap di tempat tersebut (Suryadana dan Octavia, 2015;30).

Utama, (2014; 21) Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.

Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, dan berziarah (Spillane, 2017 dikutip oleh Suwena & Widyatmaja).

Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa Pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan sementara dalam jangka waktu pendek yang bertujuan untuk memperoleh kesenangan atau kepuasan.

##### **2.1.2 Pengembangan Pariwisata Yang Berkelanjutan**

Pariwisata berkelanjutan sering disebut dengan alternative tourism adalah pariwisata yang dikembangkan dalam memperhatikan kelestarian alam dan

budaya masyarakat setempat sehingga dapat diwariskan untuk generasi mendatang (Iftikhar, 2021)

Unsur-unsur pariwisata berkelanjutan yaitu sebagai berikut:

- a. Pariwisata yang memberikan penerangan. Wisatawan tidak hanya belajar tentang kunjungan (negara/ daerah yang dikunjungi) tetapi juga belajar bagaimana menyokong kelangsungan karakter (negara/ daerah yang dikunjungi) selama dalam perjalanan mereka. Sehingga masyarakat yang dikunjungi dapat belajar (mengetahui) bahwa kebiasaan dan sesuatu yang sudah biasa dapat menarik dan dihargai oleh wisatawan.
- b. Pariwisata yang mendukung keutuhan (integritas) dari tempat tujuan. Pengunjung memahami dan mencari usaha yang dapat menegaskan karakter tempat tujuan wisata mengenai hal arsitektur, masakan, warisan, estetika dan ekologi.
- c. Pariwisata yang menguntungkan masyarakat setempat. Pengusaha pariwisata melakukan kegiatan yang terbaik untuk mempekerjakan dan melatih masyarakat lokal, membeli persediaan-persediaan lokal, dan menggunakan jasa-jasa yang dihasilkan dari masyarakat lokal.
- d. Pariwisata yang melindungi sumber daya alam. Dalam pariwisata ini wisatawan menyadari dan berusaha untuk meminimalisasi polusi, konsumsi energi, penggunaan air, bahan kimia dan penerangan di malam hari.
- e. Pariwisata yang menghormati budaya dan tradisi. Wisatawan belajar dan melihat tata cara lokal termasuk menggunakan sedikit kata-kata sopan dari bahasa lokal. Masyarakat lokal belajar bagaimana memperlakukan/

menghadapi harapan wisatawan yang mungkin berbeda dari harapan yang mereka punya.

- f. Pariwisata ini tidak menyalahgunakan produk. Stakeholder mengantisipasi tekanan pembangunan (pariwisata) dan mengaplikasikan batas-batas dan teknik-teknik manajemen untuk mencegah sindrom kehancuran (*loved to death*) dari lokasi wisata. *Stakeholder* bekerjasama untuk menjaga habitat alami dari tempat tempat warisan budaya, pemandangan yang menarik dan budaya lokal.
- g. Pariwisata ini menekankan pada kualitas, bukan kuantitas (jumlah). Masyarakat menilai kesuksesan sektor pariwisata ini tidak dari jumlah kunjungan belaka tetapi dari lama tinggal, jumlah uang yang dibelanjakan, dan kualitas pengalaman yang diperoleh wisatawan. Pariwisata ini merupakan perjalanan yang mengesankan.

Kategori suatu kegiatan wisata dianggap berkelanjutan apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Secara ekologi berkelanjutan, yaitu pembangunan pariwisata tidak menimbulkan efek negatif terhadap ekosistem setempat.
- 2) secara sosial dapat diterima, yaitu mengacu pada kemampuan penduduk lokal untuk menyerap usaha pariwisata (industri dan wisatawan) tanpa menimbulkan konflik sosial.
- 3) secara kebudayaan dapat diterima, yaitu masyarakat lokal mampu beradaptasi dengan budaya wisatawan yang cukup berbeda (kultur wisatawan).

- 4) secara ekonomi menguntungkan, yaitu keuntungan yang didapati dari kegiatan pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### **2.1.3 Wisatawan**

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.

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.

Seorang bisa dikatakan wisatawan jika dia melakukan perjalanan dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan tujuan berlibur,berbisnis, berolahraga, berobat, dan bahkan menuntut ilmu. (Suryadana 2013).

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan tanpa menetap atau hanya sementara waktu tinggal di tempat yang dikunjunginya untuk memperoleh kesenangan atau kepuasan.

### **2.1.4 Destinasi Wisata**

Destinasi merupakan suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seorang pengunjung dimana ia dapat tinggal selama waktu tertentu. Kata “destinasi” dapat juga digunakan untuk suatu kawasan terencana, yang sebagian atau seluruhnya (*selfcontained*) dengan amenities dan pelayanan produk wisata, fasilitas kreasi,



restoran, hotel, atraksi, liburan dan toko pengecer yang dibutuhkan pengunjung (Anggraini, 2007).

Destinasi Wisata merupakan serangkaian atraksi, acara, layanan, dan produk yang saling berhubungan yang bersama-sama menciptakan pengalaman dan nilai bagi pengunjung (Rhama, 2020;6)

Kotler (2010:29) menjelaskan bahwa destinasi wisata merupakan tempat dengan bentuk yang memiliki batasan nyata atau berdasarkan persepsi, baik berupa batasan secara fisik (pulau), secara politik, atau berdasarkan pasar.

Dari pengertian diatas dapat diartikan bahwa Destinasi Wisata merupakan suatu Kawasan yang didalamnya terdapat daya Tarik, aksesibilitas dan lain sebagainya.

### **2.1.5 Pengertian Manajemen Pemasaran Pariwisata**

Pemasaran pariwisata adalah segala upaya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan melalui penciptaan produk wisata, pengemasan, pendistribusian, transaksi, konsumsi, sampai dengan pasca konsumsi oleh wisatawan (Wisnawa, dkk 2019;10)

Pemasaran pariwisata merupakan proses manajemen sebuah sistem dan koordinasi dari berbagai elemen baik pemerintah, swasta maupun masyarakat dalam mengidentifikasi wisata untuk mencapai kepuasan wisata baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang (Isnati, 2013;21). Adapun karakteristik pemasaran pariwisata antara lain; Harus dapat dikunjungi atau didatangi, berbentuk pengalaman, rentan atau tidak dapat disimpan, tidak dapat dipisahkan, berbeda-beda, saling melengkapi, biaya tetap yang tinggi.

### 2.1.6 Bauran Pemasaran Untuk Jasa Pariwisata

Utama, (2017; 26) Bauran pemasaran dapat didefinisikan sebagai campuran berbagai variable pemasaran yang terkendali agar perusahaan atau organisasi menggunakannya untuk mencapai tingkat penjualan berdasarkan atas pasar sasaran. Bauran pemasaran adalah kombinasi dari 4 atau lebih variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan. Elemen-elemen bauran pemasaran 7P yaitu: *product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence* (Kotler, 2007).

#### 1. *Product*

Produk pariwisata adalah pengalaman bermakna yang berhubungan langsung dengan wisatawan yang bergantung pada rangsangan indra penglihatan dan suara. Wisatawan akan memberikan apresiasi pada suatu tempat apabila terdapat rangsangan indra yang sesuai dengan harapannya. Kunci sukses bagi sebuah perusahaan pada industry pariwisata adalah tercapainya kesesuaian penawaran produk yang memenuhi kebutuhan wisata. Maka dari itu perusahaan harus mampu mendefinisikan faktor keunikan produk agar tidak mudah ditiru oleh pesaing.

#### 2. *Price*

Industri perjalanan pariwisata adalah industri yang disibukkan dengan harga karena karakteristik produk yang begitu luas dan waktu yang lama diantara keputusan harga dan penjualannya. Pemberian potongan harga untuk sementara mungkin dapat digunakan untuk tujuan promosi agar dapat menarik

konsumen sekedar untuk menutupi biaya yang tinggi atau mungkin sekedar untuk mempromosikan produk pada pembeli muda.

### 3. *Place*

*Place* merupakan elemen bauran pemasaran yang berkaitan dengan tempat atau lokasi. Tempat yang strategis dapat meningkatkan citra pelaku bisnis dan produk, dan memudahkan konsumen untuk menjangkau produk tersebut. Tempat yang sesuai dengan target konsumen dapat memaksimalkan penjualan dan keuntungan.

### 4. *Promotion*

Promosi adalah istilah deskriptif singkat dari kegiatan komunikasi, baik secara langsung dan melalui media massa yang dilakukan untuk mempengaruhi orang-orang agar membeli suatu produk.

### 5. *People*

People merupakan elemen konsep bauran pemasaran yang berwujud sumber daya manusia. Kualitas SDM yang baik berdampak baik bagi perusahaan karena berpotensi memiliki performa yang baik

### 6. *Process*

Sebuah jasa dilakukan dan tidak diserahkan seperti dalam kasus barang produksi, dan orang-orang membentuk bagian dari proses dan pengiriman dengan cara ramah, suka menolong dan efisiensi. Bagian ini diawali dari pemesanan hingga produk sampai ditangan kosumen.

### 7. *Physical Evidence*

*Physical Evidence* merupakan tampilan fisik yang berkaitan dengan citra atau tampilan perusahaan. Bukti fisik memberikan kontribusi untuk memengaruhi pelanggan bagaimana mereka benar-benar menilai kualitas jasa sebagai bentuk nyata yang dapat memfasilitasi kinerja dan termasuk peralatan serta lingkungan dimana jasa disampaikan, termasuk letak, suasana, artefak, interaksi antara pelanggan, dan antara perusahaan dengan pelanggan.

Pada perkembangannya, dalam pemasaran pariwisata ditemukan beberapa alat pemasaran tambahan yang dikembangkan dari unsur produk, seperti *attraction*, *accessibility*, *amenities*, *ancillary*.

Menurut Medlik (Utama, 2014) terdapat empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran produk pariwisata sebagai sebuah totalitas produk, yakni:

- (1) *Attraction* (daya tarik); Tersedianya daya tarik pada daerah tujuan wisata atau destinasi untuk menarik wisatawan, yang mungkin berupa daya Tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya.
- (2) *Accessibillity* (transportasi); tersedianya alat-alat transportasi agar wisatawan domestic dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata.
- (3) *Amenities* (fasilitas); tersedianya fasilitas utama maupun pendukung pada sebuah destinasi berupa; akomodasi, restoran, fasilitas penukaran valas, pusat oleh-oleh, dan fasilitas pendukung lainnya yang berhubungan aktivitas wisatawan pada sebuah destinasi.

(4) *Ancillary* (kelembagaan); adanya lembaga penyelenggara perjalanan wisata sehingga kegiatan wisata dapat berlangsung, aspek ini berupa, pemandu wisata, biro perjalanan, pemesanan tiket, dan ketersediaan informasi tentang destinasi.

### **2.1.7 Perilaku Konsumen Pariwisata**

Perilaku konsumen menyangkut suatu proses pengambilan keputusan sebelum pembelian sampai dengan mengkonsumsi produk dan tujuan mempelajari perilaku konsumen adalah untuk menyusun strategi pemasaran yang berhasil (Supriyono dan Iskandar, 2015). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, faktor sosial, pribadi, dan faktor psikologi.

- a) Faktor pribadi adalah sesuatu atau aspek yang melekat pada diri seorang individu yang mempengaruhi perilakunya (Yuriska dan Sukirno, 2014). Kepribadian merupakan suatu karakteristik individu mengenai kecenderungan merespon lintas situasi yang mirip (Supranto dan Limakrisna, 2011).
- b) Faktor psikologi adalah segala sesuatu aspek yang mampu mencitrakan/menggerakkan diri seorang individu berdasarkan ukuran motivasi, persepsi, pembelajaran maupun sikap pada setiap perilaku mereka (Yuriska dan Sukirno, 2014). Titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah respon rangsangan. Rangsangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran konsumen, dan sekelompok proses psikologis digabungkan dengan karakteristik konsumen tertentu menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian.

- c) Faktor sosial yaitu dua orang atau kelompok atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama hampir setiap masyarakat memiliki beberapa struktur kelas sosial (Yuriska dan Sukirno, 2014). Kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya (Malau, 2017).
- d) Faktor Budaya merupakan kumpulan nilai-nilai dasar dan sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi (Yuriska dan Sukirno, 2014). Kebudayaan sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Kebudayaan adalah penyebab paling dasar dan perilaku seseorang. Perilaku manusia sebagian besar dipelajari. Dibesarkan di masyarakat, anak belajar nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku dari keluarganya dan lembaga penting lainnya (Malau, 2017).

### **2.1.8 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Suatu Destinasi**

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan yang datang dipengaruhi oleh beberapa, diantaranya adalah: 1) Faktor pelayanan, pernyataan wisatawan tentang sikap dan perilaku dalam memberikan jasa pelayanan, pemanduan, dan informasi kepada wisatawan, dengan indikator keramahan, kecepatan, keakuratan / kesesuaian informasi yang diberikan, dan kualitas pemandu wisata dalam menerangkan obyek tersebut. 2) Faktor sarana prasarana, yaitu pernyataan wisatawan tentang fasilitas yang mendukung kelancaran aktivitas

wisatawan selama berada di daerah/lokasi obyek wisata, dengan indikator ketersediaan dan kelayakan, 3) Faktor obyek dan daya tarik wisata alam (ODTWA), yaitu potensi ODTWA yang berbasis pengembangan pariwisata alam yang bertumpu pada potensi utama sumber daya alam (*natural and cultural based tourism*). 4) Faktor keamanan, tingkat gangguan / kerawanan keamanan di suatu obyek wisata alam akan mempengaruhi ketenangan dan kenyamanan wisatawan selama berada di obyek wisata alam tersebut, disamping itu faktor keamanan tersebut juga akan mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan layak atau tidak obyek wisata alam tersebut untuk dikunjungi.

#### **2.1.9 Pengertian Analisis Faktor**

Analisis faktor adalah suatu teknik interdependensi (*interdependence technique*), dimana tidak ada pembagian variabel menjadi variabel bebas dan variabel tergantung dengan tujuan utama yaitu mendefinisikan struktur yang terletak di antara variabel variabel data analisis. Analisis ini menyediakan alat-alat untuk menganalisis struktur dari hubungan intern atau korelasi di antara sejumlah besar variabel dengan menerangkan korelasi yang baik antara variabel, yang diasumsikan untuk mempresentasikan dimensi–dimensi dalam data (Hair, 2010)

Santoso (2016;58) Mengemukakan, analisis faktor adalah suatu analisis yang mencoba untuk menemukan hubungan (*interrelationship*) antara sejumlah variabel-variabel yang awalnya saling independent satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

Analisis Faktor (Factor Analysis) merupakan suatu teknik statistik multivariate yang digunakan untuk mengurangi (reduction) dan meringkas (summarization) semua variabel terikat dan saling berketergantungan. Hubungan ketergantungan antara satu variabel dengan yang lain yang akan diuji untuk diidentifikasi dimensi atau faktornya (Maholtra, 2019 dikutip oleh Wijayanti & Hidayat).

Jadi, pada prinsipnya analisis faktor digunakan untuk mengelompokkan beberapa variabel yang memiliki kemiripan untuk dijadikan satu faktor, sehingga dimungkinkan dari beberapa atribut yang mempengaruhi satu komponen variabel dapat diringkas menjadi beberapa faktor utama yang jumlahnya lebih sedikit.

