

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**ANALISIS FAKTOR PENYEBAB RENDAHNYA
KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA
KE DKI JAKARTA**



**TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Magister Manajemen**

Disusun oleh

Evandro. A. Manuputty, SE

NIM : 015208497

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2010**

UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul “**Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke DKI Jakarta**” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Jakarta, Maret 2010

TTD
(Materai Rp. 6.000)

Evandro. A. Manuputty, SE
NIM : 015208497

ABSTRACT

***FACTOR ANALYSIS OF REASONING OF LOW NUMBER VISITING OF
FOREIGN TOURIST TO JAKARTA***

Evandro. A. Manuputty, SE
NIM : 015208497

Universitas Terbuka

evandro_willem@yahoo.com

Key: Number of Tourist, Tourist Night, Tourist Expenditure

Indonesian tourism progress was strongly left behind that of our neighbor countries such as Malaysian, Singapore, and Thailand, although in fact Indonesian has a lot of excellent tourist attractions and different local cultures in each province. Due to insignificant number of foreign tourist who came to Indonesia for the last five years, minor income from Indonesia tourist industry, and Indonesia rank of tourist competitiveness released by World Economic Forum 2009, Indonesian was in rank of 81st, so far below Singapore in 10th rank.

Considering the problems indicated above, the researcher decided to undertake a research to know was there any influence between the-14 criteria of tourist competitiveness released by World Economic Forum 2009 as independent variable with Indonesian marketing target as dependent variable (to increase; number of tourist, tourist night, tourist expenditure).

Questionnaire was used to collect data from foreign tourist who came to Jakarta, especially those who stay at Jaksa Street, on September 2009 to December 2009. Number of respondents was 150 people, taken sampling by accidental. Factor analysis was used to validate statements in the questionnaire. To analyze the data in this research, the researcher used regression analysis, f test, t test, coefficient regression and coefficient determination using SPSS 12.0.

The result showed that there was positive significant influence generally between the-14 criteria of tourist competitiveness as independent variable (X) with Indonesian marketing target as dependent variable (Y) and H1 was accepted. "T" value of each variable X showed that variable X6 (Air transport infrastructure) has positive significant to variabel Y and H6 was accepted. "T" value of X12 (Affinity for Travel & Tourism) has significant to variabel Y and H1 was accepted.

Those findings were really useful for tourism policy maker in order to develop priority of tourism especially for foreign visitors lower class in sector air transport infrastructure and affinity for travel & tourism. it is suggested to develop by for tourism policy maker such as quantity of air transport, as measured by the available seat kilometers, the number of departures, airport density, and the number of operating airlines, as well as the quality of the air transport infrastructure both for domestic and international flights. For affinity for travel & tourism especially for the general openness of the population to travel and to foreign visitors lower class has an important impact on T&T competitiveness

UNIVERSITAS TERBUKA

ABSTRAKSI**Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Kunjungan
Wisatawan Mancanegara Ke DKI Jakarta****Evandro. A. Manuputty, SE**

NIM : 015208497

Universitas Terbuka

evandro_willem@yahoo.com

Kata kunci: Jumlah Wisatawan, Lama Tinggal, Pengeluaran Wisatawan

Perkembangan kepariwisataan di Indonesia sangatlah tertinggal dibandingkan dengan beberapa negara tetangga kita seperti Malaysia, Singapura dan Thailand, walaupun kenyataannya Indonesia memiliki banyak atraksi wisata dan budaya yang berbeda-beda tiap provinsinya. Rendahnya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dan rendahnya pendapatan devisa dari sektor pariwisata dalam lima tahun terakhir, serta rendahnya daya saing pariwisata Indonesia yang dikeluarkan oleh Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 menempatkan Indonesia pada posisi ke 81 jauh dibawah Singapura pada posisi ke 10.

