



UNIVERSITAS DHYANA PURA (UNDHIRA – BALI)

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

Perguruan Tinggi Teladan dan Unggulan

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI

No. 063a/ST-Bimb.Skripsi/UNDHIRA-S1-FEBH-MANAJEMEN/IX/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura, pada semester Ganjil 2022/2023 menugaskan :

Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., MMA, MA

Sebagai **Pembimbing I** pada Skripsi Mahasiswa :

Nama : Firminus Jemahu
NIM : 19110101073
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Bisnis Pariwisata
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah lot Kabupaten Tabanan Provinsi Bali

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 2022/2023.
- Apabila terjadi kekeliruan dalam penetapan surat tugas ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Surat Tugas ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan 31 Januari 2023

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

Badung, 3 September 2022
Program Studi Manajemen



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

SKRIPSI

**FAKTOR–FAKTOR YANG MEMENGARUHI WISATAWAN
BERKUNJUNG KE DAYA TARIK WISATA TANAH LOT
TABANAN, BALI**



FIRMINUS JEMAHU

19110101073

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

**FAKTOR–FAKTOR YANG MEMENGARUHI WISATAWAN
BERKUNJUNG KE DAYA TARIK WISATA TANAH LOT
TABANAN, BALI**

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

**FIRMINUS JEMAHU
19110101073**

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

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL: 7 MARET 2023

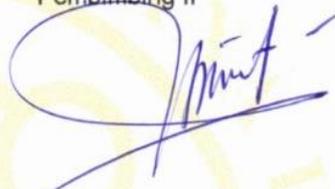
Pembimbing I



(Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., MMA.,MA.)

NIP: 214500006

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 DIUJI PADA

Tanggal: 27 Februari 2023

Panitia Penguji Skripsi Berdasarkan SK Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura,
Nomor: 44/SKRIPSI/UNDHIRA-FEBH-MANAJEMEN/II/2023
Tanggal 21 Februari 2023

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

Persetujuan Publikasi Skripsi untuk Kepentingan Akademis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Firminus Jemahu
NIM : 19110101073
Fakultas : Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora
Program Studi : Manajemen (S1)
Peminatan : Bisnis Pariwisata

Demi mengembangkan Ilmu Pengetahuan, menyetujui bahwa karya ilmiah/skripsi saya yang berjudul "Faktor-faktor yang Memengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot Tabanan, Bali", beserta dengan perangkat yang diperlukan (bila ada) untuk disimpan, dipublikasi 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 : 7 Maret 2023

Yang menyatakan



(Firminus Jemahu)

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Firminus Jemahu
NIM : 19110101073
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot Tabanan, 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 Nomor 17 Tahun 2010 dan peraturan yang berlaku di Universitas Dhyana Pura.

Badung, 7 Maret 2023



(Firminus Jemahu)

NIM: 19110101073

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul "Faktor faktor yang Memengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Tentunya selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak yang telah mendampingi penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada beberapa pihak diantaranya:

1. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., MMA., MA. Rektor Universitas Dhyana Pura Bali dan Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan arahan kepada penulis dari awal penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Dr. Ni Made Diana Erfiani, S.S., Hum, Wakil Rektor I Bidang Akademik, Riset, Inovasi, Kemahasiswaan, dan Alumni Universitas Dhyana Pura Bali.
3. Dr. Drs. R. Tri Priyono Budi Santoso, M.M., Wakil Rektor II Bidang Operasional, SDM, dan Pemasaran Universitas Dhyana Pura Bali.
4. Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara, S.E., M.A Dekan Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali.
5. Ibu Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali yang telah memberikan arahan dari awal proses penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Dr. Dermawan Waruwu, S.Th., M.Si. Selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan arahan kepada penulis dari awal penyusunan skripsi hingga selesai.
7. Dr. Drs. I Nyoman Tingkes, M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sanantiasa membimbing penulis dari awal perkuliahan hingga selesai.

8. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf di Universitas Dhyana Pura Bali, atas segala ilmu, bimbingan, nasihat serta fasilitas yang telah diberikan kepada penulis selama kuliah di Universitas Dhyana Pura Bali.
9. Pengelola serta seluruh staf yang bekerja di Daya Tarik Wisata Tanah Lot, Tabanan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan data-data yang dibutuhkan penulis dalam menyusun tugas akhir skripsi.
10. Keluarga, saudara, terutama kedua orang tua yang penulis cintai telah mendukung dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk kuliah di Universitas Dhyana Pura Bali.
11. Sahabat serta teman-teman yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.

Penulis berharap semoga karya tulis ini dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi para pembaca, khususnya yang berada di Universitas Dhyana Pura Bali.

Badung, 31 Januari 2023

Yang menyatakan



Firminus Jemahu

DAFTAR ISI

JUDUL	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SKRIPSI INI TELAH DIUJI.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pariwisata	6
2.1.2 Pengertian Wisatawan	8
2.1.3 Pengertian Daya Tarik Wisata	8
2.1.4 Manajemen Pemasaran Pariwisata.....	10
2.1.5 Perilaku Konsumen Pariwisata.....	11
2.1.6 Motivasi Berwisata	12
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	14
2.3 Kerangka Berpikir.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	20
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	20
3.1.2 Objek Penelitian.....	20

3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	20
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.3.1 Jenis Data.....	24
3.3.2 Sumber Data.....	25
3.4 Metode Penentuan Sampel.....	25
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6 Teknik Analisis.....	28
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	28
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.6.3 Analisis Faktor.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Destinasi Wisata Pura Tanah Lot.....	32
4.1.1 Sejarah Singkat Destinasi Wisata Pura Tanah Lot.....	32
4.1.2 Daya Tarik Wisata Tanah Lot.....	34
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Pengurus.....	36
4.2 Pembahasan.....	41
4.2.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.2.3 Analisis Deskriptif.....	46
4.2.4 Analisis Faktor.....	49
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
4.4 Keterbatasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Bali Lima Tahun Terakhir	1
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Tanah Lot.....	3
Tabel 3.2.1	Variabel dan Identifikasi Faktor	21
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Negara Wisatawan	43
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.8	Deskripsi Statistik Menurut Nilai Mean Variabel	47
Tabel 4.9	Hasil Uji KMO and Bartlett's of Sphericity Pertama.....	50
Tabel 4.10	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Pertama.....	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Anti Image Matrices Pertama	51
Tabel 4.12	Nilai Komunalitis Pertama	53
Tabel 4.13	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Kedua.....	55
Tabel 4.14	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Kedua.....	56
Tabel 4.15	Hasil Uji Anti Image Matrices Kedua	57
Tabel 4.16	Nilai Komunalitis Kedua	58
Tabel 4.17	Penentuan Faktor untuk Analisis Selanjutnya	63
Tabel 4.18	Komponen Matriks	64
Tabel 4.19	Hasil Rotasi Faktor.....	66
Tabel 4. 20	Distribusi Variabel pada Faktor Setelah Rotasi	67

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.3	Kerangka Berpikir	19
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Pengelola DTW Tanah Lot.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Nama Lampiran
Lampiran 1	Lembar Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data
Lampiran 3	Karakteristik Responden
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5	Analisis Deskriptif
Lampiran 6	Analisis Faktor
Lampiran 7	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 8	Kartu Bimbingan Skripsi

ABSTRACT

This study aims to analyze what factors are affecting tourists visiting the Tanah Lot Tourist Attraction in Tabanan, Bali. This research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents. In this study, the method used was non probability sampling, which is accidental sampling. In this method, respondents are chosen randomly when meeting with researchers and used as a sample if it is felt that the person who happened to be met is a data source. After the data is collected, it is tested using factor analysis at a significant level of 0.5 or 5%. The results of this test show that there are 4 factors that influence tourists' decisions about visiting Tanah Lot tourist attractions, namely hospitality and access, facilities, history and the beaches, natural scenery and Tanah Lot Temple. The main factors influencing tourists to visit are hospitality and access factors. These factors have the most significant and dominant influence on the factors that influence tourists visiting the Tanah Lot tourist attraction in Tabanan, Bali. This is evidenced by the value eigenvalues obtained by 10.714 and their ability to explain the factor as much as 46.6%.

Keywords: Tourist, Influence, Factor Analysis, Hospitality, Access

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot Tabanan, Bali. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*, dalam metode ini responden diambil secara acak saat bertemu dengan peneliti dan dijadikan sebagai sampel, jika dirasa orang yang kebetulan ditemui itu sebagai sumber data. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut diuji menggunakan analisis faktor dengan taraf signifikan sebesar 0,5 atau 5%. Hasil dari pengujian ini terdapat 4 faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot yaitu Keramahtamahan dan Akses, Fasilitas, Sejarah dan Pantai serta Pemandangan Alam dan Pura Tanah Lot. Faktor utama yang memengaruhi wisatawan berkunjung adalah faktor Keramahtamahan dan Akses. Faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan yang paling dominan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot Tabanan, Bali. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *eigenvalues* yang didapatkan sebesar 10,714 dan mampu menjelaskan faktor sebanyak 46,6%.

Kata Kunci: Wisatawan, Memengaruhi, Analisis Faktor, Keramahtamahan, Akses

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara waktu dengan tujuan bukan untuk bekerja atau mencari uang (Amalyah, 2016). Berwisata merupakan perjalanan yang diminati bagi semua orang yang dapat dilakukan oleh individu ataupun kelompok. Perjalanan ini bertujuan untuk bersenang-senang, melihat hal-hal yang unik dan baru yang belum pernah dilihat sebelumnya, mempelajari budaya dan sejarah di tempat tujuan, dan berbagai aktivitas lainnya selain untuk mencari pekerjaan di tempat yang dikunjungi.

Perjalanan wisata dapat dilakukan dalam negeri ataupun luar negeri sesuai dengan kebutuhan masing-masing orang. Perjalanan wisata telah menjadi peluang bisnis baru bagi beberapa pihak atau negara yang terlibat. Pendapatan visa yang meningkat dan terciptanya lapangan pekerjaan baru merupakan salah satu dampak terhadap ekonomi dari perjalanan wisata. Di Indonesia terdapat beberapa destinasi wisata yang diminati wisatawan domestik maupun manca negara. Salah satu destinasi wisata andalan Indonesia adalah Pulau Bali. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali jumlah kunjungan wisatawan ke Bali 5 (lima) tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Bali Lima Tahun Terakhir

Tahun	Domestik	Asing
2018	9.757.991	6.070.473
2019	10.545.039	6.275.210
2020	4.596.157	1.069.473
2021	4.301.592	51
2022	8.052.974	2.155.747

Sumber BPS Provinsi Bali (terupdate, 01/02/2023)

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan ke Bali dari tahun 2018 hingga 2022 selalu naik turun baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan asing menurun drastis yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia dan dunia. Kerugian ekonomi yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 pada destinasi wisata Bali sejak Maret-Juli 2020 sekitar Rp48,5 triliun atau sebesar Rp9,7 triliun/bulan (Waruwu, et al, 2022).

Pariwisata Bali sangat berbeda dari pariwisata pada umumnya yang ada di dunia, hal yang membedakan pariwisata Bali dengan yang lainnya adalah budaya. Budaya Bali sangat terkenal dan masih dilestarikan hingga saat ini, jika dilihat kebiasaan warga setiap hari dan pada hari besar agama seperti hari raya Nyepi. Selain Budaya, Bali juga menyimpan berbagai keindahan alam yang dapat membuat wisatawan ingin berwisata ke Pulau Bali. Pariwisata Bali tersebar di berbagai kabupaten diantaranya Kabupaten Badung terdapat pantai Kuta, Kabupaten Bangli yakni pendakian Gunung Batur, Kabupaten Buleleng dengan air terjun Gitgit, dan di berbagai Kabupaten lainnya.

Kabupaten Tabanan adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Bali, yang memiliki daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan. Kabupaten Tabanan berada sekitar 35 km di sebelah barat Kota Denpasar, berbatasan dengan Kabupaten Buleleng di sebelah utara, Kabupaten Badung di timur, Samudra Indonesia di selatan dan Kabupaten Jembrana di barat. Luas Kabupaten Tabanan adalah 1.013,88 km². Daya tarik wisata di Kabupaten Tabanan, antara lain: Pura Tanah Lot, Pura Ulun Danu Beratan, Jatiluwih, Pura Alas Kedaton, Pantai Kedungu, Puri Anyar dan Puri Gede Kerambitan, Pantai Kelating, Sarin Buana, air terjun Pujangan, dan wisata Bedugul (Reygina, 2020).

Pura Tanah Lot merupakan salah satu tempat ibadah umat Hindu yang disucikan di Bali. Terdapat beberapa daya tarik yang dimiliki oleh Tanah Lot seperti Pura Luhur, Pulau Karang Bolong, *sunset*, dan beberapa aktivitas lainnya. Namun pada dasarnya persepsi setiap wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata bisa berbeda dengan latar belakang wisatawan masing-masing. Begitu pula dengan wisatawan yang berkunjung ke daya Tarik wisata Tanah Lot, memiliki faktor yang berbeda. Tabel 1.2 menunjukkan data kunjungan dari pengelola wisata Tanah Lot, Kabupaten Tabanan dari tahun 2018 sampai 2022.

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Tanah Lot, Kabupaten Tabanan

Tahun	Jumlah
2018	3.335.822
2019	2.797.126
2020	617.687
2021	276.858
2022	1.321.087

Sumber Manajemen Operasional DTW TL 2023

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan ke Tanah Lot dari tahun 2018 sampai 2021 mengalami penurunan. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang sangat signifikan terjadi pada tahun 2020 dan 2021 yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Pada tahun 2021 daya tarik wisata Tanah Lot ditutup sementara dari Tanggal 03 Juli sampai dengan 07 September, penutupan ini berkaitan dengan pemberlakuan PPKM di wilayah Bali.

Ada beberapa pura menarik dan dijadikan daya tarik wisata di Bali seperti Pura Luhur Uluwatu, Pura Ulun Danu Beratan Bedugul, Pura Tirta Empul Tampak Siring dan beberapa pura menarik lainnya. Kunjungan wisatawan ke suatu destinasi wisata memiliki latar belakang dan motivasi yang berbeda pada

setiap individu maupun kelompok. Terdapat empat kelompok besar motivasi dalam berwisata yaitu: (1) motivasi fisik; yang bertujuan untuk relaksasi, kegiatan olahraga, dan penyegaran fisik, (2) motivasi budaya; yaitu dorongan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain, (3) motivasi sosial atau motivasi interpersonal; keinginan untuk mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, hingga pelarian dari situasi yang membosankan, (4) motivasi status; berkaitan dengan pengembangan diri seperti wisata untuk bisnis, pendidikan serta menekuni hobi, (Kusuma, 2016). Motivasi wisatawan yang berbeda perlu diketahui oleh setiap pengelola tempat wisata agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan yang berkunjung dan dapat memasarkan produk ke wisatawan yang tepat.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas yang dapat berpengaruh terhadap variabel lainnya. Variabel yang diambil adalah berdasarkan unsur yang penting agar wisatawan merasa puas dalam menikmati perjalanannya yaitu, *attractions, facility, infrastructure, transportations* dan *hospitality* Spillane dalam (Hidayat, 2013). Dari beberapa konsep yang telah disebutkan akan digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan terkait faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot Tabanan, Bali?
2. Faktor apa yang paling dominan yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot Tabanan, Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot Tabanan, Bali.
2. Untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot Tabanan, Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan penerapan teori-teori terkait ilmu manajemen yang telah penulis pelajari selama kuliah seperti:

- a. Manajemen pemasaran khususnya perilaku konsumen dan motivasi konsumen dalam berwisata.
- b. Manajemen destinasi wisata khususnya pengelolaan daya tarik wisata.

2. Manfaat Praktis.

Hasil dari penelitian ini akan menjadi bahan pertimbangan dan juga masukan yang berguna bagi pengelola wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali, agar dapat mengambil kebijakan untuk mengembangkan objek wisata Tanah Lot sehingga wisatawan merasa puas dan nyaman.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Penelitian ini sangat erat kaitannya dengan manajemen pariwisata. Sebelum melakukan penelitian pemahaman terkait pariwisata sangat diperlukan sebagai landasan dan pegangan agar lebih mudah memahami dalam meneliti sebuah kasus. Dalam landasan teori ini penulis membahas beberapa teori dan konsep yang berhubungan dengan judul penelitian.

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau bisnis atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi hanya semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut dengan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Medi, 2018). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pengertian kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Pengertian pariwisata menurut *World Tourism Organization (WTO)* (Muljadi, 2016:10), menyimpulkan sebagai : *“the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year*

for leisure, business and other purposes” atau berbagai aktivitas yang dilakukan orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk dan tinggal di luar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk kesenangan, bisnis dan keperluan lain. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan individu atau sekelompok orang dari tempat tinggal ke tempat tujuan untuk kesenangan, bisnis, mengunjungi kerabat dan keperluan lainnya kecuali untuk mencari upah dalam kurun waktu kurang dari satu tahun atau perjalanan sementara.

Kegiatan pariwisata ini pada hakikatnya memerlukan proses perjalanan yang melibatkan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelaku perjalanan atau disebut sebagai wisatawan. Beberapa kebutuhan wisatawan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Transportasi, dalam melakukan sebuah perjalanan tentu membutuhkan transportasi yang dapat mengantarkan wisatawan dari tempat tinggal ke tempat tujuan. Transportasi yang dimaksud bisa berupa transportasi udara, laut dan darat.
2. Hotel atau penginapan, ketika wisatawan tersebut ingin melakukan perjalanan dalam kurun waktu lebih dari 24 jam atau lebih dari sehari, hal tersebut tentu akan membutuhkan yang namanya hotel atau penginapan. Hotel atau penginapan adalah sebuah usaha dalam bidang jasa yang menyediakan layanan untuk menginap bagi pelaku perjalanan atau wisatawan itu sendiri.
3. Restoran, kebutuhan akan makan dan minum bagi pelaku perjalanan. Restoran atau rumah makan merupakan sebuah usaha dalam bidang

jasa yang menyediakan makanan dan minuman ataupun kebutuhan lainnya.

2.1.2 Pengertian Wisatawan

Wisatawan atau dalam bahasa Inggris disebut *tourist* adalah orang yang melakukan perjalanan wisata dengan berbagai tujuan baik kesenangan, kesehatan, bisnis, mengunjungi sanak saudara, dan tujuan lainnya kecuali untuk mencari pekerjaan. Batasan pengertian *tourist* yang diambil dalam konvensi PBB dan diratifikasi oleh lebih dari 70 negara ialah “setiap orang yang datang ke suatu negara karena alasan lain untuk tujuan bermigrasi dan yang tinggal paling sedikit 24 jam, serta paling lama 6 bulan dalam tahun yang sama (Muljadi, 2016:12).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Aktivitas wisatawan mengarah pada individu atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan sementara dari tempat tinggal ke tempat tujuan yang selanjutnya disebut daya tarik wisata dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, bisnis dan tujuan lainnya kecuali menetap atau mencari pekerjaan di daerah tujuan.

2.1.3 Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya Tarik wisata atau objek wisata merupakan sebuah istilah dalam ilmu pariwisata yang berarti tempat yang menjadi tujuan dari wisatawan untuk berkunjung. Istilah objek wisata yang mengartikan suatu daerah tujuan wisatawan kemudian berubah menjadi daya tarik wisata setelah peraturan

pemerintah (PP) pada tahun 2009. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Berikut beberapa jenis daya tarik wisata yang dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.

a. Daya Tarik Wisata Alam

Secara garis besar daya tarik wisata alam dapat dibedakan menjadi 2 yaitu daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan di wilayah perairan laut seperti bentang pesisir pantai, bentang laut, dan kolam air dan dasar laut. Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan di wilayah daratan seperti pegunungan dan hutan alam/taman nasional/taman wisata alam/taman hutan raya, perairan sungai dan danau, perkebunan, pertanian, dan bentang alam khusus seperti gua, padang pasir dan sejenisnya.

b. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan atas daya tarik yang berwujud dan tidak berwujud. Daya tarik yang berwujud seperti cagar budaya, perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas, serta museum. Sedangkan daya tarik yang tidak berwujud seperti kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu tempat, serta kesenian seperti angklung, reog dan sebagainya.

c. Daya Tarik Wisata Buatan Manusia

Daya tarik hasil buatan manusia digolongkan sebagai daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar wisata alam dan budaya. Daya tarik wisata buatan manusia ini meliputi fasilitas rekreasi dan hiburan atau taman bertema, fasilitas peristirahatan terpadu, serta fasilitas rekreasi dan olahraga.

2.1.4 Manajemen Pemasaran Pariwisata

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu, (Susan, 2019). Manajemen dapat diartikan sebagai ilmu yang mengatur segala sumber daya yang ada agar dapat mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Manajemen yang baik tentu harus memiliki keahlian dalam mengelola sumber daya yang ada.

Manajemen pemasaran pariwisata adalah seni mengatur dan mengelola sumber daya yang ada dalam hal ini potensi wisata sehingga dapat mendatangkan wisatawan sebagai konsumen. Pemasaran bertujuan untuk menempatkan kepuasan pelanggan dan menempatkan nilai-nilai organisasi dalam mengambil keputusan termasuk strategi untuk pengembangan produk, (Utama, 2017:57).

Produk dalam pemasaran pariwisata adalah berupa produk jasa, maka komunikasi yang baik serta informasi yang diberikan kepada konsumen perlu diperhatikan. Komunikasi pemasaran adalah pertukaran informasi yang bermakna dan merupakan alat ampuh bagi organisasi dan lingkungan dengan tujuan untuk melakukan perencanaan pemasaran dan strategi untuk menarik pelanggan, (Utama, 2017:58). Secara sederhana manajemen pemasaran

pariwisata dapat diartikan sebagai seni mengelola potensi wisata yang ada sabaik mungkin agar dapat menarik kosumen. Komunikasi yang baik dan informasi yang diberikan kepada konsumen sangat berpengaruh untuk menarik minat konsumen dalam hal ini adalah wisatawan.