## **2.2 Penelitian sebelumnya**

Penelitian yang dilakukan oleh Prawerti, dkk (2015) yang berjudul “faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan intensitas kunjungan wisatawan di Daya Tarik Wisata Candidasa, Kabupaten Karangasem, Bali” permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi penurunan intensitas kunjungan wisatawan Daya Tarik Wisata. Penelitian ini menggunakan 100 wisatawan dengan menggunakan Teknik *accidental sampling*. Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa terbentuk 8 (delapan) faktor yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan intensitas kunjungan wisatawan di Daya Tarik Wisata Candidasa, diantaranya faktor atraksi dengan eigenvalue 8,171, faktor keamanan dengan eigenvalue 2,665, faktor kualitas dengan eigenvalue 1,983, faktor politik dengan eigenvalue 1,622, faktor teknologi dengan eigenvalue 1,560, faktor amenitas dengan eigenvalue 1,375, faktor promosi dengan eigenvalue 1,099 dan faktor efisiensi waktu dengan eigenvalue 1,047. Dari hasil analisis faktor diketahui bahwa faktor dominan



yang mempengaruhi penurunan intensitas kunjungan wisatawan di Daya Tarik Wisata Candidasa adalah faktor atraksi karena memiliki eigenvalue tertinggi diantara faktor lain yang terbentuk. Adapun variabel yang termasuk dalam faktor atraksi adalah kondisi daya tarik wisata, kebersihan daya tarik wisata, kenyamanan wisatawan, kondisi/isu kesehatan, peran masyarakat lokal dan aktifitas wisata.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Akrom Khasani (2014) yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di pantai cahaya, weleri, kabupaten Kendal”. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah faktor apa saja yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal. Penelitian ini menggunakan 100 responden dan alat analisis data yang berbentuk kuesioner dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah pendapatan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya, sedangkan biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain dan lama perjalanan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan Pantai Cahaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ucok Pargaulan Lubis (2018) dengan judul “Faktor–faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung ke wisata swimbath”. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung ke wisata swimbath. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data, menggunakan teknik observasi dan wawancara serta analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor faktor penarik

wisata yaitu kejernihan air, kesejukan, serta keindahan alam di swimbath mampu untuk menarik perhatian para wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Xuan Truong Nguyen (2020) dengan judul "*Factors That Influence the Intentions to Revisit Korea of Vietnamese Tourists*". Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali ke Korea dari Turis Vietnam. Penelitian ini menggunakan 473 responden dan alat analisis data yang dipakai adalah kuesioner (lewat Google form maupun kertas kuisisioner dengan menggunakan teknik *non-probability and convenience sampling*. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa 427 wisatawan melakukan perjalanan secara berkelompok yang diselenggarakan oleh perusahaan perjalanan dan 46 wisatawan melakukan perjalanan sendiri. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Saat ini, pariwisata telah menjadi sektor ekonomi yang sangat penting untuk fokus pada pasar global. Penelitian ini dikembangkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan Vietnam ke Korea. Berdasarkan temuan di atas, dapat ditunjukkan bahwa kualitas layanan (termasuk empati, jaminan, keandalan, dan berwujud) mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali, melalui konstruk mediasi kepuasan. Citra destinasi, kesesuaian diri, dan Hallyu mempengaruhi niat ini melalui sikap dan motivasi pariwisata. Analisis jalur menunjukkan bahwa daya tanggap dan harga tidak berkorelasi dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, model konseptual menyajikan hubungan antara 10 konstruk. Konstruk individu meliputi empati, jaminan, keandalan, berwujud, kesesuaian diri, citra destinasi, dan Hallyu diyakini berkontribusi positif terhadap

tingkat kepuasan, sikap, dan motivasi. Hipotesis yang dihasilkan dari model ini diuji, 10 hipotesis didukung dan 2 ditolak.

Penelitian yang dilakukan oleh Iranita, dkk (2021) dengan judul “*factor analysis of e-marketing as a marketing strategy in creating visits in benan island marine tourism*”. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis faktor e-marketing sebagai strategi pemasaran dalam menciptakan kunjungan wisata bahari pulau benan. Penelitian ini menggunakan metode penentuan sampel *combine purposive and accidental sampling*.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah hasil ini menunjukkan bahwa variabel direduksi menjadi 4 faktor antara lain website, search engine optimization, affiliate marketing, and strategic partnership. Berdasarkan hasil analisis, maka dapat ditarik kesimpulan tentang Desa Benan Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau:

- a) Bauran Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan;
- b) Kelompok Pegiat Pariwisata berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan;
- c) Bauran promosi dan Kelompok Pegiat Pariwisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan;
- d) Kelompok Pegiat Pariwisata hanya bertindak sebagai Variabel Mediasi Parsial dari hubungan tidak langsung antara Bauran Promosi dan Tingkat Kunjungan Wisatawan.

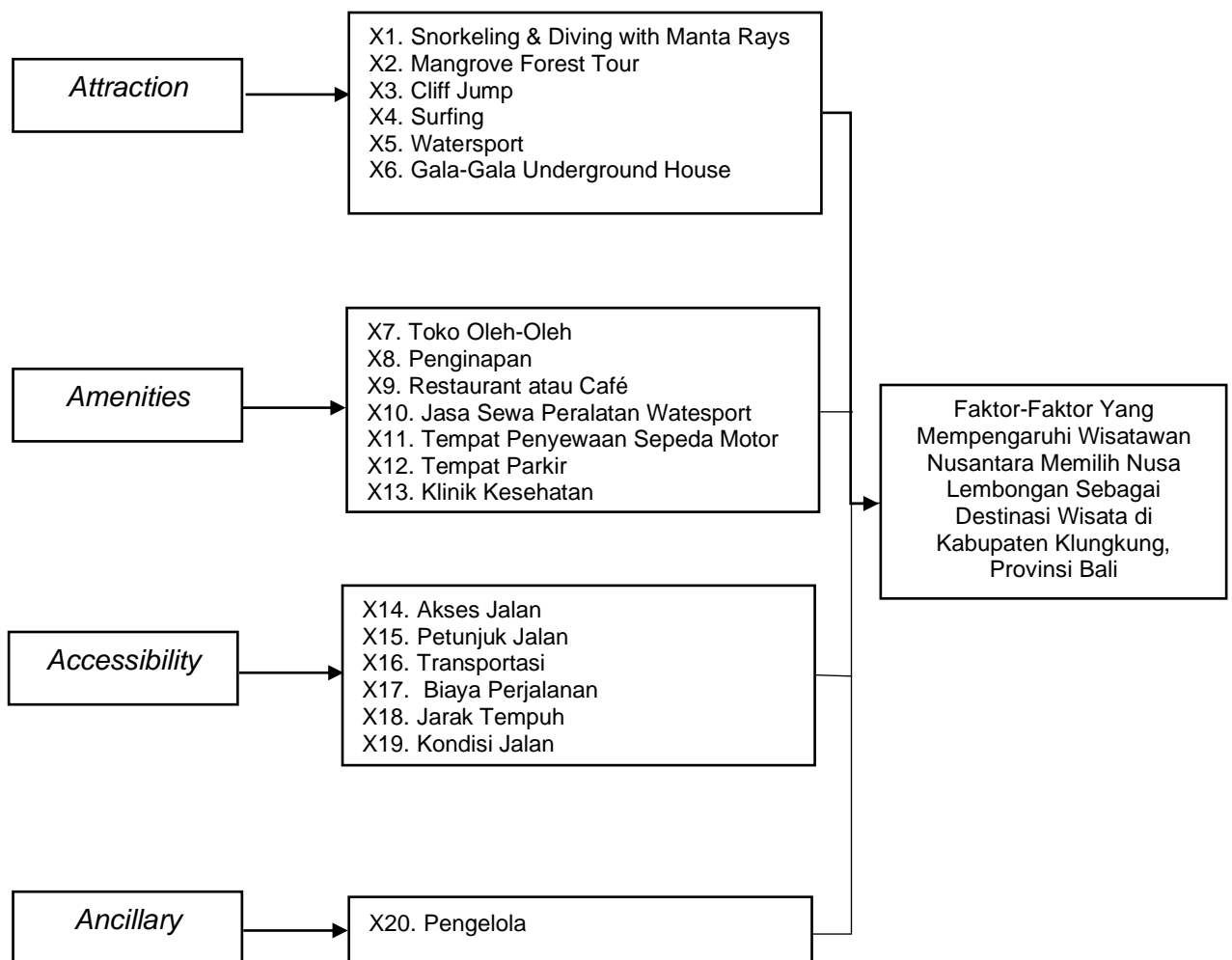
Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Promosi Wisata Pulau Benan yang dilakukan oleh pemerintah daerah belum optimal menggunakan Bauran

Promosi untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Benan. Begitu pula dengan Kelompok Pegiat Pariwisata juga belum dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan

### 2.3 Kerangka konsep penelitian

Berdasarkan judul dan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. Maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran peneliti sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan Gambar 2.1 diatas dapat dijelaskan bahwa ada 4 faktor yang mempengaruhi Wisatawan Nusantara Memilih Nusa Lembongan Sebagai Destinasi Wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali adalah Attraction, Accessibility, Amenities dan Ancillary.

1. Attraction adalah atraksi wisata berupa *Snorkeling and Diving with Manta Rays, Mangrove Forest Tour, Cliff Jump, Surfing, Watersport, Gala-Gala Underground House* yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih NusaLembongan sebagai destinasi wisata.
2. Accessibility adalah sarana dan infrastruktur untuk mencapai Destinasi Wisata Nusa Lembongan berupa akses jalan, ketersediaan sarana transportasi, petunjuk jalan, biaya perjalanan, jarak tempuh, kondisi jalan yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata.
3. Amenities fasilitas-fasilitas pendukung maupun fasilitas utama di Destinasi Wisata Nusa Lembongan seperti Toko oleh-oleh, Restoran, Penginapan, Jasa sewa peralatan *watersport*, Tempat penyewaan sepeda motor, Tempat parkir, Klinik Kesehatan yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih NusaLembongan sebagai destinasi wisata.
4. Ancillary adalah kelembagaan seperti Desa Adat dan masyarakat setempat yang mengelola beberapa Destinasi Wisata Nusa Lembongan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Nusa Lembongan. Pulau Lembongan atau dalam bahasa Bali disebut Nusa Lembongan adalah sebuah pulau kecil di dekat Nusa Ceningan dan Nusa Penida. Cara yang paling sering digunakan adalah dengan menaiki *fast boat* yang bertujuan ke Nusa Lembongan dari Pantai Sanur, karena di pantai sanur terdapat banyak *stand fast boat* dari berbagai macam perusahaan dan juga dengan jadwal keberangkatan yang berbeda beda. Penelitian ini dilakukan dari bulan November sampai Januari 2023.

#### 3.2 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

##### 3.2.1 Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah variabel yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke Nusa Lembongan dilandasi oleh konsep 4A (*attraction, accessibility, amenities, dan ancillary*) dalam penawaran pariwisata.

**Tabel 3.1**  
**Variabel dan indikator**

Variabel	Kode	Indikator	Definisi Operasional
<i>Attraction</i>	X1	<i>Snorkeling and Diving with Manta Rays</i>	Ketersediaan <i>Snorkeling and Diving</i> Bersama <i>Manta Rays</i>
	X2	<i>Mangrove Forest Tour</i>	Ketersediaan <i>Mangrove Forest Tour</i> dengan menggunakan sampan
	X3	<i>Cliff Jump</i>	Ketersediaan atraksi terjun dari tebing
	X4	<i>Surfing</i>	Terdapat tempat untuk berlatih surfing
	X5	<i>Watersport</i>	Ketersediaannya beberapa atraksi <i>watersport</i> yang dapat dilakukan
	X6	<i>Gala-Gala Underground House</i>	Terdapat goa bawah tanah yang terinspirasi dari kisah keluarga Pandawa

Variabel	Kode	Indikator	Definisi Operasional
<i>Amenities</i>	X7	Toko oleh-oleh	Ketersediaan toko oleh - oleh yang berada di kawasan Nusa Lembongan
	X8	Penginapan	Ketersediaan tempat menginap bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Nusa Lembongan
	X9	<i>Restaurant</i> atau <i>café</i>	Ketersediaan tempat makan dan minum bagi para wisatawan
	X10	Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	Ketersediaan jasa sewa peralatan watersport bagi para wisatawan
	X11	Tempat Penyewaan sepeda motor	Ketersediaan tempat penyewaan sepeda motor bagi para wisatawan yang berkunjung ke Nusa Lembongan
	X12	Tempat Parkir	Ketersediaan tempat parkir disetiap destinasi wisata
	X13	Klinik kesehatan	Ketersediaan klinik kesehatan bagi para wisatawan di sekitar Nusa Lembongan
<i>Accessibility</i>	X14	Akses jalan	Akses jalan di Nusa Lembongan
	X15	Petunjuk jalan	Ketersediaan rambu penunjuk jalan di Nusa Lembongan
	X16	Transportasi	Transportasi yang digunakan untuk menuju Nusa Lembongan
	X17	Biaya perjalanan	Seluruh biaya perjalanan dari awal berangkat sampai di Nusa Lembongan
	X18	Jarak tempuh	Seluruh jarak tempuh dari awal berangkat sampai di Nusa Lembongan
	X19	Kondisi jalan	Kondisi jalan yang dilalui saat berada di Nusa Lembongan
<i>Ancillary</i>	X20	Pengelola	Lembaga pengelola pemerintah dan masyarakat setempat

Sumber: Utama, 2015

### 3.2.2 Definisi operasional variabel

Definisi operasional Variabel dari faktor *Attraction*, *Amenities*, *Accessibility*, *Ancillary* yang mempengaruhi wisatawan memilih Nusa Lembongan sebagai Destinasi Wisata yakni:

1. *Attraction*, daya tarik yang terdapat di Nusa Lembongan yaitu, memiliki atraksi wisata *Snorkeling & Diving with Manta Rays*, *Mangrove Forest Tour* menggunakan perahu kecil, atraksi yang memicu adrenalin *Cliff Jump*, berlatih *surfing*, menikmati beberapa atraksi *watersport*, berkunjung ke rumah bawah tanah *Gala-Gala Underground House* yang terinspirasi dari Kisah Keluarga Pandawa.
2. *Amenities*, fasilitas yang terdapat di Nusa Lembongan yaitu, tersedianya toko oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung, adanya penginapan atau hotel dengan berbagai macam *design* unik, *restaurant* atau *café* yang tersedia di sepanjang jalan Nusa Lembongan, jasa sewa peralatan *watersport* bagi wisatawan yang ingin mencoba atraksi *watersport*, tersedianya tempat penyewaan sepeda motor bagi wisatawan yang berkunjung dengan berbagai jenis sepeda motor dengan harga yang berbeda-beda, tempat parkir yang tersedia di setiap destinasi, tersedianya klinik Kesehatan di Nusa Lembongan.
3. *Accessibility*, akses menuju Nusa Lembongan antara lain; tersedianya transportasi yang ada di Nusa Lembongan seperti sepeda motor, dan mobil pick-up semi terbuka yang dinamakan kol, tersedianya akses jalan di Nusa Lembongan, tersedianya rambu penunjuk jalan di Nusa Lembongan, biaya perjalanan yang sangat terjangkau, jarak tempuh antar destinasi, kondisi jalan yang dilalui cukup baik.
4. *Ancillary*, kelembagaan yang tersedia di Nusa Lembongan. Terdapatnya Lembaga pengelola pemerintah yang ada di Nusa Lembongan.



### 3.3 Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif (Hermawan, 2019), adalah data yang diperoleh berupa angka-angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data sumber data yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia, misalnya seperti buku dan jurnal.

### 3.4 Metode penentuan sampel

Menurut Sugiyono (2011: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Nusa Lembongan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampling yang didasarkan pada kebetulan semata. Supranto dalam Setiawan (2016) Untuk memperoleh hasil sampling yang baik, maka banyaknya responden yang diambil untuk menjawab kuisisioner adalah sebanyak 5 atau 10 kali variabel atau indikator yang dalam kuisisioner. Dengan demikian dalam penelitian ini menggunakan 20 indikator, jadi banyaknya indikator sampel yang diambil adalah sebanyak  $20 \times 5$  yaitu 100 responden.

### **3.5 Metode pengumpulan data**

Pengumpulan data yang dilakukan penulis menggunakan teknik sebagai berikut.

#### **1. Metode Observasi**

Metode observasi ini dilakukan dimana peneliti mencatat informasi sesuai yang mereka lihat selama berlangsungnya penelitian.

#### **2. Metode Wawancara**

Merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden/ orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara.

#### **3. Metode Kuesioner**

Metode kuisisioner ini dilakukan dengan bertanya secara langsung atau tertulis kepada narasumber untuk menjawab pertanyaan tersebut.

#### **4. Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain oleh subjek.

### **3.6 Teknik analisis**

#### **3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

##### **A. Uji Validitas**

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019:164) validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Instrumen yang dinilai valid apabila alat yang digunakan

dapat dengan baik mengukur objek ukur. Oleh karena itu, alat yang valid adalah alat yang tepat untuk mengukur objek yang akan diukur. Dalam uji validitas, setiap item akan diuji korelasinya dengan skor total variabel. Sebuah item sebaiknya memiliki korelasi ( $r$ ) dengan skor total masing masing variabel  $\geq 0,25$ . Jika item mempunyai  $r$  hitung  $< 0,25$  maka item tersebut akan dinyatakan tidak valid, begitupun sebaliknya jika item mempunyai  $r$  hitung  $> 0,25$  maka item tersebut dinyatakan valid.