Dengan melihat masalah diatas, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian untuk mengetahui adapah ada pengaruh ke-14 kriteria daya saing pariwisata yang dikeluarkan oleh Forum Pariwisata Dunia tahun 2009 sebagai variabel bebas, terhadap sasaran pemasaran pariwisata Indonesia sebagai variabel terikat (untuk meningkatkan jumlah wisatawan, lama tinggal, dan pengeluaran wisatawan).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data dari wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jakarta, khususnya wisatawan mancanegara yang menginap di Jalan Jakarta dari bulan September sampai Desember 2009. Jumlah responden sebanyak 150 orang dengan menggunakan metode sampel aksidental. Untuk uji validitas digunakan analisa faktor. Untuk menganalisa data penulis menggunakan analisa regresi yaitu uji F, uji t dan koefisien determinasi dengan menggunakan program komputer SPSS 12.00.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa secara bersamaan ada pengaruh yang signifikan antara ke-14 kriteria daya saing pariwisata sebagai variabel bebas (X) dengan sasaran pemasaran pariwisata sebagai variabel terikat (Y) dan H1 diterima. Nilai uji t dari masing-masing variabel X memperlihatkan bahwa variabel X6 (infrastruktur transportasi udara) positif berpengaruh terhadap variabel Y dan H6

diterima. Nilai uji t untuk variabel X12 (daya tarik pariwisata) berpengaruh positif terhadap variabel Y dan H12 diterima.

Temuan di atas sangatlah berguna bagi para pengambil keputusan dibidang pariwisata dalam rangka memprioritaskan pengembangan kepariwisataan khususnya untuk wisatawan mancanegara *lower class* untuk masalah infrastruktur transportasi udara dan daya tarik pariwisata. Disarankan dalam pengembangan pariwisata untuk menambah jumlah armada penerbangan baik lokal maupun internasional, jumlah tempat duduk, jumlah operator, menambah jadwal penerbangan reguler ke berbagai daerah tujuan wisata dan pengaturan kepadatan penumpang, pengantar dan barang dibandar udara. Untuk segi daya tarik pariwisata terutama keterbukaan masyarakat kepada pengunjung asing terutama kepada wisatawan mancanegara yang *lower class* mempunyai dampak penting atas daya saing pariwisata.

UNIVERSITAS TERBUKA

LEMBARAN PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : **“Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Kunjungan
Wisatawan Mancanegara Ke DKI Jakarta”**
Penyusun Tesis : Evandro.A.Manuputty, SE
NIM : 015208497
Program Studi : Magister Manajemen
Hari/ Tanggal : Kamis, 11 Maret 2010

MENYETUJUI

Pembimbing II

Pembimbing I

Prof. Dr.H.Udin S Winatapura, MA
NIP.194510071973021001

Dr. Bambang Wiharto

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr.H.Udin S Winatapura, MA
NIP.194510071973021001

UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN

Nama : Evandro.A.Manuputty, SE
 NIM : 015208497
 Program Studi : Magister Manajemen
 Judul TAPM : “**Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke DKI Jakarta**”

Telah dipertahankan dihadapan sidang Panitia Penguji TAPM Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada :

Hari/ Tanggal : Kamis, 11 Maret 2010
 Waktu : 13.00 – 15.00 WIB

Dan telah dinyatakan **L U L U S**

Panitia Penguji TAPM

Ketua Komisi Penguji: Suciati, Ph.D

Penguji Ahli : Dr.I.N.Baskara W.Tedja, M.Ec

Penguji Pembimbing I: Dr. Bambang Wiharto

Penguji Pembimbing II: Prof. Dr.H.Udin S Winataputra, MA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Bapa Yang di Surga, atas kelancaran dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan laporan tesis ini. Laporan tesis disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Terbuka. Penulis mengucapkan banyak terima kasih, atas selesainya laporan penelitian TAPM ini pada waktunya kepada:

1. Dr. Bambang Wiharto selaku Dosen Pembimbing I, atas semangat dan kesediaan memberikan waktu untuk bimbingan, arahan, dan koreksi hingga laporan penelitian tesis dapat selesai pada waktunya.
2. Prof. Dr.H.Udin S Winataputra, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Ketua Bidang Ilmu Ekonomi, PPs Universitas Terbuka, yang mengizinkan penulis untuk membuat laporan penelitian TAPM.
3. Yang tercinta, istriku Farry, dan anak-anaku yang cantik-cantik Nia dan Ella yang merupakan sumber kekuatan batin dan sumber motivasi utama penyelesaian studi ini.
4. Ibu terkasih, Naomie Manuputty yang selalu menjadi “sombor” bagi penulis.
5. Kepada seluruh pimpinan, dosen, dan staf program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Terbuka yang telah banyak memberikan bimbingan, kritik yang konstruktif dan bantuan selama masa perkuliahan hingga selesai.

6. Teman-teman seperjuangan "Rainbow Warriors" MM UT Jakarta angkatan 2008.1, yang asyik-asyik, kompak-kompak, dan rame-rame, yang membuat hari-hari kuliah terasa hidup, menyenangkan, dan bersemangat! Bung Andre Liap, Pa Yoyok, Pa Rahmat, Pa Dodo, Pa Ali, Pa Agam, Bu Cia, Bu Novi, Bu Inten, dan Bu Lily, kuliah S2 bareng kalian semua adalah saat-saat yang tak terlupakan!!
7. Semua pihak yang telah membantu baik materiil maupun sprituil yang tidak dapat disebutkan satu persatu hingga selesai laporan tesis ini.

Penulis sepenuhnya menyadari kekurangan yang ada pada laporan tesis ini, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Akhirnya penulis berharap, semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang melakukan penelitian atau studi tentang topik yang sama.

Jakarta, Maret 2010

Evandro A. Manuputty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
LEMBARAN PERSETUJUAN	vii
LEMBARAN PENGESAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Sistematika Penelitian	7
II. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
A. Tinjauan Kepustakaan	9
B. Rerangka Berpikir	28
C. Definisi Konseptual dan Operasional	29
D. Hipotesis	46

III. METODE PENELITIAN	48
A. Desain Penelitian	48
B. Populasi dan Sampel	48
C. Instrumen Penelitian	50
D. Metode Analisis Data	52
E. Pengelolaan Data	59
IV. TEMUAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Data Karakteristik Responden	61
B. Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	94
C. Pembahasan Temuan Penelitian	112
V. KESIMPULAN DAN SARAN	124
A. Kesimpulan	124
B. Saran	127
DAFTAR KEPUSTAKAAN	129
LAMPIRAN	130

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Rerangka Pemikiran Penelitian.....	29
Gambar 4.1. Grafik <i>NPP of Regrasion Standardized Variabel X</i> Terhadap Variabel Y	94

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Malaysia, Singapura dan Thailand thn 2000 – 2007	3
Tabel 1.2. Jumlah Penerimaan Devisa dari Sektor Pariwisata bagi IndonesiaMalaysia, Singapura dan Thailand thn 2002 – 2007 (US\$. 000)	3
Tabel. 1.3. Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesi Menurut Propinsi	4
Tabel. 1.4 Rincian Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia Dan Malaysia Tahun 2009	6
Tabel.2.1. Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3.1 Hasil Pre Test 30 Responden.	56
Tabel 3.2 Hasil Uji Ulang 30 Responden.....	57
Tabel 4.1. <i>Compare Mean Variabel X1</i>	61
Tabel 4.2 <i>Independent Samples Test Variabel X1</i>	62
Tabel 4.3. <i>Compare mean Variabel X2</i>	63
Tabel 4.4 <i>Independent Samples Test Variabel X2</i>	63
Tabel 4.5. <i>Compare mean Variabel X3</i>	65
Tabel 4.6 <i>Independent Samples Test Variabel X3</i>	65
Tabel 4.7. <i>Compare mean Variabel X4</i>	66
Tabel 4.8 <i>Independent Samples Test Variabel X4</i>	66
Tabel 4.9. <i>Compare mean Variabel X5</i>	67
Tabel 4.10 <i>Independent Samples Test Variabel X5</i>	67
Tabel 4.11. <i>Compare mean Variabel X6</i>	69