2.1.5 Perilaku Konsumen Pariwisata

Perilaku konsumen bagi manajer pemasaran berfungsi sebagai dasar kegiatan penyusunan dan evaluasi strategi pemasaran (bauran pemasaran, segmentasi pasar, dan *differentiation and positioning product*), (Nasar, 2019). Perilaku konsumen perlu diketahui dan dipelajari agar suatu perusahaan dapat memutuskan dan mengambil strategi yang sesuai dengan kebutuhan pasar, selain itu dengan mengetahui perilaku konsumen perusahaan dapat mengevaluasi segala kemungkinan yang tidak diinginkan.

Dalam Utama (2017:186), segmentasi pasar adalah suatu proses yang membagi pasar menjadi para pelanggan yang terdiri atas orang-orang dengan kebutuhan dan karakteristik yang sama, yang mengarahkan konsumen untuk merespon tawaran produk/jasa yang ditawarkan. Ada beberapa segmen pasar yang digunakan oleh pakar pemasaran, Utama (2017:186):

1. Geographic Segmentation

Segmentasi pasar ini membagi pasar berdasarkan tempat atau wilayah, kota atau kawasan suatu negara yang terdapat kebutuhan dan keinginan bervariasi berdasarkan tempat tinggalnya. Dalam hal ini perusahaan dapat memutuskan untuk beroperasi pada waktu wilayah geografis dengan memberikan variasi lokal.

2. Demographic Segmentation

Segmen pasar ini membagi berdasarkan variabel-variabel demografis dalam membedakan pelanggan. Hal ini dipengaruhi keinginan, preferensi dan tingkat

pemakaian konsumen sering berhubungan dengan variabel demografis. Berikut beberapa variabel yang digunakan dalam melakukan segmentasi pasar berdasarkan demografis:

- 1) Wilayah dan ukuran, segmen ini dapat membantu perusahaan untuk menentukan pasar sasaran wilayah yang tepat bagi perusahaan.
- 2) Kepadatan, segmen ini dapat menjadi kelompok perkotaan, pinggiran kota dan pedesaan.
- 3) Iklim, iklim dapat menjadi salah satu segmen yang penting untuk diketahui perusahaan, karena salah satu faktor utama dalam menentukan segmentasi pasar.

3. *Psychographic segmentation*

Segmentasi pasar ini membagi pembeli atas kelompok-kelompok berdasarkan *social class* dan *lifestyle*. Kelompok *social class* dibagi dalam kelompok kaya atau berpenghasilan tinggi dan berpenghasilan rendah, sedangkan kelompok *lifestyle* sering dijadikan alasan untuk memilih fasilitas akomodasi yang sesuai dengan kelas dan kedudukannya. Segmen ini dapat memberikan peluang bagi perusahaan untuk merencanakan target yang lebih akurat dan mempersiapkan fasilitas istimewa yang diinginkan.

2.1.6 Motivasi Berwisata

Motivasi berwisata adalah keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat yang baru dengan berbagai alasan pribadi. Pada umumnya perjalanan berwisata adalah kegiatan mengunjungi tempat wisata. Dalam melakukan perjalanannya ada beberapa hal yang membuat wisatawan merasa puas ketika berkunjung ke suatu tempat atau destinasi wisata. Menurut Spillane dalam (Hidayat, 2013) suatu daya tarik wisata harus meliputi lima unsur yang

penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, maka daya tarik wisata harus meliputi:

1. Atraksi (*attraction*)

Atraksi merupakan pusat (*primary destination*) dari industri pariwisata yang sangat menarik perhatian wisatawan untuk mengunjunginya dan merupakan objek pokok dari perjalanan mereka. Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Wisatawan tertarik melakukan perjalanan karena memiliki daya tarik dari suatu tempat, daya tarik yang dimaksud dapat berupa: Keindahan alam, iklim, cuaca, kebudayaan, sejarah, dan hal-hal menarik lainnya.

2. Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan. Fasilitas dapat dikatakan sebagai ketersediaan akan segala kebutuhan yang diperlukan wisatawan. Fasilitas yang dimaksud berupa ketersediaan toilet yang bersih dan memadai, lahan parkir yang luas, terdapat toko cenderamata, tersedianya warung makan dan minuman serta fasilitas umum lainnya. Selain itu fasilitas juga harus cocok dengan kualitas dan harga yang diberikan kepada wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut.

3. Infrastruktur

Infrastruktur yang baik dan terpenuhi dapat memudahkan wisatawan ketika berkunjung ke suatu destinasi. Infrastruktur termasuk semua konstruksi di bawah dan di atas tanah dalam suatu wilayah atau daerah. Infrastruktur yang dimaksud

berupa: akses jalan yang baik, jaringan komunikasi, jasa kesehatan dan infrastruktur lainnya.

4. Aksesibilitas (*Transportation*)

Aksesibilitas adalah berbagai sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Faktor-faktor yang penting di dalam aksesibilitas meliputi: denah perjalanan wisata, data atraksi wisata, bandara, transportasi darat, waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke tempat wisata, biaya untuk transportasi dan banyaknya kendaraan ke tempat wisata.

5. Keramahtamahan (*Hospitality*)

Keramahtamahan adalah suatu hal yang penting dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Keramahtamahan sangat erat kaitannya dengan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata dapat memberikan kepuasan secara langsung kepada wisatawan. Sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan sebagai senjata yang ampuh untuk mengajak wisatawan datang kembali.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Zuraida dan Kusumarini (2019) melakukan penelitian dengan topik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Wisatawan China Berwisata ke Nusa Penida, menggunakan metode analisis faktor dengan teknik sampel aksidental. Penelitian ini menghasilkan bahwa keputusan wisatawan China dalam berwisata ke Nusa Penida dipengaruhi oleh 5 (Lima) faktor pendorong dan 4 (Empat) faktor penarik: Lima faktor pendorong yang mempengaruhi keputusan wisatawan China untuk berwisata ke Nusa Penida dan mewakili 62,417% varian yang ada, yaitu (1) faktor *Strengthening family bonds* dan *Wish fulfilment* dengan varian sebesar 29,440%, (2) faktor *Romance* dan *Social Interaction* dengan varian sebesar

13,559%, (3) faktor *Escape* dan *Relaxation* sebesar 7,350%, (4) faktor *Educational Opportunity* dan *Selffulfilment* dengan varian sebesar 6,333%, (5) faktor *Prestige* dengan varian sebesar 5,735%. Empat faktor penarik yang mempengaruhi keputusan wisatawan China untuk berwisata ke Nusa Penida dan mewakili 76,097% varian yang ada, yaitu (1) faktor *Amenities* dan *Accessibility* dengan varian sebesar 36,559%, (2) faktor *Attraction* dengan varian sebesar 25,996%, (3) faktor *Image* sebesar 7,436%, (4) faktor *Price* dengan varian sebesar 6,106%.

Andina dan Aliyah (2021) melakukan penelitian dengan topik faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur, untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi wisata budaya Candi Borobudur. Rancangan penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuisisioner *online* sebagai alat pengumpul data dan melibatkan 55 responden wisatawan yang pernah berkunjung ke Candi Borobudur. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi wisata budaya Candi Borobudur ialah yang utama disebabkan oleh atraksi wisata atau daya Tarik wisata. Selain itu juga dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya yaitu dari minat berwisata yang tinggi, informasi yang mudah didapatkan, aksesibilitas yang mudah dijangkau, fasilitas penunjang pariwisata serta tarif yang relatif murah.

Inayatuka dan Sukawati (2019) melakukan penelitian dengan topik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan Cina berkunjung ke Bali, melibatkan 80 orang responden yang merupakan wisatawan Cina yang sedang berkunjung ke Bali dengan metode *non probability sampling*. Data dikumpulkan

dengan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Berdasarkan hasil analisis ditemukan lima faktor yang mempengaruhi wisatawan Cina berkunjung ke Bali, lima faktor tersebut menjelaskan semua varian yang ada didalam data yaitu sebesar 62.049 persen. Kelima faktor tersebut antara lain proses (yang terdiri dari variabel harga, fasilitas fisik, promosi, distribusi, orang dan produk), gaya hidup (yang terdiri dari variabel usia, pekerjaan dan pendapatan), teman (yang terdiri dari variabel kelompok, keluarga, dan status sosial), budaya (yang terdiri dari variabel kelas sosial dan subbudaya) dan motivasi (yang terdiri dari variabel persepsi), motivasi merupakan variabel yang paling dominan.

Kamal dan Pramanik (2015) melakukan penelitian dengan topik *identifying factors influencing visitors to visit museums in Bangladesh and setting marketing strategies for museums*, menemukan bahwa faktor lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap kunjungan museum. Lingkungan di dalam dan di luar museum harus menguntungkan. Suhu di dalam museum harus dikontrol. Selain itu penelitian ini juga telah mengeksplorasi tujuh faktor dan 30 atribut yang dipertimbangkan pengunjung saat memutuskan untuk mengunjungi museum mana pun. Faktor-faktor ini adalah nilai-nilai budaya, arkeologi, motivasi, estetika, layanan terkait, pembelajaran dan promosi. Studi ini telah mengungkapkan bahwa faktor budaya, motivasi, layanan dan faktor promosi adalah faktor yang mendominasi yang menunjukkan bahwa pengunjung haus untuk belajar tentang budaya dan kecintaan mereka terhadap budaya terkait materi serta sikap terhadap berbagai atribut memiliki peran penting dalam pembentukan perilaku kunjungan museum secara individu. Selain itu layanan yang disediakan dan berbagai program promosi antara faktor-faktor lain, memiliki peran penting

secara individu. Penelitian ini juga menghasilkan bahwa pengunjung mempertimbangkan masalah risiko dan keamanan jika mengunjungi tujuan mana pun. Risiko yang dirasakan seperti pencurian, perampokan, serangan, pembajakan, kecurangan, hawa menggoda, dan pelecehan seksual harus diminimalkan selama kunjungan. Keamanan dan keselamatan pribadi harus dipastikan untuk pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan.

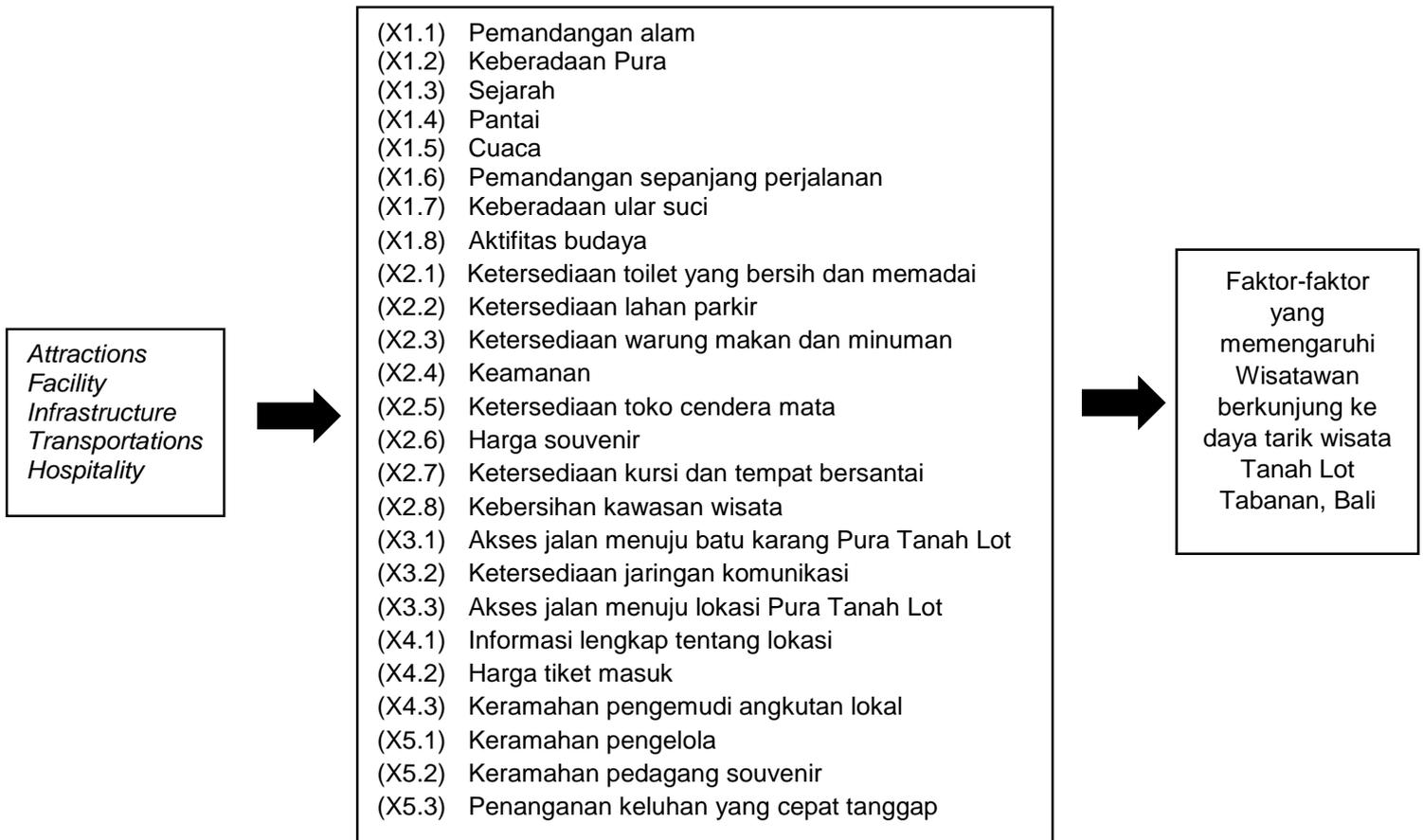
Abuamoud, dkk (2014) melakukan penelitian dengan topik *factors affecting the willingness of tourists to visit Cultural Heritage Sites in Jordan*, menunjukkan bahwa 74% dari 300 responden bersedia mengunjungi Cultural Heritage Sites (CHS) dengan menjawab ya untuk pertanyaan "apakah Anda bersedia mengunjungi situs warisan budaya di Badia Utara?" dan 68% dari mereka yang menjawab dengan tegas Bersedia menginap di CHS. Sementara 56% dari responden ini lebih suka tinggal hanya satu malam, sisanya bersedia tinggal lebih lama di CHS. Persentase ini akan digunakan untuk memperkirakan pengembalian yang diantisipasi nanti. Hasilnya juga menunjukkan bahwa 13,4% dari pengunjung multi-tujuan datang melalui Mesir dan 15,4% menyebutkan Suriah, sementara sekitar 14% menyebutkan dua hingga tiga negara berbeda yang mereka rencanakan untuk dikunjungi selain Yordania termasuk Mesir, Suriah, Lebanon, Turki, tepi barat, dan Israel adalah tujuan paling umum untuk kedatangan ke Yordania. Studi ini menemukan bahwa 73% wisatawan datang untuk liburan, 13% untuk bisnis, 2% untuk menonton satwa liar, 2% untuk alasan agama, dan 10% untuk alasan lain. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa 86% responden paling menikmati aspek budaya dan sejarah Yordania. Untuk itu, pengambil keputusan harus berpikir serius tentang bagaimana berinvestasi dalam aset warisan budaya masyarakat lokal dan memberikan peluang bagi

wisatawan dengan harga yang wajar, serta memberikan layanan berkualitas tinggi.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dapat dilihat pada Gambar 2.3 yang membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi Wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali yang menggunakan faktor analisis yang terdiri dari *Attractions, Facility, Infrastructure, Transportation* dan *Hospitality Spillane* dalam (Hidayat, 2013). Dari lima variabel tersebut akan terbentuk 25 indikator yang akan digunakan sebagai acuan dalam membuat kuesioner untuk mengetahui faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan.

Gambar 2. 3
Kerangka Berpikir



Sumber Spillane dalam (Hidayat, 2013)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Tanah Lot yang merupakan salah satu daya tarik wisata yang terkenal di Bali, Lokasinya berada di Desa Beraban, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan. Penelitian ini dilakukan dari bulan Agustus 2022 sampai bulan Januari 2023.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini merupakan faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot.

3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel bebas yang dapat berpengaruh terhadap variabel lain. Penelitian ini menggunakan variabel bebas berdasarkan unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya ialah, *Attractions*, *Facility*, *Infrastructure*, *Transportations* dan *Hospitality* Spillane dalam (Hidayat, 2013), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung.

Dari beberapa variabel yang telah ditentukan, maka terbentuklah 25 indikator yang dibagi menurut variabelnya masing-masing, di antaranya: variabel *Attractions* terdiri dari 8 indikator, variabel *Facility* terdiri dari 8 indikator, variabel *Infrastructure* terdiri dari 3 indikator, variabel *Transportation* terdiri dari 3 indikator dan yang terakhir variabel *Hospitality* yang terdiri dari 3 indikator.

Tabel 3.2.1
Variabel dan Identifikasi Faktor

Kode	Indikator Variabel	Definisi Operasional Indikator
X1.1	Pemandangan alam	Keindahan matahari terbenam dari atas tebing dan dari tepi pantai.
X1.2	Keberadaan Pura	Pura yang ada di Tanah Lot sangat unik karena letaknya di tengah pantai di atas batu karang.
X1.3	Sejarah	Sejarah berdirinya Pura Tanah Lot
X1.4	Pantai	Di Tanah Lot terdapat pantai yang didominasi oleh batu karang
X1.5	Cuaca	Cuaca yang ada di Tanah Lot dan Bali pada umumnya
X1.6	Pemandangan sepanjang perjalanan	Kondisi pemandangan alam yang ada di sepanjang perjalanan menuju Tanah Lot
X1.7	Keberadaan ular suci	Terdapat ular suci berwarna hitam putih dengan ekor pipih
X1.8	Aktivitas budaya	Aktivitas budaya masyarakat Bali di Pura Tanah Lot
X2.1	Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	Toilet yang bersih dan memadai akan membuat wisatawan merasa nyaman ketika berkunjung
X2.2	Ketersediaan lahan parkir	Lahan parkir yang luas akan memudahkan wisatawan untuk memarkir kendaraanya
X2.3	Ketersediaan warung makan dan minuman	Keberadaan warung makan dan minum di kawasan Tanah Lot akan memudahkan wisatawan
X2.4	Keamanan	Keamanan bagi pengunjung dan barang bawaan pengunjung di sekitar kawasan wisata Tanah Lot
X2.5	Ketersediaan toko cenderamata	Keberadaan toko cenderamata yang ada di Tanah Lot dapat membuat wisatawan memiliki banyak pilihan untuk berbelanja souvenir.
X2.6	Harga souvenir	Harga souvenir yang dirasa terlalu mahal atau sesuai dengan barang yang akan dibeli memengaruhi wisatawan untuk berbelanja
X2.7	Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	Keberadaan kursi dan tempat untuk bersantai akan membuat wisatawan merasa nyaman saat berkunjung

X2.8	Kebersihan kawasan wisata	Kebersihan di sekitar kawasan wisata Pura Tanah Lot
X3.1	Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	Akses jalan yang baik dari tempat parkir menuju Pura Tanah Lot akan memengaruhi wisatawan berkunjung
X3.2	Ketersediaan jaringan komunikasi	Ketersediaan jaringan komunikasi yang memadai di sekitar Pura Tanah Lot akan membuat wisatawan merasa nyaman
X3.3	Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot	Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot yang baik akan membuat wisatawan merasa nyaman untuk berkunjung
X4.1	Informasi lengkap tentang lokasi	Informasi yang lengkap tentang lokasi dan rute perjalanan akan membantu wisatawan ketika berkunjung
X4.2	Harga tiket masuk	Harga tiket masuk yang sesuai di berbagai media informasi dengan kenyataan yang ada di daya tarik wisata Tanah Lot
X4.3	Keramahan pengemudi angkutan lokal	Keramahan pengemudi angkutan lokal akan membuat wisatawan merasa nyaman saat berkunjung
X5.1	Keramahan pengelola	Keramahan pengelola objek wisata Tanah Lot akan memengaruhi wisatawan saat berkunjung
X5.2	Keramahan pedagang souvenir	Keramahan pedagang souvenir terhadap wisatawan akan memengaruhi wisatawan berkunjung.
X5.3	Penanganan keluhan yang cepat tanggap	Penanganan keluhan yang cepat tanggap akan membuat wisatawan merasa nyaman dan dihargai

Sumber Spillane dalam (Hidayat:2013)

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel ini dapat didefinisikan secara sederhana dengan jenis faktor berdasarkan unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya Spillane dalam (Hidayat,2013) yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.1 yang selanjutnya akan dijelaskan berikut ini:

1 *Attractions* (Atraksi)

Atraksi wisata dapat dikatakan sebagai pusat dari sebuah industri wisata, tanpa adanya atraksi wisata maka dapat dipastikan wisatawan tidak akan mau berkunjung. Atraksi wisata yang menarik wisatawan ialah seperti keindahan alam, sejarah, kebudayaan serta iklim dan cuaca. Ketersediaan *attractions* yang terdapat di Tanah Lot, Desa Beraban, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali dalam memengaruhi kunjungan wisatawan terdapat 8 indikator: pemandangan alam, keberadaan pura, sejarah, pantai, cuaca, pemandangan sepanjang perjalanan, keberadaan ular suci, dan aktivitas budaya.

2 *Facility* (Fasilitas)

Wisatawan Akan merasa senang berkunjung ke suatu tempat yang memiliki fasilitas yang lengkap dan terjaga dengan baik. Ketersediaan fasilitas yang lengkap dapat memengaruhi wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot, Desa Beraban, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali dalam memengaruhi kunjungan wisatawan terdapat 8 indikator: ketersediaan toilet yang bersih dan memadai, ketersediaan lahan parkir, ketersediaan warung makan dan minuman, keamanan, ketersediaan toko cenderamata, harga souvenir, ketersediaan kursi dan tempat bersantai, dan kebersihan kawasan wisata.