#### B. Uji Reliabilitas

Dalam Saptutyningsih dan Setyaningrum (2019:166) dijelaskan reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara repetitive dari masa ke masa. Reliabilitas alat ukur dapat diketahui dengan melakukan pengukuran berulang pada gejala yang sama dengan hasil yang sama. Reliabilitas item diuji dengan melihat nilai Alpha-Cronbach. Nilai Alpha Cronbach untuk reliabilitas dapat dilihat pada keseluruhan item dalam satu variabel. Apabila nilai  $\alpha > 0,7$  maka tingkat reliabilitas terpenuhi (sufficient reliability), namun apabila nilai  $\alpha < 0,5$  maka reliabilitas rendah dan sebaiknya item tersebut tidak digunakan. Terdapat kriteria realibilitas, yaitu:

- a. Apabila  $\alpha > 0,90$  maka reliabilitas sempurna
- b. Apabila  $\alpha$  antara  $0,70 - 0,90$  maka reliabilitas tinggi
- c. Apabila  $\alpha$  antara  $0,50 - 0,70$  maka reliabilitas moderat
- d. Apabila  $\alpha < 0,50$  maka reliabilitas rendah

#### 3.6.2 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif adalah 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 (Sugiyono, 2018). Metode deskriptif memiliki tujuan untuk mengumpulkan data secara rinci, mendalam dan aktual. Rumus interval kelas Sugiyono (2018:136):

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Rentang 5-1 = 4

$$C \text{ (Interval Kelas)} = \frac{R}{K}$$

$$C = \frac{4}{5}$$

C = 0,8

Dari nilai interval kelas maka diperoleh batas batas klasifikasi (kriteria) dengan kategori penilaian sebagai berikut:

1,00 – 1,80 = Sangat Kurang Baik

1,81 – 2,60 = Kurang Baik

2,61 – 3,40 = Cukup

3,41 – 4,20 = Baik

4,21 – 5,00 = Sangat Baik

### 3.6.3 Analisis Faktor

Analisis faktor adalah suatu teknik interdependensi (*interdependence technique*), dimana tidak ada pembagian variabel menjadi variabel bebas dan variabel tergantung dengan tujuan utama yaitu mendefinisikan struktur yang terletak di antara variabel variabel dalam analisis. Analisis ini menyediakan alat-alat untuk menganalisis struktur dari hubungan intern atau korelasi di antara

sejumlah besar variabel dengan menerangkan korelasi yang baik antara variabel, yang diasumsikan untuk mempresentasikan dimensi–dimensi dalam data (Hair, 2010)

Menurut Santoso dalam Febriani, (2017) mengatakan “Analisis faktor adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas data tanpa kehilangan informasi penting dengan tahapan sebagai berikut:

a) Merumuskan Masalah

Dalam hal ini tujuan penggunaan analisis faktor harus dirumuskan. Melalui analisis faktor akan dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke Nusa Lembongan Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. Variabel-variabel dan data yang diperoleh dianalisis dengan rumusan sebagai berikut:

$$X_i = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + A_{i3} F_3 + A_{i4} F_4 + \dots + A_{im} F_m + V_i U_i$$

Dimana:

$X_i$  = variabel terstandar ke- $i$

$A_{i1}$  = koefisien regresi dari variabel ke  $i$  pada faktor umum (*common factor*)  $1$

$V_i$  = koefisien standar regresi dari variabel  $i$  pada faktor khusus

$F$  = Faktor Umum  $U_i$  = Variabel khusus untuk variabel ke  $i$

$M$  = Jumlah common factor

Faktor khusus dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F_i = W_{i1} X_1 + W_{i2} X_2 + W_{i3} X_3 + \dots + W_{ik} X_k$$

Dimana:

$F_i$  = Faktor ke  $i$  estimasi

$W_i$  = Bobot faktor atau skor koefisien faktor  $X$

$K$  = Jumlah variable

b) Membuat Matriks Korelasi

Untuk menguji ketepatan model analisis faktor, maka dapat digunakan *Barlett's Test of Sphericity* yang dipakai untuk menguji bahwa variabel-variabel dalam sampel berkorelasi. Statistik lain yang digunakan adalah pengukuran kelayakan sampel *kaiser Meyer-Olkin* (KMO). Analisis faktor dianggap layak apabila besaran KMO minimal 0,5 (Febriani, 2017). Besaran lain yang dilihat adalah nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). Besaran ini digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel dengan kriteria  $MSA > 0,5$ .

c) Menentukan Jumlah Faktor

Variabel disusun kembali berdasarkan korelasi hasil langkah butir b untuk menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Untuk menentukan berapa faktor yang dapat diterima dapat dilihat melalui besarnya *Eigen Value* setiap faktor yang muncul. Semakin besar *Eigen Value* setiap faktor semakin representatif faktor tersebut untuk mewakili sekelompok variabel. Faktor-faktor inti yang dipilih adalah faktor yang mempunyai *eigen value* sama dengan atau lebih dari 1 (Febriani, 2017).

d) Rotasi Faktor

Hasil penyederhanaan faktor dalam matrik faktor memperlihatkan hubungan antara faktor dengan variabel individu, tetapi dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit diinterpretasikan. Dengan menggunakan rotasi faktor matrik, matrik faktor di transformasikan ke dalam matrik yang lebih sederhana sehingga mudah untuk diinterpretasikan.

e) Interpretasi Faktor

Interpretasi Faktor dapat dilakukan dengan mengelompokkan variabel yang mempunyai faktor loading tinggi kedalam faktor tersebut. Singgih Santoso dan Tjiptono dalam Febriani, (2017) mengatakan Untuk menginterpretasikan hasil penelitian ini, faktor loading minimal 05. Variabel yang mempunyai faktor loading kurang dari 0,5 dikeluarkan dari model.

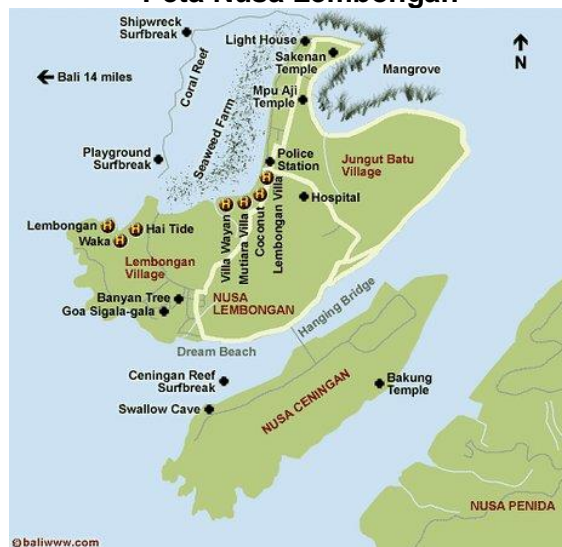
## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Destinasi Wisata Nusa Lembongan

Kabupaten Klungkung merupakan kabupaten yang luasnya terkecil kedua setelah Kota Denpasar dari 9 (sembilan) kabupaten dan kota yang berada di Bali yakni dengan luas wilayah sebesar 315 km<sup>2</sup>. Kabupaten Klungkung terdiri dari beberapa pulau, yakni sebagian berada di Pulau Bali (Kecamatan Banjarangkan, Kecamatan Klungkung, dan Kecamatan Dawan), sedangkan Kecamatan Nusa Penida terpisah dari Pulau Bali dengan tiga pulau terbesar yaitu Pulau Nusa Penida, Pulau Nusa Lembongan, dan Pulau Nusa Ceningan. Kabupaten Klungkung terbagi atas empat kecamatan dengan kecamatan terbesarnya adalah Kecamatan Nusa Penida dengan luas wilayah 202,84 km<sup>2</sup> dan kecamatan terkecilnya adalah Kecamatan Klungkung dengan luas wilayah 29,05 km<sup>2</sup>.

**Gambar 4.1**  
**Peta Nusa Lembongan**



Sumber: *Tripadvisor* (2023)



Pulau Nusa Lembongan merupakan pulau yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun mancanegara karena pulau ini memiliki panorama yang indah, pantai berpasir putih yang menarik serta tempat yang nyaman bagi wisatawan. Pulau Nusa Lembongan adalah pulau kecil yang terletak di sebelah tenggara Pulau Bali, yang dipisahkan oleh Selat Badung dari Pulau Bali. Untuk mencapainya diperlukan alat transportasi antara lain *speed boat* atau disebut *slow boat* (perahu yang dilengkapi mesin tempel), kapal wisata dan lain sebagainya. Nusa Lembongan terbagi menjadi dua desa yakni Desa Lembongan dan Desa Jungubatu. Sebagai tempat wisata, Pulau Nusa Lembongan tentu menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan.

#### **4.1.1 Sejarah Singkat Destinasi Wisata Nusa Lembongan**

Sejarah pulau Nusa Lembongan Bali yang dikutip dari Balitoursclub, 02 Maret 2023. Sejarah tersebut berawal dari kisah atau legenda I Renggan yang merupakan anak Aji Dalem Sawang, dan ayahanda dari Aji Dalem Sawang bernama Dukuh Jumpungan. Beliau adalah ahli dibidang kemaritiman, aritek dan konon terkenal sakti mandraguna. Dukuh Jumpungan merupakan penjelmaan dari Dewa Siwa, beliau turun ke bumi bersama sakti-Nya yaitu Dewi Uma. Dewa Siwa turun ke bumi di Puncak Mundi menjelma menjadi seorang laki-laki, sebagai seorang pandita (manusia Pandita) yang diberikan gelar Dukuh Jumpungan, sedangkan Dewi Uma menjadi seorang perempuan bernama Ni Puri yang akhirnya menjadi semua istri. Dari nama manusia Pandita tersebutlah, lama kelamaan menjadi Nusa Penida. Dujuh Jumpungan menjelma menjadi seorang pandita yang sakti mandraguna, dengan kekuatan adnyana atau rohaninya, beliau menciptakan sebuah perahu besar. Karena beliau berpikir pulau Nusa Penida dikelilingi oleh lautan sehingga perlu armada yaitu sebuah kapal untuk

mengarungi lautan. Maka terciptalah sebuah kapal besar yang sangat indah. Kapal tersebut diturunkan dari Puncak Mundi di bawa ke arah utara menuju laut, melalui Tukad Bodong. Perahu tersebut digunakan berlayar menikmati keindahan alam bersama istrinya. Dalem Sawang memiliki dua orang putra yaitu I Renggan dan I Renggin, yang juga merupakan cucu dari Dukuh Jumpungan. Semua kesaktian Dukuh Jumpungan diwariskan kepada salah satu cucunya yaitu I Renggan, yang memang juga sangat gemar bertapa. I Renggan juga juga suka berlayar, mengarungi samudera seperti kakeknya. Dengan kesaktiannya I Renggan mampu menciptakan senjata seperti tombak, keris dan senjata lainnya, kemampuannya menyamai kakeknya yang sakti dan tak tertandingi, selanjutnya I Renggan menjadi nakhoda dari perahu Dalem Jumpungan. Dengan kesaktiannya I Renggan mampu mengubah daratan menjadi lautan dengan perahu yang dinakhodainya. Kesaktian perahu kakeknya beserta kesaktian yang dimilikinya I Renggan ingin memamerkan kesaktiannya, semua yang ditabrak dengan perahu yang dinakhodainya hancur dan hilang tanpa bekas. Maka muncullah niat untuk menabrak pulau Nusa Penida. Sebelum niat tersebut dilakukan I Renggan melakukan yoga Samadhi, memohon doa restu kepada kakeknya I Dukuh Jumpungan, dan akhirnya niatnya tersebut diberikan ijin dan mendapat restu oleh Dukuh Jumpungan, tempat turunnya beliau memberi restu cucunya berdiri sebuah pura bernama Pura Penida. Setelah mendapatkan restu, maka I Renggan bersama anak buahnya, menabrakkan perahunya ke pulau Nusa dan membelah pulau Nusa Penida menjadi dua bagian, terbentuk juga aliran air laut atau loloan yang memisahkan keduanya dan loloan tersebut akhirnya bernama Loloan Nusa Penida dan pulau yang terbelah tersebut bernama pulau Nusa Gede dan Nusa Cenic.

Dengan keberhasilan tersebut I Renggan menjadi bangga dan merayakan keberhasilannya dengan pesta pora dalam perahu dan mengarungi lautan bersama anak buahnya. I Renggan terus berlayar mengarungi lautan, dan pada akhirnya sampai di perairan Padangbai, di sinilah muncul keinginannya menabrakkan perahunya, menabrak pulau Bali lanjut ke Utara membelah Gunung Agung. Mengawali keinginannya I Renggan mulai membuat geger rakyat pulau Dewata Bali, dari Padang Bai membuat grubug (wabah penyakit), rakyat di pulau Bali ketakutan, apalagi I Renggan mulai bersamadhi menunjukkan kekuatan rohaninya dengan mengerahkan kutu terbang sejenis serangga atau hama, menyerang tanaman yang ada di pulau Bali. Rakyat Bali merasa panik dan ketakutan. Mengetahui hal tersebut, penguasa Bali yang berstana di Gunung Agung yaitu Ida Hyang Toh Langkir yang merupakan penjelmaan Dewa Wisnu, membalas serangan yang dilakukan I Renggan dengan menciptakan api dan membakar kutu terbang (hama tanaman) yang dikerahkan I Renggan. Semua kutu tersebut terbakar menjadi abu, saking banyaknya serangga yang terbakar menjadi abu sehingga bukit yang sekarang dinamakan bukit Pawon. I Renggan tak menyerah begitu saja, dengan kesaktiannya membuat gempa besar dan akan menabrak Gunung Agung dari Padang Bai Karangasem. Ida Hyang Toh Langkir menjadi marah besar kemudian mengutuk I Renggan agar perahunya hanyut dan tenggelam, maka terciptalah angin ribut membuat perahu yang dikendalikan I Renggan terombang-ambing di tengah laut dan tidak terkendali. Sehingga sampai akhirnya terdamparlah perahu tersebut di Nusa Cenic, belakang perahu tersebut tenggelam ke bawah sedangkan layarnya terseret angin ke arah Barat, dan kemudian rebahan kapal atau perahu tersebut menimpa Nusa Cenic sehingga terbelah dua. Belahan

tersebut dipisahkan oleh laut, maka dari pecahan Nusa Cening terbetuklah dua buah pulau yaitu Nusa Ceningan terletak bagian Selatan dan Nusa Lembongan sebelah utaranya. Setelah perahunya terdampar dan rusak, I Renggan sendiri menetap kemudian bertapa di Nusa Ceningan yaitu di Bakung, sehingga sekarang di kawasan ini terdapat pura Bakung. Karena ketekunannya I Renggan pun moksa di sini, dan pura Bakung sampai saat ini dijadikan sthana dari I Renggan dengan gelar Ratu Gede Ngerurah.