Tabel 4.12 <i>Independent Samples Test Variabel X6</i>	70
Tabel 4.13. <i>Compare mean Variabel X7</i>	71
Tabel 4.14 <i>Independent Samples Test Variabel X7</i>	71
Tabel 4.15. <i>Compare mean Variabel X8</i>	73
Tabel 4.16 <i>Independent Samples Test Variabel X8</i>	73
Tabel 4.17. <i>Compare mean Variabel X9</i>	74
Tabel 4.18. <i>Independent Samples Test Variabel X9</i>	74
Tabel 4.19. <i>Compare mean Variabel X10</i>	76
Tabel 4.20. <i>Independent Samples Test Variabel X10</i>	76
Tabel 4.21. <i>Compare mean Variabel X11</i>	78
Tabel 4.22. <i>Independent Samples Test Variabel X11</i>	78
Tabel 4.23. <i>Compare mean Variabel X12</i>	79
Tabel 4.24 <i>Independent Samples Test Variabel X12</i>	80
Tabel 4.25. <i>Compare mean Variabel X13</i>	81
Tabel 4.26. <i>Independent Samples Test Variabel X13</i>	81
Tabel 4.27. <i>Compare mean Variabel X14</i>	82
Tabel 4.28 <i>Independent Samples Test Variabel X14</i>	83
Tabel 4.29. <i>Compare mean Variabel Y</i>	84
Tabel 4.30 <i>Independent Samples Test Variabel Y</i>	85
Tabel 4.31. <i>Uji Multikolinearitas Variabel X dan Variabel Y</i>	96
Tabel 4.32. <i>KMO and Bartlett's Test</i>	98
Tabel 4.33. <i>Uji Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y secara Parsial</i>	104
Tabel 4.34. <i>Uji F Variabel X Terhadap Variabel Y secara Serempak</i>	105

Tabel 4.35. <i>Koefisien Determinasi</i> Variabel X Terhadap Variabel Y	106
Tabel 4.36. Uji Hipotesis variabel X	112

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	130
Lampiran 2 Tabel Distribusi t	133
Lampiran 3 Tabel Distribusi F	134
Lampiran 4 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Pintu Masuk 1997-2008	135
Lampiran 5 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Negara Tempat Tinggal 2002-2008	136
Lampiran 6 Data Demografi Responden	137
Lampiran 7 Output SPSS Analisis Faktor	138
Lampiran 8 Factor Score	139
Lampiran 9 Compare Mean Negara Asal Wisatawan Mancanegara	141
Lampiran 10 Compare Mean Umur Wisatawan Mancanegara	142

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Manusia selalu bergerak, berpindah dari suatu tempat ke tempat lain. Ciri itu menandai pola kehidupan manusia baik pada bangsa primitif maupun moderen. Gejala pariwisata, baik dalam arti sempit yaitu dalam arti perjalanan dan kunjungan ke tempat-tempat tertentu sebagai motivasinya, maupun dalam arti luas yang mencakup segala macam motivasi itu mempunyai pengaruh (*effects*) pada segi-segi kehidupan orang dan masyarakat, baik pada segi sosio-ekonomi yang bisa dinyatakan dalam angka (*quantifiable*) maupun pada segi sosio-budaya, politik dan lingkungan hidup yang dasarnya sulit dinyatakan dalam angka (*non-quantifiable*) (Spillane, 1987:13).

Menurut Yocti (1996:112-114), kata Pariwisata yang berasal dari bahasa Sanskerta, sesungguhnya bukanlah berarti *tourisme* (bahasa Belanda) atau *tourism* (bahasa Inggris). Kata pariwisata, menurut pengertian ini, sinonim dengan kata *tour*. Pendapat ini berdasarkan pemikiran sebagai berikut: kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu masing-masing kata pari dan wisata.

- Pari, berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap (ingat kata paripurna).
- Wisata, berarti perjalanan, berpergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata travel dalam bahasa Inggris.