3 *Infrastructure* (infrastruktur)

Atraksi wisata tentu tidak dapat dinikmati atau dikunjungi oleh wisatawan tanpa adanya infrastruktur yang memadai untuk mendukung perjalanan wisatawan. Infrastruktur yang dimaksud adalah akses jalan yang baik menuju daya tarik wisata maupun di lokasi wisata, jaringan komunikasi, dan infrastruktur lainnya yang dapat mendukung perjalanan wisatawan. Ketersediaan infrastruktur yang memadai dapat memengaruhi wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot,

Desa Beraban, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali dalam memengaruhi kunjungan wisatawan terdapat 3 indikator: akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot, ketersediaan jaringan komunikasi, dan akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot.

4. *Transportation* (Aksesibilitas)

Ketersediaan transportasi baik transportasi umum dan rental yang mudah dijumpai dapat memengaruhi wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot, Desa Beraban, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali dalam memengaruhi kunjungan wisatawan terdapat 3 indikator: informasi lengkap tentang lokasi, harga tiket masuk, dan keramahan pengemudi angkutan lokal.

5. *Hospitality* (Keramahtamahan)

Bagi seorang wisatawan yang berada di suatu lingkungan yang baru tentu sangat membutuhkan kenyamanan dan keamanan. Keramahtamahan dari pengelola dan penduduk sekitar yang terlibat dengan wisatawan dapat memengaruhi wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot, Desa Beraban, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali dalam memengaruhi kunjungan wisatawan terdapat 3 indikator: keramahan pengelola wisata, keramahan pedagang souvenir, dan penanganan keluhan yang cepat tanggap.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian yang dilakukan di daya tarik wisata Tanah Lot ini akan digunakan jenis data sebagai berikut:

3.3.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif, yaitu semua jenis data yang berupa angka-angka seperti data yang mengenai jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot.

2. Data Kualitatif, yaitu semua jenis data yang sifatnya tidak terstruktur hal ini karena jenis data yang non angka sngat beragam. Dalam penelitian ini data kualitatif yang dimaksud berupa karakteristik responden seperti: Nama, jenis kelamin, daerah asal, pekerjaan, status dan usia.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yaitu subyek dari mana data itu diambil, penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara dalam mengumpulkan data. Secara umum data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang sumbernya berasal langsung dari responden yaitu, berupa wawancara dan kuesioner yang diberikan langsung kepada wisatawan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang sumbernya tidak berasal langsung dari wisatawan melainkan diperoleh dari media perantara (sumber bacaan yang ditulis oleh pihak lain).

3.4 Metode Penentuan Sampel

Metode penentuan sampel pada umumnya dapat dikelompokkan menjadi dua yakni, *probability sampling* dan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018:120) memberikan pemahamannya terkait *probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, selanjutnya (Sugiyono, 2018:122) juga menjelaskan *non probability sampling* adalah teknik yang tidak

memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini metode penentuan sampel yang digunakan berupa *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan sebuah teknik penentuan sampel secara kebetulan, dimana responden diambil secara acak saat bertemu dengan peneliti dan dijadikan sebagai sampel, jika dirasa orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data. Dalam teknik penentuan sampel ini pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu melainkan peneliti langsung saja mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui. Untuk memperoleh hasil yang optimal, jumlah sampel yang diperlukan jika menggunakan analisis faktor adalah sebanyak 4 sampai 5 kali dari jumlah pertanyaan yang diteliti Malhotra dalam (Suwastawa, 2014). Dalam penelitian ini jumlah pertanyaan atau indikator yang akan diteliti sebanyak 25, maka 4×25 yaitu 100 responden.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Metode Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu aktivitas yang dilakukan dengan maksud merasakan dan terjun langsung di sebuah tempat penelitian kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang telah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan beberapa informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian.

2) Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada wisatawan yang sedang berkunjung dan kepada pengelola untuk mendapatkan data-data yang ingin diketahui dari suatu objek yang sedang diteliti.

3) Metode Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab hal-hal yang diteliti. Kuesioner dapat diberikan secara langsung kepada wisatawan yang sedang berkunjung atau dapat disebarakan melalui link kepada siapapun yang pernah berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot. Jawaban dari kuesioner ini hanya dapat diisi dengan satu pilihan yang telah disediakan.

4) Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari data dari beberapa sumber yang terpercaya berupa dokumen, catatan, buku, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.6 Teknik Analisis

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah alat 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 dalam (Rahmi, 2020). Deskripsi terhadap setiap hasil kuesioner penelitian akan diuraikan tanggapan dari setiap responden terhadap variabel kepuasan berkunjung. Selanjutnya dilakukan penilaian secara terukur menggunakan skala interval dengan mengkombinasi rata-rata skor menurut jenis penelitiannya. Berikut rumus interval kelas menurut Sugiyono (2018:134).

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Rentang $5-1 = 4$

C = Interval kelas

R = Range

K = Jumlah Klasifikasi

$$C = \frac{R}{K}$$

$$C = \frac{4}{5} = 0,8$$

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

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan guna mengetahui ketepatan data dan mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya (Prasetyo, 2016). Untuk menentukan valid atau tidak setiap butir pertanyaan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung yang diperoleh r tabel. Dalam penelitian ini taraf signifikan yang digunakan adalah 5%. Ketentuan untuk mengetahui valid atau tidak data yang telah dikumpulkan sebagai berikut:

r hitung < r tabel atau taraf signifikan > 5% (tidak valid)

r hitung > r tabel atau taraf signifikan < 5% (valid)

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diuji sesuai dengan data sesungguhnya di lapangan. Untuk menguji validitas dapat dilakukan menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Skor tiap item

Y = Skor total variabel untuk melakukan uji validitas

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur yang digunakan dalam penelitian (Prasetyo, 2016). Melalui uji reliabilitas dapat diketahui apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan apabila pengukuran dengan gejala yang sama diulang. Teknik yang digunakan dalam melakukan uji reliabilitas yaitu metode *Cronbach's Alpha*. Prasetyo (2016), formula yang disarankan dalam uji reliabilitas sebagai berikut:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ \frac{\sum S b^2}{S_1^2} \right\}$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas konsumen

S_1^2 = Varian total

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum S b^2$ = Jumlah varian butir

Kuesioner yang nilai *cronchbach's* alphanya lebih besar dari 0,6 dapat dinyatakan reliabel.

3.6.3 Analisis Faktor

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, langkah selanjutnya adalah mengelola data menggunakan analisis faktor Utama (2016:147). Ada tiga tahap dalam melakukan analisis faktor yaitu analisis faktor tahap I, analisis faktor tahap II (*factoring rotation*), dan analisis faktor tahap III (penamaan faktor). Berikut penjelasan mengenai tahap-tahapan analisis faktor:

1. Melakukan pengelompokan terhadap variabel-variabel yang ada. Variabel yang dinyatakan valid akan digunakan dalam tahap analisis selanjutnya, variabel-variabel yang dinyatakan tidak valid akan dihilangkan. Metode yang digunakan yaitu KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) dan *Bertlett Test of*

Sphericity, pengukuran MSA (*Measuring of Sampling Adequacy*), dan pengujian dengan *Anti Image Matrices*.

2. Selanjutnya proses *factoring*. Proses ini dilakukan dengan cara mengekstraksi variabel-variabel yang terpilih sehingga terbentuk satu faktor atau lebih. Metode ekstraksi yang digunakan yaitu *Principal Component Analysis*. Setelah dilakukan ekstraksi, proses selanjutnya adalah proses rotasi untuk memastikan adanya perbedaan signifikan antara masing-masing faktor yang terbentuk.
3. Memberi nama masing-masing faktor dimulai dari nilai eigen terbesar sampai yang terkecil.
4. Setelah itu, uji keakuratan model. Keakuratan model dapat diketahui dari besarnya residual yang terjadi.
5. Setelah melakukan analisis data, akan terbentuk satu atau lebih faktor baru terbentuk yang dilihat dari nilai eigen terbesar sampai terkecil. Faktor baru yang terbentuk selanjutnya akan diberi nama berdasarkan nilai ekstraksi yang didapat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Destinasi Wisata Pura Tanah Lot

4.1.1 Sejarah Singkat Destinasi Wisata Pura Tanah Lot

Sejarah Pura Tanah Lot dalam (Susila, 2021) menjelaskan bahwa, Pura Tanah Lot dibangun oleh seorang brahmana yang mengembara dari Jawa, yaitu Danghyang Nirartha. Beliau mampu menguatkan kepercayaan penduduk Bali terhadap ajaran Hindu dan membangun Sad Kahyangan tersebut pada abad ke-16. Pada masa itu, penguasa Tanah Lot yang bernama Bendesa Beraben merasa iri kepada Danghyang Nirartha karena para pengikut Bendesa Beraben mulai mengikuti Danghyang Nirartha. Bendesa Beraben kemudian menyuruh Danghyang Nirartha meninggalkan Tanah Lot. Danghyang Nirartha menyanggupi, tetapi sebelumnya dengan kekuatan yang dimiliki Danghyang Nirartha mampu memindahkan Bongkahan Batu ke tengah pantai (bukan ke tengah laut) dan membangun Pura di atasnya termasuk juga mengubah selendangnya menjadi ular penjaga Pura.

Pada sumber lain Soebandi dalam (Giri, 2020) menjelaskan bahwa, Pura Tanah Lot dikaitkan dengan sejarah perjalanan rohaniwan bernama Maha Resi Dang Hyang Nirartha ketika perjalanannya dari Jawa ke Bali pada sekitar tahun 1489 Masehi. Dikatakan bahwa tidak dijelaskan kalau Dang Hyang Nirartha yang membangun Pura Tanah Lot, tetapi hanya disebutkan sempat istirahat karena kelelahan dan menginap hanya satu malam. Pada malam harinya Dang Hyang Nirartha sempat mengajarkan ajaran-ajaran keagamaan kepada para penduduk dan menyarankan agar mendirikan tempat pemujaan di batu karang yang berada di tengah laut sebagai tempat memohon keselamatan. Sumber-

sumber tulisan itu secara logika belum dapat dipandang sebagai data yang kuat untuk membuktikan bahwa Pura Tanah Lot didirikan oleh Dang Hyang Nirartha, (Giri,2020).

Lebih lanjut Nyoko dalam (Giri, 2020), setelah kembalinya Gajah Mada ke Majapahit, di Bali saat itu ada seorang raja bernama Dedela Nata amat sakti tidak setuju dengan perintah Gajah Mada dan bisa memengaruhi sebagian penduduk Bali sehingga keadaan Bali saat itu sangat kusut. Atas dasar itulah, pada tahun 1350 Masehi Gajah Mada menugaskan Dalem Ketut salah seorang putra Sri Kresna Kepakisan untuk datang ke Bali sebagai raja. Sejak Dalem Ketut menjadi raja, keadaan Pulau Bali bisa kembali seperti biasa dan aman. Dalem Ketut mempunyai empat orang anak, yaitu Dalem Samprangan, Dalem Tarukan, perempuan, dan Dalem Ketut Ngelesir. Dalem Ketut kemudian diganti oleh anaknya, yaitu Dalem Ketut Ngelesir. Pemerintahan Dalem Ketut Ngelesir dalam kurun waktu 1380 –1460 dipandang sangat berhasil, di antaranya menjadikan pusat kerajaan Gelgel menjadi Pura Dasar, Pura Besakih dijadikan sebagai salah satu sad kahyangan untuk pusat seluruh Bali. Dengan ini dapat diketahui bahwa, jauh sebelum kedatangan Dang Hyang Nirartha, yaitu pada tahun 1324 sampai dengan tahun 1460, di Bali sudah terjadi aktivitas keagamaan dan masyarakat sudah mempunyai pengetahuan untuk membuat pura sebagai bukti hingga sekarang adalah Pura Dasar Gelgel dan Pura Besakih, (Giri, 2020).

Terkait dengan hal tersebut dapat dikatakan bahwa kedatangan Dang Hyang Nirartha pada tahun 1489 sebagai pemberi pengetahuan di bidang keagamaan agar masyarakat lebih mantap dalam menjalankan ajaran keagamaan. Dang Hyang Nirartha juga lebih mengingatkan masyarakat sekitar

Pura Tanah Lot agar lebih memperhatikan kebesaran Tuhan (Ida Sang Hyang Widhi Wasa) dan segala manifestasi-Nya dengan cara selalu melakukan sujud bakti dan membuatkan tempat-tempat pemujaan. Dengan adanya beberapa sumber yang menyatakan bahwa Pura Tanah Lot dikaitkan dengan Dang Hyang Nirartha, dapat dimaknai sebagai hal yang positif, (Giri, 2020).

4.1.2 Daya Tarik Wisata Tanah Lot

Daya tarik wisata Tanah Lot berada di Desa Beraban, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali. Di tempat ini terdapat pura yang dibangun di atas batu karang di tengah pantai. Selain dapat melihat pura, wisatawan juga dapat menikmati matahari terbenam dari atas tebing. Di daya tarik wisata Tanah Lot juga terdapat toko cenderamata yang menjual berbagai macam oleh-oleh dan buah tangan khas Bali.

Tanah Lot merupakan salah satu Daya Tarik Wisata yang cukup ramai dikunjungi wisatawan domestik dan internasional. Pemandangan alam yang indah dan sebagai daya tarik wisata, Tanah Lot telah dikelola secara profesional yang dilengkapi dengan fasilitas parkir, toilet umum, *art shop*, restoran, pusat informasi, dan fasilitas keamanan, dengan membayar tiket masuk seluruh pengunjung telah mendapat asuransi kecelakaan.

Beberapa informasi umum berhubungan dengan Tanah Lot kepada pengunjung Daya Tarik Wisata Tanah Lot dalam upaya memberikan pelayanan dan kenyamanan kunjungan yang dikutip dari Untara (2020) sebagai berikut:

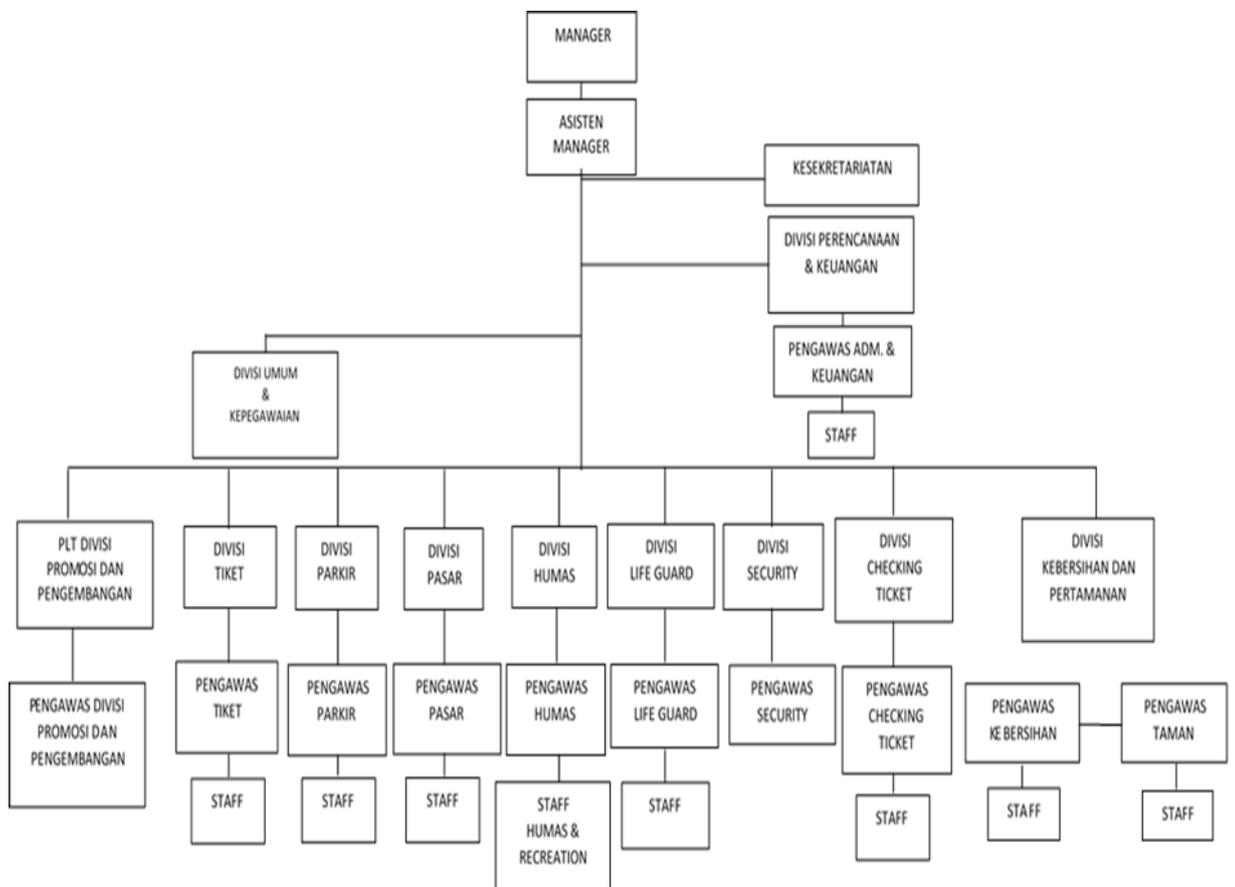
1. Pengunjung yang datang ke obyek wisata Tanah Lot sebelum memasuki kawasan obyek wisata, harap membeli tiket masuk dan tiket parkir pada pos penjualan tiket.

2. Pengunjung harap tetap membawa tiket yang sudah dibeli untuk pengecekan pada saat memasuki kawasan wisata pada pos pemeriksaan tiket. Tiket yang sudah dibeli sudah termasuk jaminan asuransi kecelakaan pengunjung dan parkir.
3. Seluruh pengunjung tidak diperkenankan masuk ke dalam lingkungan seluruh pura yang ada di seluruh kawasan obyek wisata Tanah Lot.
4. Ketika ada acara ritual keagamaan, seluruh pengunjung diharapkan tertib, mengambil jarak yang cukup dengan acara prosesi dan tidak mengganggu jalannya upacara ritual.
5. Kawasan obyek wisata Tanah Lot adalah kawasan suci, maka seluruh pengunjung diharapkan berpakaian sopan, tidak berkatakata kasar dan tidak melakukan tindakan yang tidak senonoh.
6. Jika butuh bantuan tentang informasi dan lokasi silahkan hubungi staf operasional obyek wisata Tanah Lot pada *tourist information desk*.

4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Pengurus

Penyesuaian Struktur Organisasi di Manajemen Operasional Daya Tarik Wisata Tanah Lot (Dengan model struktur organisasi garis dan Pegawai) dilaksanakan untuk memenuhi tuntutan dan pengembangan Manajemen secara makro. Berikut adalah gambar dari struktur organisasi pengelola Daya Tarik Wisata Tanah Lot:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Pengelola DTW Tanah Lot



Sumber Pengelola DTW Tanah Lot, Tabanan

Berdasarkan Gambar 4.1, berikut penyesuaian tugas, tanggung jawab dan prosedur kerja dari masing-masing bagian yang ada:

1. Manager Operasional:

- a. Menyusun kebijakan teknis operasional manajemen.
- b. Merumuskan sasaran kebijakan teknis operasional manajemen.
- c. Menyusun program kerja operasional manajemen.
- d. Menyusun anggaran operasional manajemen.
- e. Melaksanakan, mengendalikan, mengevaluasi program kerja operasional manajemen.
- f. Menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengelolaan Keuangan Manajemen Operasional berdasarkan prinsip-prinsip pengendalian intern yang sehat.

2. Asisten Manager:

- a. Membantu penyusunan kebijakan teknis operasional manajemen.
- b. Membantu merumuskan sasaran kebijakan teknis operasional manajemen.
- c. Membantu penyusunan program kerja operasional manajemen.
- d. Membantu penyusunan anggaran operasional manajemen.
- e. Mengkoordinasikan pelaksanaan program kerja operasional manajemen

3. Sekretariat/Sekretaris:

- a. Merumuskan kebijakan urusan administrasi operasional manajemen.
- b. Melaksanakan urusan administrasi operasional manajemen.
- c. Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas divisi umum/kepegawaian dan divisi keuangan operasional manajemen.
- d. Menyusun laporan pertanggungjawaban kinerja operasional Manajemen.

4. Divisi Administrasi dan Keuangan:
 - a. Membuat perencanaan organisasi manajemen operasional.
 - b. Menyelenggarakan penatausahaan terhadap seluruh penerimaan dan pengeluaran keuangan operasional manajemen yang menjadi tanggungjawabnya.
 - c. Melaporkan dan mempertanggungjawabkan secara periodik terhadap seluruh penerimaan dan pengeluaran keuangan operasional manajemen yang menjadi tanggung jawabnya.
5. Divisi Umum dan Kepegawaian:
 - a. Melaksanakan administrasi umum operasional manajemen dan administrasi kepegawaian
 - b. Menyelenggarakan penatausahaan administrasi umum dan administrasi kepegawaian.
 - c. Melaksanakan perencanaan terhadap Sumber Daya Manusia (SDM) perusahaan.
 - d. Pemberian edukasi/ pelatihan terhadap Sumber Daya Manusia (SDM) perusahaan.
6. Divisi Pasar:
 - a. Melakukan pengawasan dan penertiban secara khusus terhadap mobilisasi pedagang.
 - b. Melakukan pengawasan dan pemeriksaan pembukuan petugas pemungut retribusi pasar.
 - c. Melaksanakan administrasi penggunaan dan/atau pengalihan warung/kios di areal tanah Pemerintah Kabupaten Tabanan.

- d. Melakukan pembinaan kepada para pedagang yang berjualan di areal Daya Tarik Wisata Tanah Lot.