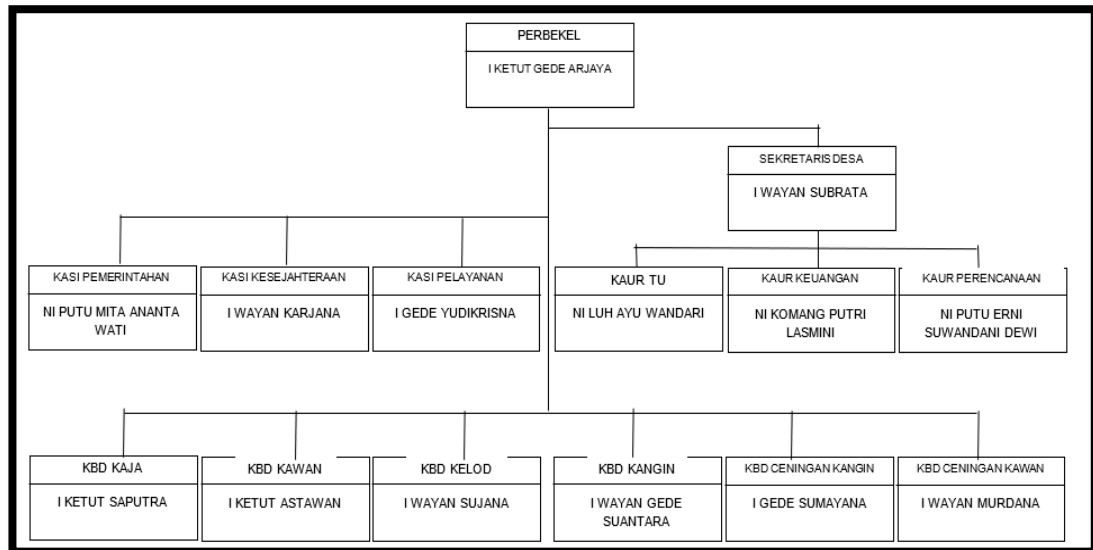
#### 4.2 Struktur Organisasi Pengelola

**Gambar 4.2**  
**Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa Jungutbatu**



Sumber: *Website* Desa Jungutbatu (2023)

**Gambar 4.3**  
**Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa Lembongan**



Sumber: Kantor Kepala Desa Lembongan (2023)

#### 4.1.1 Tugas Masing-Masing Departemen/Job

Tugas dan tanggung jawab masing-masing departemen meliputi:

1. Kepala Desa
  - a. Tugas pertama Kepala Desa ialah menjalankan Pemerintahan Desa, seperti menetapkan segala peraturan yang ada di desa, melaksanakan perlindungan masyarakat, pengelolaan kependudukan, menata dan mengelola wilayah desa, dan lain sebagainya.
  - b. Melakukan pembangunan, seperti pembangunan fasilitas kesehatan, pembangunan fasilitas pendidikan, pembangunan sarana dan prasarana perdesaan.
  - c. Pemberdayaan masyarakat, seperti memotivasi masyarakat baik dibidang ekonomi, budaya, politik, lingkungan hidup olahraga, pemberdayaan keluarga, dan lain sebagainya.

- d. Pembinaan terhadap masyarakat, seperti pelaksanaan hak dan kewajiban masyarakat, ketenagakerjaan, sosial budaya masyarakat, partisipasi masyarakat.
- e. Menjalin hubungan instansi daerah maupun instansi lainnya.

## 2. Sekretaris Desa

- a. Membantu Kepala Desa dalam mengurus administrasi pemerintahan desa.
- b. Melaksanakan segala urusan perencanaan seperti Menyusun rencana anggaran pendapatan dan pengeluaran desa, Menyusun laporan, melakukan evaluasi program dan memonitoring kembali, dan lain sebagainya.
- c. Melaksanakan hal-hal umum seperti menyediakan fasilitas-fasilitas desa dan kantor, menata administrasi perangkat desa, pelayanan umum, perjalanan dinas, dan lain sebagainya.
- d. Melakukan tugas administrasi seperti administrasi surat menyurat, tata naskah, ekspedisi, arsip desa
- e. Melakukan urusan keuangan seperti pengelolaan keuangan, perangkat desa, BPD, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, administrasi penghasilan Kepala Desa.

## 3. Kepala Urusan

- a. Bertanggung jawab untuk membantu Sekretaris Desa dalam pelayanan administrasi pendukung pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan.

- b. Kepala urusan tata usaha dan umum bertugas untuk melaksanakan urusan administrasi surat menyurat, tata naskah, arsip, penyiapan rapat, dan lain sebagainya.
  - c. Kepala keuangan bertugas untuk mengatur seluruh keuangan desa contohnya sumber pendapatan dan pengeluaran, Perangkat Desa, BPD, Lembaga pemerintahan desa lainnya.
  - d. Kepala urusan perencanaan bertugas mengumpulkan informasi perencanaan seperti menginventarisir data-data dalam rangka pembangunan, Menyusun rencana anggaran pendapatan dan belanja desa.
4. Kepala seksi
- a. Bertugas membantu Kepala Desa melaksanakan tugas operasional.
  - b. Kepala seksi pemerintahan bertugas untuk memastikan dan mengendalikan administrasi desa, penataan dan pengelolaan wilayah, mengumpulkan data dan mengelolaa profil desa, mengembangkan nilai-nilai masyarakat, pembinaan ketentraman dan ketertiban.
  - c. Kepala seksi kesejahteraan bertugas melakukan pembangunan fasilitas perdesaan, membangun fasilitas dibidang Pendidikan, ekonomi, politik, Kesehatan, budaya dan lain sebagainya.
  - d. Kepala seksi pelayanan bertugas untuk melakukan penyuluhan dan memotivasi masyarakat mengenai pelaksanaan hak dan kewajiban, pelestarian tentang nilai sosial budaya, agama, dan ketenagakerjaan, meningkatkan upaya partisipasi masyarakat.

### 4.3 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

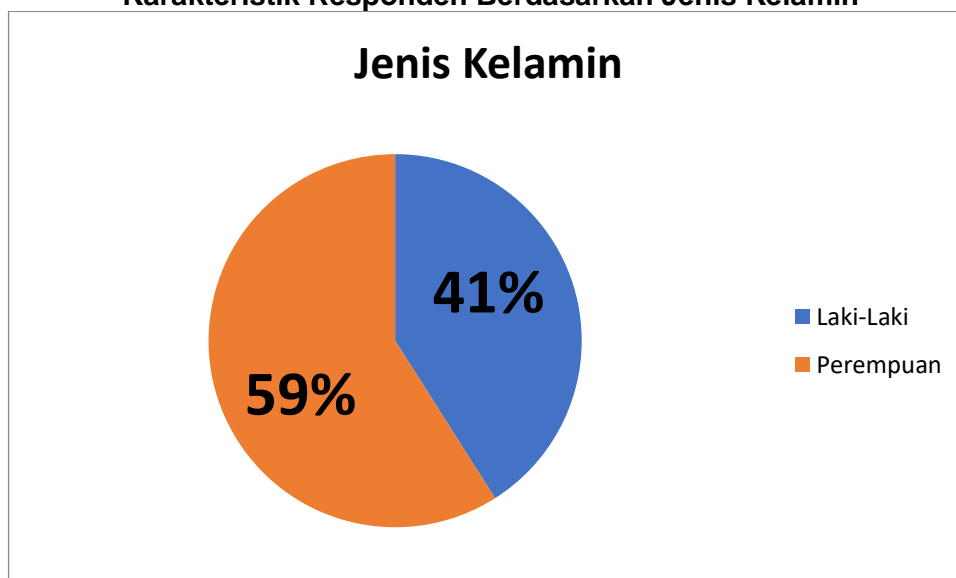
#### 4.3.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 wisatawan yang memilih nusa lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung Provinsi Bali, dapat diketahui beberapa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir sebagai berikut:

##### A. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut ini:

**Gambar 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Lampiran 4

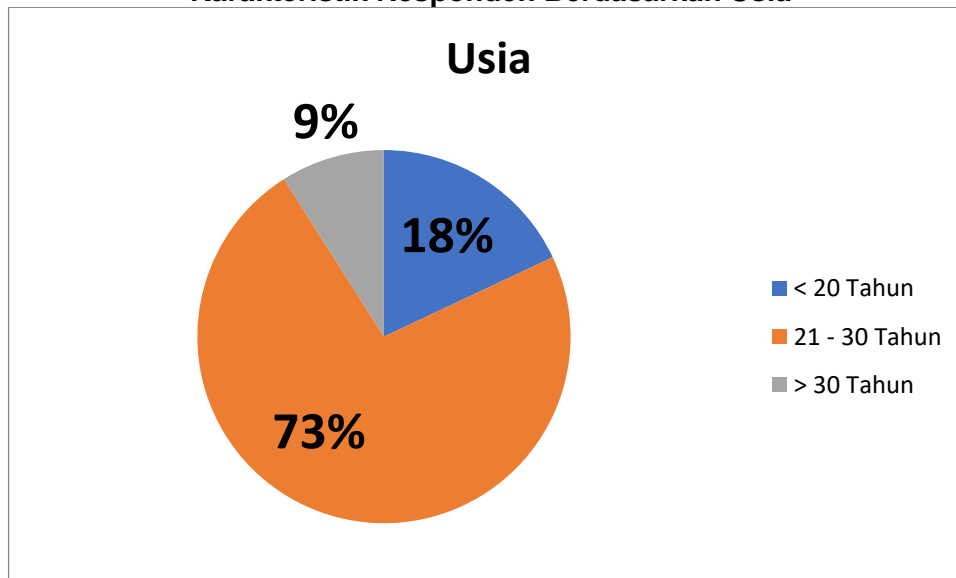
Berdasarkan Gambar 4.4 maka dapat dijelaskan bahwa responden didominasi oleh laki - laki sebanyak 41 orang dengan persentase 41% sedangkan perempuan sebanyak 59 responden atau 59%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan. Hal ini menunjukkan selama periode penelitian wisatawan yang berkunjung didominasi oleh perempuan.



## B. Karakteristik Berdasarkan Usia

Adapun karakteristik berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut ini:

**Gambar 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



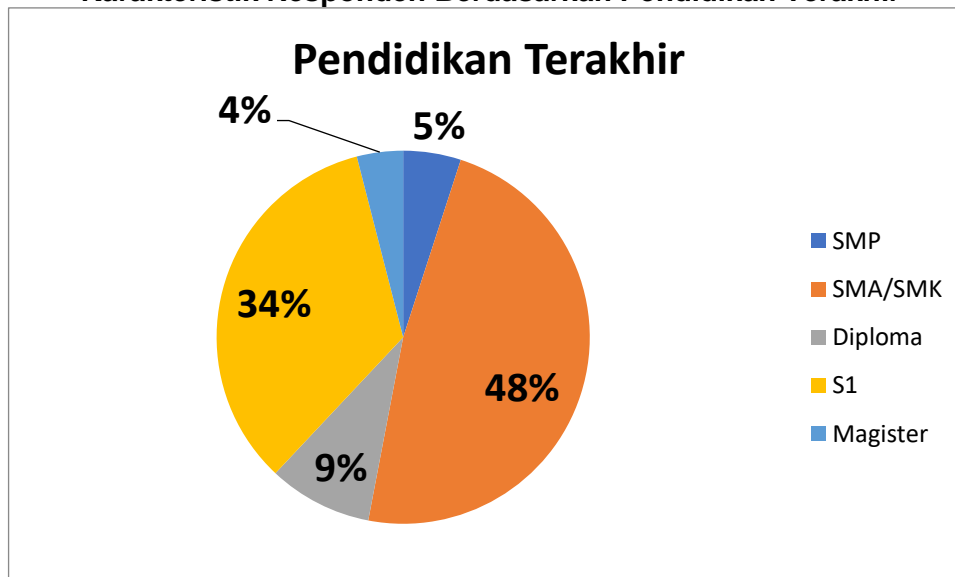
Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan data pada gambar 4.5 diketahui bahwa rentangan usia responden dibawah 20 tahun sebanyak 18%, 21 – 30 tahun sebanyak 73%, dan diatas 30 Tahun sebanyak 9%. Berdasarkan data tersebut diperoleh informasi bahwa mayoritas responden yang menginap pada saat periode penelitian didominasi oleh wisatawan dengan rentangan usia 21 – 30 tahun.

## C. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Gambar 4.5 berikut ini:

**Gambar 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**



Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan gambar 4.6 diperoleh informasi bahwa pendidikan terakhir responden SMP sebesar 5%, SMA/SMK dengan persentase sebesar 48% selanjutnya diploma 9%, S1 34% dan responden dengan pendidikan terakhir magister sebanyak 4%.

#### 4.3.2 Analisis Deskriptif

Dalam deskripsi terhadap kuesioner penelitian akan diuraikan persepsi responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali, dimana penilaian secara kuantitatif menggunakan skala interval dengan mengintegrasikan rata-rata skor menurut kategori penilaiannya. Rumus interval kelas.

Nilai tertinggi = 5

Nilai rendah = 1

Rentang  $5 - 1 = 4$

$$C(\text{Interval Kelas}) = \frac{R(\text{Range})}{K(\text{Jumlah Klasifikasi})}$$

$$C = \frac{4}{5}$$

$$= 0,8$$

Dari nilai interval kelas maka diperoleh batas-batas klasifikasi (kriteria) dengan kategori penilaian sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Nilai Interval**

Interval	Kategori
1,00 - 1,80	= Sangat kurang baik/Sangat rendah
1,81 - 2,60	= Kurang baik/ Rendah
2,61 - 3,40	= Cukup Baik/Sedang
3,41 - 4,20	= Baik/Tinggi
4,21 - 5,00	= Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2017)

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden terhadap variabel yang dijawab oleh 100 responden, nilai rata-ratanya disajikan seperti yang terlihat pada Tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Statistik**  
**Menurut Nilai Mean (Rata-rata) Variabel Attraction**

	Indikator	Mean	Kategori
X1	<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	4,54	Sangat Baik
X2	<i>Mangrove Forest Tour</i>	4,39	Sangat Baik
X3	<i>Cliff Jump</i>	4,37	Sangat Baik
X4	<i>Surfing</i>	4,36	Sangat Baik
X5	<i>Watersport</i>	4,24	Sangat Baik
X6	<i>Gala-Gala Underground House</i>	4,48	Sangat Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>4.39</b>	<b>Sangat Baik</b>

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor dari 5

pernyataan mengenai *Attraction* yaitu sebesar 4,39 yang berada pada kisaran 4,21 - 5,00 yang berarti sangat baik. Hal ini berarti responden dalam penelitian ini menilai *Attraction* didalam mempengaruhi wisatawan Memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung Bali adalah sangat baik.

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Statistik**  
**Menurut Nilai Mean (Rata-rata)**  
**Variabel *Amenities***

<b>Indikator</b>		<b>Mean</b>	<b>Kategori</b>
X7	Toko oleh – oleh	4,05	Baik
X8	Penginapan	4,42	Sangat Baik
X9	<i>Restaurant</i> atau <i>café</i>	4,28	Sangat Baik
X10	Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	4,40	Sangat Baik
X11	Tempat Penyewaan sepeda motor	4,34	Sangat Baik
X12	Tempat Parkir	4,34	Sangat Baik
X13	Klinik Kesehatan	4,13	Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>4,28</b>	<b>Sangat Baik</b>

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor dari 5 pernyataan mengenai *Amenities* yaitu sebesar 4,28 yang berada pada kisaran 4,21 - 5,00 yang berarti sangat baik. Hal ini berarti responden dalam penelitian ini menilai *Amenities* yang diberikan oleh didalam mempengaruhi wisatawan Memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung Bali adalah baik.

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Statistik**  
**Menurut Nilai Mean (Rata-rata)**  
**Variabel *Accessibility***

Indikator		Mean	Kategori
X14	Akses jalan	4,17	Baik
X15	Petunjuk Jalan	4,02	Baik
X16	Transportasi	4,39	Sangat Baik
X17	Biaya perjalanan	4,03	Baik
X18	Jarak tempuh	4,03	Baik
X19	Kondisi jalan	3,75	Bak
<b>Rata-rata</b>		<b>4.04</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor dari 4 pernyataan mengenai *Accessibility* yaitu sebesar 4,16 yang berada pada kisaran 3,41 - 4,20 yang berarti baik. Hal ini berarti responden yang menjadi responden dalam penelitian ini menilai *Accessibility* mempengaruhi wisatawan memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung Bali adalah baik.

**Tabel 4.5**  
**Deskripsi Statistik**  
**Menurut Nilai Mean (Rata-rata)**  
**Variabel *Ancillary***

Indikator		Mean	Kategori
X20	Pengelola	3.85	Baik
<b>Rata-rata</b>		<b>3.85</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, terlihat bahwa rata-rata skor dari 3 pernyataan mengenai *Ancillary* yaitu sebesar 3,85 yang berada pada kisaran 3,41 - 4,20 yang berarti baik. Hal ini berarti responden yang menjadi responden dalam penelitian ini menilai *Ancillary* mempengaruhi wisatawan memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung Bali adalah baik.

#### 4.4 Hasil Uji Instrumen

##### 4.4.1 Hasil Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) valid berarti *instrument* tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Instrument yang valid merupakan

syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid. Dalam butir tersebut, bisa saja ada butir yang ternyata tidak valid, sehingga harus dibuang atau diganti dengan pertanyaan yang lain. Ketentuan suatu *instrument* dikatakan valid apabila memiliki koefisien korelasi *Pearson Product Moment* ( $r$ )  $>0,3$  dengan demikian dapat dikatakan jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam *instrument* tersebut dinyatakan tidak valid. Berikut hasil uji validitas pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel**

Variabel	Kode Indikator	<i>Corrected Item</i>	Ket
<i>Attraction</i>	X1	0,767	Valid
	X2	0,761	Valid
	X3	0,805	Valid
	X4	0,721	Valid
	X5	0,677	Valid
<i>Amenities</i>	X6	0,780	Valid
	X7	0,762	Valid
	X8	0,735	Valid
	X9	0,816	Valid
	X10	0,802	Valid
	X11	0,729	Valid
<i>Accessibility</i>	X12	0,760	Valid
	X13	0,796	Valid
	X14	0,535	Valid
	X15	0,730	Valid
	X16	0,780	Valid
	X17	0,692	Valid
	X18	0,705	Valid
<i>Ancillary</i>	X19	0,546	Valid
	X20	0,791	Valid

Sumber: Lampiran 5

Nilai hasil hitung pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua nilai diatas lebih besar dari  $> 0,30$ . Dengan demikian seluruh instrumen penelitian yang digunakan adalah *valid*.