Sumber lainnya menyebut bahwa pada dasarnya wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang di luar tempat tinggalnya, bersifat sementara, untuk berbagai tujuan selain untuk mencari nafkah, sementara pariwisata disebut sebagai fenomena perjalanan manusia secara perorangan atau kelompok dengan berbagai macam tujuan asalkan bukan untuk mencari nafkah atau menetap. Dari beberapa definisi tersebut diperoleh gambaran bahwa pariwisata merupakan suatu bidang yang bersifat multidimensi, melibatkan dan bersinggungan dengan banyak sektor dan pelaku. Secara sepintas, kata wisata dan pariwisata tampak mempunyai makna yang sama, tetapi jika ditinjau lebih rinci tampak ada makna yang lebih luas pada kata pariwisata dibandingkan dengan wisata. (Suranti, 2005:1).

Perkembangan kepariwisataan di Indonesia belakangan ini dirasakan sangat tertinggal dengan negara-negara tetangga kita seperti Malaysia, Singapore dan Thailand padahal Indonesia demikian kaya dengan aneka ragam budaya dan alam yang indah dan menakau. Wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada tahun 2000 berjumlah lima juta orang, dan pada tahun 2006 turun menjadi 4,8 juta orang dibanding 7,5 juta wisatawan yang ke Singapura, 13,8 juta ke Thailand dan 17,5 juta yang ke Malaysia. Pada tahun 2007 berjumlah 5,5 juta orang. Artinya perkembangan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia dapat dikatakan berjalan ditempat.. Adapun jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dibandingkan dengan tiga negara ASEAN lainnya yang dianggap merupakan saingan Indonesia dalam sektor Pariwisata adalah Malaysia, Singapura dan Thailand, dapat dilihat pada Tabel.1.1.

Tabel 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Malaysia, Singapura dan Thailand thn 2000 – 2007

Tahun	Indonesia	Malaysia	Singapura	Thailand
2000	5.064.217	10.200.000	6.917.000	9.600.000
2001	5.153.620	12.800.000	6.700.000	10.100.000
2002	5.033.400	13.300.000	7.000.000	10.900.000
2003	4.467.021	10.577.000	5.705.000	10.082.000
2004	5.321.165	15.703.000	6.513.600	11.737.000
2005	5.002.101	16.431.055	7.080.000	11.516.936
2006	4.871.351	17.547.000	7.588.000	13.822.000
2007	5.505.759	20.973.000	7.957.000	14.464.000

Sumber : www.bps.go.id, www.unwto.org - 04 Mei 2009

Jumlah penerimaan devisa yang diterima Indonesia dari sektor pariwisata juga mengalami perkembangan yang tidak signifikan dengan negara-negara lain di kawasan ASEAN seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand. Adapun jumlah penerimaan devisa tersebut dapat pada Tabel.1.2.

Tabel 1.2. Jumlah Penerimaan Devisa dari Sektor Pariwisata bagi Indonesia Malaysia, Singapura dan Thailand thn 2002 – 2007 (US\$. 000)

Tahun	Indonesia	Malaysia	Singapura	Thailand
2002	4.305.560	6.785.000	4.932.000	7.902.000
2003	4.037.000	5.898.000	3.780.000	7.856.000
2004	4.798.000	8.198.000	5.219.000	10.034.000
2005	4.521.000	8.543.000	5.740.000	10.108.000
2006	4.448.000	10.424.000	7.194.000	13.401.000
2007	5.346.000	14.047.000	8.664.000	15.573.000

Sumber : www.bps.go.id, www.unwto.org - 04 Mei 2009

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke beberapa propinsi di Indonesia dapat dilihat pada Tabel. 1.3 di bawah ini :

Tabel.1.3. Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesi Menurut Propinsi

