

KAJIAN TENTANG FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KE KOTA BUKITTINGGI

Vina Kumala, SE,MM

Program Studi Perhotelan, Fakultas Pariwisata
Universitas Muhammdiyah Sumatera Barat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi minat wisatawan berkunjung Ke Kota Bukittinggi, dari hasil penelitian yang penulis temukan di lapangan dengan menggunakan populasi dalam penelitian ini sebanyak 433.000 orang wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi sedangkan sampel dari penelitian ini menurut rumus Slovin didapat ssebanyak 100 orang wisatawan, dari hasil data yang diperoleh dari responden dioleh dengan memakai program SPSS dengan tahapan melalui uji instrumen penelitian yaitu uji validitas, reliabilitas, deskriptif responden sampai analisis faktor. Dari hasil analisis faktor yang penulis dapatkan bahwa dari duapuluh empat faktor yang mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi terbentuk tujuh faktor dan dari faktor 1 empat variabel yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi. Kemudian faktor 2 dua variabel yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi. Kemudian faktor 3 satu variabel yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi. Kemudian faktor 4 satu variabel yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi. Kemudian faktor 5 satu variabel yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi. Kemudian faktor 6 satu variabel yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi dan yang terakhir faktor 7 satu variabel yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi. Setelah dilakukan rotasi terhadap faktor yang terbentuk maka di peroleh faktor yang paling dominan terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi yaitu variabel X8 (Karena adanya nilai sejarah yang terkandung dalam suatu objek) faktor X8 ini merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke Kota Bukittinggi dari duapuluh empat faktor yang di tetapkan, walaupun keseluruhan faktor memiliki pengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi.

Kata kunci : Wisata Budaya, Wisata sejarah, Wisata alam, Wisata kuliner, Wisata konvensi, lingkungan dan Sosial terhadap Minat Wisatawan.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi merupakan cermin dari terus berkembangnya kepariwisataan di Sumatera Barat. Dengan Demikian untuk mempertahankan dan menambah jumlah kunjungan wisatawan pada tahun berikutnya, hal tersebut tidak terlepas dari pentingnya faktor kenyamanan dan keamanan. Kawasan wisata di kota bukittinggi sebagai salah satu aset pariwisata Provinsi Sumatera Barat perlu diperhatikan mengingat kawasan wisata ini memiliki daya tarik alami yang tidak dimiliki oleh objek wisata sejenis Bukittinggi dengan 8 objek wisata yang dikelola pemerintah kota diantaranya Jam gadang, Lobang jepang dan Panorama,Taman margasatwa.benteng fort De Kock, Museum Zoology dan aquarium, Medan Nan Balinduang, Rumah kelahiran Bung Hatta dan rumah adat nan baanjuang, menjadi andalan oleh pemerintah kota dengan realisasi pendapatan tahun 2014 sebesar Rp.8.509.665.000 dari seluruh objek yang dikelola pemerintah kota. Dengan potensi atau faktor-faktor tersebut Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi mencatat sejauh mana potensi yang ada mampu menggait wisatawan domestik maupun mancanegara. Keterangan seperti tabel berikut:

Tabel 1.1
Data kunjungan wisatawan ke Bukittinggi tahun 2008 s/d 2014

Tahun	Domestik	Persentase	Mancanegara	Persentase
2008	260.024	—	33.470	—
2009	272.070	+ 4, 2%	34.345	+ 2,6 %
2010	291.531	+ 2,7 %	38.391	+ 11 %
2011	332.246	+ 14 %	26.269	+ 31 %
2012	360.193	+ 8.4 %	26.802	+ 2 %
2013	404.145	+ 12.0%	32.067	+ 20%
2014	400.538	- 9%	32.501	+ 1.3%

Sumber: BPS Kota Bukittinggi (2015)

Tabel menjelaskan data kunjungan wisatawan mancanegara dan juga domestik ke kota Bukittinggi yang mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Bila dilihat pada tahun terakhir (2014) terjadi penurunan terhadap jumlah wisatawan domestik dan peningkatan pada jumlah wisatawan mancanegara. Namun apabila ditilik lagi, pada kenyataannya terjadi penurunan pada wisatawan mancanegara dan kenaikan pada jumlah wisatawan domestik. Hal ini tentu tidak lepas dari pengaruh positif mau pun negatif dari berbagai faktor, di antaranya yaitu faktor sejarah, faktor budaya, faktor alam, faktor kuliner, faktor wisata konvensi, faktor kepribadian, faktor psikologis, faktor akses, faktor promosi, faktor *amenity* dan faktor lingkungan. (Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi, 2014). Berdasarkan penjabaran di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan Kajian Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Ke Kota Bukittinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang permasalahan seperti yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang dapat diformulasikan yaitu :

1. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi?.
2. Faktor apakah yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi dan sekaligus untuk melihat faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

a. Minat

Witherington (1999) mengatakan bahwa minat merupakan kesadaran yang dimiliki oleh seseorang dalam sesuatu obyek, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu obyek. Pasti harus ada terlebih dahulu dapat minat obyek tadi. Sedangkan Slameto (1995), memandang minat sebagai suatu kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan itu secara konsisten dengan rasa senang.