#### 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) *instrument* yang *reliabel* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Digunakannya *instrument* yang reliabel dalam mengumpulkan data, diharapkan hasil penelitian akan menjadi *reliabel* juga. Instrumen yang *reliabel* merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang *reliabel*. Suatu *instrument* dikatakan reliabel atau handal, apabila memiliki koefisien *alpha*  $> 0,60$ . Berikut hasil uji reliabilitas pada tabel 4.7 di bawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
<i>Attraction</i>	0,961	<i>Reliabel</i>
<i>Amenities</i>		
<i>Accessibility</i>		
<i>Ancillary</i>		

Sumber: Lampiran 5

Variabel *Attraction*, *Amenities*, *Accessibility* dan *Ancillary* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut reliabel, selanjutnya instrumen-instrumen tersebut dapat digunakan untuk menganalisis statistik lebih lanjut.

#### 4.5 Pembahasan Analisis Faktor

##### 4.5.1 Menguji Variabel Yang Telah Ditentukan

Berdasarkan 20 variabel yang diuji, dimasukkan ke dalam analisis faktor untuk diuji nilai KMO, Bartlett Test, dan MSA (*measures of*

*sampling adequacy*), nilai MSA harus diatas 0,50. berikut ini adalah tabel dari nilai KMO dan Bartlet Test.

Terdapat empat tahapan yang perlu dilakukan untuk melakukan pengujian ini sebagai berikut:

### 1. Pemilihan faktor pada analisis faktor pertama

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Pertama**  
**KMO and Bartlett's Test**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,940
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1720,649
	Df	190
	Sig.	0,000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai Barlett Test sebesar 1720,649 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga uji berikutnya dapat dilanjutkan. Dapat disimpulkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki korelasi yang kuat atau signifikan satu sama lain.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Pertama**  
**KMO and Bartlett's Test Pertama**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,940
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1720,649
	Df	190
	Sig.	0,000

Sumber: Lampiran 6

Pada Tabel 4.9 diketahui nilai KMO yang didapatkan sebesar 0.940, lebih besar dari 0.50. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan data yang digunakan adalah valid karena telah memenuhi persyaratan yang ditentukan.



Angka MSA pada tabel *Anti Image Matriks* pada bagian *Anti Image Correlation*, menunjukkan nilai MSA dari 20 variabel sebagai berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Anti Image Matriks Pertama**

Variabel	MSA	Ket
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	0,932	Valid
<i>Mangrove Forest Tour</i>	0,921	Valid
<i>Cliff Jump</i>	0,936	Valid
<i>Surfing</i>	0,940	Valid
<i>Watersport</i>	0,944	Valid
<i>Gala-Gala Underground House</i>	0,955	Valid
Toko oleh – oleh	0,952	Valid
Penginapan	0,965	Valid
<i>Restaurant atau café</i>	0,916	Valid
Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	0,961	Valid
Tempat Penyewaan sepeda motor	0,933	Valid
Tempat Parkir	0,969	Valid
Klinik Kesehatan	0,962	Valid
Akses jalan	0,920	Valid
Petunjuk Jalan	0,927	Valid
Transportasi	0,949	Valid
Biaya perjalanan	0,935	Valid
Jarak tempuh	0,920	Valid
Kondisi jalan	0,900	Valid
Pengelola	0,933	Valid

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa masing – masing nilai MSA pada tabel *Anti Image Matriks* diatas 0,50. Berdasarkan pada data tersebut maka analisis dapat dilanjutkan. Pada tahap ini metode yang digunakan adalah *Principal Component Analysis* dan metode *Varimax*. Persyaratan suatu indikator dapat dinyatakan valid harus memenuhi nilai *component* lebih besar dari 0.50.

a. Nilai Komunalitis

Nilai komunalitis digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang diuji mampu menjelaskan faktor atau tidak. Nilai ekstraksi juga menunjukkan tingkat korelasi variabel dengan faktor yang terbentuk, semakin besar nilai ekstraksi yang terbentuk semakin tinggi korelasi variabel tersebut dengan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata. Berikut hasil ekstraksi ke-20 variabel:

**Tabel 4.11**  
**Nilai Komunalitis Pertama**

<b>Communalities</b>			
Indikator	Kode Indikator	Initial	Extraction
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	X1	1.000	0,772
<i>Mangrove Forest Tour</i>	X2	1.000	0,733
<i>Cliff Jump</i>	X3	1.000	0,750
<i>Surfing</i>	X4	1.000	0,658
<i>Watersport</i>	X5	1.000	0,504
<i>Gala-Gala Underground House</i>	X6	1.000	0,750
Toko oleh – oleh	X7	1.000	0,635
Penginapan	X8	1.000	0,640
<i>Restaurant atau café</i>	X9	1.000	0,709
Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	X10	1.000	0,688
Tempat Penyewaan sepeda motor	X11	1.000	0,651
Tempat Parkir	X12	1.000	0,680
Klinik Kesehatan	X13	1.000	0,682
Akses jalan	X14	1.000	0,490
Petunjuk Jalan	X15	1.000	0,687
Transportasi	X16	1.000	0,665
Biaya perjalanan	X17	1.000	0,603
Jarak tempuh	X18	1.000	0,574
Kondisi jalan	X19	1.000	0,743
Pengelola	X20	1.000	0,749
Extraction Method: Principal Component Analysis.			

Sumber: Lampiran 6

Persyaratan suatu indikator dapat dinyatakan valid harus memiliki nilai komponen lebih besar dari 0.50. Apabila indikator memiliki nilai komponen lebih kecil dari 0.50 maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak dapat menjelaskan faktor. Berdasarkan data yang telah disajikan pada Tabel 4.11 diketahui terdapat satu variabel yang memiliki nilai ekstraksi lebih kecil dari 0.50 yaitu variabel akses jalan (X14). Berdasarkan data tersebut, maka perlu dilakukan analisis faktor ulang dengan tidak mengikutsertakan kedua faktor tersebut yaitu akses jalan (X14).

Terdapat empat tahap yang perlu dilakukan untuk melakukan pengujian ini sebagai berikut:

## 2. Pemilihan faktor pada analisis faktor kedua

Terdapat tiga metode yang digunakan yaitu *KMO (Kaiser Mayer Olkin)*, *Bartlett's test sphericity*, dan *Anti Image Matriks*.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Kedua**  
**KMO and Bartlett's Test**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,940
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1663,995
	Df	171
	Sig.	0,000

Sumber: Lampiran 6

Dari Tabel 4.12, diketahui nilai Bartlett's test of sphericity sebesar 1663,995 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki korelasi yang kuat atau signifikan antara satu dengan yang lain.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Kedua**  
**KMO and Bartlett's Test**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,940
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1663,995
	Df	171
	Sig.	0,000

Sumber: Lampiran 6

Pada Tabel 4.13 diketahui nilai KMO yang didapatkan sebesar 0.940, lebih besar dari 0.50. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan data yang digunakan adalah valid karena telah memenuhi persyaratan yang ditentukan. Angka MSA pada tabel *Anti Image Matriks* pada bagian *Anti Image Correlation*, menunjukkan nilai MSA dari 19 variabel sebagai berikut ini:

**Tabel 4.14**  
**Anti Image Matriks Kedua**

<b>Variabel</b>	<b>MSA</b>	<b>Ket</b>
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	0,930	Valid
<i>Mangrove Forest Tour</i>	0,922	Valid
<i>Cliff Jump</i>	0,938	Valid
<i>Surfing</i>	0,943	Valid
<i>Watersport</i>	0,943	Valid
<i>Gala-Gala Underground House</i>	0,953	Valid
Toko oleh – oleh	0,950	Valid
Penginapan	0,965	Valid
<i>Restaurant atau café</i>	0,914	Valid
Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	0,959	Valid
Tempat Penyewaan sepeda motor	0,938	Valid
Tempat Parkir	0,968	Valid
Klinik Kesehatan	0,963	Valid
Petunjuk Jalan	0,929	Valid
Transportasi	0,948	Valid
Biaya perjalanan	0,934	Valid
Jarak tempuh	0,920	Valid
Kondisi jalan	0,893	Valid
Pengelola	0,931	Valid

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa masing – masing nilai MSA pada tabel *Anti Image Matriks* diatas 0,50. Berdasarkan pada data tersebut maka analisis dapat dilanjutkan.

Pada tahap ini metode yang digunakan adalah *Principal Component Analysis* dan metode *Varimax*. Persyaratan suatu indikator dapat dinyatakan valid harus memenuhi nilai *component* lebih besar dari 0.50.

b. Nilai Komunalitis

Nilai komunalitis digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang diuji mampu menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dinyatakan mampu menjelaskan faktor apabila memiliki nilai ekstraksi lebih besar dari 0, 50. Nilai ekstraksi juga menunjukkan tingkat korelasi variabel dengan faktor yang terbentuk, semakin besar nilai ekstraksi yang terbentuk semakin tinggi korelasi variabel tersebut dengan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata.

**Tabel 4.15**  
**Nilai Komunalitis Kedua**

<b>Communalities</b>			
Indikator	Kode Indikator	Initial	Extraction
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	X1	1.000	0.781
<i>Mangrove Forest Tour</i>	X2	1.000	0.738
<i>Cliff Jump</i>	X3	1.000	0.746
<i>Surfing</i>	X4	1.000	0.651
<i>Watersport</i>	X5	1.000	0.509
<i>Gala-Gala Underground House</i>	X6	1.000	0.747
Toko oleh – oleh	X7	1.000	0.634
Penginapan	X8	1.000	0.636
<i>Restaurant atau café</i>	X9	1.000	0.706

Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	X10	1.000	0.690
Tempat Penyewaan sepeda motor	X11	1.000	0.651
Tempat Parkir	X12	1.000	0.688
Klinik Kesehatan	X13	1.000	0.678
Petunjuk Jalan	X14	1.000	0.633
Transportasi	X15	1.000	0.666
Biaya perjalanan	X16	1.000	0.631
Jarak tempuh	X17	1.000	0.625
Kondisi jalan	X18	1.000	0.773
Pengelola	X19	1.000	0.782
Extraction Method: Principal Component Analysis.			

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan data yang telah disajikan pada Tabel diketahui seluruh variabel memiliki nilai ekstraksi lebih besar dari 0.50. Dari data tersebut dapat disimpulkan seluruh variabel dapat menjelaskan faktor. Berikut merupakan penjelasan nilai ekstraksi yang didapatkan oleh masing-masing variabel:

1. Indikator *Snorkeling & Diving with Manta Rays* (X1).

Indikator ini memiliki nilai ekstraksi sebesar 0.781, maka dapat menjelaskan sebanyak 78.1%.

2. Indikator *Mangrove Forest Tour* (X2)

Nilai ekstraksi pada indikator ini sebesar 0.738, maka dapat menjelaskan sebanyak 73.8%.

3. Indikator *Cliff Jump* (X3)

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.746, maka dapat menjelaskan sebanyak 74.6%.

4. Indikator *Surfing* (X4).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.651, maka dapat menjelaskan sebanyak 65.1%.

5. Indikator *Watersport* (X5).  
Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.509, maka dapat menjelaskan sebanyak 50.9%.
6. Indikator *Gala-Gala Underground House* (X6)  
Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.747, maka dapat menjelaskan sebanyak 74.7%.
7. Indikator Toko Oleh-Oleh (X7).  
Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.634, maka dapat menjelaskan sebanyak 63.4%.
8. Indikator Penginapan (X8).  
Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.636, maka dapat menjelaskan sebanyak 63.6%.
9. Indikator *Restaurant* atau *Café* (X9).  
Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.706, maka dapat menjelaskan sebanyak 70.6%.
10. Indikator Jasa Sewa Peralatan *Watersport* (X10).  
Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.690, maka dapat menjelaskan sebanyak 69.0%.
11. Indikator Tempat Penyewaan Sepeda Motor (X11).  
Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.651, maka dapat menjelaskan sebanyak 65.1%.
12. Indikator Tempat Parkir (X12)  
Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.688, maka dapat menjelaskan sebanyak 68.8%.
13. Indikator Klinik Kesehatan (X13)

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.678, maka dapat menjelaskan sebanyak 67.8%.

14. Indikator Petunjuk Jalan (X14).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.633, maka dapat menjelaskan sebanyak 63.3%.

15. Indikator Transportasi (X15).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.666, maka dapat menjelaskan sebanyak 66.6%.

16. Indikator Biaya Perjalanan (X16).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.631, maka dapat menjelaskan sebanyak 63.1%.

17. Indikator Jarak Tempuh (X17).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.625, maka dapat menjelaskan sebanyak 62.5%.

18. Indikator Kondisi Jalan (X18).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.773, maka dapat menjelaskan sebanyak 77.3%.

19. Indikator Pengelola (X19).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0.782, maka dapat menjelaskan sebanyak 78.2%.

Berdasarkan data di atas nilai ekstraksi terbesar didapatkan oleh indikator Pengelola (0,782). Dari data tersebut dapat disimpulkan, indikator tanggapan terhadap ketersediaan pengelola memiliki korelasi paling tinggi terhadap faktor yang memengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. Indikator dengan nilai ekstraksi terendah didapat oleh indikator *Watersport* (0.509).



b. Nilai varians yang dijelaskan

Jumlah faktor yang terbentuk dapat diketahui dengan melihat *eigenvalues* yang diperoleh masing-masing komponen yang diuji. Suatu komponen dikatakan mampu membentuk sebuah faktor apabila memiliki *eigenvalues* lebih besar dari 1.

Berikut ini merupakan tabel varians yang dapat dijelaskan:

**Tabel 4.16**  
**Total Varianced Explained**

Faktor	Nilai Eigen	Persentase Varians	Persentase Kumulatif
1	11.492	60.483	60.483
2	1.474	7.756	68.240
	.835	4.394	72.634
	.804	4.232	76.866
	.617	3.245	80.111
	.521	2.745	82.856
	.470	2.471	85.327
	.425	2.239	87.565
	.386	2.029	89.594
	.313	1.645	91.240
	.294	1.549	92.788
	.263	1.386	94.174
	.209	1.100	95.274
	.189	.997	96.272
	.186	.977	97.248
	.158	.833	98.081
	.146	.770	98.852
	.125	.659	99.511
	.093	.489	100.000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui terdapat 2 komponen yang memiliki *eigenvalues* lebih besar dari 1 maka terdapat 2 faktor baru yang terbentuk. Berikut penjelasan ke-2 faktor tersebut:

1) Faktor pertama

Faktor pertama dengan *eigenvalues* sebesar 11.492 dapat menjelaskan sebanyak 60.483% model variasi.

2) Faktor kedua

Faktor kedua dengan *eigenvalues* sebesar 1.474 dapat menjelaskan sebanyak 7.756 model variasi.

#### 4.5.2 Melakukan Faktoring dari Rotasi

Setelah seluruh variabel memiliki nilai yang mencukupi, tahap selanjutnya adalah melakukan proses inti dari analisis faktor, yaitu melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang sudah ada, sehingga terbentuk satu atau beberapa faktor. Dalam melakukan proses ekstraksi ini metode yang digunakan adalah *Principal Component Analysis*, setelah faktor terbentuk untuk mengetahui dari 20 variabel yang akan masuk dalam faktor mana, maka dilakukan proses rotasi dengan menggunakan metode *varimax* (bagian dari *orthogonal*).