7. Divisi Parkir:

- a. Melakukan pengawasan akomodasi kendaraan bermotor yang diparkir di tempat parkir Daya Tarik Wisata.
- b. Mengatur sistem keluar masuknya kendaraan bermotor di kawasan Daya Tarik Wisata untuk memberikan rasa nyaman dalam penempatan parkir.
- c. Melakukan pengawasan terhadap rambu-rambu parkir.
- d. Menjaga keamanan, ketertiban dan kebersihan areal tempat parkir

8. Divisi Tiket:

- a. Menghitung fisik tiket, mengeluarkan, mencatat dan/atau membukukan ke buku persediaan tiket.
- b. Menerima dan bertanggungjawab terhadap laporan penjualan tiket.
- c. Melakukan pengawasan secara khusus terhadap sistem pemungutan tiket.
- d. Melakukan pengawasan tata pelayanan kepada tamu/wisatawan

9. Divisi Promosi dan Pengembangan:

- a. Melaksanakan tugas-tugas promosi dan pengembangan Daya Tarik Wisata Tanah Lot.
- b. Bertanggungjawab terhadap pelaksanaan tugas-tugas promosi dan pengembangan Daya Tarik Wisata Tanah Lot.
- c. Menjaga dan melaksanakan HIP, secara intern dan ekstern.

- d. Ikut menjaga lingkungan di Kawasan Daya Tarik Wisata Tanah Lot dalam hubungannya dengan kesucian Kawasan Daya Tarik Wisata Tanah Lot.

10. Divisi Humas:

- a. Menjaga dan melaksanakan HIP secara intern dan ekstern
- b. Ikut menjaga lingkungan di kawasan Daya Tarik Wisata dalam hubungannya dengan kesucian kawasan Daya Tarik Wisata
- c. Menangani event Daya Tarik Wisata
- d. Melakukan pengawasan terhadap petunjuk-petunjuk arah

11. Divisi Kebersihan dan Pertamanan:

- a. Membersihkan sampah-sampah lapangan.
- b. Membersihkan kantor dan bangunan-bangunan.
- c. Menyiapkan dan membersihkan kendaraan.
- d. Melakukan penyiraman tanaman.
- e. Melakukan pemotongan dan perawatan/ pemeliharaan tanaman/ pohon.

12. Divisi Keamanan:

- a. Pengawasan penjualan tiket.
- b. Mewujudkan keamanan Objek pada siang dan malam hari kepada wisatawan.
- c. Mewujudkan keamanan dalam lingkungan pedagang.
- d. Menjaga prasarana dan fasilitas perusahaan pada siang dan malam hari.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Destinasi Wisata Pura Tanah Lot, Kabupaten Tabanan, Bali. Jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 responden, 33 orang laki-laki dan 67 orang perempuan yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia serta luar negeri dengan kelompok usia kurang dari 18 tahun 4 orang, 19 sampai 25 tahun 71 orang, dan 26 sampai 50 tahun sebanyak 25 orang.

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang sedang atau pernah berwisata ke Pura Tanah Lot. Pengisian kuesioner dilakukan dengan memberikan tanda centang (√) pada masing-masing pertanyaan mengenai Destinasi Wisata Pura Tanah Lot. Jumlah pertanyaan dalam kuesioner sebanyak 25 butir pertanyaan singkat terkait dengan indikator yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden didapat dari data diri yang telah diisi oleh seluruh responden dalam kuesioner yang telah diberikan. Data tersebut selanjutnya dikumpul dan dikelompokkan ke dalam tabulasi data karakteristik responden dan diolah menggunakan SPSS untuk mengetahui statistik dan karakteristik responden berdasarkan asal wisatawan, jenis kelamin, usia, dan sumber informasi tentang Pura Tanah Lot.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	33	33%
Perempuan	67	67%
Total	100	100%

Sumber Lampiran 3

Dari Tabel 4.1 diketahui responden yang menjawab kuesioner didominasi oleh perempuan dibandingkan dengan laki-laki. Hal tersebut dapat dilihat dari perbandingan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang tertera pada Tabel 4.1. Dari 100 orang responden, terdapat 67 responden yang berjenis kelamin perempuan, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 33 responden.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 18 Tahun	4	4%
19 Tahun – 25 Tahun	71	71%
26 Tahun – 50 Tahun	25	25%
Total	100	100%

Sumber Lampiran 3

Dari Tabel 4.2, diketahui responden yang berusia kurang dari 18 tahun merupakan pengunjung dengan frekuensi terendah dari keseluruhan jumlah responden. Responden dengan jumlah terbanyak dengan rentang usia antara 19 tahun – 25 tahun sebanyak 71 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan responden dengan rentang usia antara 19 tahun – 25 tahun adalah yang paling dominan. Responden dengan rentang usia antara 26 tahun – 50 tahun ada pada posisi kedua yaitu sebanyak 25 orang. Perbedaan usia responden menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini bervariasi berdasarkan rentang usia.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	3	3%
Mahasiswa	34	34%
Karyawan Swasta	50	50%
Pengusaha	13	13%
Total	100	100%

Sumber Lampiran 3

Dari Tabel 4.3, diketahui karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh karyawan swasta sebanyak 50 orang. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dengan jumlah paling sedikit adalah pelajar sebanyak 3 orang. Karakteristik pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 34 orang dengan posisi kedua terbanyak setelah karyawan swasta, dan sisanya adalah sebagai pengusaha sebanyak 13 orang.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Negara Wisatawan

Negara Wisatawan	Frekuensi	Persentase
Indonesia	90	90%
Asia	2	2%
India	5	5%
Australia	3	3%
Total	100	100%

Sumber Lampiran 3

Dari Tabel 4.4, diketahui karakteristik responden berdasarkan negara wisatawan didominasi oleh Negara Indonesia sebanyak 90 orang. Selain itu, responden yang berasal dari Negara India berada pada posisi kedua sebanyak 5 orang, sedangkan responden yang berasal dari Negara Australia sebanyak 3 orang. Responden yang berasal dari Asia sebanyak 2 orang.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Sumber Informasi	Frekuensi	Persentase
Keluarga/Teman	45	73%
Media Sosial	34	6%
Koran/Brosur	10	10%
Travel Agent	11	11%
Total	100	100%

Sumber Lampiran 3

Dari Tabel 4.5, diketahui karakteristik responden berdasarkan sumber informasi yang didapat didominasi oleh keluarga/teman dengan jumlah frekuensi

sebanyak 45 orang. Urutan kedua terbanyak karakteristik sumber informasi yaitu dari media sosial sebanyak 34 orang. Sumber informasi yang didapat dari travel agent sebanyak 11 orang dan dari koran/brosur sebanyak 10 orang. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan, karakteristik sumber informasi yang didapat responden terkait Daya Tarik Wisata Tanah Lot didominasi oleh keluarga/teman.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk membuktikan apakah data yang digunakan sesuai dengan yang ada di lapangan. Uji validitas juga digunakan untuk menentukan apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sudah valid atau belum (Sugiyono, 2019). Terdapat dua ketentuan untuk menentukan instrumen valid atau tidak sebagai berikut:

$r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ atau taraf signifikan $> 5\%$ (tidak valid)

$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ atau taraf signifikan $< 5\%$ (valid)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Kode Indikator	Pearson Corelation R hitung	R Tabel	Nilai Signifikan	Keterangan
X1.1	0,582	0,196	0,000	Valid
X1.2	0,617	0,196	0,000	Valid
X1.3	0,648	0,196	0,000	Valid
X1.4	0,636	0,196	0,000	Valid
X1.5	0,746	0,196	0,000	Valid
X1.6	0,680	0,196	0,000	Valid
X1.7	0,669	0,196	0,000	Valid
X1.8	0,642	0,196	0,000	Valid
X2.1	0,710	0,196	0,000	Valid
X2.2	0,803	0,196	0,000	Valid
X2.3	0,782	0,196	0,000	Valid
X2.4	0,821	0,196	0,000	Valid
X2.5	0,739	0,196	0,000	Valid
X2.6	0,766	0,196	0,000	Valid
X2.7	0,712	0,196	0,000	Valid
X2.8	0,778	0,196	0,000	Valid

X3.1	0,821	0,196	0,000	Valid
X3.2	0,792	0,196	0,000	Valid
X3.3	0,809	0,196	0,000	Valid
X4.1	0,792	0,196	0,000	Valid
X4.2	0,790	0,196	0,000	Valid
X4.3	0,852	0,196	0,000	Valid
X5.1	0,813	0,196	0,000	Valid
X5.2	0,862	0,196	0,000	Valid
X5.3	0,870	0,196	0,000	Valid

Sumber Lampiran 4

Dari Tabel 4.6 diketahui masing-masing nilai r hitung yang telah didapatkan pada setiap indikator lebih besar dari 0,50 dan taraf signifikan yang diperoleh pada masing-masing indikator lebih kecil dari 0,05. Dari data tersebut dapat disimpulkan seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini dihitung menggunakan SPSS. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila dapat digunakan untuk mengukur data yang sama secara berulang kali dan mendapatkan hasil yang tetap (Sugiyono, 2019). Untuk menentukan reliabilitas instrumen penelitian maka nilai *alpha cornbach* yang didapatkan harus lebih dari 0,6. Apabila nilai *alpha Cornbach* yang didapatkan lebih kecil dari 0,6, maka instrumen yang digunakan tidak reliabel dan tidak tepat digunakan untuk mengukur data yang diperoleh untuk penelitian ini. Berikut tabel hasil uji reliabilitas yang dihitung menggunakan *alpha Cornbach*:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah Item Pertanyaan	Koefisien Alpha Cornbach	r_{xy}	Keterangan
8	0,786	0,6	Reliabel
8	0,896	0,6	Reliabel

3	0,729	0,6	Reliabel
3	0,740	0,6	Reliabel
3	0,800	0,6	Reliabel

Sumber Lampiran 4

Dari Tabel 4.7 diketahui *alpha cornbach* yang diperoleh oleh seluruh 46nstrument yang digunakan lebih besar dari 0,6. Sehingga 46nstrument yang digunakan dinyatakan reliabel dan layak digunakan pada penelitian ini.

4.2.3 Analisis Deskriptif

Dalam tahap ini deskripsi terhadap kuesioner penelitian akan diuraikan persepsi responden terhadap variabel mendorong minat wisatawan. Penilaian secara kuantitatif menggunakan skala interval dengan mengintegrasikan rata-rata skor menurut kategori penilaiannya. Rumus interval kelas Sugiyono (2018:134).

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Rentang = 5-1

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

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

$$= 0,8$$

Dari nilai interval kelas 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

Berdasarkan hasil tabulasi data dari jawaban responden terhadap variabel yang dijawab oleh 100 responden nilai rata-rata nya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Deskripsi Statistik Menurut Nilai Mean Variabel

Faktor	Kode	Mean	Kategori
Pemandangan alam	X1.1	4,36	Sangat baik
Keberadaan pura	X1.2	4,24	Sangat baik
Sejarah	X1.3	3,94	Baik
Pantai	X1.4	4,27	Sangat baik
Cuaca	X1.5	4,18	Baik
Pemandangan sepanjang perjalanan	X1.6	4,30	Sangat baik
Keberadaan ular suci	X1.7	4,59	Sangat baik
Aktivitas budaya	X1.8	4,20	Baik
Total		4,26	Sangat baik
Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	X2.1	3,97	Baik
Ketersediaan lahan parkir	X2.2	4,24	Sangat baik
Ketersediaan warung makan dan minuman	X2.3	4,24	Sangat baik
Keamanan	X2.4	4,10	Baik
Ketersediaan toko cenderamata	X2.5	4,24	Sangat baik
Harga souvenir	X2.6	3,79	Baik
Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	X2.7	4,26	Sangat baik
Kebersihan kawasan wisata	X2.8	4,31	Sangat baik
Total		4,14	Baik
Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	X3.1	4,30	Sangat baik
Ketersediaan jaringan komunikasi	X3.2	4,15	Baik
Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot	X3.3	4,18	Baik
Total		4,21	Sangat baik

Informasi lengkap tentang lokasi	X4.1	4,11	Baik
Harga tiket masuk	X4.2	3,97	Baik
Keramahan pengemudi angkutan lokal	X4.3	4,04	Baik
Total	4,04		Baik
Keramahan pengelola	X5.1	4,22	Sangat baik
Keramahan pedagang souvenir	X5.2	3,96	Baik
Penanganan keluhan yang cepat tanggap	X5.3	4,20	Baik
Total	4,12		Baik
Total rata-rata	4,17		Baik

Sumber Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.8 terlihat rata-rata skor dari 25 pernyataan terkait dengan Faktor-faktor yang Memengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali sebesar 4,17 yang berada pada kisaran antara 3,41 – 4,20 yang berarti baik. Dari data tersebut dapat disimpulkan responden pada penelitian ini menilai Faktor yang Memengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali secara keseluruhan variabel dapat dikatakan baik.

4.2.4 Analisis Faktor

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat menentukan kepuasan konsumen yang berkunjung ke Pura Tanah Lot. Analisis faktor adalah metode analisis yang digunakan untuk meringkas sejumlah variabel (multivariant) menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai faktor, Utama (2016:146). Untuk menentukan faktor-faktor tersebut maka seluruh data yang telah dikumpulkan dari 100 responden yang mengisi kuesioner akan diuji

menggunakan analisis faktor. Dalam penelitian ini terdapat 25 variabel yang akan diuji sebagai berikut:

- X1.1 Pemandangan alam
- X1.2 Keberadaan pura
- X1.3 Sejarah
- X1.4 Pantai
- X1.5 Cuaca
- X1.6 Pemandangan sepanjang perjalanan
- X1.7 Keberadaan ular suci
- X1.8 Aktivitas budaya
- X2.1 Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai
- X2.2 Ketersediaan lahan parkir
- X2.3 Ketersediaan warung makan dan minum
- X2.4 Keamanan
- X2.5 Ketersediaan toko cenderamata
- X2.6 Harga souvenir
- X2.7 Ketersediaan kursi dan tempat bersantai
- X2.8 Kebersihan kawasan wisata
- X3.1 Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot
- X3.2 Ketersediaan jaringan komunikasi
- X3.3 Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot
- X4.1 Informasi lengkap tentang lokasi
- X4.2 Harga tiket masuk
- X4.3 Keramahan pengemudi angkutan lokal

X5.1 Keramahan pengelola

X5.2 Keramahan pedagang souvenir

X5.3 Penanganan Keluhan yang cepat tanggap

Terdapat 4 tahap yang perlu dilakukan dalam pengujian ini:

1. Pemilihan Faktor pada Analisis Faktor Pertama

Pada tahap ini dilakukan pemilihan faktor, terdapat tiga metode yang digunakan yaitu *KMO (Kaiser Mayer Olkin)*, *Bartlett's test sphericity*, dan *Anti Image Matrices*.

a. *Bartlett's Test Sphericity*

Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi korelasi antar variabel yang digunakan. Data dinyatakan valid apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05.

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

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.901
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	1480.995
	df
	300
	Sig.
	.000

Sumber Lampiran 6

Dari Tabel 4.9, diketahui nilai *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar 1480.995 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki korelasi yang kuat atau signifikan antara satu sama lain.

b. *KMO (Kaiser Mayer Olkin)*

Pada tahap ini, metode yang digunakan adalah *KMO (Kaiser Mayer Olkin)*. Metode ini digunakan untuk mengetahui kelayakan indikator yang digunakan dalam penelitian agar dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Untuk mengetahui

kelayakan suatu variabel, maka nilai KMO yang didapatkan harus lebih besar dari 0,50.

Tabel 4.10
Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Pertama
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.901
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	1480.995
df	300
Sig.	.000

Sumber Lampiran 6

Dari Tabel 4.10, diketahui nilai KMO yang didapatkan sebesar 0,90, lebih besar dari 0,50. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan data yang digunakan adalah valid karena telah memenuhi persyaratan yang ditentukan.

c. Anti Image Matrices

Metode *anti image matrices* digunakan untuk menentukan indikator apa saja yang layak untuk dianalisis menggunakan analisis faktor. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai MSA lebih besar dari 0,50. Tabel 4.11 menyajikan hasil uji *anti image matrices*.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Anti Image Matrices Pertama

Notasi Indikator	Indikator	Nilai MSA	Keterangan
X1.1	Pemandangan alam	0,958	Valid
X1.2	Keberadaan pura	0,727	Valid
X1.3	Sejarah	0,889	Valid
X1.4	Pantai	0,839	Valid
X1.5	Cuaca	0,882	Valid
X1.6	Pemandangan sepanjang perjalanan	0,935	Valid
X1.7	Keberadaan ular suci	0,819	Valid
X1.8	Aktivitas budaya	0,928	Valid
X2.1	Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	0,906	Valid
X2.2	Ketersediaan lahan parkir	0,945	Valid

X2.3	Ketersediaan warung makan dan minuman	0,906	Valid
X2.4	Keamanan	0,905	Valid
X2.5	Ketersediaan toko cenderamata	0,910	Valid
X2.6	Harga souvenir	0,938	Valid
X2.7	Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	0,926	Valid
X2.8	Kebersihan kawasan wisata	0,907	Valid
X3.1	Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	0,913	Valid
X3.2	Ketersediaan jaringan komunikasi	0,890	Valid
X3.3	Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot	0,837	Valid
X4.1	Informasi lengkap tentang lokasi	0,917	Valid
X4.2	Harga tiket masuk	0,902	Valid
X4.3	Keramahan pengemudi angkutan lokal	0,869	Valid
X5.1	Keramahan pengelola	0,891	Valid
X5.2	Keramahan pedagang souvenir	0,916	Valid
X5.3	Penanganan keluhan yang cepat tanggap	0,922	Valid

Sumber Lampiran 6

Berdasarkan data nilai MSA yang telah disajikan pada Tabel 4.11 diketahui seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian dinyatakan layak untuk diuji menggunakan analisis faktor karena nilai MSA yang didapatkan lebih besar dari 0,50. Berdasarkan data tersebut analisis faktor dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

2. Proses faktoring pada analisis faktor pertama

Pada tahap ini metode yang digunakan adalah *Principal Component Analysis* dan metode *Varimax*. Berikut beberapa tahap yang perlu dilakukan pada proses faktorisasi.

a. Nilai komunalitis

Nilai komunalitis digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang diuji mampu menjelaskan faktor atau tidak. Berikut hasil ekstraksi ke-25 variabel:

Tabel 4.12
Nilai Komunalitis Pertama

Indikator	Kode Indikator	Initial	Extraksi
Pemandangan alam	X1.1	1,00	0,541
Keberadaan pura	X1.2	1,00	0,711
Sejarah	X1.3	1,00	0,689
Pantai	X1.4	1,00	0,747
Cuaca	X1.5	1,00	0,626
Pemandangan sepanjang perjalanan	X1.6	1,00	0,628
Keberadaan ular suci	X1.7	1,00	0,677
Aktivitas budaya	X1.8	1,00	0,622
Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	X2.1	1,00	0,684
Ketersediaan lahan parkir	X2.2	1,00	0,645
Ketersediaan warung makan dan minuman	X2.3	1,00	0,770
Keamanan	X2.4	1,00	0,725
Ketersediaan toko cenderamata	X2.5	1,00	0,725
Harga souvenir	X2.6	1,00	0,589
Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	X2.7	1,00	0,718
Kebersihan kawasan wisata	X2.8	1,00	0,644
Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	X3.1	1,00	0,651
Ketersediaan jaringan komunikasi	X3.2	1,00	0,342
Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot	X3.3	1,00	0,616
Informasi lengkap tentang lokasi	X4.1	1,00	0,603
Harga tiket masuk	X4.2	1,00	0,460
Keramahan pengemudi angkutan lokal	X4.3	1,00	0,600
Keramahan pengelola	X5.1	1,00	0,719
Keramahan pedagang souvenir	X5.2	1,00	0,681
Penanganan keluhan yang cepat tanggap	X5.3	1,00	0,721

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 4.12 diketahui terdapat dua variabel yang memiliki nilai ekstraksi lebih kecil dari 0,50 yaitu variabel ketersediaan jaringan komunikasi (X3.2) dan juga variabel harga tiket masuk (X4.2). Berdasarkan data tersebut, maka perlu dilakukan analisis faktor ulang dengan tidak mengikutsertakan kedua faktor tersebut yaitu ketersediaan jaringan komunikasi (X3.2) dan harga tiket masuk (X4.2).

Pada analisis faktor kedua terdapat 23 variabel yang akan diuji sebagai berikut:

- X1.1 Pemandangan alam
- X1.2 Keberadaan pura
- X1.3 Sejarah
- X1.4 Pantai
- X1.5 Cuaca
- X1.6 Pemandangan sepanjang perjalanan
- X1.7 Keberadaan ular suci
- X1.8 Aktivitas budaya
- X2.1 Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai
- X2.2 Ketersediaan lahan parkir
- X2.3 Ketersediaan warung makan dan minum
- X2.4 Keamanan
- X2.5 Ketersediaan toko cenderamata
- X2.6 Harga souvenir
- X2.7 Ketersediaan kursi dan tempat bersantai

- X2.8 Kebersihan kawasan wisata
- X3.1 Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot
- X3.3 Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot
- X4.1 Informasi lengkap tentang lokasi
- X4.3 Keramahan pengemudi angkutan lokal
- X5.1 Keramahan pengelola
- X5.2 Keramahan pedagang souvenir
- X5.3 Penanganan Kuluhan yang cepat tanggap

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

1. Pemilihan faktor pada analisis faktor kedua

Terdapat tiga metode yang digunakan yaitu *KMO (Kaiser Mayer Olkin)*, *Bartlett's test sphericity*, dan *Anti Image Matrices*. Variabel yang terpilih adalah variabel yang memenuhi persyaratan yang ditentukan.

a. *Bartlett's Test of Sphericity*

Metode ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi korelasi antar variabel yang digunakan. Data dinyatakan valid apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05.

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

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.898
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	1378.387
Sphericity df	253
Sig.	.000

Sumber Lampiran 6

Dari Tabel 4.13, diketahui nilai *Bartlett's test of sphericity* sebesar 1378,387 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.

b. KMO (*Kaiser Mayer Olkin*)

Metode ini digunakan untuk mengetahui kelayakan indikator yang digunakan dalam penelitian agar penelitian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Untuk mengetahui kelayakan suatu variabel, maka nilai KMO yang didapatkan harus lebih besar dari 0,50.