Tahun	Propinsi					Jumlah
	DKI Jkarta	Bali	Sumatera Utara	Batam	Lain-lain	
1997	1,457,340	1,293,657	174,724	1,119,238	1,140,284	5,185,243
1998	883,016	1,246,289	70,441	1,173,392	1,233,278	4,606,416
1999	819,318	1,399,571	76,097	1,248,791	1,183,743	4,727,520
2000	1,029,888	1,468,207	84,301	1,134,051	1,347,770	5,064,217
2001	1,049,471	1,422,714	94,211	1,145,578	1,441,646	5,153,620
2002	1,095,507	1,351,176	97,87	1,101,048	1,387,799	5,033,400
2003	921,737	1,054,143	74,776	1,285,394	1,130,971	4,467,021
2004	1,005,072	1,525,994	97,087	1,527,132	1,165,880	5,321,165
2005	1,105,202	1,454,804	109,034	1,024,758	1,308,303	5,002,101
2006	1,147,250	1,328,929	110,405	1,012,711	1,272,056	4,871,351
2007	1,153,006	1,741,935	116,614	1,077,306	1,416,898	5,505,759
2008	1,464,717	2,081,786	130,211	1,061,390	1,496,393	6,234,497

Sumber: www.bps.go.id

Dari Tabel.1.3. di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2003 jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi DKI Jakarta sebanyak 921.737 orang dan pada tahun 2008 sebanyak 1.464.717 hanya naik sebanyak 500.000 orang, sedangkan Bali pada tahun 2003 sebanyak 1.054.143 orang dan tahun 2008 sebanyak 2.081.786 orang wisatawan dan naik \pm 1.000.000 orang wisatawan mancanegara. Ini menandakan perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta yang cukup lamban dan perolehan kunjungan wisatawan mancanegara ke propinsi ini.

The World Economic Forum (WEF) menerbitkan Index Daya Saing Pariwisata Dunia tahun 2009. Index ini menempatkan Indonesia pada peringkat 81. Sedangkan Singapura berada pada peringkat 10, Malaysia pada peringkat 32 dan

Thailand pada peringkat. 39. Hal ini merupakan kenyataan yang harus dihadapi Indonesia yang ternyata bahwa penilaian WEF terhadap daya saing tidak saja diukur dari keindahan alam dan keaneka ragaman budaya dari suatu destinasi. Bukan juga semata masalah harga yang kurang menarik, ataupun sektor swasta yang kalah berbisnis. Index Daya Saing versi WEF ini didasarkan kepada 14 kriteria, yaitu:

1. Peraturan dan Kebijakan (*Policy rules and regulations*)
2. Lingkungan hidup berkelanjutan (*Environmental sustainability*)
3. Jaminan Keamanan dan keselamatan (*Safety and security*)
4. Kesehatan dan Kebersihan (*Health and hygiene*)
5. Prioritas travel dan pariwisata (*Prioritization of Travel & Tourism*)
6. Infrastruktur transportasi udara (*Air transport infrastructure*)
7. Infrastruktur transportasi darat (*Ground transport infrastructure*)
8. Infrastruktur Pariwisata (*Tourism infrastructure*)
9. Infrastruktur Teknologi dan Informasi (*ICT infrastructure*)
10. Kompetisi harga dalam Industri Pariwisata (*Price competitiveness in the T&T industry*)
11. Sumber Daya Manusia (*Human resources*)
12. Daya Tarik Pariwisata (*Affinity for Travel & Tourism*)
13. Sumber Daya Alam (*Natural resources*)
14. Sumber Daya Budaya (*Cultural resources*)

(Sumber : www.weforum.org- 04 Mei 2009)

Jelas bahwa sebagian terbesar merupakan kewenangan instansi lain di luar Pariwisata. Penilaian Index Pariwisata Indonesia pada tingkat 81, selain didasarkan pada statistik dan data, mau tidak mau juga didasarkan kepada persepsi dunia yang

oleh media televisi global termasuk media di Indonesia sendiri, memberi kesan bahwa negara ini tetap kurang aman, kotor, tidak sehat, dll. yang semuanya menghambat keinginan dan nyali wisatawan untuk berlibur di Indonesia.