1) Faktor Sebelum Rotasi

**Tabel 4.17**  
**Component Matrix**  
**Component Matrix**

Indikator	Component	
	1	2
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	0,812	-0,349
<i>Mangrove Forest Tour</i>	0,804	-0,304
<i>Cliff Jump</i>	0,840	-0,199
<i>Surfing</i>	0,769	-0,243
<i>Watersport</i>	0,713	0,029
<i>Gala-Gala Underground House</i>	0,825	-0,258
Toko oleh - oleh	0,788	0,117
Penginapan	0,779	-0,170
Restaurant atau café	0,839	0,037
Jasa sewa peralatan watersport	0,824	0,104
Tempat Penyewaan sepeda motor	0,770	-0,242
Tempat Parkir	0,799	-0,223
Klinik kesehatan	0,817	0,102
Petunjuk Jalan	0,732	0,313
Transportasi	0,808	-0,111

Biaya perjalanan	0,713	0,350
Jarak tempuh	0,735	0,291
Kondisi jalan	0,554	0,683
Pengelola	0,804	0,369
Extraction Method: Principal Component Analysis.		
a. 2 components extracted		

Sumber: Lampiran 6

Pada tahap ini, posisi masing-masing variabel belum jelas termasuk kedalam faktor yang mana. Oleh karena itu, dilakukan rotasi untuk mempermudah proses interpretasi hasil.

## 2) Faktor Setelah Rotasi

**Tabel 4.18**  
**Rotated Component Matrix**

Rotated Component Matrix		
Indikator	Component	
	1	2
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	<b>0,855</b>	0,223
<i>Mangrove Forest Tour</i>	<b>0,821</b>	0,253
<i>Cliff Jump</i>	<b>0,785</b>	0,359
<i>Surfing</i>	<b>0,757</b>	0,280
<i>Watersport</i>	<b>0,545</b>	0,461
<i>Gala-Gala Underground House</i>	<b>0,810</b>	0,302
Toko oleh - oleh	0,550	<b>0,576</b>
Penginapan	<b>0,719</b>	0,344
Restaurant atau café	<b>0,640</b>	0,544
Jasa sewa peralatan watersport	0,587	<b>0,588</b>
Tempat Penyewaansepeda motor	<b>0,756</b>	0,281
Tempat Parkir	<b>0,767</b>	0,314
Klinik kesehatan	0,583	<b>0,582</b>
Petunjuk Jalan	0,386	<b>0,696</b>
Transportasi	<b>0,706</b>	0,408
Biaya perjalanan	0,348	<b>0,714</b>
Jarak tempuh	0,402	<b>0,681</b>
Kondisi jalan	0,019	<b>0,879</b>
Pengelola	0,408	<b>0,785</b>
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
---

a. Rotation converged in 3 iterations.
--

Sumber: Lampiran 6

*Component matrix* merupakan hasil proses rotasi (*rotated component matrik*) memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Terlihat bahwa sekarang faktor loading yang dulunya kecil semakin diperkecil, dan *factor loading* yang besar semakin diperbesar. Dibawah ini akan dijelaskan akan masuk ke faktor mana sebuah variabel yang ada, yaitu:

1. *Snorkeling & Diving with Manta Rays (X1)*, faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,855, hal itu berarti pemandangan alam berada pada faktor 1.
2. *Mangrove Forest Tour (X2)*, faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,821, hal itu berarti wisata sekitar berada pada faktor 1.
3. *Cliff Jump (X3)*, faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,785, hal itu berarti atraksi wisata berada pada faktor 1.
4. *Surfing (X4)*, faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,757, hal itu berarti pemandangan bawah laut berada pada faktor 1.
5. *Watersport (X5)*, faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,545, hal itu berarti budidaya rumput laut berada pada faktor 1.
6. *Gala-Gala Underground House (X6)*, faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,810, hal itu berarti sunset berada pada faktor 1.

7. Toko oleh - oleh (X7), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 2 dengan nilai 0,576, hal itu berarti toko oleh - oleh berada pada faktor 2.
8. Penginapan (X8), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,719, hal itu berarti penginapan berada pada faktor 1.
9. Restoran atau cafe (X9), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,640, hal itu berarti Restoran atau cafe berada pada faktor 1.
10. Jasa sewa peralatan (X10), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 2 dengan nilai 0,588, hal itu berarti jasa sewa peralatan berada pada faktor 2.
11. Tempat penyewaan sepeda motor (X11), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,756, hal itu berarti Tempat penyewaan sepeda motor berada pada faktor 1.
12. Tempat Parkir (X12), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,767, hal itu berarti Keramahtamahan berada pada faktor 1.
13. Klinik kesehatan (X13), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 2 dengan nilai 0,582, hal itu berarti klinik kesehatan berada pada faktor 2.
14. Petunjuk Jalan (X14), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 2 dengan nilai 0,696, hal itu berarti rambu petunjuk jalan berada pada faktor 2.
15. Transportasi (X15), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 1 dengan nilai 0,706, hal itu berarti transportasi berada pada faktor 1.

16. Biaya perjalanan (X16), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 2 dengan nilai 0,714, hal itu berarti biaya perjalanan berada pada faktor 2.
17. Jarak tempuh (X17), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 2 dengan nilai 0,6681, hal itu berarti jarak tempuh berada pada faktor 2.
18. Kondisi jalan (X18), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 2 dengan nilai 0,879, hal itu berarti kondisi jalan berada pada faktor 2.
19. Pengelola (X19), faktor loading yang paling besar ada berada pada faktor 2 dengan nilai 0,785, hal itu berarti pengelola berada pada faktor 2.

Untuk mendistribusikan masing-masing variabel yang diujikan dapat melihat dari *loading value* yang dimiliki oleh setiap variabel. *Loading value* menentukan nilai korelasi suatu variabel dengan faktor yang terbentuk. Semakin tinggi *loading value* yang dimiliki oleh variabel, maka semakin tinggi korelasi antara variabel dengan faktor tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki kesamaan dengan faktor yang terbentuk sehingga variabel tersebut dapat didistribusikan ke dalam anggota kelompok faktor tersebut. Faktor-faktor yang terbentuk disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.19**  
**Distribusi Variabel pada Faktor Setelah Rotasi**

Faktor	Kode Indikator	Indikator	Faktor Loading	Eigen Values	Variasi
Attraction	X1	<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	0,855	11,492	60,483
	X2	<i>Mangrove Forest Tour</i>	0,821		
	X3	<i>Cliff Jump</i>	0,785		
	X4	<i>Surfing</i>	0,757		
	X5	<i>Watersport</i>	0,545		
	X6	<i>Gala-Gala Underground House</i>	0,810		
	X8	Penginapan	0,719		
	X9	<i>Restaurant atau café</i>	0,640		
	X11	Tempat Penyewaan sepeda motor	0,756		
	X12	Tempat Parkir	0,767		
Accessibility	X15	Transportasi	0,706	1,474	7,756
	X7	Toko oleh - oleh	0,576		
	X10	Jasa sewa peralatan watersport	0,588		
	X13	Klinik kesehatan	0,582		
	X14	Petunjuk Jalan	0,696		
	X16	Biaya perjalanan	0,714		
	X17	Jarak tempuh	0,681		
	X18	Kondisi jalan	0,879		
X19	Pengelola	0,785			

Sumber: Lampiran 6

### 4.5.3 Penamaan Faktor

Berikut disajikan masing-masing faktor dan indikator yang termasuk di dalamnya sebagai berikut:

1) Faktor 1 (Atraksi dan Fasilitas)

Berikut merupakan indikator yang termasuk dalam faktor 1:

- a) *Snorkeling & Diving with Manta Rays* (X1) 0,855
- b) *Mangrove Forest Tour* (X2) 0,821

- c) *Cliff Jump* (X3) 0,785
- d) *Surfing* (X4) 0,757
- e) *Watersport* (X5) 0,545
- f) *Gala-Gala Underground House* (X6) 0,810
- g) *Penginapan* (X8) 0,719
- h) *Restaurant atau Café* (X9) 0,640
- i) *Tempat Penyewaan Sepeda Motor* (X11) 0,756
- j) *Tempat Parkir* (X12) 0,767
- k) *Transportasi* (X15) 0,706

Penamaan faktor 1 diambil dari dua indikator dengan nilai loading tertinggi yaitu indikator *Snorkeling & Diving with Manta Rays* (X1) dan indikator *Mangrove Forest Tour* (X2). Faktor tersebut memiliki korelasi terbesar terhadap faktor yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata dengan *eigenvalues* sebesar 11,492 dan mampu menjelaskan sebanyak 60,483% model variasi.

#### 1) Faktor 2 (Akses)

Berikut merupakan indikator yang termasuk dalam faktor 2:

- a) *Toko Oleh-Oleh* (X7) 0,576
- b) *Jasa Sewa Peralatan Watersport* (X10) 0,588
- c) *Klinik Kesehatan* (X13) 0,582
- d) *Petunjuk Jalan* (X14) 0,696
- e) *Biaya Perjalanan* (X16) 0,714
- f) *Jarak Tempuh* (X17) 0,681
- g) *Kondisi Jalan* (X18) 0,879
- h) *Pengelola* (X19) 0,785



Penamaan faktor 2 diambil dari dua indikator dengan nilai loading tertinggi yaitu indikator Kondisi Jalan (X18) dan indikator Pengelola (X19). Faktor tersebut memiliki korelasi terbesar terhadap faktor yang mempengaruhi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata dengan *eigenvalues* sebesar 1,474 dan mampu menjelaskan sebanyak 7,756% model variasi.

Menurut Singgih Santoso (2004:47), menjelaskan bahwa *Component Matrix* dari proses rotasi (*Rotated Component Matrik*) memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Dengan adanya proses rotasi faktor loading yang dulunya kecil semakin diperkecil, dan faktor loading yang besar semakin diperbesar.

**Tabel 4.20**  
**Componen Transformation Matrix**

<b>Component Transformation Matrix</b>		
Component	1	2
1	0,790	0,611
2	-0,611	0,790
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.		

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan terbentuknya Componen Transformation Matrix maka dapat dijelaskan bahwa pada diagonal faktor (componen) 1, dan 2, (0,790; 0,790) Angka dibawah 0,5 yang menunjukkan adanya terdapat komponen lain pada masing-masing faktor yang mempunyai korelasi lebih tinggi. Dan hanya 2 faktor yang angkanya diatas 0,5 yaitu: faktor 1 (componen 1), dan aktor 2 (componen 2), masing-masing angkanya: 0,790;0,790. Berdasarkan terbentuknya, hanya dua faktor yang pada diagonalnya nilainya diatas 0,5, hal itu sudah cukup mewakili dari dua faktor yang terbentuk.

#### **4.5.4 Interpretasi Atas Faktor Yang Telah Terbentuk**

Setelah melakukan faktoring dan rotasi, langkah atau tahap selanjutnya adalah menginterpretasikan faktor yang telah terbentuk. Hal ini dilakukan agar bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut. Menurut Saputro (2007), mengatakan pemberian nama dan konsep tiap faktor ditentukan berdasarkan makna umum variabel yang tercakup didalamnya.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor attraction dan accesbility sangat mempengaruhi wisatawan nusantara Memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali.

Faktor atraksi dan fasilitas adalah faktor keindahan alam yang dapat mewakili suatu daerah dalam menunjukkan ciri khas tersendiri sebagai daya tarik bagi wisatawan. Daya tarik menjadi nilai tambah bagi wisatawan nusantara untuk Memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali. Faktor akses kedalam wilayah wisata juga menjadi faktor penting dimana akses yang sulit tentunya akan menurunkan minat wisatawan dalam mengunjungi suatu daerah wisata.

**Tabel 4.21**  
**Total Variance Explained**

<b>Total Variance Explained</b>									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.492	60.483	60.483	11.492	60.483	60.483	7.721	40.634	40.634
2	1.474	7.756	68.240	1.474	7.756	68.240	5.245	27.605	68.240
3	.835	4.394	72.634						
4	.804	4.232	76.866						
5	.617	3.245	80.111						
6	.521	2.745	82.856						
7	.470	2.471	85.327						
8	.425	2.239	87.565						
9	.386	2.029	89.594						
10	.313	1.645	91.240						
11	.294	1.549	92.788						
12	.263	1.386	94.174						
13	.209	1.100	95.274						
14	.189	.997	96.272						
15	.186	.977	97.248						
16	.158	.833	98.081						
17	.146	.770	98.852						
18	.125	.659	99.511						
19	.093	.489	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan penelitian Ujianto Jan Abdurrachman (2002:49), dalam penelitiannya mereka menentukan faktor-faktor yang paling dominan dengan melihat pada total nilai varians pada tabel *Total Variance Explained* berdasarkan hasil penelitian tersebut dan dari hasil analisis secara keseluruhan, ternyata faktor - faktor yang paling dominan yang wisatawan

Nusantara Memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung Bali, secara berurutan adalah; faktor atraksi dan fasilitas yang merupakan faktor yang paling dominan dengan nilai varians 60,483% dan faktor akses yang merupakan faktor yang terakhir dengan nilai varians adalah 7,756 %.

#### **4.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil proses analisis data, maka penelitian ini menghasilkan 2 faktor baru yang memiliki nilai *Eigenvalue* lebih besar dari 1 dan penelitian ini relative dengan penelitian sebelumnya. Yaitu penelitian dari dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan intensitas kunjungan wisatawan di daya Tarik wisata Candidasa, Kabupaten Karangasem, Bali. Pada penelitian sebelumnya terdapat salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan intensitas kunjungan wisatawan di Daya Tarik Wisata Candidasa antara lain faktor atraksi dengan *eigenvalue* 8,171 dan nilai varian sebesar 30,263%, faktor keamanan dengan *eigenvalue* 2,665 dan nilai varian sebesar 9,870%, faktor kualitas dengan *eigenvalue* 1,983 dan nilai varian sebesar 7,345%, faktor politik dengan *eigenvalue* 1,622 dan nilai varian sebesar 6,006%, faktor teknologi dengan *eigenvalue* 1,560 dan nilai varian sebesar 5,776%, faktor amenitas dengan *eigenvalue* 1,375 dan nilai varian sebesar 5,092%, faktor promosi dengan *eigenvalue* 1,099 dengan nilai varian sebesar 4,069% dan faktor efisiensi waktu dengan *eigenvalue* 1,047 dengan nilai varian 3,878%. Faktor atraksi relative terhadap penelitian ini yaitu faktor 1 atraksi dengan nilai varian 60,483%.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dapat di tarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Faktor 1 dinamakan Faktor Atraksi dan Fasilitas yang terdiri dari atas Variabel yang meliputi *Snorkeling & Diving with Manta Rays* dengan faktor loading 0,855, *Mangrove Forest Tour* dengan faktor loading 0,821, *Cliff Jump* dengan faktor loading 0,785. *Surfing* dengan faktor loading 0,757, *Watersport* dengan faktor loading 0,545. *Gala-Gala Underground House* dengan faktor loading 0,810, Penginapan dengan faktor loading 0,719, Restaurant atau Café dengan faktor loading 0,640. Tempat Penyewaan Sepeda Motor dengan faktor loading 0,756, Tempat Parkir dengan faktor loading 0,767, Transportasi dengan faktor loading 0,706.
- 2) Faktor 2 dinamakan Faktor Akses yang terdiri dari atas Variabel yang meliputi Toko Oleh-Oleh dengan faktor loading 0,576, Jasa Sewa Peralatan *Watersport* dengan faktor loading 0,588, Klinik Kesehatan dengan faktor loading 0,582. Petunjuk Jalan dengan faktor loading 0,696, Biaya Perjalanan dengan faktor loading 0,714, Jarak Tempuh dengan faktor loading 0,681, Kondisi Jalan dengan faktor loading 0,879, Pengelola dengan faktor loading 0,785.
- 3) Faktor yang dominan bagi wisatawan nusantara memilih Nusa Lembongan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali merupakan faktor atraksi dan fasilitas dengan nilai varians 60,483%

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan tersebut dapat disampaikan beberapa saran yaitu:

- 1) Pada seluruh variabel yang diujikan terdapat indikator terendah dari seluruh faktor yaitu pada variabel accesibility dengan indikator kondisi jalan dengan nilai rata-rata 3,75. Diharapkan kedepannya pemerintah setempat dapat memperhatikan kondisi jalan agar lebih baik sehingga wisatawan dapat dengan mudah menjangkau daerah wisata tersebut.
- 2) Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor lain yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dengan metode analisis yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, B.A. 2021. Faktor–Faktor Penarik Kunjungan Wisatawan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Kerthagosa Kabupaten Klungkung Bali. *Diploma Tesis*. Universitas Dhyana Pura.
- Amal, E.M. 2021. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Danau Sano Nggoang, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur. *Tesis*. Universitas Dhyana Pura.
- Anjastara, I.K.R. 2021. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Soka, Tabanan, Bali. *Tesis*. Universitas Dhyana Pura.
- Ariadnyana, I.K.A. 2021. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Ke Kawasan Batur UNESCO Global Geopark Kintamani Bangli – Bali. *Tesis*. Universitas Dhyana Pura.
- Bates, Y.M. 2021. Faktor–Faktor Yang Menarik Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Pantai Berawa, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung – Bali. *Tesis*. Universitas Dhyana Pura.
- Fajrin, N.K. 2019. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Berkunjung Ke Desa Wisata Kalibiru. *Tesis*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Febriani, A. R. 2017. *Analisis faktor-faktor perilaku habitual buying konsumen pada produk mie sederhana (study kasus pada konsumen yang terbiasa membeli mie sederhana di pusat perbelanjaan bravo swalayan jombang)* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Hariono, A.A. 2021. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Garuda Wisnu Kencana Badung, Bali. *Tesis*. Universitas Dhyana Pura.
- Hermawan, I. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
- Iftikhar, T. H. 2021. Arah Pengembangan Wisata Beras Basah Melalui Pendekatan Sustainable Tourism. *Bachelor thesis*, Institut Teknologi Kalimantan.
- Kalebos, F. 2016. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol. 4 No. 3.
- Kevin. 2021. Faktor–Faktor Yang Menarik Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Pulau Penyu, Tanjung Benoa, Badung, Bali. *Tesis*. Universitas Dhyana Pura.