2.1.1. Wisatawan

Pariwisata ada karena adanya wisatawan (Pitana dan Gayatri,2005),wisatawan pada intinya adalah orang sedang tidak bekerja,atau sedang berlibur,dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang “lain” (Smith,1977).

K.Cage (2002) mendefinisikan wisatawan (tourist) sebagai berikut: *“A Tourist in defined as a person who travels away from his or her home for whatever reason, be it for holiday, to do business, to represent his country in sport, to attend a religious function or to attend a conference.”* The United Nations Conference on International Travel and Tourism (Rome, 1963) merekomendasikan definisi wisatawan menggunakan istilah pengunjung (visitor) kepada setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara yang bukan tempat tinggalnya yang biasa untuk keperluan apa saja, selain melakukan perjalanan yang digaji (UNWTO, 1994). Pendefinisian tersebut menjelaskan pengunjung yang dimaksud ke dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan yaitu pengunjung yang datang ke suatu negara yang dikunjunginya dan tinggal selama 24 jam dan dengan tujuan untuk bersenang-senang, berlibur, kesehatan, belajar, keperluan agama dan olahraga, bisnis, keluarga, utusan dan pertemuan.
2. Excursion yaitu pengunjung yang hanya tinggal sehari di negara yang dikunjunginya tanpa bermalam.

Menurut Cooper (1996) seorang wisatawan melakukan perjalanan sendiri dengan tujuan luar rumah tempat tinggal dan tempat biasa kerja. Disisi lain Tourism White Paper (DEAT, 1996) mendeskripsikan wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan yang jauh dari rumah dan tinggal setidaknya selama satu malam. Contohnya, wisatawan domestik yang tinggal di Pekanbaru datang ke Bukittinggi serta tinggal di sebuah hotel atau sejenisnya selama satu malam atau lebih serta wisatawan yang tinggal di Malaysia datang dan menginap di Bukittinggi dalam jangka waktu lebih dari 24 jam. Berdasarkan pendefinisian konsep wisatawan yang dikemukakan, bahwa wisatawan yang berkunjung akan memberikan interpretasi terhadap destinasi wisata yang dikunjungi. Dengan demikian dalam penelitian ini, wisatawan merupakan objek penelitian yang ditujukan untuk mengetahui persepsi mereka tentang kawasan Pariwisata kota Bukittinggi yang akan diambil dari sudut pandang kenyamanan dan keamanan mereka selama tinggal.

2.1.2. Destinasi wisata

Suatu perjalanan tentu tidak akan terlaksana jika tanpa objek atau tempat yang ingin dituju. Begitu pun halnya dengan wisata, seseorang terlebih dahulu menentukan ke mana ia ingin berwisata. Dalam hal ini, tujuan atau objek yang ingin dikunjungi oleh wisatawan terkait disebut dengan destinasi wisata.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia V 1.5.1 Destinasi wisata merupakan tujuan atau objek wisata yang dikunjungi oleh wisatawan baik itu wisata alam, budaya, sejarah, kuliner, museum dan lain sebagainya.

2.1.3. Wisata budaya

Salah satu daya tarik yang memikat wisatawan ialah budaya, dikarenakan juga keunikan dari suatu masyarakat adalah kebudayaannya. Wisata Budaya yang merupakan suatu perjalanan wisata atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan seseorang dengan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka (Nyoman S. pendit, 1999).

Wisata budaya juga dapat diartikan sebagai suatu gerakan atau kegiatan yang dirangsang oleh adanya objek-objek wisata yang berwujud hasil seni budaya daerah setempat seperti adat istiadat, upacara agama, tata hidup masyarakat, kerajinan tangan, peninggalan sejarah, seni dan lain sebagainya (R. S. Damardjati, 1989).

2.1.4. Wisata sejarah

Wisata sejarah merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau pun kelompok dengan tujuan untuk mengetahui berbagai sejarah yang ada pada daerah yang dikunjungi oleh orang tersebut (KBBI, versi 1.5.1)

2.1.5. Wisata alam

Selain wisata sejarah, Bukittinggi juga menyuguhkan wisata alam yang cukup indah, hal ini yang menjadikannya diincar oleh sebagian wisatawan domestik maupun mancanegara.

Sedangkan wisata alam itu sendiri merupakan suatu bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya, sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniyah, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam (Saragih, 1993).

Pada Pasal 31 dari Undang-undang No. 5 tahun 1990 menyebutkan bahwa dalam taman wisata alam dapat dilakukan untuk kepentingan penelitian, ilmu pengetahuan stau pun pendidikan yang dapat menunjang budidaya wisata alam. Pada Pasal 34 menyebutkan pula bahwa pengelolaan taman wisata alam dilaksanakan oleh pemerintah.

2.1.6. Wisata kuliner

Wisata kuliner merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan secara perorangan atau kelompok ke suatu tempat tertentu dengan tujuan mengenali atau menikmati makanan khas dari daerah yang dikunjungi tersebut (Kamus Besar Bahasa Indonesia versi 1.5.1).

Ini juga yang menjadi salah satu daya tarik kota Bukittinggi, padanya terdapat berbagai makanan atau kuliner khas daerah yang diminati oleh wisatawan seperti sanjai, nasi kapau dan lainnya.

2.1.7. Wisata konvensi

Wisata konvensi adalah suatu bentuk wisata yang menggabungkan kegiatan bisnis dengan wisata. Menurut Kamus *Webster's New Collegiate Dictionary* merumuskan istilah *Convention* (Konvensi), "*An assembly, often periodical, of members or delegates, as of a political, social, professional or religious group*". (Pendit, 1999).

Sedangkan menurut keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 108/HM.703/MPPT-91 merumuskan : *Kongres, konferensi atau konvensi merupakan suatu kegiatan berupa pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.*

2.1.8. Kepribadian

(Gordon W. Allport), menurutnya kepribadian adalah organisasi sistem jiwa raga yang dinamis dalam diri individu yang menentukan penyesuaian dirinya yang unik terhadap lingkungannya.

Kepribadi merupakan suatu cara mengumpulkan dan mengelompokan kekonsistenan reaksi seseorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi (Lamb, 2001).

2.1.9. Psikologi

Menurut Muhibbin Syah (2001), psikologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku terbuka dan tertutup pada manusia baik selaku individu maupun kelompok, dalam hubungannya dengan lingkungan. Tingkah laku terbuka adalah tingkah laku yang bersifat psikomotor yang meliputi perbuatan berbicara, duduk, berjalan dan lain sebagainya, sedangkan tingkah laku tertutup meliputi berfikir, berkeyakinan, berperasaan dan lain sebagainya.

2.1.10. Akses

(Jos Oktarina Pratiwi, 2013), mengatakan bahwa akses merupakan segala yang dapat memberi kemudahan bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata, baik itu berupa ketersediaan transportasi, kualitas jalan raya, arak ke tempat tujuan wisata

2.1.11. Lingkungan

Merupakan suatu daerah atau kawasan yang di dalam termasuk berbagai aspek seperti kebudayaan, sosial, kebersihan serta alam dan makhluk yang ada (KBBI, versi 1.5.1).

Menurut A. L, Slamet Riyadi (1976) menyatakan bahwa lingkungan merupakan tempat pemukiman dengan segala sesuatunya dimana organismenya hidup beserta segala keadaan dan kondisi yang secara langsung maupun tidak dapat diduga ikut mempengaruhi tingkat kehidupan maupun kesehatan dari organisme tersebut.

2.1.12. Promosi

Secara etimologi promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti "meningkatkan" atau "mengembangkan". Sedangkan menurut ahli seperti Saladin (2003), ia

mengatakan bahwa promosi merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, mengingatkan, dan membujuk konsumen tentang produk suatu produk.

Serta Stanton (1993), baginya promosi merupakan suatu kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai.

2.1.13. Amenity

(Cooper, 1993), *amenity* merupakan segala fasilitas dan sarana pendukung yang memberikan kenyamanan bagi wisatawan selama berkunjung dan beraktifitas di suatu kawasan wisata. Fasilitas yang tersedia pada suatu daya tarik dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan, lama tinggal, besarnya pengeluaran dan kedatangan berulang (*repeater guest*).

2.1.14. Sosial

Menurut (Philip Wexler), sosial adalah sifat dasar dari setiap individu. Sedangkan menurut (Paul Ernes), menyatakan bahwa sosial adalah lebih dari sekedar jumlah manusia secara individu karena mereka terlibat dalam berbagai kegiatan bersama.

2.2 Penelitian terdahulu

Merupakan suatu hal yang sangat bermanfaat bagi peneliti untuk dijadikan acuan atau pun perbandingan dalam penelitian ini, yaitu penelitian terdahulu. Dengan penelitian terdahulu ini pun penulis mendapat gambaran yang cukup jelas dalam penelitian ini, ada pun penelitian terdahulu sengaja penulis jadikan acuan dan sesuai ketentuan maka pada bagian ini penulis akan sedikit menjabarkan penelitian terdahulu tersebut antara lain:

1. Nyoman Indra Pranata dari Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud) Bali meneliti tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Domestik Berkunjung Ke *Bali Safari & Marine Park*, Gianyar Bali”. Nyoman Indra Pranata menggunakan metode *Principal Component Analysis* (PCA) yang menghasilkan faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan domestik berkunjung ke *Bali Safari & Marine Park*, Gianyar Bali, dari dari 30 variabel. Semua varian yang ada dalam datanya yang mampu menjelaskan dengan nilai sebesar 77,947 persen. Keenam faktot tersebut dapat diberi nama sesuai dengan nilai variabel yang paling teratas atau tertinggi yang ada dalam ruang lingkup aspek-aspek faktor , yang dimaksud di sana yaitu: faktor promosi dan pelayanan, faktor lingkungan dan pribadi, faktor psikologis, faktor harga, faktor produk dan faktor keandalan.
2. Muhammad Akrom Khasani, 2014. Ia meneliti tentang Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa adanya pengaruh biaya perjalanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan, adanya pengaruh fasilitas terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.
3. Epi Syahadat (2005) yang meneliti tentang “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Taman Nasional Gede Pangrango (Tngp)”. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dalam penelitiannya bahwa faktor pelayanan, sarana prasarana, obyek dan daya tarik wisata alam (ODTWA), dan keamanan secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap jumlah pengunjung / wisatawan akan tetapi tidak signifikan (tidak secara nyata) di Taman Nasional Gede Pangrango pada taraf nyata = 0,01. Akan tetapi secara parsial dari keempat faktor tersebut hanya satu yang mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata), yaitu faktor keamanan, sedangkan 3 (tiga) faktor lainnya yaitu pelayanan, sarana prasarana, dan obyek dan daya tarik wisata alam (ODTWA), mempunyai pengaruh terhadap jumlah pengunjung / wisatawan akan tetapi tidak signifikan (tidak secara nyata) di Taman Nasional Gede pangrango. Diketahui juga bahwa faktor variabel keamanan yang mempunyai pengaruh paling dominan diantara faktor variabel bebas lainnya, dengan nilai koefisien regresinya sebesar (+ 4,305), hal ini didukung oleh nilai koefisien korelasi parsialnya sebesar ($r = 0,483$), secara kualitatif nilai koefisien korelasi ini tergolong Sedang, selanjutnya diketahui juga nilai koefisien korelasi tersebut bernilai

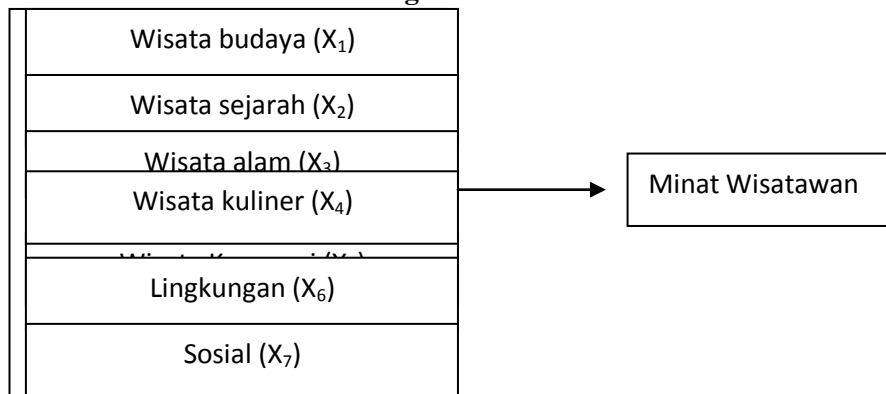
positif, hal ini menunjukkan bahwa orientasi hubungan yang searah antara keamanan (X_4) dengan jumlah pengunjung (Y) ini berarti semakin baik tingkat keamanan, maka jumlah pengunjung akan semakin meningkat. Nilai t hitung variabel keamanan sebesar (2,106), lebih besar (t) dari nilai t tabel sebesar (1,812) pada taraf nyata = 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap jumlah pengunjung di Taman Nasional Gede Pangrango.

4. Fatimah Cahya Ningrum, 2012. Mahasiswa Universitas Muria Kudus ini meneliti tentang Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisata Religi Menara Kudus di Kota Kudus. Pada penelitian yang juga menggunakan metode kualitatif ini ia menyimpulkan hasil bahwa Analisis Regresi secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel budaya, transportasi, fasilitas dan pelayanan, infrastruktur berpengaruh pada variabel minat. Koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,687 Hal ini berarti 68,7% minat wisata dapat dijelaskan oleh variabel budaya, transportasi, fasilitas dan pelayanan, infrastruktur, sedangkan sisanya yaitu 31,3 % dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar variabel bebas yang tidak diteliti oleh penulis.

2.1 Kerangka Pemikiran

Dengan semua uraian di atas bahwa adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung yang terdiri dari wisata budaya, wisata sejarah, wisata alam, wisata kuliner, wisata konvensi, kepribadian, psikologis, akses, lingkungan, promosi, sosial dan *amenity*. Secara sistematis hubungan antara variabel independen dan variabel terikat dapat dibuat kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir di atas maka penulis dapat mengajukan hipotesa sebagai jawaban sementara atas permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Wisata budaya merupakan Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi.
2. Wisata sejarah merupakan Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi.
3. Wisata alam merupakan Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi.
4. Wisata kuliner merupakan Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi.
5. Wisata konvensi merupakan Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi.
6. Lingkungan merupakan Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi.

7. Sosial masyarakat setempat merupakan Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi.

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kawasan pariwisata kota bukittinggi, Bukittinggi dengan 8 objek wisata yang dikelola pemerintah kota antara lain Jam Gadang, Lobang Jepang dan Panorama, Taman Margasatwa, Benteng Fort De Kock, Museum Zoology dan Aquarium, Medan Nan Balinduang, Rumah Kelahiran Bung Hatta dan Rumah Adat Nan Baanjuang menjadi andalan oleh Pemerintah kota Bukittinggi, dengan rentang waktu penelitian antara bulan Januari sampai dengan bulan Maret 2016.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Ada pun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Penelitian pustaka

Penelitian ini dilakukan dengan mencari-cari teori yang berhubungan dengan masalah dan pembahasan, serta bahan bacaan lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

b. Riset lapangan

Riset ini dilakukan melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden terkait dengan onjek penelitian.

Pertanyaan-pertanyaan tersebut dimuat dalam kuesioner. Sedang kusioner menurut Arikunto, (2006) merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.

Kuesioner tersebut dibuat dengan menggunakan Skala Likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan berikut:

Tabel 3.1
Bobot Penilaian Setiap Jawaban

No	Uraian	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	3
5	Sang Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Arikunto, 2006

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Arikunto, 2006 menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian". Berdasarkan jumlahnya, maka menurut Suharsimi Arikunto (2006) populasi dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Populasi yang jumlahnya terhingga adalah populasi yang terdiri dari elemen atau unsurnya yang memiliki jumlah tertentu.
- b. Populasi yang jumlahnya tak terhingga adalah populasi yang semua elemen atau unsurnya tidak terhingga atau sukar sekali dicaribatasannya.

Sedangkan jumlah yang akan dijadikan populasi pada penelitian ini ialah berdasarkan data terakhir (2014) yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik kota Bukittinggi yaitu sebesar 433.000 orang wisatawan. Data ini merupakan gabungan dari 400.500 orang wisatawan domestik dan 32.500 wisatawan mancanegara (dibulatkan).

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2005) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Malhotra seperti yang dikutip dalam menjelaskan variabel yang dilibatkan dalam analisis faktor harus dispesifikasi berdasar kepada penelitian terdahulu, teori dan keinginan peneliti. Ukuran variabel yang sesuai adalah interval atau ratio. Penentuan banyaknya sampel, sedikitnya empat kali atau lima kali dari banyaknya variabel

Untuk menentukan jumlah *sample* yang akan digunakan pada penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin seperti berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Batas kesalahan yang digunakan (10%)

Maka berdasarkan data atau jumlah populasi yang penulis ambil sebanyak 433.000 orang wisatawan. Dan dari rumus di atas jumlah sampel yang dapat dihitung adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{433.000}{1 + 433.000(0,1)^2} \\ &= \frac{433.000}{4.331} \\ &= 99,976 \\ n &= 100 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, maka diperoleh sampel sebanyak 100 orang wisatawan.

3.5 Alat Analisa Data

3.5.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2005 dalam Rowland, 2012). Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006 dalam Rowland, 2012). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner.