Tabel 4. 14
Hasil Uji KMO and Bartlett's Test of Sphericity Kedua
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Adequacy.	Measure of Sampling	.898
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1378.387
	df	253
	Sig.	.000

Sumber Lampiran 6

Dari Tabel 4.14 diketahui nilai KMO yang didapatkan sebesar 0,89 lebih besar dari 0,50. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan data yang digunakan adalah valid karena telah memenuhi persyaratan yang ditentukan. Analisis faktor pun dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

c. *Anti Image Matrices*

Metode *anti image matrices* digunakan untuk menentukan indikator apa saja yang layak untuk dianalisis menggunakan analisis faktor. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai MSA lebih besar dari 0,50. Apabila indikator mendapatkan nilai lebih kecil dari 0,50, maka dinyatakan tidak layak digunakan dalam analisis faktor. Nilai MSA didapatkan dari tabel *anti image matrices* yang disajikan dalam lampiran 6. Nilai MSA pada tabel uji *anti image matrices* diberi kode huruf (a) pada sebelah kanan atas. Berikut merupakan tabel hasil uji *anti image matrices*:

Tabel 4.15
Hasil Uji Anti Image Matrices Kedua

Notasi Indikator	Indikator	Nilai MSA	Keterangan
X1.1	Pemandangan alam	0,962	Valid
X1.2	Keberadaan pura	0,790	Valid
X1.3	Sejarah	0,871	Valid
X1.4	Pantai	0,819	Valid
X1.5	Cuaca	0,890	Valid
X1.6	Pemandangan sepanjang perjalanan	0,933	Valid
X1.7	Keberadaan ular suci	0,866	Valid
X1.8	Aktivitas budaya	0,924	Valid
X2.1	Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	0,902	Valid
X2.2	Ketersediaan lahan parkir	0,944	Valid
X2.3	Ketersediaan warung makan dan minuman	0,886	Valid
X2.4	Keamanan	0,900	Valid
X2.5	Ketersediaan toko cenderamata	0,936	Valid
X2.6	Harga souvenir	0,934	Valid
X2.7	Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	0,917	Valid
X2.8	Kebersihan kawasan wisata	0,897	Valid
X3.1	Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	0,902	Valid
X3.3	Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot	0,821	Valid
X4.1	Informasi lengkap tentang lokasi	0,908	Valid
X4.3	Keramahan pengemudi angkutan lokal	0,867	Valid
X5.1	Keramahan pengelola	0,883	Valid
X5.2	Keramahan pedagang souvenir	0,920	Valid
X5.3	Penanganan keluhan yang cepat tanggap	0,908	Valid

Sumber Lampiran 6

Berdasarkan data nilai MSA pada Tabel 4.15, disimpulkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian dinyatakan layak untuk diuji menggunakan analisis faktor karena nilai MSA yang didapatkan lebih besar dari 0,50. Maka analisis faktor dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

2. Proses faktoring pada analisis faktor kedua

Tahap ini merupakan tahap dimana terbentuknya faktor baru dari variabel-variabel yang telah diuji. Pada tahap ini metode yang digunakan adalah *Principal Component Analysis* dan metode *Varimax*. Metode *Principal Component Analysis* dilakukan untuk mengetahui jumlah variasi maksimum yang dapat dijelaskan oleh suatu indikator atas faktor yang terbentuk. Persyaratan suatu indikator dapat dinyatakan valid harus memenuhi nilai *component* lebih besar dari 0.50. Nilai ekstraksi menentukan hubungan antara indikator dengan faktor yang terbentuk. Semakin besar nilai ekstraksi yang terbentuk, maka semakin erat hubungan indikator tersebut dengan faktor yang terbentuk. Berikut beberapa tahap yang perlu dilakukan pada proses faktorisasi:

a. Nilai komunalitis

Nilai Komunalitis digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel yang diuji untuk dapat menjelaskan faktor. 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 memengaruhi responden berkunjung ke Pura Tanah Lot.

Tabel 4. 16
Nilai Komunalitis Kedua

Indikator	Koden Indikator	Initial	Ekstraksi
Pemandangan alam	X1.1	1,00	0,627
Keberadaan pura	X1.2	1,00	0,510
Sejarah	X1.3	1,00	0,620
Pantai	X1.4	1,00	0,709
Cuaca	X1.5	1,00	0,600

Pemandangan sepanjang perjalanan	X1.6	1,00	0,642
Keberadaan ular suci	X1.7	1,00	0,682
Aktivitas budaya	X1.8	1,00	0,600
Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	X2.1	1,00	0,595
Ketersediaan lahan parkir	X2.2	1,00	0,609
Ketersediaan warung makan dan minuman	X2.3	1,00	0,751
Keamanan	X2.4	1,00	0,720
Ketersediaan toko cenderamata	X2.5	1,00	0,710
Harga souvenir	X2.6	1,00	0,601
Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	X2.7	1,00	0,672
Kebersihan kawasan wisata	X2.8	1,00	0,648
Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	X3.1	1,00	0,668
Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot	X3.3	1,00	0,562
Informasi lengkap tentang lokasi	X4.1	1,00	0,600
Keramahan pengemudi angkutan lokal	X4.3	1,00	0,598
Keramahan pengelola	X5.1	1,00	0,726
Keramahan pedagang souvenir	X5.2	1,00	0,677
Penanganan keluhan yang cepat tanggap	X5.3	1,00	0,734

Sumber Lampiran 6

Berdasarkan data yang telah disajikan pada Tabel 4.16 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 pemandangan alam (X1.1).

Indikator ini memiliki nilai ekstraksi sebesar 0,627, maka dapat menjelaskan sebanyak 62,7%.

2. Indikator keberadaan pura (X1.2).

Nilai ekstraksi pada indikator ini sebesar 0,510, maka dapat menjelaskan sebanyak 51,0%.

3. Indikator sejarah (X1.3)

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,620, maka dapat menjelaskan sebanyak 62,0%.

4. Indikator pantai (X1.4).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,709, maka dapat menjelaskan sebanyak 70,9%.

5. Indikator cuaca (X1.5).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,600, maka dapat menjelaskan sebanyak 60,0%.

6. Indikator pemandangan sepanjang perjalanan (X1.6)

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,642, maka dapat menjelaskan sebanyak 64,2%.

7. Indikator keberadaan ular suci (X1.7).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,682, maka dapat menjelaskan sebanyak 68,2%.

8. Indikator aktivitas budaya (X1.8).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,600, maka dapat menjelaskan sebanyak 60,0%.

9. Indikator ketersediaan toilet yang bersih dan memadai (X2.1).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,595, maka dapat menjelaskan sebanyak 59,5%.

10. Indikator ketersediaan lahan parkir (X2.2).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,609, maka dapat menjelaskan sebanyak 60,9%.

11. Indikator ketersediaan warung makan dan minuman (X2.3).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,751, maka dapat menjelaskan sebanyak 75,1%.

12. Indikator keamanan (X2.4)

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,720, maka dapat menjelaskan sebanyak 72,0%.

13. Indikator ketersediaan toko cenderamata (X2.5)

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,710, maka dapat menjelaskan sebanyak 71,0%.

14. Indikator harga souvenir (X2.6).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,601, maka dapat menjelaskan sebanyak 60,1%.

15. Indikator ketersediaan kursi dan tempat bersantai (X2.7).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,672, maka dapat menjelaskan sebanyak 67,2%.

16. Indikator kebersihan kawasan wisata (X2.8).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,648, maka dapat menjelaskan sebanyak 64,8%.

17. Indikator akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot (X3.1).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,668, maka dapat menjelaskan sebanyak 66,8%.

18. Indikator akses jalan menuju Lokasi Pura Tanah Lot (X3.3).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,562, maka dapat menjelaskan sebanyak 56,2%.

19. Indikator informasi lengkap tentang lokasi (X4.1).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,600, maka dapat menjelaskan sebanyak 60,0%.

20. Indikator keramahan pengemudi angkutan lokal (X4.3).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,598, maka dapat menjelaskan sebanyak 59,8%.

21. Indikator keramahan pengelola (X5.1).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,726, maka dapat menjelaskan sebanyak 72,6%.

22. Indikator keramahan pedagang souvenir (X5.2).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,677, maka dapat menjelaskan sebanyak 67,7%.

23. Indikator penanganan keluhan yang cepat tanggap (X5.3).

Nilai ekstraksi yang didapat pada indikator ini sebesar 0,734, maka dapat menjelaskan sebanyak 73,4%.

Berdasarkan data di atas nilai ekstraksi terbesar didapatkan oleh indikator ketersediaan warung makan dan minuman (0,751). Dari data tersebut dapat disimpulkan, indikator tanggapan terhadap ketersediaan penyedia makan dan minuman memiliki korelasi paling tinggi terhadap faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pura Tanah Lot.

- 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 4.17
Penentuan Faktor Untuk Analisis Selanjutnya

Faktor	Nilai Eigen	Persentase Varian	Persentase Kumulatif
1	10,714	46,584	46,584
2	1,436	6,244	52,828
3	1,159	5,041	57,868
4	1,050	4,566	62,435
	0,918	3,991	66,426
	0,855	3,718	70,144
	0,801	3,483	73,627
	0,750	3,259	76,886
	0,666	2,895	79,781
	0,613	2,666	82,447
	0,536	2,329	84,776
	0,520	2,261	87,038
	0,461	2,004	89,041
	0,401	1,742	90,783
	0,365	1,588	92,371
	0,306	1,332	93,703
	0,294	1,278	94,981
	0,255	1,109	96,090
	0,236	1,026	97,116
	0,218	0,947	98,063
	0,184	0,801	98,864
	0,155	0,673	99,537
	0,106	0,463	100,000

Sumber Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui terdapat 4 komponen yang memiliki *eigenvalues* lebih besar dari 1 maka terdapat 4 faktor baru yang terbentuk.

Berikut penjelasan ke-4 faktor tersebut:

1) Faktor pertama

Faktor pertama dengan *eigenvalues* sebesar 10,714 dapat menjelaskan sebanyak 46,584% model variasi.

2) Faktor kedua

Faktor kedua dengan *eigenvalues* sebesar 1,436 dapat menjelaskan sebanyak 6,244% model variasi.

3) Faktor ketiga

Faktor ketiga dengan *eigenvalues* sebesar 1,159 dapat menjelaskan sebanyak 5,041% model variasi.

4) Faktor keempat

Faktor keempat dengan *eigenvalues* sebesar 1,050 dapat menjelaskan sebanyak 4,566% model variasi.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa, total model variasi yang dapat dijelaskan sebanyak 62.435% dari perhitungan (46,584% + 6,244% + 5,041% + 4,566%).

c. Faktor rotasi

Setelah mengetahui jumlah faktor yang terbentuk, tahap selanjutnya adalah mendistribusikan masing-masing variabel ke kelompok faktornya. Pada tahap ini perlu dilakukan proses rotasi untuk memperjelas letak matriks sehingga mempermudah proses distribusi masing-masing variabel ke kelompok faktornya.

1) Faktor Sebelum Rotasi

Sebelum dilakukan rotasi letak masing-masing variabel masih belum jelas sehingga sulit mendistribusikan masing-masing variabel ke dalam kelompok faktornya. Berikut ini merupakan nilai loading faktor sebelum dirotasi:

Tabel 4.18
Komponen Matriks

Kode Indikator	Indikator	Komponen			
		1	2	3	4
X1.1	Pemandangan alam	0,529	0,379	0,045	0,037
X1.2	Keberadaan pura	0,393	0,511	0,292	0,098
X1.3	Sejarah	0,580	0,268	-0,429	-0,164
X1.4	Pantai	0,599	0,511	-0,207	-0,216
X1.5	Cuaca	0,643	0,277	0,25	-0,218
X1.6	Pemandangan sepanjang perjalanan	0,683	-0,034	0,282	-0,308

X1.7	Keberadaan ular suci	0,649	-0,129	0,005	0,348
X1.8	Aktivitas budaya	0,748	-0,123	0,156	0,037
X2.1	Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	0,637	-0,281	-0,298	0,145
X2.2	Ketersediaan lahan parkir	0,754	-0,073	0,070	0,173
X2.3	Ketersediaan warung makan dan minuman	0,699	0,227	0,038	0,457
X2.4	Keamanan	0,763	0,023	-0,172	0,327
X2.5	Ketersediaan toko cenderamata	0,702	0,227	-0,370	0,169
X2.6	Harga souvenir	0,733	-0,241	-0,071	0,037
X2.7	Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	0,735	0,047	0,352	0,077
X2.8	Kebersihan kawasan wisata	0,765	-0,146	0,100	0,175
X3.1	Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	0,730	-0,228	0,286	-0,028
X3.3	Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot	0,709	0,114	0,163	-0,141
X4.1	Informasi lengkap tentang lokasi	0,716	0,049	-0,182	-0,227
X4.3	Keramahan pengemudi angkutan lokal	0,762	-0,097	0,002	-0,093
X5.1	Keramahan pengelola	0,736	-0,334	0,162	-0,218
X5.2	Keramahan pedagang souvenir	0,682	-0,120	-0,248	-0,369
X5.3	Penanganan keluhan yang cepat tanggap	0,752	-0,341	-0,222	-0,057

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

Rotasi faktor dilakukan dengan menggunakan metode *varimax*. Metode ini dapat mengubah matriks menjadi bentuk paling sederhana sehingga memudahkan proses pengelompokan setiap variabel yang diujikan kedalam

faktor baru yang terbentuk. Adapun hasil rotasi faktor menggunakan metode varimax disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.19
Hasil Rotasi Faktor

Kode Indikator	Indikator	Komponen			
		1	2	3	4
X1.1	Pemandangan alam	0,156	0,215	0,297	0,518
X1.2	Keberadaan pura	0,085	0,111	0,068	0,697
X1.3	Sejarah	0,136	0,202	0,721	0,201
X1.4	Pantai	0,153	0,070	0,655	0,502
X1.5	Cuaca	0,481	0,063	0,260	0,545
X1.6	Pemandangan sepanjang perjalanan	0,705	0,083	0,194	0,316
X1.7	Keberadaan ular suci	0,206	0,570	0,036	0,115
X1.8	Aktivitas budaya	0,571	0,433	0,157	0,248
X2.1	Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	0,335	0,582	0,361	-
X2.2	Ketersediaan lahan parkir	0,452	0,547	0,186	0,264
X2.3	Ketersediaan warung makan dan minuman	0,132	0,674	0,167	0,501
X2.4	Keamanan	0,240	0,696	0,342	0,247
X2.5	Ketersediaan toko cenderamata	0,099	0,527	0,587	0,277
X2.6	Harga souvenir	0,521	0,497	0,285	0,041
X2.7	Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	0,548	0,380	0,040	0,476
X2.8	Kebersihan kawasan wisata	0,504	0,568	0,146	0,224
X3.1	Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	0,694	0,374	0,045	0,211
X3.3	Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot	0,524	0,215	0,276	0,406
X4.1	Informasi lengkap tentang lokasi	0,455	0,232	0,552	0,185
X4.3	Keramahan pengemudi angkutan lokal	0,565	0,362	0,337	0,186
X5.1	Keramahan pengelola	0,784	0,277	0,182	0,049
X5.2	Keramahan pedagang souvenir	0,551	0,155	0,591	-
X5.3	Penanganan keluhan yang cepat tanggap	0,560	0,485	0,414	-

Sumber Lampiran 6

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. 20
Distribusi Variabel pada Faktor Setelah Rotasi

Faktor	Kode Indikator	Indikator	Faktor Loading	Eigen Values	Variasi
Keramah-tamahan dan Akses	X1.6	Pemandangan sepanjang perjalanan	0,705	10,714	46,548
	X1.8	Aktivitas budaya	0,571		
	X2.6	Harga souvenir	0,521		
	X2.7	Ketersediaan kursi dan tempat bersantai	0,548		
	X3.1	Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot	0,694		
	X3.3	Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah	0,524		
	X4.3	Keramahan pengemudi angkutan lokal	0,565		
	X5.1	Keramahan pengelola	0,784		
	X5.3	Penanganan keluhan yang cepat tanggap	0,560		
	X1.7	Keberadaan ular suci	0,570		
	X2.1	Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai	0,582		
	X2.2	Ketersediaan	0,547		

Fasilitas		lahan parkir		1,436	6,244
	X2.3	Ketersediaan warung makan dan minuman	0,674		
	X2.4	Keamanan	0,697		
	X2.8	Kebersihan kawasan wisata	0,568		
Sejarah dan Pantai	X1.3	Sejarah	0,721	1,159	5,041
	X1.4	Pantai	0,656		
	X2.5	Ketersediaan toko cenderamata	0,587		
	X4.1	Informasi lengkap tentang lokasi	0,552		
	X5.2	Keramahan pedagang souvenir	0,591		
Pemandangan Alam dan Pura Tanah Lot	X1.1	Pemandangan alam	0,518	1,050	4,566
	X1.2	Keberadaan pura	0,697		
	X1.5	Cuaca	0,545		

Sumber Lampiran 6

Dari Tabel 4.20 diketahui semua variabel memiliki nilai loading diatas 0,50. Dari data tersebut dapat disimpulkan seluruh variabel dapat digunakan pada tahap berikutnya. Setelah seluruh variabel didistribusikan ke dalam kelompok faktornya, tahap selanjutnya adalah memberi nama seluruh faktor yang telah terbentuk.

3. Penamaan Faktor

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

1) Faktor 1 (Keramahtamahan dan Akses)

Berikut merupakan indikator yang termasuk dalam faktor 1:

- a) Pemandangan sepanjang perjalanan (X1.6) 0,705
- b) Aktivitas budaya (X1.8) 0,571
- c) Harga souvenir (X2.6) 0,521

- d) Ketersediaan kursi dan tempat bersantai (X2.7) 0,548
- e) Akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot (X3.1) 0,694
- f) Akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot (X3.3) 0,524
- g) Keramahan pengemudi angkutan lokal (X4.3) 0,565
- h) Keramahan pengelola (X5.1) 0,784
- i) Penanganan keluhan yang cepat tanggap (X5.3) 0,560

Penamaan faktor 1 diambil dari dua indikator dengan nilai loading tertinggi yaitu indikator keramahan pengelola (X5.1) dan indikator pemandangan sepanjang perjalanan (X1.6). Faktor tersebut memiliki korelasi terbesar terhadap faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot dengan *eigenvalues* sebesar 10,714 dan mampu menjelaskan sebanyak 46,584% model variasi.

2) Faktor 2 (Fasilitas)

Berikut merupakan indikator yang termasuk dalam faktor 2:

- a) Keberadaan ular suci (X1.7) 0,570
- b) Ketersediaan toilet yang bersih dan memadai (X2.1) 0,582
- c) Ketersediaan lahan parkir (X2.2) 0,547
- d) Ketersediaan warung makan dan minuman (X2.3) 0,674
- e) Keamanan (X2.4) 0,696
- f) Kebersihan kawasan wisata (X2.8) 0,568

Penamaan faktor 2 diambil dari dua indikator dengan nilai loading tertinggi yaitu indikator ketersediaan warung makan dan minuman (X2.3) dan indikator keamanan (X2.4). Faktor tersebut memiliki korelasi terbesar terhadap faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot dengan

eigenvalues sebesar 1,436 dan mampu menjelaskan sebanyak 6,244% model variasi.

3) Faktor 3 (Sejarah dan Pantai)

Berikut merupakan indikator yang termasuk dalam faktor 3:

- a) Sejarah (X1.3) 0,721
- b) Pantai (X1.4) 0,656
- c) Ketersediaan toko cenderamata (X2.5) 0,587
- d) Informasi lengkap tentang lokasi (X4.1) 0,552
- e) Keramahan pedagang souvenir (X5.2) 0,591

Penamaan faktor 3 diambil dari dua indikator dengan nilai loading tertinggi yaitu indikator sejarah (X1.3) dan indikator pantai (X1.4). Faktor ini memiliki korelasi terbesar terhadap faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot dengan *eigenvalues* sebesar 1,151 dan mampu menjelaskan sebanyak 5,041% model variasi.

4) Faktor 4 (Pemandangan Alam dan Pura Tanah Lot)

Berikut merupakan indikator yang termasuk dalam faktor 4:

- a) Pemandangan alam (X1.1) 0,518
- b) Keberadaan pura (X1.2) 0,697
- c) Cuaca (X1.5) 0,545

Penamaan faktor 4 diambil dari indikator dengan nilai loading tertinggi yaitu indikator keberadaan pura (X1.2) dan Pemandangan Alam (X1.1). Faktor ini memiliki korelasi terbesar terhadap faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot dengan *eigenvalues* sebesar 1.050 dan mampu menjelaskan sebanyak 4.566% model variasi.

4. Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model merupakan tahap terakhir yang perlu dilakukan dalam analisis faktor. Dalam pengujian ini metode yang digunakan adalah *principal component analysis* dengan melihat besarnya nilai residual yang terbentuk. Berdasarkan penghitungan yang telah dilakukan, diketahui terdapat 35% atau sebanyak 91 residual yang didapatkan dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dari data tersebut dapat disimpulkan, penelitian ini dapat diterima dengan ketepatan model sebesar 65% dengan tingkat kesalahan 0,05.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah dilakukan proses analisis, penelitian ini menghasilkan 4 faktor baru yang memiliki nilai *eigenvalues* lebih besar dari 1. Penelitian ini relatif terhadap penelitian sebelumnya, yaitu penelitian dari Zuraida dan Kusumarini (2019) dengan topik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan China berwisata ke Nusa Penida. Pada penelitian sebelumnya terdapat salah satu faktor penarik yang mempengaruhi keputusan wisatawan China berwisata ke Nusa Penida yaitu *Amenities* dan *Accessibility* dengan varian sebesar 36,559%. Faktor *Amenities* dan *Accessibility* relatif terhadap penelitian ini yaitu faktor 2 Fasilitas dengan varian sebesar 6,244% dan faktor 1 Keramahtamahan dan Akses dengan varian sebesar 46,584%.