- Khasani, M.A. dan Arianti, F. 2014. Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya Weleri Kabupaten Kendal. *Tesis*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Lubis, U.P. 2018. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Berkunjung Ke Wisata Swimbath. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Mamangkey, V.A. 2018. Pengaruh Motivasi Wanita Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop di Semarang. *Tesis*. Unika Soegijapranata Semarang.
- Mangifera dkk. 2018. Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Pemilihan Kuliner Di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Daya Saing – Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 20 No. 1. pp. 18 – 23.
- Monika, S. 2019. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Kampung Arab Al-Munawar. *Tesis*. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Prasetyo, A 2016. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Berkunjung Ke Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur Wonogiri. *Sosialitas; Jurnal ilmiah Pend. Sos Ant*. Vol. 6 No. 2.
- Pratama dkk. 2021. Motivasi Wisatawan *Millenial* Berkunjung Ke Desa Wisata Jailuwih Kabupaten Tabanan. *Jurnal IPTA (industri Perjalanan Wisata)*. Vol. 9 No. 2.
- Prawerti, I. A. D., Mananda, I. G. S., & Dewi, L. G. L. K. 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan intensitas kunjungan wisatawan di daya tarik wisata Candidasa, Kabupaten Karangasem, Bali. *Jurnal IPTA ISSN, 2338, 8633*.
- Rabbina, U. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Memilih Hotel Syariah (Studi Kasus Di Kota Malang). *Tesis*. Universitas Brawijaya.
- Setiani, T. 2019. Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan DiKota Bandar Lampung. *Skripsi*. IIB Darmajaya Bandar Lampung.
- Setiawani, N.D. dan Yuliarmi N.N. 2018. Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 7. pp. 279 – 308.
- Setiyorini, H.P.D. 2012. Pengaruh Faktor–Faktor Penarik Kepariwisataaan Asal Malaysia Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Pekan Baru (Survei Pada Wisatawan Asal Malaysia yang Berkunjung ke Kota Pekanbaru).



*The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*. Vol. 2 No. 1. pp. 269 – 290

- Setyanto, I. 2019. Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Tesis*, Universitas Brawijaya.
- Shantika, B. dan Mahagangga, I.G.A.O. 2018. Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Di Pulau Nusa Lembongan. *Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN*. Vol. 2338. pp. 8811.
- Siregar, S. 2020. Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwisata Pada Destinasi Wisata Pantai Bali Lestari Serdang Bergadai. <http://36.91.151.182/bitstream/handle/123456789/5129/Sudarmanto%20Siregar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diakses 23 Januari 2022.
- Soraya, Y.A. 2018. Motivasi Wisatawan Agrowisata Kampung Coklat (Studi Kasus Di Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar Jawa Timur). *Tesis*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Surherlan, H. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Asing Dalam Memilih Destinasi Pariwisata. <http://repository.stp-bandung.ac.id/bitstream/handle/123456789/245/Faktor-faktor%20yang%20Mempengaruhi%20Wisatawan%20Asing%20Dalam%20Memilih%20Destinasi%20Pariwisata.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diakses 23 Januari 2022.
- Utama, I.G.B.R. and SE, M., 2015. *Pengantar industri pariwisata*. Deepublish.
- Wulandari, Y. 2021. Faktor–Faktor Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Destinasi Wisata. *Jurnal Pendidikan Nusantara*. Vol. 2 No 1.
- Wolah, F. F. C. 2016. Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2).
- Yusendra, A.E. 2015. Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Domestik Nusantara. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*. Vol. 1 No. 1. pp. 46 – 64.

## **LAMPIRAN**

Lampiran 1  
Kuesioner

### **KUISIONER**

#### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Memilih Nusa Lembongan Sebagai Destinasi Wisata Di Klungkung Bali**

Kepada Yth,  
Bapak/Ibu/Saudara  
Wisatawan

Dengan Hormat,

Saya Priska De Vinsky Ythu, mahasiswi semester 7 Program Studi Manajemen, konsentrasi Bisnis Pariwisata Universitas Dhyana Pura. Dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Memilih Nusa Lembongan Sebagai Destinasi Wisata Di

Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali" saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner berikut. Kuesioner bersifat rahasia sehingga kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i terjamin sepenuhnya.

Kuesioner ini akan saya gunakan sebagai data dalam penyelesaian studi saya pada program S1 Manajemen Universitas Dhyana Pura. Jika Anda memiliki pertanyaan tentang kuesioner ini, silakan hubungi: ythupriskaa@gmail.com dan 081999439616.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Badung, 5 Januari 2023  
Hormat saya,

Priska De Vinsky Ythu

## A. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Isilah kuesioner ini dengan menuliskan identitas anda dan berilah tanda (✓) pada kolom jawaban yang tersedia.

## B. IDENTITAS RESPONDEN

Mohon diisi dengan jelas dan lengkap:

1. Jenis kelamin :  Laki- laki  Perempuan
  
2. Usia :  < 20 th  
 21-30 th  
 ≥ 30 th
  
3. Pendidikan terakhir :  
 SMP  
 SMA/SMK  
 S1  
 Magister

Petunjuk: Mohon memberikan penilaian (rating) sesuai dengan pendapat saudara/l dengan mengisi tanda *check list* pada kolom STS, N, TS, S, SS yang telah disediakan sebagai jawaban dari maing-masing indikator, dengan keterangan sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

## DAFTAR PERNYATAAN

PERNYATAAN	RATING				
	STS	TS	N	S	SS
1. Nusa Lembongan memiliki pemandangan alam yang sangat indah					
2. Tersedianya wisata alam disekitar Pulau					
3. Terdapat atraksi wisata yang dapat dilakukan seperti <i>Snorkeling</i> dan <i>Diving</i>					
4. Terdapat pemandangan bawah laut yang indah pada saat melakukan <i>Snorkeling</i>					
5. Adanya tempat pembudidayaan rumput laut dan terumbu karang					
6. Adanya sunset yang dapat dinikmati oleh wisatawan dari pantai sekitar pulau					
7. Terdapatnya toko oleh-oleh atau souvenir					
8. Terdapat tempat menginap bagi wisatawan yang berkunjung					
9. Terdapat banyak fasilitas tempat makan maupun minum bagi para wisatawan					
10. Tersedianya jasa sewa peralatan watersport bagi wisatawan yang berkunjung					
11. Tersedianya tempat penyewaan sepeda motor bagi wisatawan					
12. Keramah tamahan masyarakat dalam menyambut wisatawan yang berkunjung					
13. Terdapat klinik Kesehatan bagi wisatawan maupun masyarakat setempat					
14. Tersedianya akses jalan menuju Nusa Lembongan					
15. Adanya rambu penunjuk jalan di sekitar Nusa Lembongan					
16. Tersedianya transportasi yang digunakan untuk menuju ke Nusa Lembongan seperti Speedboat maupun fast cruise					
17. Keseluruhan biaya perjalanan yang sangat terjangkau					
18. Keseluruhan jarak tempuh yang					

sangat dekat antara satu destinasi ke destinasi lainnya					
19. Kondisi jalan yang dilalui pada saat di Nusa Lembongan sangat baik					
20. Terdapatnya lembaga pengelola pemerintah dan masyarakat setempat					









Lampiran 3  
Analisis Deskriptif

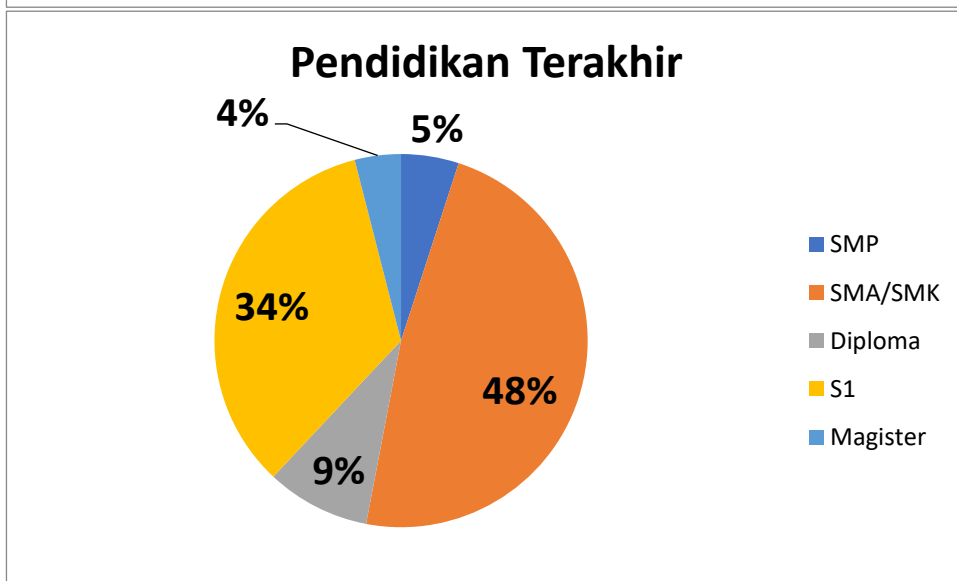
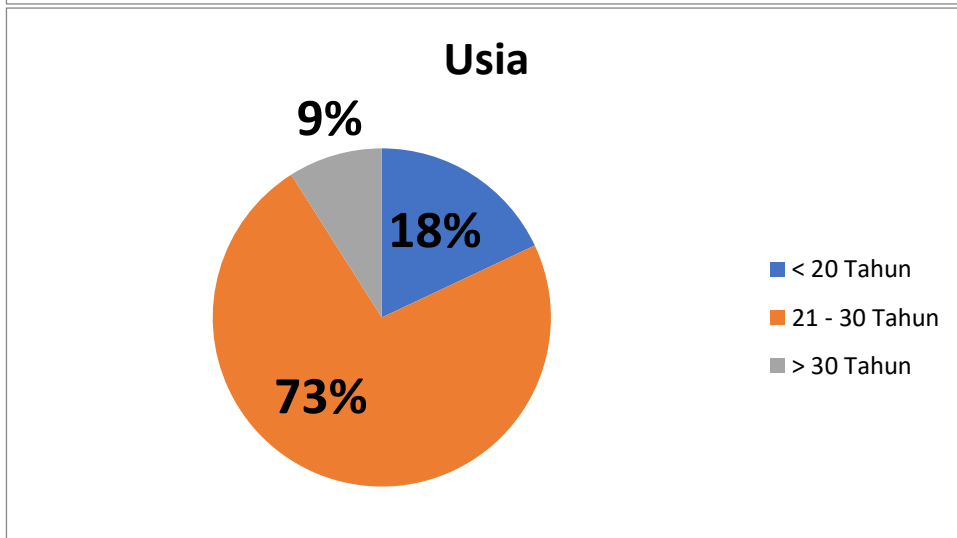
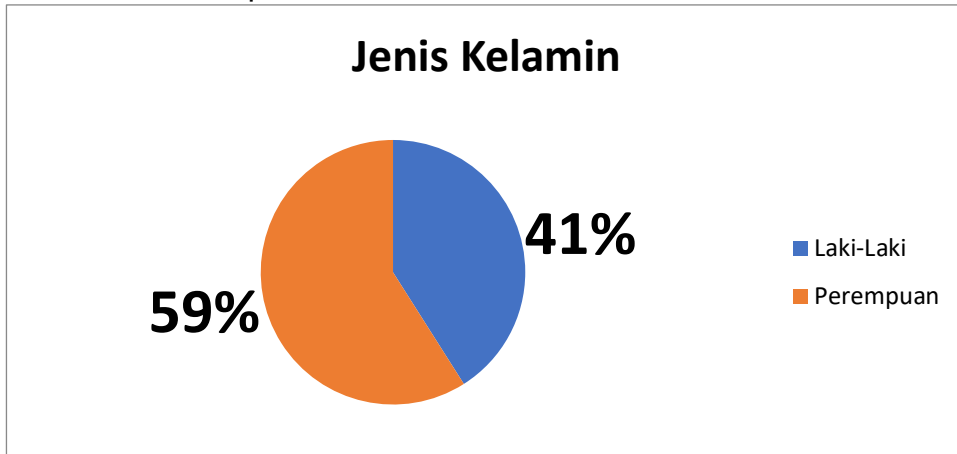
Indikator		Mean	Kategori
X1	<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	4,54	Sangat Baik
X2	<i>Mangrove Forest Tour</i>	4,39	Sangat Baik
X3	<i>Cliff Jump</i>	4,37	Sangat Baik
X4	<i>Surfing</i>	4,36	Sangat Baik
X5	<i>Watersport</i>	4,24	Sangat Baik
X6	<i>Gala-Gala Underground House</i>	4,48	Sangat Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>4.39</b>	<b>Sangat Baik</b>

Indikator		Mean	Kategori
X7	Toko oleh – oleh	4,05	Baik
X8	Penginapan	4,42	Sangat Baik
X9	<i>Restaurant atau café</i>	4,28	Sangat Baik
X10	Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	4,40	Sangat Baik
X11	Tempat Penyewaan sepeda motor	4,34	Sangat Baik
X12	Tempat Parkir	4,34	Sangat Baik
X13	Klinik Kesehatan	4,13	Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>4,28</b>	<b>Sangat Baik</b>

Indikator		Mean	Kategori
X14	Akses jalan	4,17	Baik
X15	Petunjuk Jalan	4,02	Baik
X16	Transportasi	4,39	Sangat Baik
X17	Biaya perjalanan	4,03	Baik
X18	Jarak tempuh	4,03	Baik
X19	Kondisi jalan	3,75	Bak
	<b>Rata-rata</b>	<b>4.04</b>	<b>Baik</b>

Indikator		Mean	Kategori
X20	Pengelola	3.85	Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>3.85</b>	<b>Baik</b>

Lampiran 4  
Karakteristik Responden



Lampiran 5  
Uji Instrumen Penelitian

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.961	20

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	80.3400	147.297	.767	.959
X2	80.4500	146.492	.761	.959
X3	80.4900	145.808	.805	.958
X4	80.5100	145.828	.721	.959
X5	80.6400	147.707	.677	.960
X6	80.3800	147.612	.780	.959
X7	80.8000	143.051	.762	.959
X8	80.4200	146.913	.735	.959
X9	80.5300	144.029	.816	.958
X10	80.4700	146.575	.802	.958
X11	80.5100	147.242	.729	.959
X12	80.5000	146.899	.760	.959
X13	80.7100	144.814	.796	.958
X14	80.6800	148.321	.535	.962
X15	80.8100	145.024	.730	.959
X16	80.4800	146.212	.780	.958
X17	80.8300	145.213	.692	.960
X18	80.8400	146.237	.705	.959
X19	81.1000	148.596	.546	.962
X20	80.8500	145.119	.791	.958

Lampiran 6  
Analisis Faktor

**KMO and Bartlett's Test 1**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.940
Approx. Chi-Square		1720.649
Bartlett's Test of Sphericity	df	190
	Sig.	.000

**KMO and Bartlett's Test 2**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.940
Approx. Chi-Square		1663.995
Bartlett's Test of Sphericity	df	190
	Sig.	.000