Ke-14 kriteria dan hasil penilaian Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia tahun 2009 dapat lebih jelas dilihat pada Tabel.1.4 dibawah ini :

Tabel. 1.4. RINCIAN INDEKS DAYA SAING PARIWISATA INDONESIA DAN MALAYSIA TAHUN 2009

Travel & Tourism Competitiveness Index 2009		Indonesia		Malaysia	
		Rank	Skor	Rank	Skor
A.	T&T regulatory framework	113	3.8	42	5.0
1	<i>Policy rules and regulations</i> /Peraturan dan Kebijakan	123	3.3	9	5.4
2	<i>Environmental sustainability</i> / Lingkungan hidup berkelanjutan	130	3.4	54	4.7
3	<i>Safety and security</i> / Jaminan Keamanan dan keselamatan	119	3.9	59	5.3
4	<i>Health and hygiene</i> / Kesehatan dan Kebersihan	110	2.6	69	4.5
5	<i>Prioritization of Travel & Tourism</i> / Prioritas travel dan pariwisata	10	5.7	23	5.3
B.	T&T business environment and infrastructure	79	3.2	38	4.2
6	<i>Air transport infrastructure</i> /Infrastruktur transportasi udara	60	3.2	35	4.2
7	<i>Ground transport infrastructure</i> / Infrastruktur transportasi darat	89	3.0	28	4.8
8	<i>Tourism infrastructure</i> / Infrastruktur Pariwisata	88	2.1	77	2.7
9	<i>ICT infrastructure</i> / Infrastruktur Teknologi dan Informasi	102	2.1	46	3.6
10	<i>Price competitiveness in the T&T industry</i> / Kompetisi harga dalam Industri Pariwisata	3	5.9	4	5.8
C.	T&T human, cultural, and natural resources	40	4.4	14	4.9
11	<i>Human resources</i> / Sumber Daya Manusia	42	5.3	30	5.5
12	<i>Affinity for Travel & Tourism</i> / Daya Tarik Pariwisata	78	4.6	21	5.4
13	<i>Natural resources</i> / Sumber Daya Alam	28	4.4	21	4.6
14	<i>Cultural resources</i> / Sumber Daya Budaya	37	3.1	32	3.9

(Sumber : www.weforum.org - 04 Mei 2009)

B. PERUMUSAN MASALAH

Rendahnya angka kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia, terutama ke propinsi DKI Jakarta dibandingkan dengan angka kunjungan wisatawan mancanegara ke propinsi Bali, menjadi topik yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Penulis berkeinginan untuk menganalisa penyebab rendahnya kunjungan wisatawan mancanegara di lihat dari segi 14 kriteria penilaian daya saing pariwisata oleh *World Economic Forum* (WEF) 2009. Untuk lebih mempermudah mendapatkan data maka penulis membatasi lokasi penelitian pada propinsi DKI Jakarta khususnya wisatawan mancanegara, tipe perorangan dan *lower class* yang menginap di sekitar jalan Jaksa, Alasan dari dipilihnya tipe wisatawan mancanegara diatas karena penulis merasa tipe wisatawan seperti ini mudah untuk memberikan jawaban yang disediakan penulis dalam kuesioner dibandingkan dengan wisatawan tipe lain yang lebih memilih hotel berbintang, alasan lainnya adalah karena penulis merasa disekitar jalan tersebut terdapat banyak wisatawan mancanegara yang sesuai dengan tipe yang diteliti, dan banyak fasilitas penginapan disekitar jalan tersebut yang biasanya digunakan oleh tipe wisatawan yang akan dipilih. Dari uraian di atas maka penulis merumuskan masalah adalah sebagai berikut :

Apakah ada pengaruh ke 14 kriteria Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia yang dikeluarkan oleh Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor penyebab rendahnya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia bertujuan untuk mencari dan menentukan strategi yang tepat dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara dan sekaligus meningkatkan daya saing pariwisata khususnya di Propinsi DKI Jakarta

2. Untuk mengetahui kriteria daya saing mana yang harus diprioritaskan dalam pembangunan daya saing pariwisata dilihat dari ke 14 kriteria daya saing pariwisata Indonesia.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Dari penelitian ini diharapkan akan membawa manfaat terhadap beberapa hal sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak penyedia jasa pariwisata dalam menentukan strategi pemasaran pariwisata yang lebih tepat dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara
2. Dapat menyediakan literatur tentang kepariwisataan bagi yang membutuhkan.