4.4 Keterbatasan

Penelitian ini hanya menganalisis lima variabel yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata Tanah Lot yaitu atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi (aksesibilitas) dan keramahtamahan. Masih banyak variabel lain yang dapat memengaruhi wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata seperti harga, promosi, sosial, kepuasan dan lainnya. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini,

menambahkan jumlah responden, serta meneliti faktor lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini. Dengan keterbatasan metodologi penelitian yang ada seperti desain penelitian, sampel, dan model yang masih sederhana dapat ditambahkan oleh peneliti dalam penelitian selanjutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses analisis yang telah dilakukan terkait faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan proses faktoring dan rotasi diperoleh 4 faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot, di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Hal tersebut diperoleh dari hasil analisis pada nilai *eigenvalues* dengan nilai lebih besar dari 1. Penamaan masing-masing faktor dilihat dari nilai loading yang dimiliki oleh indikator yang termasuk dalam anggotanya. Berikut faktor-faktor tersebut:
 - a. Faktor 1 (Keramahtamahan dan Akses)

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalues* sebesar 10,714 dan mampu menjelaskan sebanyak 46,584% model variasi. Dalam faktor ini, variabel yang memiliki korelasi terbesar terhadap faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan adalah keramahan pengelola, sedangkan variabel lain yang mendukung adalah penanganan keluhan yang cepat tanggap, keramahan pengemudi angkutan lokal, akses jalan menuju lokasi Pura Tanah Lot, ketersediaan kursi dan tempat bersantai, akses jalan menuju batu karang Pura Tanah Lot, harga souvenir, aktivitas budaya dan pemandangan sepanjang perjalanan.

b. Faktor 2 (Fasilitas)

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalues* sebesar 1,436 dan mampu menjelaskan sebanyak 6,244% model variasi. Dalam faktor ini, variabel yang memiliki korelasi terbesar terhadap faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan adalah keamanan dan ketersediaan warung makan dan minuman, sedangkan variabel lain yang mendukung adalah kebersihan kawasan wisata, ketersediaan lahan parkir, dan ketersediaan toilet yang bersih dan memadai.

c. Faktor 3 (Sejarah dan Pantai)

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalues* sebesar 1,159 dan mampu menjelaskan sebanyak 5,041% model variasi. Dalam faktor ini, variabel yang memiliki korelasi terbesar terhadap faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan adalah sejarah dan pantai, sedangkan variabel lain yang mendukung adalah ketersediaan toko cenderamata, informasi lengkap tentang lokasi, dan keramahan pedagang souvenir.

d. Faktor 4 (Pemandangan Alam dan Pura Tanah Lot)

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalues* sebesar 1,050 dan mampu menjelaskan sebanyak 4,566% model variasi. Dalam faktor ini, variabel yang memiliki korelasi terbesar terhadap faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan adalah keberadaan pura, sedangkan variabel lain yang mendukung adalah cuaca dan pemandangan alam.

2. Setelah dilakukan proses analisis faktor, diketahui faktor yang paling dominan terhadap faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan adalah faktor keramahtamahan dan akses dengan nilai *eigenvalues* sebesar 10,714 dan mampu menjelaskan sebanyak 46,584% model variasi.

5.2 Saran

Adapun saran yang bisa dipertimbangkan terkait penelitian faktor-faktor yang memengaruhi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali antara lain:

1. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada analisis deskriptif, diketahui bahwa indikator harga souvenir memiliki nilai mean terendah jika dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu 3,79. Berdasarkan data tersebut, maka pihak pengelola perlu melakukan pengkajian ulang dan memastikan bahwa harga souvenir harus sesuai dengan kualitas dan nilai barang. Selain itu pihak pengelola juga harus bisa mengontrol para pedagang yang menjual souvenir di dalam kawasan wisata agar para pedagang tidak semena-mena dalam menentukan harga jual. Indikator lain yang memiliki nilai mean sangat baik perlu dipertahankan.
2. Berdasarkan hasil analisis uji *anti imaga matrices* pertama terdapat salah satu indikator dengan nilai MSA kurang dari 0,50 yaitu indikator ketersediaan jaringan komunikasi. Jika dilihat dari data tersebut pihak pengelola harus lebih memperhatikan ketersediaan jaringan komunikasi di sekitar kawasan wisata agar para wisatawan dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi ataupun kebutuhannya terkait dengan internet. Indikator lain dengan nilai MSA di atas 0.50 perlu dipertahankan.

3. Untuk peneliti berikutnya diharapkan agar dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi wisatawan berkunjung yang belum diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalyah, R., Hamid, D., & Hakim, L. 2016. *Peran stakeholder pariwisata dalam pengembangan Pulau Samalona sebagai destinasi wisata bahari*. Malang Brawijaya University.
- Andina, S. A., & Aliyah, I. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur*. *Cakra Wisata*, 22(1).
- Abuamoud, I. N., Libbin, J., Green, J., & ALRousan, R. 2014. Factors affecting the willingness of tourists to visit cultural heritage sites in Jordan. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 148-165.
- Giri, I. P. A. A., Girinata, I. M., & Wiratmaja, I. K. 2020. Implikasi Religius Magis Pengembangan Wisata di Kawasan Suci Pura Tanah Lot. Sanjiwani: *Jurnal Filsafat*, 11(2), 138-152.
- Hidayat, R. 2013. Analisis Respon Pengunjung Terhadap Objek Wisata (*Studi Kasus Pada Objek Wisata CV. Taman Agrowisata Bukit Naang*).
- Inayatuka, V., & Sukawati, T. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Cina Berkunjung Ke Bali. *E. Jurnal Manajemen*, 8(5), 2809-2833.
- Kusuma, I. G. A. R. D., & Suryasih, I. A. 2016. Aktivitas Wisata Spiritual dan Motivasi Berwisata di Daya Tarik Wisata Tanah Lot Kabupaten Tabanan. *Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN*, 2338, 8811.
- Kamal, Mostafa, and Shah Alam Pramanik. 2015. Identifying factors influencing visitors to visit museums in Bangladesh and setting marketing strategies for museums. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* 17.10: 85-92.
- Medi, R., Yamin, M., & Sakawati, H. 2018. *Peran pemerintah daerah dalam pengelolaan potensi pariwisata religi buntu burake di Kabupaten Tana Toraja*. Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makasar.
- Muljadi A.J 2016, *Kepariwisata dan perjalanan*, Edisi 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasar, A. 2019. Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Menyewa Kamar Hotel Berbintang Untuk Meningkatkan Pariwisata Diwilayah Kotamadya Kupang. *Tourism: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 2(1), 64-71.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.

- Prasetyo, A., 2016. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Berkunjung ke Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur Wonogiri. *Sosialitas; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*, 6(2)
- Reygina, 10 *Daya Tarik Wisata terbaik di Tabanan, Bali* <https://reyginawisataindonesia.blogspot.com/2020/09/10-daya-tarik-wisata-terbaik-di-tabanan-bali.html> diakses, 25 Januari 2023.
- Rahmi, A., Dewi, R. K., & Riesa, R. M. 2020. Tinjauan Manajemen Event Pada Festival Kuliner Tradisional Minangkabau Di Kota Padang. *Jurnal Pariwisata Bunda*, 1(1), 51-58.
- Sugiyono. 2018, *Metode penelitian pendidikan*, Edisi 1. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Susan, E. 2019. Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Suwastawa, I. P. A., & Mandala, K. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Pembelian Produk Perhiasan Emas di Kota Denpasar (*Doctoral dissertation, Udayana University*).
- Susila, I. K. E. W., & Pramono, J. 2021, January. Pengelolaan Atraksi Wisata Ular Suci Daya Tarik Wisata di Pura Tanah Lot Tabanan Bali Indonesia. *In Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (sintesa) (Vol. 3)*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Utama, I.G.B.R., 2016. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Hospitalitas. 1 st edn*. Denpasar: Pustaka Larasan
- Untara, I. M. G. S., & Supada, W. 2020. Eksistensi Pura Tanah Lot Dalam Perkembangan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Tabanan. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 1(2), 186-197.
- Utama, I.G.B.R., 2017. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Waruwu, D, Santoso, R.T.P, dan Ardana, I.M.D.W.G 2022. Eksistensi Wisata Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 dalam Pemulihan Ekonomi dan Pariwisata di Desa Sangeh, Badung, Bali. Santhet: *Jurnal Sejarah, Pendidikan, Dan Humaniora*, 6(1), 48-60.
- Zuraida, L., Susianti, W., & Kusumarini, I. 2019. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan China Berwisata Ke Nusa Penida. *Jurnal Kepariwisataaan*, 18(2), 11-19.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN BERKUNJUNG
KE DAYA TARIK WISATA TANAH LOT KABUPATEN TABANAN PROVINSI
BALI**

Lampiran 1 : Kuesioner
Kepada,
Yth.Bapak/Ibu.

Dengan Hormat,

Nama saya Firminus Jemahu, saya adalah Mahasiswa di Universitas Dyana Pura. Jurusan Manajemen Bisnis Pariwisata, program studi Manajemen (S1). Saya bermaksud melakukan penelitian ini tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot Kabupaten Tabanan Provinsi Bali”. Kuesioner ini guna untuk mengumpulkan data untuk menyelesaikan tugas akhir/skripsi.

Untuk itu saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dan jawaban Bapak/Ibu berikan bersifat sangat rahasia. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk bantuan Bapak/Ibu yang telah berkenan untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya

Firminus Jemah

KUESIONER

1. Identitas Responden

a. Daerah Asal/Negara

b. Jenis kelamin

Laki-Laki

Perempuan

c. Usia

<18

19-25

26-50

d. Pekerjaan

Pelajar

Mahasiswa

Karyawan Swasta

Pengusaha

e. Informasi didapat dari :

Keluarga/teman

Brosur/Koran/iklan

Media masa

Travel agent

Lainnya

2. Berikan penilaian tentang daya tarik wisata Tanah Lot ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada setiap kolom dengan kriteria penilaian seperti di bawah ini :

Sangat tidak setuju (STS) 1

Tidak setuju (TS) 2

Netral (N) 3

Setuju (S) 4

Sangat setuju (SS) 5

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya dapat menikmati keindahan matahari terbenam (sunset) dari atas tebing dan dari tepi pantai					
2	Saya bisa melihat Pura unik yang letaknya di tengah pantai di atas batu karang.					
3	Saya dapat mengetahui sejarah yang menarik tentang Pura Tanah Lot					
4	Saya bisa menikmati pantai yang indah dengan sedikit pasir dan batu karang					
5	Cuaca di Tanah Lot dan Bali pada umumnya sangat mendukung untuk kegiatan berwisata saya					
6	Saya dapat menikmati pemandangan di sepanjang perjalanan menuju Tanah Lot yang menarik					
7	Saya dapat melihat ular suci yang menarik					
8	Saya bisa melihat aktivitas budaya masyarakat sehari-hari di sekitar kawasan Tanah Lot					
9	Saya merasa nyaman saat menggunakan toilet umum di daya tarik wisata Tanah Lot yang bersih dan terawat					
10	Saya dapat dengan mudah memarkirkan kendaraan karena area parkir yang luas dan aman untuk kendaraan					
11	Saya bisa dengan mudah menemukan warung makan dan minum di sekitar kawasan wisata Tanah Lot					
12	Saya merasa aman dengan barang bawaan karena terdapat petugas keamanan di sekitar kawasan wisata					
13	Saya bisa mengunjungi banyak toko cenderamata dengan banyak pilihan					
14	Saya puas dengan harga barang cenderamata yang cukup sesuai dan bervariasi					
15	Saya bisa bersantai di tempat duduk yang nyaman di sekitar kawasan Tanah Lot					
16	Saya senang melihat kebersihan di sekitar kawasan wisata Tanah Lot					
17	Saya senang dengan akses jalan yang baik dari kawasan parkir hingga ke tepi pantai di sekitar Pura Tanah Lot					
18	Saya dapat menggunakan jaringan komunikasi yang baik dan lancar di sekitar kawasan wisata Tanah Lot					
19	Saya senang dengan akses jalan menuju daya tarik wisata Tanah Lot yang baik dan mudah diakses					
20	Saya puas dengan informasi terkait daya tarik wisata Tanah Lot yang lengkap dan sesuai dengan kenyataan di lapangan					
21	Saya puas dengan harga tiket masuk daya tarik wisata Tanah Lot					
22	Saya merasa terbantu dengan pengemudi angkutan lokal yang ramah dan sigap membantu wisatawan					
23	Saya senang dengan pengelola daya tarik wisata Tanah Lot yang sangat ramah dengan wisatawan					

24	Saya senang dengan pedagang souvenir keliling kawasan wisata Tanah Lot yang ramah					
25	Saya senang dengan penanganan keluhan wisatawan terhadap pengelola wisata Tanah Lot yang cepat tanggap					

No	Questions	1	2	3	4	5
1	I can enjoy the Sunset from the top of the cliff and from the beach					
2	I can see a unique temple on the rock in the middle of beach					
3	I got to know the interesting history of Tanah Lot Temple					
4	I can enjoy the beautiful beach with a little sand and rocks					
5	The weather in Tanah Lot and Bali in general is very supportive for my traveling activities					
6	I can enjoy the beautiful view along the way to Tanah Lot					
7	I can see an interesting sacred snake					
8	I can see daily activities of the people who lived around the Tanah Lot Temple					
9	I like the public toilets at Tanah Lot tourist attraction which is clean and well maintained					
10	I can park the vehicle easily, because the parking area is large and safe for vehicles					
11	I can easily find the food and beverage nearby Tanah Lot area					
12	I feel no worries to lose anything, because there are security officers around the Tanah Lot area					
13	I can visit many souvenir shops with many choices					
14	I am satisfied with the prices of souvenir items					
15	I can easily to find the chair for relax around the Tanah Lot					
16	I like to visit Tanah Lot temple because it is clean and well maintained					
17	I like the road access from the parking area to the beachfront at Tanah Lot Temple					
18	I like the network connection around the Tanah Lot area					
19	I like the road access to the tourist attraction of Tanah Lot					
20	I am satisfied all information about tourist attraction of Tanah Lot					
21	I am satisfied about the entrance fee of Tanah Lot tourist attraction					
22	I like the local drivers who are friendly and ready to help tourists					

23	I like the staff of Tanah Lot tourist attraction who are friendly and very helpful					
24	I like the souvenir seller who are friendly with tourist					
25	I like the handling of tourist complaints who are quick to respond					

Lampiran 2 Tabulasi Data

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
1	4	5	3	4	4	3	2	4
2	4	4	4	4	5	5	5	5
3	5	5	4	4	3	3	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	4	5
7	4	5	4	4	4	4	5	3
8	5	5	5	5	5	5	1	4
9	5	5	5	4	4	4	4	5
10	4	5	3	5	5	4	5	4
11	5	5	5	5	5	5	4	5
12	3	4	4	4	4	4	3	4
13	4	5	4	4	3	3	3	3
14	4	5	4	3	5	4	5	4
15	3	4	3	3	4	3	2	3
16	4	4	4	4	5	4	4	4
17	3	4	3	4	4	4	2	4
18	5	4	5	4	4	5	2	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	4	4	3	4
21	5	4	3	4	4	4	3	4
22	5	5	5	5	5	5	4	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	5	4	4	4	4	4	4
25	2	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	3	5	5	3	3	3
27	4	5	4	5	4	5	2	4
28	3	5	3	4	4	4	3	3
29	5	4	4	4	4	4	4	4
30	4	5	3	4	5	4	4	4
31	4	4	2	4	4	3	3	4
32	5	5	3	2	4	5	5	4
33	5	5	4	2	4	4	5	4
34	4	3	4	3	3	4	3	4
35	4	4	3	3	4	5	4	5
36	5	3	3	4	5	5	1	4
37	5	5	5	5	4	4	2	3

38	4	5	4	4	3	4	4	4
39	3	4	4	3	3	4	5	4
40	5	3	4	4	4	5	4	4
41	2	3	3	3	2	2	3	3
42	4	4	5	5	4	4	3	4
43	4	4	3	4	3	4	2	4
44	5	4	3	4	4	4	2	4
45	4	4	3	4	2	4	2	4
46	3	3	2	1	4	3	3	4
47	4	5	4	5	4	4	5	4
48	5	5	5	5	5	4	4	4
49	5	4	4	4	4	5	4	4
50	3	5	2	4	4	5	3	4
51	5	5	4	5	5	5	5	5
52	5	5	3	5	5	4	4	4
53	4	4	4	4	5	5	5	5
54	4	4	3	4	3	4	4	4
55	4	5	4	5	4	5	5	4
56	5	1	5	5	5	3	5	5
57	4	2	4	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	3	5
59	5	5	4	5	5	5	5	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	4	4	4	4	4	4	4
62	4	5	4	4	4	4	3	3
63	4	4	4	3	3	4	3	3
64	5	5	5	5	5	5	4	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5
66	3	3	4	4	5	5	3	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	4	5	5	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5	4	4
70	5	5	3	5	5	5	2	5
71	3	3	4	4	3	3	4	3
72	5	4	3	4	3	4	3	3
73	4	3	3	4	3	5	5	4
74	4	4	4	5	4	4	4	4
75	5	5	4	4	4	5	4	5
76	5	5	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	4	5	4	4	5	5

17	3	4	4	3	4	3	3	4
18	5	4	4	5	5	2	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	3	4	3	5	3	4	3
21	3	3	4	4	4	3	4	4
22	5	5	5	5	5	4	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	3	4	5	4	5	3	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	5	5	3	5	3	5	3
27	3	3	3	3	3	3	4	4
28	4	3	5	4	4	2	4	4
29	4	4	4	4	5	4	5	5
30	2	3	3	4	4	3	5	4
31	2	4	4	4	3	4	4	4
32	5	5	5	5	4	4	5	5
33	4	5	5	3	3	3	4	4
34	4	3	3	4	3	3	4	3
35	2	2	3	2	3	2	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4
37	3	3	4	3	4	3	3	4
38	4	4	4	4	3	3	4	4
39	4	3	4	4	5	4	4	5
40	4	5	3	4	4	4	4	4
41	2	3	2	2	3	3	3	3
42	4	4	4	3	5	3	3	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	3	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	4	2	3	4	3	3	4
47	4	5	4	5	5	4	4	4
48	3	4	4	4	5	4	5	5
49	4	4	4	4	5	4	4	4
50	3	5	4	3	3	3	4	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5
52	3	3	4	3	3	3	3	3
53	5	5	5	5	5	5	4	5
54	3	3	3	4	4	3	3	3
55	4	5	4	5	5	4	4	4
56	4	5	5	5	5	4	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5

58	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	5	5	4	5	4	5	5
60	4	4	5	5	4	4	3	4
61	4	4	4	4	4	4	4	5
62	5	4	4	3	3	3	3	4
63	5	5	4	4	3	3	3	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	4	3	3	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	5	4	4	5	4	5	5
70	5	5	4	4	4	4	5	5
71	5	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	4	4	4	4
73	4	4	4	2	2	5	5	4
74	4	4	4	4	4	4	4	5
75	4	5	4	5	4	5	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	4	5	4	4	5
78	4	5	4	5	5	4	5	5
79	4	4	5	4	4	4	4	4
80	4	5	5	4	5	4	5	4
81	2	4	4	4	4	2	4	4
82	4	4	5	5	4	3	4	5
83	4	5	4	4	5	3	4	4
84	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	4	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	5	4	4	4	4	4	4
91	3	4	4	4	3	3	4	3
92	4	5	4	4	5	4	4	5
93	4	5	5	4	5	4	4	4
94	3	4	5	4	4	4	4	4
95	2	5	5	5	4	4	5	5
96	4	4	4	4	5	4	4	4
97	4	4	4	4	4	3	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4

99	4	5	5	5	5	4	5	5
100	4	5	5	4	4	3	5	4

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3	X5.1	X5.2	X5.3
1	4	4	4	4	4	3	4	1	3
2	5	5	5	5	4	5	5	4	4
3	4	4	4	4	2	3	4	3	5
4	5	2	5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	3	4
7	5	3	4	4	3	4	4	4	4
8	5	5	5	5	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	4	2	3	4	5	3	4	4
12	4	4	4	4	4	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4	3	4	4
14	4	3	4	4	3	3	4	4	3
15	3	3	3	3	3	3	3	1	3
16	4	4	4	4	4	4	5	4	4
17	4	4	4	4	4	3	4	4	4
18	4	5	5	4	4	5	5	5	4
19	5	5	5	4	4	5	5	5	4
20	3	3	4	3	3	3	3	3	3
21	4	3	4	4	3	4	4	4	3
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	4	4	4	3	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	3	3	3	3	3
27	4	5	4	4	4	4	4	4	3
28	4	4	4	4	3	3	4	2	2
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	3	4	4	3	5	5	5	3
31	3	3	3	4	3	4	4	3	4
32	5	5	4	4	5	5	5	4	4
33	4	3	4	3	4	4	4	1	3
34	4	3	4	3	4	3	3	3	4
35	4	5	4	1	3	3	3	3	3
36	4	4	3	4	3	3	4	4	4

37	3	4	3	4	5	3	3	4	3
38	4	4	4	4	4	4	4	3	4
39	4	4	3	4	4	4	4	3	5
40	4	3	4	5	4	4	5	5	4
41	3	4	3	3	3	3	3	3	3
42	5	4	4	5	4	5	5	3	4
43	4	4	4	3	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	3	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	2	4	2	4	4	4	4
47	3	4	4	4	4	4	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	4	4	5	4	4	4	4	4
50	5	3	4	3	4	3	4	3	3
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	3	3	3	3	3	3	4	4	3
53	5	5	5	5	5	4	5	4	5
54	4	3	4	3	3	4	3	4	3
55	4	4	5	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	3	4	3	5	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	1	5	5	5	5
59	4	4	4	5	5	5	4	4	4
60	3	5	3	3	3	3	3	3	3
61	5	5	4	4	4	4	4	4	5
62	4	4	4	4	3	3	4	3	4
63	4	4	4	4	4	3	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	4	5	5	5	5	5	5	5
66	5	4	3	4	4	4	5	4	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	4	4	5	4	5	5	4	4
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	3	3	3	3	3	3	4	3	3
72	4	4	3	3	3	3	3	3	3
73	4	4	5	4	4	2	5	4	5
74	4	4	4	4	5	5	5	5	4
75	5	4	5	4	5	5	5	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	3	3
77	5	5	5	5	4	4	5	5	5

78	4	4	5	5	4	4	4	4	5
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	3	4	4	5	4	4	5	4
83	4	4	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	4	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	5	5	3	4	3	3	4	4
92	4	5	4	5	3	2	2	5	3
93	5	4	4	4	4	4	5	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	3	5	4	4	5	5	3	3
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	5	5	3	5	4	5	5	5
100	4	4	4	3	4	4	4	4	4

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Female	5	5.0	5.0	5.0
	Laki-laki	28	28.0	28.0	33.0
	Male	5	5.0	5.0	38.0
	Perempuan	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19 Tahun - 25 Tahun	64	64.0	64.0	64.0
	19 Years Old - 25 Years Old	7	7.0	7.0	71.0
	26 Tahun - 50 Tahun	22	22.0	22.0	93.0
	26 Years - 50 Years	3	3.0	3.0	96.0
	Kurang dari 18 Tahun	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	44	44.0	44.0	44.0
	Mahasiswa	30	30.0	30.0	74.0
	Pelajar	3	3.0	3.0	77.0
	Pengusaha	13	13.0	13.0	90.0
	Private Employees	6	6.0	6.0	96.0
	Students	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Daerah Asal/Negara

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Asia	2	2.0	2.0	2.0
	Australia	3	3.0	3.0	5.0
	India	5	5.0	5.0	10.0
	Indonesia	90	90.0	90.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Informasi daya tarik wisata Tanah Lot didapat dari ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Brosur/Koran/Iklan	10	10.0	10.0	10.0
	Keluarga/Teman	45	45.0	45.0	55.0
	Media Masa	28	28.0	28.0	83.0
	Social Media	6	6.0	6.0	89.0
	Travel Agent	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Total_ X1	Pearson Correlation	.582**	.617**	.648**	.636**	.746**	.680**	.669**	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_ X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.566**	.463**	.530**	.424**	.522**	.285**	.453**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.566**	1	.602**	.618**	.485**	.564**	.502**	.564**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.463**	.602**	1	.629**	.564**	.460**	.553**	.531**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.530**	.618**	.629**	1	.631**	.520**	.503**	.579**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.424**	.485**	.564**	.631**	1	.436**	.446**	.525**	.739**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.522**	.564**	.460**	.520**	.436**	1	.559**	.587**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.285**	.502**	.553**	.503**	.446**	.559**	1	.604**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.453**	.564**	.531**	.579**	.525**	.587**	.604**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.710**	.803**	.782**	.821**	.739**	.766**	.712**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.483**	.541**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.483**	1	.408**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.541**	.408**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.821**	.792**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.394**	.554**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.394**	1	.515**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.554**	.515**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X4	Pearson Correlation	.792**	.790**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Total_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.505**	.612**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.505**	1	.630**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.612**	.630**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X5	Pearson Correlation	.813**	.862**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	3

Lampiran 5 Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	2.00	5.00	4.3600	.74563
X1.2	100	1.00	5.00	4.2400	1.12923
X1.3	100	2.00	5.00	3.9400	.81427
X1.4	100	1.00	5.00	4.2700	.76350
X1.5	100	2.00	5.00	4.1800	.78341
X1.6	100	2.00	5.00	4.3000	.68902
X1.7	100	1.00	5.00	3.5900	1.27995
X1.8	100	3.00	5.00	4.2000	.61955
Total_X1	100	21.00	40.00	33.0800	4.45104
X2.1	100	2.00	5.00	3.9700	.84632
X2.2	100	2.00	5.00	4.2400	.75371
X2.3	100	2.00	5.00	4.2400	.74019
X2.4	100	2.00	5.00	4.1000	.77198
X2.5	100	2.00	5.00	4.2400	.78005
X2.6	100	2.00	5.00	3.7900	.83236
X2.7	100	3.00	5.00	4.2600	.66088
X2.8	100	3.00	5.00	4.3100	.63078
Total_X2	100	21.00	40.00	33.1500	4.59551
X3.1	100	3.00	5.00	4.3000	.62765
X3.2	100	2.00	5.00	4.1500	.71598
X3.3	100	2.00	5.00	4.1800	.70180
Total_X3	100	9.00	15.00	12.6300	1.64933
X4.1	100	1.00	5.00	4.1100	.75069
X4.2	100	1.00	5.00	3.9700	.79715
X4.3	100	2.00	5.00	4.0400	.79035
Total_X4	100	7.00	15.00	12.1200	1.89779
X5.1	100	2.00	5.00	4.2200	.71887
X5.2	100	1.00	5.00	3.9600	.88671
X5.3	100	2.00	5.00	4.0200	.72446
Total_X	100	7.00	15.00	12.2000	1.97969
Valid N (listwise)	100				

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 Total_X1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

		Anti-Image Matrices																								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3	X5.1	X5.2	X5.3
Anti-image	X1.	.654	-.044	-.051	-.019	-.011	-.036	.030	-.054	.020	-.011	-.045	-.018	-.050	.046	-.084	.028	.005	.059	.006	-.004	-.006	.000	.010	-.027	.000
Covariance	1																									
	X1.	-.044	.615	.004	-.036	-.032	-.133	-.204	.060	.002	-.009	-.061	.046	.020	.030	.005	-.023	.015	-.038	-.032	-.041	.081	-.083	.087	.071	.017
	2																									

Lampiran 6 Analisis Faktor

KMO and Bartlett's Test 1

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.901
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1480.995
	df	300
	Sig.	.000

KMO and Bartlett's Test 2

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.898
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1378.387
	df	253
	Sig.	.000

X2.	.091	.061	.025	-.234	.090	-.121	-.205	-.031	-.117	-.128	.049	-.105	.076	.938*	-.241	-.006	-.023	-.060	.202	-.115	-.012	.087	-.082	.014	-.195
6																									
X2.	-.179	.010	.147	.049	-.178	.012	.031	-.087	.157	.108	-.158	.038	-.027	-.241	.926*	-.246	-.042	-.020	-.335	-.023	.063	-.088	-.005	.137	-.040
7																									
X2.	.063	-.054	.081	-.153	.011	-.025	-.209	.033	.030	-.035	-.057	-.206	-.027	-.006	-.246	.907*	-.394	-.023	.392	-.038	-.230	.114	-.066	-.125	-.108
8																									
X3.	.010	.034	-.018	.272	-.118	-.096	.127	-.060	.006	-.126	-.024	.179	-.091	-.023	-.042	-.394	.913*	-.171	-.274	-.006	.185	-.189	-.051	.045	-.002
1																									
X3.	.099	-.066	-.045	.168	-.208	.047	.206	-.074	-.173	.106	-.029	.063	-.171	-.060	-.020	-.023	-.171	.890*	-.157	.018	-.198	.109	.144	-.083	-.082
2																									
X3.	.014	-.076	-.167	-.260	.189	-.093	-.143	-.082	.207	-.184	.039	-.273	.085	.202	-.335	.392	-.274	-.157	.837*	-.154	-.164	.314	-.295	-.046	-.056
3																									
X4.	-.007	-.089	.020	-.164	-.232	.136	.118	.346	-.157	-.167	.166	.034	-.149	-.115	-.023	-.038	-.006	.018	-.154	.917*	-.004	-.134	-.111	-.022	-.219
1																									
X4.	-.011	.147	-.073	-.107	.151	-.138	-.005	.005	-.001	-.145	-.086	.048	.220	-.012	.063	-.230	.185	-.198	-.164	-.004	.902*	-.288	.037	.044	-.039
2																									
X4.	.001	-.209	-.103	.019	.040	-.080	.061	-.148	.123	.029	.197	-.382	-.252	.087	-.088	.114	-.189	.109	.314	-.134	-.288	.869*	-.487	-.036	.034
3																									
X5.	.024	.210	.118	.077	-.095	-.109	-.162	.051	-.167	.068	-.171	.213	.219	-.082	-.005	-.066	-.051	.144	-.295	-.111	.037	-.487	.891*	-.071	-.143
1																									
X5.	-.054	.147	.074	-.234	-.074	-.221	.078	-.061	.036	.020	.287	-.112	-.168	.014	.137	-.125	.045	-.083	-.046	-.022	.044	-.036	-.071	.916*	-.308
2																									
X5.	.000	.040	-.173	.174	.289	.112	-.042	-.270	-.084	-.005	-.080	.121	-.069	-.195	-.040	-.108	-.002	-.082	-.056	-.219	-.039	.034	-.143	-.308	.922*
3																									

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities 1

	Initial	Extraction
X1.1	1.000	.541
X1.2	1.000	.711
X1.3	1.000	.689
X1.4	1.000	.747
X1.5	1.000	.626
X1.6	1.000	.628
X1.7	1.000	.677
X1.8	1.000	.622
X2.1	1.000	.684
X2.2	1.000	.645
X2.3	1.000	.770
X2.4	1.000	.725
X2.5	1.000	.725
X2.6	1.000	.589
X2.7	1.000	.718
X2.8	1.000	.644
X3.1	1.000	.651
X3.2	1.000	.342
X3.3	1.000	.616
X4.1	1.000	.603
X4.2	1.000	.460
X4.3	1.000	.600
X5.1	1.000	.719
X5.2	1.000	.681
X5.3	1.000	.721

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Communalities 2

	Initial	Extraction
X1.1	1.000	.627
X1.2	1.000	.510
X1.3	1.000	.620
X1.4	1.000	.709
X1.5	1.000	.600
X1.6	1.000	.642
X1.7	1.000	.682
X1.8	1.000	.600
X2.1	1.000	.595
X2.2	1.000	.609
X2.3	1.000	.751

X2.4	1.000	.720
X2.5	1.000	.710
X2.6	1.000	.601
X2.7	1.000	.672
X2.8	1.000	.648
X3.1	1.000	.668
X3.3	1.000	.562
X4.1	1.000	.600
X4.3	1.000	.598
X5.1	1.000	.726
X5.2	1.000	.677
X5.3	1.000	.734

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

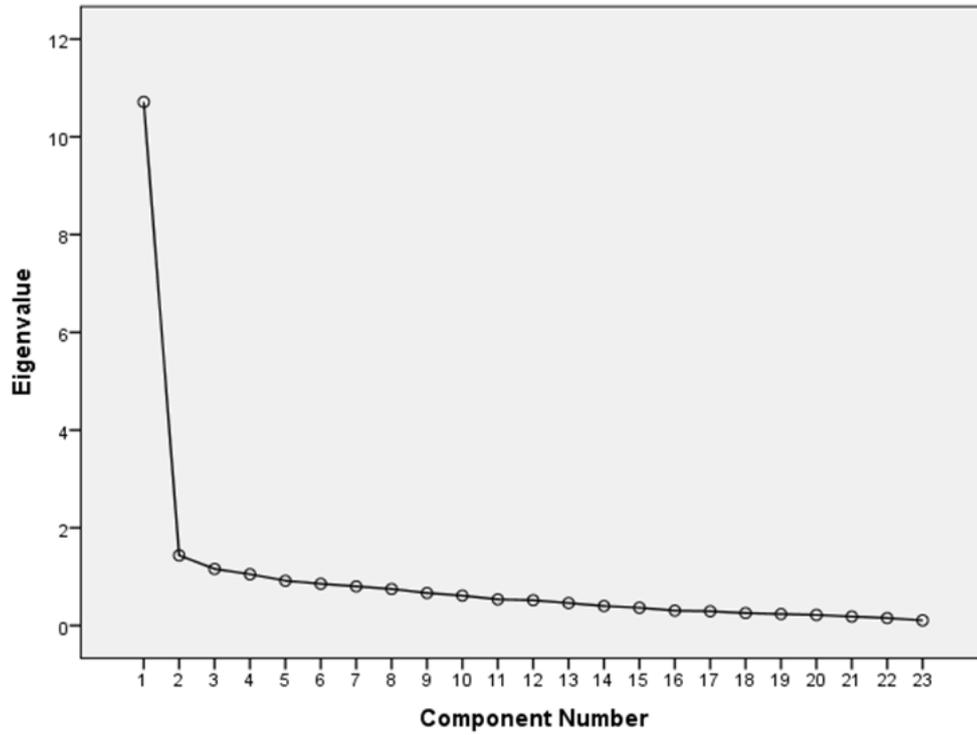
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X3.1	X3.3	X4.1	X4.3	X5.1	X5.2	X5.3	
Anti- image Covariance	X1.1	0.663	-0.004	-0.051	-0.026	-0.006	-0.044	0.024	-0.049	0.031	-0.014	-0.047	-0.02	-0.05	0.048	-0.084	0.027	0.014	0.01	-0.005	-0.008	0.009	-0.02	0.005
	X1.2	-0.004	0.649	-0.003	0.038	-0.071	-0.075	0.016	-0.026	0.03	0.007	-0.116	0.057	0.006	0.035	0.036	-0.078	0.068	-0.08	-0.087	-0.107	0.103	0.055	0.033
	X1.3	-0.051	-0.003	0.467	-0.104	-0.093	-0.044	-0.095	0.052	-0.142	0.06	0.018	-2.38E-05	-0.06	0.016	0.058	0.032	-0.008	-0.063	0.007	-0.04	0.046	0.037	-0.07
	X1.4	-0.026	0.038	-0.104	0.366	-0.078	0.01	0.1	-0.036	0.085	0.029	-0.102	0.038	-0.05	-0.087	0.023	-0.067	0.117	-0.094	-0.068	-0.017	0.032	-0.089	0.066
	X1.5	-0.006	-0.071	-0.093	-0.078	0.432	-0.062	-0.076	-0.083	0.01	-0.052	0.02	0.014	0.016	0.028	-0.078	0.016	-0.068	0.072	-0.081	0.04	-0.038	-0.027	0.038
	X1.6	-0.044	-0.075	-0.044	0.01	-0.062	0.429	0.087	-0.048	-0.049	-0.029	-0.01	0.049	0.05	-0.06	0.006	-0.027	-0.028	-0.047	0.058	-0.046	-0.034	-0.084	0.042
	X1.7	0.024	0.018	-0.095	0.1	-0.076	0.087	0.622	-0.047	0.028	0.05	-0.038	-0.016	-0.01	-0.103	0.019	-0.119	0.066	-0.082	0.037	-0.01	-0.027	0.008	0.018
	X1.8	-0.049	-0.026	0.052	-0.036	-0.083	-0.048	-0.047	0.344	-0.054	-0.004	0.01	-0.054	0.025	-0.014	-0.032	0.018	-0.029	-0.022	0.124	-0.033	0.007	-0.031	-0.093
	X2.1	0.031	0.03	-0.142	0.085	0.01	-0.049	0.028	-0.054	0.411	-0.078	-0.058	-0.055	-0.01	-0.053	0.061	0	-0.003	0.056	-0.081	0.04	-0.044	0.01	-0.033
	X2.2	-0.014	0.007	0.08	0.029	-0.052	-0.029	0.05	-0.004	-0.076	0.361	-0.078	-0.046	-0	-0.058	0.043	-0.032	-0.026	-0.072	-0.057	-0.007	0.018	0.014	0.001
	X2.3	-0.047	-0.118	0.018	-0.102	0.02	-0.01	-0.038	0.01	-0.055	-0.078	0.345	-0.088	-0.08	0.024	-0.06	0	-0.028	0.025	0.063	0.067	-0.056	0.088	-0.032
	X2.4	-0.02	0.057	-2.38E-05	0.038	0.014	0.049	-0.016	-0.054	-0.055	-0.046	-0.088	0.295	-0.05	-0.028	0.013	-0.058	0.061	-0.077	0.004	-0.112	0.063	-0.04	0.039
	X2.5	-0.047	0.006	-0.063	-0.052	0.016	0.05	-0.014	0.025	-0.007	-0.002	-0.078	-0.051	0.372	0.018	-0.014	-0.007	-0.047	0.027	-0.05	-0.063	0.074	-0.066	-0.026
	X2.6	0.048	0.035	0.016	-0.087	0.028	-0.06	-0.103	-0.014	-0.053	-0.056	0.024	-0.028	0.018	0.39	-0.086	-0.003	-0.006	0.066	-0.044	-0.027	-0.026	0.014	-0.07
	X2.7	-0.084	0.036	0.058	0.023	-0.078	0.009	0.019	-0.032	0.061	0.043	-0.08	0.013	-0.01	-0.085	0.341	-0.08	-0.016	-0.11	-0.012	0.028	0.004	0.051	-0.01
	X2.8	0.027	-0.078	0.032	-0.067	0.016	-0.027	-0.119	0.018	0	-0.032	0	-0.058	-0.01	-0.003	-0.08	0.306	-0.127	0.119	-0.003	0.028	-0.028	-0.036	-0.044
	X3.1	0.014	0.068	-0.008	0.117	-0.069	-0.026	0.066	-0.029	-0.003	-0.026	-0.026	0.061	-0.05	-0.006	-0.016	-0.127	0.34	-0.097	-0.011	-0.052	0.003	0.006	0.003
	X3.3	0.01	-0.08	-0.063	-0.094	0.072	-0.047	-0.082	-0.022	0.056	-0.072	0.025	-0.077	0.027	0.068	-0.11	0.119	-0.097	0.296	-0.04	0.092	-0.088	-0.016	-0.03
X4.1	-0.005	-0.087	0.007	-0.065	-0.081	0.058	0.037	0.124	-0.061	-0.057	0.063	0.004	-0.05	-0.044	-0.012	-0.003	-0.011	-0.04	0.342	-0.032	-0.042	-0.015	-0.07	
X4.3	-0.008	-0.107	-0.041	-0.017	0.04	-0.046	-0.011	-0.033	0.04	-0.007	0.067	-0.112	-0.06	0.027	-0.028	0.028	-0.052	0.092	-0.032	-0.068	-0.147	-0.006	0.004	
X5.1	0.009	0.103	0.046	0.032	-0.038	-0.027	0.007	-0.044	0.019	-0.058	0.063	0.074	-0.028	0.004	-0.028	0.003	-0.088	-0.042	-0.147	0.287	-0.017	-0.038		
X5.2	-0.02	0.051	0.037	-0.089	-0.027	-0.084	0.009	-0.031	0.01	0.014	0.098	-0.04	-0.07	0.014	0.051	-0.036	0.006	-0.016	-0.015	-0.006	-0.017	0.394	-0.108	
X5.3	0.009	0.033	-0.07	0.066	0.098	0.042	0.016	-0.093	-0.033	0.001	-0.032	0.038	-0.03	-0.07	-0.01	-0.044	0.003	-0.03	-0.07	0.004	-0.036	-0.108	0.291	
Anti- image Correlation	X1.1	.962*	-0.006	-0.092	-0.054	-0.011	-0.083	0.037	-0.102	0.059	-0.029	-0.099	-0.045	-0.1	0.095	-0.177	0.059	0.03	0.024	-0.011	-0.018	0.02	-0.04	0.012
	X1.2	-0.006	.790*	-0.005	0.078	-0.134	-0.14	0.029	-0.056	0.059	0.015	-0.243	0.131	0.012	0.069	0.077	-0.175	0.145	-0.183	-0.185	-0.256	0.24	0.02	0.076
	X1.3	-0.092	-0.005	.871*	-0.253	-0.206	-0.099	-0.177	0.131	-0.323	0.195	0.045	-6.41E-05	-0.15	0.038	0.146	0.086	-0.021	-0.17	0.017	-0.117	0.125	0.086	-0.18
	X1.4	-0.054	0.078	-0.253	.819*	-0.197	0.025	0.209	-0.1	0.218	0.081	-0.287	0.114	-0.14	-0.23	0.065	-0.2	0.332	-0.285	-0.184	-0.053	0.099	-0.234	0.204
	X1.5	-0.011	-0.134	-0.206	-0.197	.890*	-0.143	-0.146	-0.216	0.024	-0.132	0.052	0.038	0.04	0.068	-0.204	0.043	-0.181	0.201	-0.21	0.117	-0.107	-0.065	0.276
	X1.6	-0.083	-0.141	-0.099	0.025	-0.143	.933*	0.169	-0.125	-0.117	-0.075	-0.026	0.139	0.125	-0.147	0.016	-0.075	-0.073	-0.131	0.151	-0.135	-0.097	-0.204	0.117
	X1.7	0.037	0.028	-0.177	0.209	-0.146	0.169	.866*	-0.102	0.056	0.106	-0.082	-0.037	-0.03	-0.208	0.04	-0.273	0.144	-0.191	0.08	-0.028	-0.063	0.016	0.042
	X1.8	-0.102	-0.056	0.131	-0.1	-0.216	-0.125	-0.102	.924*	-0.144	-0.01	0.029	-0.171	0.07	-0.037	-0.094	0.057	-0.086	-0.068	0.363	-0.109	0.022	-0.085	-0.293
	X2.1	0.055	0.059	-0.323	0.218	0.024	-0.117	0.056	-0.144	.902*	-0.186	-0.146	-0.159	-0.02	-0.131	0.163	-0.001	-0.006	0.16	-0.163	0.12	-0.13	0.025	-0.095
	X2.2	-0.029	0.015	0.195	0.081	-0.132	-0.075	0.106	-0.01	-0.196	.944*	-0.215	-0.141	-0.01	-0.148	0.124	-0.095	-0.073	-0.219	-0.161	-0.023	0.058	0.037	0.002
	X2.3	-0.099	-0.245	0.045	-0.287	0.052	-0.026	-0.082	0.029	-0.146	-0.215	.886*	-0.274	-0.22	0.068	-0.175	0.001	-0.076	0.079	0.183	0.22	-0.177	0.265	-0.102
	X2.4	-0.045	0.131	-6.41E-05	0.114	0.038	0.139	-0.037	-0.171	-0.159	-0.144	-0.274	.900*	-0.15	-0.082	0.042	-0.192	0.192	-0.259	0.011	-0.397	0.218	-0.119	0.134
	X2.5	-0.096	0.012	-0.152	-0.14	0.04	0.125	-0.029	0.07	-0.018	-0.005	-0.217	-0.154	.936*	0.046	-0.038	-0.02	-0.131	0.081	-0.139	-0.2	0.226	-0.173	-0.078
	X2.6	0.095	0.069	0.036	-0.23	0.068	-0.147	-0.208	-0.037	-0.131	-0.148	0.068	-0.082	0.046	.934*	-0.236	-0.009	-0.017	0.194	-0.12	0.084	-0.078	0.035	-0.209
	X2.7	-0.177	0.077	0.146	0.065	-0.204	0.016	0.04	-0.094	0.163	0.124	-0.175	0.042	-0.04	-0.238	.917*	-0.248	-0.046	-0.346	-0.038	-0.091	0.014	0.139	-0.03
	X2.8	0.058	-0.175	0.086	-0.2	0.043	-0.075	-0.273	0.057	-0.001	-0.095	0.001	-0.192	-0.02	-0.005	-0.248	.897*	-0.394	0.394	-0.009	0.096	-0.095	-0.105	-0.149
	X3.1	0.03	0.145	-0.021	0.332	-0.181	-0.073	0.144	-0.086	-0.008	-0.073	-0.076	0.192	-0.13	-0.017	-0.046	-0.394	.902*	-0.307	-0.033	-0.172	0.009	0.016	0.011
	X3.3	0.024	-0.183	-0.17	-0.285	0.201	-0.131	-0.191	-0.068	0.16	-0.219	0.079	-0.259	0.081	0.194	-0.346	0.394	-0.307	.821*	-0.125	0.326	-0.302	-0.046	-0.101
X4.1	-0.011	-0.185	0.017	-0.184	-0.21	0.15	0.08	0.363	-0.163	-0.161	0.183	0.011	-0.14	-0.12	-0.036	-0.009	-0.033	-0.125	.908*	-0.106	-0.133	-0.04	-0.22	
X4.3	-0.018	-0.256	-0.117	-0.053	0.117	-0.135	-0.028	-0.109	0.121	-0.023	0.221	-0.397	-0.2	0.084	-0.091	0.096	-0.172	0.326	-0.106	.867*	-0.529	-0.02	0.016	
X5.1	0.02	0.24	0.125	0.099	-0.107	-0.097	-0.063	0.022	-0.13	0.058	-0.177	0.218	0.226	-0.075	0.014	-0.095	0.009	-0.302	-0.133	-0.529	.883*	-0.049	-0.124	
X5.2	-0.04	0.02	0.086	-0.234	-0.065	-0.204	0.016	-0.085	0.026	0.037	0.265	-0.119	-0.17	0.035	0.139	-0.105	0.016	-0.046	-0.04	-0.02	-0.049	.920*	-0.318	
X5.3	0.012	0.076	-0.19	0.204	0.276	0.117	0.042	-0.293	-0.095	0.002	-0.102	0.134	-0.08	-0.209	-0.03	-0.148								