Suatu kuesioner akan dikatakan valid atau tidak apabila kuesioner tersebut dapat menjawab atau mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Uji Validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total, memakai rumus *korelasi produk momen Karl Pearson* (Suharsimi Arikunto, 1993) yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\eta(\sum xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{(\eta \sum x)^2 - (\sum x)^2} (\eta \sum y^2 - (\sum y)^2)}$$

Di mana :

r = koefisien

π = Jumlah responden

X = Skor pertanyaan

y = Skor total

Pada penelitian ini validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan r tabel produk momen. Dan kriteria penilaian Uji Validitas itu adalah:

1. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuesiner tersebut valid, namun
2. Apabila r hitung $<$ dari pada r tabel, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut tidak valid.

Artinya, status gugur atau tidaknya suatu item dapat dikatakan oleh besarnya r hitung yang lebih kecil pada kolom *corrected item totalcorrection*. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel sebesar 0,364 dengan taraf signifikan 5% maka item tersebut dapat digunakan.

b. Uji Reliabilitas

Uji ini mengandung pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukuran adalah konsistensinya (Sugiyono, 2007 dalam Rowland, 2012). Sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2000). Reliabilitas ini juga merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan pada kuesioner. Untuk menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian ini digunakan metode statistik dengan rumus *alpha cronbach* (Arikunto, 2006) yaitu persamaannya sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[- \frac{\sum S_i^2}{S_t} \right]$$

Di mana : r_{11} = Nilai reabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

Dimana suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha yang diperoleh lebih besar 0,6 ($>$ 0,6), sebaliknya variabel dikatakan tidak reliabel jika nilai koefisien alpha lebih kecil dari 0,6 ($<$ 0,6). Setelah kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya dan ternyata valid dan reliabel baru kuesioner bisa disebarkan kepada responden. Setelah kuesioner disebarkan dan hasil kuesioner tersebut akan diolah menggunakan program Komputer SPSS (*Statistic for Sosial Science*) (Ghozali, 2005).

3.5.2 Analisis Deskriptif

Menggambarkan karakteristik masing-masing variabel dalam suatu penelitian adalah tujuan dari suatu analisis. Pengolahan data yang telah diperoleh dari responden dinilai dengan pemberian skor, kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan rumus persentase Sudjana, (2005) yakni:

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Di mana:

P = persentase hasil diperoleh

F = Frekuensi hasil diperoleh

N = Jumlah responden dijadikan sampel

100 = Angka tetap persentase

Untuk menyatakan rata-rata skor masing-masing indikator dalam pernyataan yang terdapat dalam kuesioner dipakai rumus:

$$RRS = \frac{(5. S_l) + (4. S_r) + (3. K_k) + (2. J_r) + (1. T_p)}{S_l + S_r + K_k + J_r + T_p}$$

Keterangan:

RRS = Rata-rata skor

Sl	= selalu
Sr	= Sering
Kk	= kadang-kadang
Jr	= Jarang
TP	= Tidak Pernah

Sedangkan untuk mencari tingkat pencapaian responden jawaban digunakan rumus berikut:

$$TCR = \frac{\text{Rata-rata Skor}}{5} \times 100$$

3.5.3 Analisa Faktor

Analisis faktor merupakan suatu teknik yang digunakan untuk menganalisis tentang saling ketergantungan (*interpendence*) dari beberapa variabel secara simultan dengan tujuan menyederhanakan dari bentuk hubungan beberapa variabel. Teknik ini dikembangkan oleh Charles Spearman di USA pada tahun 1904 (Suliyanto, 2005).

Tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan hubungan-hubungan kovarian antara beberapa variabel yang mendasari tetapi tidak teramati, kuantitas random yang disebut faktor. **Vektor** random teramati X dan P komponen, memiliki rata-rata dalam matrik kovarian.

Model analisis faktor ini ialah:

$$x_1 - \mu_1 = \ell_{11}F_1 + \ell_{12}F_2 + \dots + \ell_{1m}F_m + \varepsilon_1 \quad (1)$$

$$x_p - \mu_p = \ell_{p1}F_1 + \ell_{p2}F_2 + \dots + \ell_{pm}F_m + \varepsilon_p$$

Atau dapat ditulis dalam notasi matrik berikut:

$$x_{pxl} = \mu_{(pxl)} + L_{(pxm)}F_{mxl} + \varepsilon_{pxl} \quad (2)$$

Keterangan:

μ_1 = Rata-rata variabel 1

x_1 = Faktor spesifik ke-i

F_i = Common faktor ke-j

ℓ_{11} = *Loading* dari variabel ke-I pada faktor ke-j

Bagian dari varian variabel ke-I dari m *common factor* disebut komunalitas ke-i yang merupakan jumlah kuadrat dari loading variabel ke-I m *common factor* (Jhonson & Wichern, 2002), dengan rumus:

$$h_i^2 = \ell_{i1}^2 + \ell_{i2}^2 + \dots + \ell_{im}^2 \quad (3)$$

Tujuan analisis faktor adalah menggunakan matrik korelasi hitungan untuk 1). Mengidentifikasi jumlah terkecil dari faktor umum (yaitu model faktor yang paling parsimoni) yang mempunyai penjelasan terbaik atau menghubungkan korelasi di antara variabel indikator. 2). Mengidentifikasi melalui faktor rotasi, solusi faktor yang paling masuk akal. 3). Estimasi bentuk dan struktur loading, komunalitas dan varian unik. 4). Interpretasi dari faktor umum. 5). Jika perlu, dilakukan estimasi faktor.