Anti Image Matriks 1

<b>Variabel</b>	<b>MSA</b>	<b>Ket</b>
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	0,932	Valid
<i>Mangrove Forest Tour</i>	0,921	Valid
<i>Cliff Jump</i>	0,936	Valid
<i>Surfing</i>	0,940	Valid
<i>Watersport</i>	0,944	Valid
<i>Gala-Gala Underground House</i>	0,955	Valid
Toko oleh – oleh	0,952	Valid
Penginapan	0,965	Valid
<i>Restaurant atau café</i>	0,916	Valid
Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	0,961	Valid
Tempat Penyewaan sepeda motor	0,933	Valid
Tempat Parkir	0,969	Valid
Klinik Kesehatan	0,962	Valid
Akses jalan	0,920	Valid
Petunjuk Jalan	0,927	Valid
Transportasi	0,949	Valid
Biaya perjalanan	0,935	Valid
Jarak tempuh	0,920	Valid
Kondisi jalan	0,900	Valid
Pengelola	0,933	Valid

## Anti Image Matriks 2

<b>Variabel</b>	<b>MSA</b>	<b>Ket</b>
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	0,930	Valid
<i>Mangrove Forest Tour</i>	0,922	Valid
<i>Cliff Jump</i>	0,938	Valid
<i>Surfing</i>	0,943	Valid
<i>Watersport</i>	0,943	Valid
<i>Gala-Gala Underground House</i>	0,953	Valid
Toko oleh – oleh	0,950	Valid
Penginapan	0,965	Valid
<i>Restaurant atau café</i>	0,914	Valid
<i>Jasa sewa peralatan watersport</i>	0,959	Valid
Tempat Penyewaan sepeda motor	0,938	Valid
Tempat Parkir	0,968	Valid
Klinik Kesehatan	0,963	Valid
Petunjuk Jalan	0,929	Valid
Transportasi	0,948	Valid
Biaya perjalanan	0,934	Valid
Jarak tempuh	0,920	Valid
Kondisi jalan	0,893	Valid
Pengelola	0,931	Valid

Nilai Komunalitis 1

<b>Communalities</b>			
Indikator	Kode Indikator	Initial	Extraction
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	X1	1.000	0,772
<i>Mangrove Forest Tour</i>	X2	1.000	0,733
<i>Cliff Jump</i>	X3	1.000	0,750
<i>Surfing</i>	X4	1.000	0,658
<i>Watersport</i>	X5	1.000	0,504
<i>Gala-Gala Underground House</i>	X6	1.000	0,750
Toko oleh – oleh	X7	1.000	0,635
Penginapan	X8	1.000	0,640
<i>Restaurant atau café</i>	X9	1.000	0,709
Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	X10	1.000	0,688
Tempat Penyewaan sepeda motor	X11	1.000	0,651
Tempat Parkir	X12	1.000	0,680
Klinik Kesehatan	X13	1.000	0,682
Akses jalan	X14	1.000	0,490
Petunjuk Jalan	X15	1.000	0,687
Transportasi	X16	1.000	0,665
Biaya perjalanan	X17	1.000	0,603
Jarak tempuh	X18	1.000	0,574
Kondisi jalan	X19	1.000	0,743
Pengelola	X20	1.000	0,749
Extraction Method: Principal Component Analysis.			

Nilai Komunalitis 2

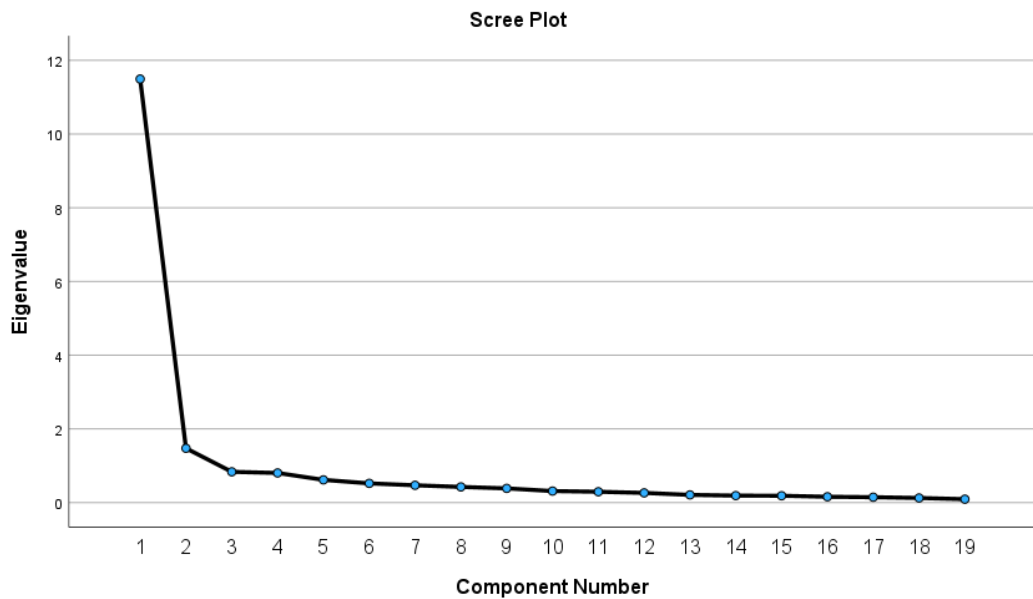
<b>Communalities</b>			
Indikator	Kode Indikator	Initial	Extraction
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	X1	1.000	0.781
<i>Mangrove Forest Tour</i>	X2	1.000	0.738
<i>Cliff Jump</i>	X3	1.000	0.746
<i>Surfing</i>	X4	1.000	0.651
<i>Watersport</i>	X5	1.000	0.509
<i>Gala-Gala Underground House</i>	X6	1.000	0.747
Toko oleh – oleh	X7	1.000	0.634
Penginapan	X8	1.000	0.636
<i>Restaurant atau café</i>	X9	1.000	0.706
Jasa sewa peralatan <i>watersport</i>	X10	1.000	0.690
Tempat Penyewaan sepeda motor	X11	1.000	0.651
Tempat Parkir	X12	1.000	0.688
Klinik Kesehatan	X13	1.000	0.678
Petunjuk Jalan	X15	1.000	0.633
Transportasi	X16	1.000	0.666
Biaya perjalanan	X17	1.000	0.631
Jarak tempuh	X18	1.000	0.625
Kondisi jalan	X19	1.000	0.773
Pengelola	X20	1.000	0.782
Extraction Method: Principal Component Analysis.			

Total Varianced Explained

<b>Faktor</b>	<b>Nilai Eigen</b>	<b>Persentase Varian</b>	<b>Persentase Kumulatif</b>
1	11.492	60.483	60.483
2	1.474	7.756	68.240
	.835	4.394	72.634
	.804	4.232	76.866
	.617	3.245	80.111
	.521	2.745	82.856
	.470	2.471	85.327
	.425	2.239	87.565
	.386	2.029	89.594
	.313	1.645	91.240
	.294	1.549	92.788
	.263	1.386	94.174
	.209	1.100	95.274
	.189	.997	96.272
	.186	.977	97.248
	.158	.833	98.081
	.146	.770	98.852
	.125	.659	99.511
	.093	.489	100.000



## Scree Plot



## Component Matrix

<b>Component Matrix</b>		
Indikator	Component	
	1	2
<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	0,812	-0,349
<i>Mangrove Forest Tour</i>	0,804	-0,304
<i>Cliff Jump</i>	0,840	-0,199
<i>Surfing</i>	0,769	-0,243
<i>Watersport</i>	0,713	0,029
<i>Gala-Gala Underground House</i>	0,825	-0,258
Toko oleh - oleh	0,788	0,117
Penginapan	0,779	-0,170
Restaurant atau café	0,839	0,037
Jasa sewa peralatan watersport	0,824	0,104
Tempat Penyewaan sepeda motor	0,770	-0,242
Tempat Parkir	0,799	-0,223
Klinik kesehatan	0,817	0,102
Petunjuk Jalan	0,732	0,313
Transportasi	0,808	-0,111
Biaya perjalanan	0,713	0,350
Jarak tempuh	0,735	0,291
Kondisi jalan	0,554	0,683
Pengelola	0,804	0,369
Extraction Method: Principal Component Analysis.		
a. 2 components extracted		

## Rotated Componen Matrix

### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
Pemandangan alam	.851	.218
Wisata Sekitar	.821	.244
Atraksi Wisata	.800	.333
Pemandangan bawah laut	.772	.249
Budidaya rumput laut	.576	.415
Sunset	.821	.276
Toko oleh - oleh	.558	.569
Penginapan	.737	.312
Restaurant atau café	.642	.545
Jasa sewa peralatan watersport	.601	.571
Tempat Penyewaan sepeda motor	.760	.272
Keramah - tamahan	.761	.319
Klinik kesehatan	.588	.580
Akses jalan	.187	.675
Rambu penunjuk jalan	.366	.744
Transportasi	.700	.419
Biaya perjalanan	.381	.677
Jarak tempuh	.458	.604
Kondisi jalan	.048	.860
Pengelola	.443	.743

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Distribusi Variabel pada Faktor Setelah Rotasi

Faktor	Kode Indikator	Indikator	Faktor Loading	Eigen Values	Variasi
Attraction	X1	<i>Snorkeling &amp; Diving with Manta Rays</i>	0,855	11,492	60,483
	X2	<i>Mangrove Forest Tour</i>	0,821		
	X3	<i>Cliff Jump</i>	0,785		
	X4	<i>Surfing</i>	0,757		
	X5	<i>Watersport</i>	0,545		
	X6	<i>Gala-Gala Underground House</i>	0,810		
	X8	Penginapan	0,719		
	X9	<i>Restaurant atau café</i>	0,640		
	X11	Tempat Penyewaan sepeda motor	0,756		
	X12	Tempat Parkir	0,767		
Accessibility	X16	Transportasi	0,706	1,474	7,756
	X7	Toko oleh - oleh	0,576		
	X10	Jasa sewa peralatan watersport	0,588		
	X13	Klinik kesehatan	0,582		
	X15	Petunjuk Jalan	0,696		
	X17	Biaya perjalanan	0,714		
	X18	Jarak tempuh	0,681		
	X19	Kondisi jalan	0,879		
X20	Pengelola	0,785			

Transformation Matrix

Component Transformation Matrix

Component	1	2
1	.792	.611
2	-.611	.792

Extraction Method: Principal  
 Component Analysis.  
 Rotation Method: Varimax with Kaiser  
 Normalization.

### Total Variance Explained

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.492	60.483	60.483	11.492	60.483	60.483	7.721	40.634	40.634
2	1.474	7.756	68.240	1.474	7.756	68.240	5.245	27.605	68.240
3	.835	4.394	72.634						
4	.804	4.232	76.866						
5	.617	3.245	80.111						
6	.521	2.745	82.856						
7	.470	2.471	85.327						
8	.425	2.239	87.565						
9	.386	2.029	89.594						
10	.313	1.645	91.240						
11	.294	1.549	92.788						
12	.263	1.386	94.174						
13	.209	1.100	95.274						
14	.189	.997	96.272						
15	.186	.977	97.248						
16	.158	.833	98.081						
17	.146	.770	98.852						
18	.125	.659	99.511						
19	.093	.489	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lampiran 7  
Surat ijin penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN KLUNGKUNG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN**  
**PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
JL. R.A. KARTINI NO. 33 SEMARAPURA TELP. (0366) 23969  
E-Mail : [pmpmsp.kabklungkung@gmail.com](mailto:pmpmsp.kabklungkung@gmail.com)

**SURAT KEPUTUSAN**  
**NOMOR : 503/019/RP/DPMPTSP/2023**

**TENTANG :**

**REKOMENDASI**

- Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018, tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;  
2. Surat Rekomendasi Nomor : 209/UNDHIRA-PEN.BAA/1/2023, tanggal 26 Januari 2023.

**MEMBERIKAN REKOMENDASI**

Kepada :  
Nama Pemohon : Priska De Vinsky Ythu  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Br. Tegal Gundul, Ds. Tibubeneng,, Kec. Kuta Utara, Kab. Badung  
Judul Penelitian : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN MEMILIH NUSA LEMBONGAN SEBAGAI DESTINASI WISATA DI KLUNGKUNG BALI  
Jumlah Anggota : 1 Orang  
Lokasi Kegiatan : Nusa Lembongan  
Lama Kegiatan : 1 Februari s/d 20 April 2023

Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- Sebelum melakukan kegiatan agar melaporkan kedatangannya kepada pejabat yang ditunjuk.
- Tidak dibenarkan melakukan kegiatan yang tidak ada kaitannya dengan Bidang Judul Kegiatan dimaksud. Apabila melanggar ketentuan, ijin yang diberikan akan dicabut dan harus menghentikan segala kegiatannya.
- Mentaati semua ketentuan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat/aturan-aturan yang berlaku di lingkungan lokasi penelitian.
- Apabila masa berlaku ijin ini telah berakhir sedangkan pelaksanaan kegiatan belum selesai, maka perpanjangan permohonan ijin agar ditujukan kepada instansi pemohon.
- Menyerahkan 2 (dua) buah hasil kegiatan kepada Pemerintah Kabupaten Klungkung melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Klungkung.



Ditetapkan di : Semarapura  
Pada Tanggal : 1 Februari 2023

An. Bupati Klungkung :  
Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Kabupaten Klungkung,

Dr. I Made Sudiarkajaya, S.P., M.M.  
Nidra Karyakarya, S.P., M.M.  
Dipercayai oleh  
Dit. 1 Made Sudiarkajaya, S.P., M.M.  
Duar. 01-02-2023 07:21:18 - 07:00

**Dr. I Made Sudiarkajaya, S.I.P., M.M**  
NIP. 19720412 199101 1 001

**Tembusan disampaikan kepada Yth :**

- Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Bali
- Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Klungkung um dan mohon pengawasannya
- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Klungkung um dan mohon pengawasannya
- Camat Nusa Penida um dan mohon pengawasannya
- Kapolsek Nusa Penida um dan mohon pengawasannya
- Danramil Nusa Penida um dan mohon pengawasannya
- Perbekel Desa Lembongan um dan mohon pengawasannya

Lampiran 8  
Kartu Bimbingan Skripsi

Bimbingan I : Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE, MPA, M.A.

No.	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	11/10/22	Review Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
2	20/10/22	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
3	6/11/22	Penyusunan Kuesioner	<i>[Signature]</i>
4	16/11/22	Ace Kuesioner	<i>[Signature]</i>
5	24/11/22	Revisi bab IV	<i>[Signature]</i>
6	18/12/22	Ace Bab IV	<i>[Signature]</i>
7	15/1/23	Revisi bab V	<i>[Signature]</i>
8	25/1/23	Ace bab V	<i>[Signature]</i>
9	31/1/23	Ace Skripsi	<i>[Signature]</i>

Tanggal, 2 Februari 2023  
Peristas Dhyana Pura  
Ekonomika dan Humaniora  
Fakultas Studi Manajemen  
Jl. Dharma Krimawijanti, SE, MM  
Kampus Proklamasi

Tanggal, 2 Februari 2023  
Mahasiswa dinyatakan siap  
Mengikuti Ujian Skripsi

Bimbingan II : Dr. Dermawan Marwuy, S.Th, M.Si.

No.	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	12/10/22	Review Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
2	21/10/22	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
3	6/11/22	Penyusunan Kuesioner	<i>[Signature]</i>
4	17/11/22	Ace Kuesioner	<i>[Signature]</i>
5	29/11/22	Review Bab IV, V	<i>[Signature]</i>
6	19/12/22	Revisi Bab IV	<i>[Signature]</i>
7	19/1/23	Ace Bab I - V	<i>[Signature]</i>
8	24/1/23	<del>Ace Skripsi</del> Revisi Bab I - V	<i>[Signature]</i>
9	2/2/23	Ace Skripsi	<i>[Signature]</i>

Tanggal, 2 Februari 2023  
Mahasiswa dinyatakan siap  
Mengikuti Ujian Skripsi



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

Jl. Raya Padang Luwih, Br. Tegallaya, Dalung, Kuta Utara, Badung  
Telp. (0361) 426450 - 426451, Fax. (0361) 426452

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : PRISKA DE VINSEY YTHU

NIM : 19110101007

Prog. Studi : Manajemen

Konsentrasi : MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

Judul Skripsi :

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan

Memilih Nusa Lembangan Sebagai Destinasi

Wisata Di Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali