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	10.71	46.584	46.584	10.714	46.584	46.584	4.912	21.355	21.355
2	1.436	6.244	52.828	1.436	6.244	52.828	3.904	16.972	38.327
3	1.159	5.041	57.868	1.159	5.041	57.868	2.983	12.97	51.297
4	1.05	4.566	62.435	1.05	4.566	62.435	2.562	11.138	62.435
5	0.918	3.991	66.426						
6	0.855	3.718	70.144						
7	0.801	3.483	73.627						
8	0.75	3.259	76.886						
9	0.666	2.895	79.781						
10	0.613	2.666	82.447						
11	0.536	2.329	84.776						
12	0.52	2.261	87.038						
13	0.461	2.004	89.041						
14	0.401	1.742	90.783						
15	0.365	1.588	92.371						
16	0.306	1.332	93.703						
17	0.294	1.278	94.981						
18	0.255	1.109	96.09						
19	0.236	1.026	97.116						
20	0.218	0.947	98.063						
21	0.184	0.801	98.864						
22	0.155	0.673	99.537						
23	0.106	0.463	100						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
X1.1	.529	.379	.045	.037
X1.2	.393	.511	.292	.098
X1.3	.580	.268	-.429	-.164
X1.4	.599	.511	-.207	-.216
X1.5	.643	.277	.250	-.218
X1.6	.683	-.034	.282	-.308
X1.7	.649	-.129	.005	.348
X1.8	.748	-.123	.156	.037
X2.1	.637	-.281	-.298	.145
X2.2	.754	-.073	.070	.173
X2.3	.699	.227	.038	.457
X2.4	.763	.023	-.172	.327
X2.5	.702	.227	-.370	.169
X2.6	.733	-.241	-.071	.037
X2.7	.735	.047	.352	.077
X2.8	.765	-.146	.100	.175

X3.1	.730	-.228	.286	-.028
X3.3	.709	.114	.163	-.141
X4.1	.716	.049	-.182	-.227
X4.3	.762	-.097	.002	-.093
X5.1	.736	-.334	.162	-.218
X5.2	.682	-.120	-.248	-.369
X5.3	.752	-.341	-.222	-.057

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Reproduced Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X3.1	X3.3	X4.1	X4.3	X5.1	X5.2	X5.3	
X1.1	.427*	0.418	0.383	0.493	0.448	0.349	0.225	0.357	0.222	0.38	0.474	0.416	0.447	0.294	0.425	0.36	0.312	0.42	0.38	0.362	0.26*	0.29	0.256	
X1.2	0.418	.510*	0.223	0.415	0.446	0.303	0.193	0.28	0.034	0.296	0.446	0.293	0.3	0.148	0.423	0.272	0.251	0.37	0.231	0.241	0.144	0.098	0.051	
X1.3	0.383	0.223	.620*	0.609	0.376	0.317	0.192	0.328	0.399	0.36	0.375	0.469	0.599	0.385	0.275	0.333	0.245	0.395	0.544	0.43	0.304	0.531	0.45	
X1.4	0.493	0.415	0.609	.709*	0.522	0.4	0.193	0.345	0.288	0.362	0.428	0.434	0.578	0.322	0.375	0.325	0.268	0.48	0.54	0.428	0.283	0.478	0.334	
X1.5	0.448	0.446	0.376	0.522	.600*	0.567	0.207	0.478	0.226	0.444	0.422	0.383	0.385	0.379	0.557	0.438	0.484	0.559	0.478	0.484	0.469	0.424	0.346	
X1.6	0.349	0.303	0.317	0.4	0.567	.642*	0.236	0.546	0.316	0.484	0.34	0.371	0.316	0.477	0.578	0.502	0.596	0.569	0.506	0.553	0.627	0.513	0.48	
X1.7	0.225	0.193	0.192	0.153	0.207	0.236	.382*	0.389	0.4	0.442	0.475	0.487	0.374	0.406	0.385	0.458	0.382	0.287	0.267	0.356	0.331	0.223	0.394	
X1.8	0.357	0.28	0.328	0.343	0.478	0.548	0.399	.600*	0.47	0.59	0.518	0.553	0.446	0.568	0.602	0.612	0.618	0.536	0.493	0.579	0.609	0.473	0.587	
X2.1	0.222	0.034	0.399	0.268	0.226	0.316	0.4	0.47	.596*	0.505	0.436	0.573	0.518	0.561	0.361	0.525	0.441	0.351	0.464	0.499	0.483	0.489	0.633	
X2.2	0.38	0.296	0.36	0.362	0.444	0.484	0.442	0.59	0.505	.609*	0.592	0.618	0.516	0.572	0.589	0.625	0.583	0.513	0.484	0.568	0.553	0.442	0.568	
Reprod used Correla tion	X2.3	0.474	0.446	0.375	0.428	0.422	0.34	0.475	0.516	0.436	0.592	.751*	0.681	0.605	0.472	0.573	0.586	0.457	0.463	0.401	0.468	0.345	0.272	0.414
X2.4	0.416	0.293	0.469	0.434	0.383	0.371	0.487	0.553	0.579	0.618	0.681	.720*	0.66	0.578	0.528	0.621	0.494	0.47	0.505	0.548	0.455	0.44	0.586	
X2.5	0.447	0.3	0.599	0.576	0.385	0.316	0.374	0.446	0.516	0.516	0.605	0.66	.710*	0.492	0.41	0.497	0.351	0.44	0.543	0.496	0.344	0.481	0.523	
X2.6	0.294	0.148	0.385	0.322	0.379	0.477	0.406	0.568	0.581	0.572	0.472	0.578	0.492	.601*	0.505	0.596	0.569	0.569	0.475	0.517	0.578	0.36	0.647	
X2.7	0.425	0.423	0.275	0.375	0.557	0.578	0.385	0.602	0.361	0.589	0.573	0.526	0.41	0.505	.672*	0.604	0.624	0.573	0.447	0.549	0.565	0.38	0.454	
X2.8	0.36	0.272	0.333	0.325	0.438	0.502	0.459	0.612	0.525	0.625	0.586	0.621	0.497	0.596	0.604	.648*	0.616	0.517	0.483	0.581	0.59	0.45	0.583	
X3.1	0.312	0.251	0.245	0.268	0.484	0.596	0.382	0.618	0.441	0.583	0.457	0.494	0.351	0.569	0.624	0.618	.668*	0.542	0.466	0.582	0.666	0.465	0.565	
X3.3	0.42	0.37	0.395	0.48	0.559	0.569	0.287	0.538	0.351	0.513	0.483	0.47	0.44	0.475	0.573	0.517	0.542	.562*	0.516	0.542	0.54	0.481	0.466	
X4.1	0.38	0.231	0.544	0.54	0.478	0.506	0.367	0.483	0.494	0.484	0.401	0.507	0.543	0.517	0.447	0.483	0.486	0.518	.600*	0.561	0.531	0.611	0.573	
X4.3	0.362	0.241	0.43	0.428	0.484	0.553	0.356	0.579	0.499	0.565	0.468	0.548	0.498	0.578	0.549	0.581	0.582	0.542	0.561	.598*	0.614	0.565	0.611	
X5.1	0.261	0.144	0.304	0.283	0.469	0.627	0.331	0.606	0.483	0.553	0.345	0.455	0.344	0.6	0.565	0.58	0.666	0.54	0.531	0.614	.728*	0.582	0.643	
X5.2	0.29	0.098	0.531	0.478	0.424	0.513	0.223	0.473	0.489	0.442	0.272	0.44	0.481	0.533	0.38	0.45	0.465	0.481	0.611	0.565	0.582	.677*	0.63	
X5.3	0.256	0.051	0.45	0.334	0.346	0.48	0.394	0.587	0.633	0.566	0.414	0.586	0.523	0.647	0.454	0.593	0.565	0.466	0.576	0.611	0.643	0.63	.734*	
X1.1		-0.174	-0.047	-0.096	-0.093	0.006	-0.041	0.054	0.003	-0.032	-0.047	-0.006	-0.024	-0.025	0.018	-0.041	-0.005	-0.043	-0.070	0.007	0.027	0.037	0.046	
X1.2			0.013	-0.126	-0.089	0.018	-0.021	-0.037	0.11	-0.005	-0.067	-0.003	-0.018	0.005	-0.147	0.025	-0.029	-0.074	0.089	0.091	0.014	0.031	0.061	
X1.3			0.013	-0.111	0.053	0.058	0.13	0.016	0.068	-0.056	-0.016	-0.058	-0.099	-0.031	-0.002	-0.021	0.067	0.03	-0.103	-0.018	0.012	-0.142	-0.02	
X1.4			-0.126		-0.03	-0.037	0.041	0.031	-0.068	-0.002	0.046	-0.017	-0.059	0.102	0.043	0.066	-0.038	0.013	-0.046	-0.059	0.012	0.001	-0.015	
X1.5			-0.089	-0.126		-0.03	-0.051	0.112	0.009	0.087	0.012	-0.027	-0.012	-0.01	0.021	-0.043	0.02	0.001	-0.141	0.003	-0.056	-0.037	-0.068	
X1.6			0.008	0.018	0.058	-0.037	-0.051	-0.022	0.02	0.115	0.016	0.053	0.028	0	0.004	-0.106	-0.021	-0.059	-0.076	-0.121	-0.018	-0.069	-0.014	
X1.7			-0.041	-0.021	0.131	0.041	0.112	-0.022	-0.002	-0.121	-0.161	-0.128	-0.087	-0.068	0.013	-0.015	-0.005	-0.075	0.056	-0.021	-0.022	0.031	0.04	-0.037
X1.8			0.054	-0.037	0.016	0.031	0.009	0.02	-0.002	0.004	-0.067	-0.029	0.038	-0.024	-0.035	-0.039	-0.075	-0.073	-0.172	-0.018	-0.073	0.057	0.031	
X2.1			0.003	0.11	0.068	-0.068	0.087	0.115	-0.121	0.004	0.06	0.027	-0.048	-0.094	-0.04	-0.078	-0.072	-0.005	-0.035	0.002	-0.059	-0.007	-0.1	-0.072
X2.2			-0.032	-0.005	-0.056	-0.002	0.012	0.018	-0.161	-0.067	0.06	0.01	0	-0.031	-0.007	-0.087	-0.061	-0.01	0.034	0.075	-0.056	-0.036	-0.039	
X2.3			-0.047	-0.067	-0.018	0.046	-0.027	0.053	-0.128	-0.029	0.027	0.01	-0.052	-0.041	-0.012	-0.02	-0.054	-0.005	0.016	-0.018	-0.053	0.068	0.005	0.03
X2.4			-0.006	-0.03	-0.058	-0.017	-0.012	0.028	-0.087	0.038	-0.049	0	-0.052	-0.029	-0.058	-0.024	-0.042	-0.035	0.037	-0.036	0.091	-0.003	0.053	-0.066
X2.5			-0.024	-0.018	-0.099	-0.059	-0.01	0	-0.068	-0.024	-0.094	-0.031	-0.041	-0.029	-0.056	0.036	0.028	0.099	-0.04	-0.002	0.061	-0.007	0.029	-0.014
X2.6			-0.025	0.005	-0.031	0.102	0.021	0.004	0.013	-0.035	-0.04	-0.007	-0.012	-0.058	-0.056	0.054	-0.009	-0.08	-0.047	0.021	-0.089	-0.049	-0.051	-0.02
X2.7			0.018	-0.147	-0.002	0.045	-0.043	-0.106	-0.015	-0.039	-0.076	-0.087	-0.02	-0.024	0.038	0.054	0	-0.035	0.044	0.024	-0.047	-0.027	-5.83E-05	0.042
X2.8			-0.041	0.025	-0.021	0.066	0.02	-0.021	-0.005	-0.075	-0.072	-0.061	-0.054	0.028	-0.009	0	0.04	-0.143	0.02	-0.018	-0.051	0.06	-0.01	
X3.1			-0.005	-0.029	0.067	-0.038	0.001	-0.059	-0.075	-0.073	-0.005	-0.01	-0.005	-0.035	0.099	-0.08	-0.035	0.04	-0.001	0.02	-0.016	-0.075	-0.026	-0.023
X3.3			-0.043	-0.074	0.03	0.013	-0.141	-0.078	0.058	-0.016	-0.035	0.034	0.016	0.037	-0.04	-0.047	0.044	-0.143	-0.001	0.003	-0.118	0.021	-0.031	0.044
X4.1			-0.073	0.089	-0.103	-0.046	0.003	-0.121	-0.021	-0.172	0.002	0.075	-0.013	-0.036	-0.002	0.021	0.024	0.02	0.02	0.003	-0.007	0.023	-0.104	-0.003
X4.3			0.007	0.091	-0.018	-0.058	-0.055	-0.019	-0.022	-0.018	-0.059	-0.056	-0.053	0.091	0.061	-0.089	-0.047	-0.019	-0.016	-0.118	0.007	0.082	-0.029	-0.065
X5.1			0.023	0.014	0.012	0.012	-0.037	-0.068	0.031	-0.073	-0.007	-0.036	0.069	-0.003	-0.007	-0.049	-0.027	-0.051	-0.075	0.021	0.023	0.082	-0.077	-0.031
X5.2			0.037	0.031	-0.142	0.001	-0.035	-0.014	0.04	0.057	-0.1	-0.019	0.005	0.053	0.029	-0.051	#####	0.06	-0.028	-0.031	-0.104	-0.029	-0.077	0
X5.3			0.048	0.081	-0.02	-0.019	-0.068	-0.047	-0.037	0.031	-0.072	-0.039	0.003	-0.066	-0.014	-0.02	0.042	-0.01	-0.023	0.044	-0.003	-0.065	-0.031	0

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
X1.1	0.156	0.215	0.297	0.518
X1.2	0.085	0.111	0.068	0.697
X1.3	0.136	0.202	0.721	0.201
X1.4	0.153	0.07	0.655	0.502
X1.5	0.481	0.063	0.26	0.545
X1.6	0.705	0.083	0.194	0.316
X1.7	0.206	0.57	0.036	0.115
X1.8	0.571	0.433	0.157	0.248
X2.1	0.335	0.582	0.361	-0.121
X2.2	0.452	0.547	0.186	0.264
X2.3	0.132	0.674	0.167	0.501
X2.4	0.24	0.696	0.342	0.247
X2.5	0.099	0.527	0.587	0.277
X2.6	0.521	0.497	0.285	0.041
X2.7	0.548	0.38	0.04	0.476
X2.8	0.504	0.568	0.146	0.224
X3.1	0.694	0.374	0.045	0.211
X3.3	0.524	0.215	0.276	0.406
X4.1	0.455	0.232	0.552	0.185
X4.3	0.565	0.362	0.337	0.186
X5.1	0.784	0.277	0.182	0.049
X5.2	0.551	0.155	0.591	-0.009
X5.3	0.56	0.485	0.414	-0.113

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 11 iterations.

Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian



MANAJEMEN OPERASIONAL
DAYA TARIK WISATA TANAH LOT
DESA ADAT BERABAN
KECAMATAN KEDIRI – KABUPATEN TABANAN



No. : 32/MO/DTWTL/II/2023
Lamp : -
Perihal : Surat Keterangan Penelitian

Kepada, Yth :
Program Studi
Manajemen
Universitas Dhyana Pura - Bali

Dengan hormat,

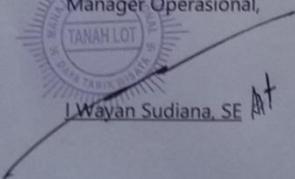
Bersama ini, kami menerangkan bahwa Mahasiswa Universitas Dhyana Pura Program Studi Manajemen yang tercantum di bawah ini :

Nama : Firminus Jemahu
NIM : 19110101073
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora
Jenjang : S1

Telah melakukan penelitian di Daya Tarik Wisata Tanah Lot dan melakukan observasi langsung ke lapangan untuk mengetahui secara pasti kondisi sektor pariwisata di DTW Tanah Lot.

Demikian surat keterangan ini kami keluarkan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tanah Lot, 9 Pebruari 2023
Manager Operasional,


I Wayan Sudiana, SE

Office :
Area Parkir Daya Tarik Wisata Tanah Lot
Phone/Fax : +62 361 880361, 880362
Website : www.tanahlot.id
Email : tanahlot1@gmail.com
info@tanahlot.id

Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi



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

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

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Firminus Jemahu
NIM : 19110101073
Prog. Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen



Judul Skripsi :

Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi
Wisatawan Berkunjung Ke Daya Tarik
Wisata Tanah Lot Di Kabupaten Tabanan,
Provinsi Bali.

Pembimbing I: Dr. I Gusti Bagus Fai Utami, S.E., M.M., MA,

No.	Haril/ Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1.	19/10/2022	Revisi Indikator Variabel	<i>[Signature]</i>
2.	22/10/2022	Revisi Bab I, II, III	<i>[Signature]</i>
3.	29/11/2022	Revisi Kuesioner	<i>[Signature]</i>
4.	15/11/2022	ACC Kuesioner	<i>[Signature]</i>
5.	06/12/2022	Revisi Bab IV	<i>[Signature]</i>
6.	18/12/2022	ACC Bab IV	<i>[Signature]</i>
7.	10/01/2023	Revisi Bab V	<i>[Signature]</i>
8.	20/01/2023	ACC Bab V	<i>[Signature]</i>
9.	22/01/2023	ACC Skripsi	<i>[Signature]</i>
		<i>ACC Skripsi 2/2023</i>	

Badung, 3 Feb 2023
 Universitas Dhyana Pura
 Faki Ekonomika dan Humaniora
 Program Studi Manajemen
 Ni Putu Dyah Kristiawanti, S.E., MM
 Ketua Program Studi

Tanggal 2/2/2023
 Mahasiswa dinyatakan siap
 Mengikuti Ujian Skripsi
[Signature]
 Pembimbing I

Pembimbing II: Dr. Dermatian Manuwu, S.Th., M.Si.

No.	Haril/ Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1.	20/10/2022	Revisi Rumusan Bab I	<i>[Signature]</i>
2.	23/10/2022	Revisi Rumusan yang benar	<i>[Signature]</i>
3.	02/11/2022	Revisi Bab II	<i>[Signature]</i>
4.	17/11/2022	Revisi Pengantapan Bab II	<i>[Signature]</i>
5.	03/12/2022	Revisi Bab III	<i>[Signature]</i>
6.	19/12/2022	Revisi Mengutip Bab III	<i>[Signature]</i>
7.	12/01/2023	Revisi Bab IV	<i>[Signature]</i>
8.	21/01/2023	Revisi Bab V	<i>[Signature]</i>
9.	31/01/2023	Revisi kofa pengantapan	<i>[Signature]</i>
10.	2/2-23	ACC Skripsi	<i>[Signature]</i>

Tanggal 2/2/2023
 Mahasiswa dinyatakan siap
 Mengikuti Ujian Skripsi
[Signature]
 Pembimbing II