1. Uji Kaiser Mayer Oikin (KMO)

Uji KMO bertujuan untuk mengetahui apakah semua data yang telah terampil telah cukup untuk difaktorkan. Hipotesis dari KMO adalah seperti berikut:

Hipotesis

H_0 : Jumlah data cukup untuk difaktorkan

H_1 : Jumlah data tidak cukup untuk difaktorkan

Statistik uji:

$$KMO = \frac{-b \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{\sum_{i=1}^p \sum_{j=2}^p + \sum_{i=1}^p \sum_{j=2}^p \alpha_{ij}^p}$$

$I = 1, 2, 3 \dots, p$ dan $j = 1, 2 \dots, p$

r_{ij} = koefisien korelasi antara variabel i dan j

a_{ij} = koefisien korelasi parsial antara variabel I dan j

Apabila nilai KMO lebih besar dari 0,5 maka H_0 sehingga dapat disimpulkan jumlah data telah cukup untuk divariabelkan.

2. Uji barlet (Kebebasan Antar Variabel)

Uji Barlet bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel dalam kasus multivariat. Jika variabel X_1, X_2, \dots, X_p independent (saling bebas), maka matriks korelasi antar variabel sama dengan matriks identitas. Sehingga untuk menguji kebebasan antar variabel ini, uji Barlet menyatakan hipotesis sebagai berikut: $H_0 : p = I$ $H_1 : p \neq I$

Uji statistiknya adalah:

$$\begin{aligned} \bar{r} &= \frac{1}{p-1} \sum_{i=1}^p r_{ik}, \quad k = 1, 2, \dots, p \\ \bar{r} &= \frac{2}{p(p-1)} \sum_{i < k} r_{ik} \\ \hat{y} &= \frac{b \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{p - (p-2)(1 - \bar{r})^2} \end{aligned}$$

Dengan:

\bar{r}_k = Rata-rata elemen diagonal pada kolom atau baris ke k
dari matrik R (Matrik Korelasi).

\bar{r} = Rata-rata keseluruhan dari elemen diagonal

Daerah penolakan:

Tolak H_0 jika

$$\begin{aligned} T &= \frac{(n-1)}{(1-\bar{r})^2} \sum_{i < k} (r_{ik} - \bar{y})^2 - \hat{y} \sum_{k=1}^p (\bar{r}_k - \bar{r})^2 \\ &= x^2 (p+1)(p-2)/2, a \end{aligned}$$

Maka variabel-variabel saling berkorelasi hal ini berarti terdapat hubungan antar variabel. Jika H_0 ditolak, maka analisis multivariat layak untuk digunakan, terutama metode analisis faktor.

PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan

Seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya bahwa objek penelitian ini adalah wisata Kota Bukittinggi dengan populasi wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi (domestik dan mancanegara). Semua kuesioner yang disebar dapat kembali seluruhnya dari penyebaran yang dilakukan. Ada pun jumlah responden pada penelitian ini ialah 100 orang dengan karakteristik usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan per bulan.

Dari data karakteristik responden, terlihat bahwa jumlah responden dengan karakteristik usia didominasi oleh yang berumur 20 – 30 tahun sejumlah 50 orang. Dengan karakteristik jenis kelamin didominasi oleh perempuan sejumlah 52 orang. Dengan

karakteristik pendidikan terakhir didominasi oleh wisatawan tamatan S₁ sejumlah 62 orang. Dengan karakteristik pekerjaan didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS) sejumlah 39 orang. Dengan karakteristik penghasilan didominasi oleh wisatawan yang berpenghasilan di atas Rp. 3.000.000.

Ini membuktikan bahwa wisatawan atau responden memahami pertanyaan yang ada dalam kuesioner, dibuktikan lagi oleh pengujian instrument yang valid dan reliabel. Berikutnya akan diuraikan tentang faktor – faktor yang mempengaruhi antara variabel dengan hasil analisis faktor yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil uji analisis faktor yang dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara 24 variabel seperti yang tertera pada tabel 4.13 di atas terhadap variabel minat wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bukittinggi. Dijelaskan juga berdasarkan temuan nilai KMO secara keseluruhan dari ke 24 variabel didapat nilai KMO sebesar 0,514 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan ini disimpulkan bahwa peubah-peubah yang ada dapat dianalisa lebih lanjut.

Untuk nilai MSA yang telah ditentukan bahwa suatu peubah layak untuk dinalisa lebih lanjut jika MSA-nya lebih dari 0,5. Setelah dilakukan analisis faktor terhadap 24 variabel yang ada, didapat semua variabel memiliki nilai di atas 0,5, maka 24 variabel dinyatakan layak untuk di analisa lebih lanjut.

Selanjutnya dari 24 variabel yang dinalisis, nilai eigen terlihat bahwa hanya 7 variabel yang memiliki nilai di atas 0,5. Hal ini membuktikan bahwa hanya 7 variabel yang terbentuk. Nilai tersebut berurutan dari yang tertinggi hingga yang terkecil, dengan kriteria bahwa nilai yang di bawah 0,5 tidak masuk ke dalam kategori untuk menghitung jumlah faktor yang terbentuk.

Selanjutnya dari nilai *loading* didapat faktor yang mempunyai mempunyai nilai terbesar yaitu X₈ (adanya objek peninggalan sejarah). Hal ini membuktikan bahwa faktor yang paling mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bukittinggi yaitu dikarenakan adanya objek-objek peninggalan sejarah. Selanjutnya yang mempunyai nilai terbesar adalah X₁₉ (Karena banyaknya sarana akomodasi), hal ini membuktikan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi dikarenakan sarana akomodasi yang tersedia di bukittinggi. Selanjutnya diikuti oleh X₁₉ (Variasi yang ditawarkan beraneka ragam), ini membuktikan bahwa salah satu hal terpenting yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang ke Kota Bukittinggi yaitu Variasi yang ditawarkan beraneka ragam dan seterusnya.

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa dari analisis faktor yang penulis lakukan diperoleh hasilnya bahwa dari duapuluh empat variabel yang menjadi faktor terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi hanya ada tujuh faktor yang terbentuk sebelum dilakukan rotasi atau pengacakan dari duapuluh empat variabel yang menjadi faktor wisatawan berkunjung ke Bukittinggi, dan setelah dilakukan rotasi atau pengacakan variabel yang duapuluh empat diperoleh lima faktor lagi dan dua faktor terbuang dan dari kelima faktor yang terbentuk faktor yang paling dominan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi adalah faktor adanya nilai sejarah yang terkandung dalam suatu objek di kota Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan,dkk. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
Arikunto, S. (2006).*Manajemen Penelitian*. Jakarta: RinekaCipta.
Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi 2015
Berkowitz, M.W., (2002), *The Science of Character Education* Media Pembelajaran, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Berkowitz, L.1995. *Journal of Personality and Social Psychology* .2004, Vol. 86, No. 4, 585–598.
- Cooper dan Emory, 1996, *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta:Erlangga.
- Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi, 2014
- Djaslim Saladin, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
- Damardjati, R.S. 1989. *Wisata Budaya*. Jakarta. Gramedia Pustaka Umum.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS*, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harvey, J.H & Smith, W.P. 1977. *Social Psychology*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Offset.
- Hadi Setia Tunggal, SH 2009 *Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah*.
- Irawan. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta. Grasindo.
- I Gde Pitana., & Putu G, Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Inskip, Edward. 1991. *Perda Provinsi Bali No. 3. Tentang Pariwisata Budaya*
- Jurnal. *Ubjaan*, Jusak. 2008. “Pengaruh Produk Wisata, Bauran Promosi dan Motivasi.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Offline versi 1.5.1*
- Pengertian Pengunjung menurut *World Tourism Organization (WTO, 2004)*
- Pendit, Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Roma 1963 (dalam Irawan, 2010:12), menggunakan istilah pengunjung
- Smith. T, 2009 *Dasar-Dasar Psikologi Kualitatif*, *Pustaka Pelajar*,. Yogyakarta,
- Saragih, 1993 *Tourism : Principles and Practice*. London : Pitman Publishing.
- Slameto, 1995, *Belajar Dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*, Jakarta: PT. Rineka. Cipta.
- Soekadjo. 1997. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono.(2005) . *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono.(2011) . *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana, (2005) *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Supranto, J. (2004). *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jilid 2.Edisi Ketujuh. Jakarta. PenerbitErlangga.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990*. Tentang. Kepariwisataaan. Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990* tentang Kepariwisataaan. *BAB III Prinsip Penyelenggaraan Kepariwisataaan*
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009* Tentang Kepariwisataaan.
- Witherington. (1999). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.