E. SISTEMATIKA PENELITIAN

1. **Bab I** : Pendahuluan, yang berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.
2. **Bab II** : Landasan Teori, yang berisi teori-teori yang dijadikan sebagai bingkai dalam menganalisa berupa kerangka pemikiran dan diikuti rumusan hipotesa.
3. **Bab III** : Metodologi Penelitian, yang berisi penentuan populasi dan sampel, pengumpulan dan pengelolaan serta analisa data.
4. **Bab IV** : Hasil dan Pembahasan, berupa jawaban terhadap tujuan penelitian yang berisi hasil analisis data dalam usaha menguji hipotesis.
5. **Bab V** : Kesimpulan, yang berisi kesimpulan dan saran

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Tinjauan Kepustakaan

A.1. Pengertian Pariwisata

Menurut Yoeti (1996:112-114), kata Pariwisata yang berasal dari bahasa Sanskerta, sesungguhnya bukanlah berarti *tourisme* (bahasa Belanda) atau *tourism* (bahasa Inggris). Kata pariwisata, menurut pengertian ini, sinonim dengan kata *tour*. Pendapat ini berdasarkan pemikiran sebagai berikut: kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu masing-masing kata pari dan wisata.

- Pari, berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap (ingat kata paripurna).
- Wisata, berarti perjalanan, berpergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata *travel* dalam bahasa Inggris.

Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata *tour*, sedangkan untuk pengertian jamak, kata kepariwisataan dapat digunakan kata *tourisme* atau *tourism*.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas, perhatikanlah penyebaran kata-kata sebagai berikut:

- Wisata = perjalanan; dalam bahasa Inggris dapat disamakan dengan perkataan *travel*.
- Wisatawan = orang yang melakukan perjalanan; dalam bahasa Inggris dapat disebut dengan istilah *travellers*.

- Para wisatawan = orang yang melakukan perjalanan dan dalam bahasa Inggris biasa disebut dengan istilah *travellers* (jamak).
- Pariwisata = perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dan dalam bahasa Inggris disebut dengan istilah *tour*.
- Pariwisatawan = orang yang melakukan perjalanan *tour* dan dalam bahasa Inggris disebut *tourist*.
- Para pariwisatawan = orang-orang yang melakukan perjalanan *tour* dan dalam bahasa Inggris disebut dengan istilah *tourists* (jamak).
- Ke-pariwisataan = Hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata dan dalam bahasa Inggris disebut dengan istilah *tourism*.

Pada hakekatnya berpariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui

sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga, untuk kesehatan, konvensi, keagamaan dan keperluan usaha lainnya (Suwanto, 2004:3).

Menurut Spillane (1987:22), seseorang dapat melakukan perjalanan dengan berbagai cara karena alasan berbeda-beda pula. Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu:

- Harus bersifat sementara.
- Harus bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti tidak terjadi karena dipaksa.
- Tidak bekerja yang bersifat menghasilkan upah ataupun bayaran.

Wahab (1976) mengatakan bahwa, suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri) meliputi pendiaman orang-orang di daerah lain (daerah tertentu, suatu negara atau benua) untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya di mana memperoleh pekerjaan tetap. Bagi suatu negara yang menganggap pariwisata sebagai suatu industri yang menghasilkan produk yang dikonsumsi di tempat tujuan, maka ini dapat dianggap sebagai suatu ekspor yang tidak kentara (*invisible-export*). Manfaat yang diperoleh dapat berpengaruh positif dalam perekonomian, kebudayaan dan kehidupan sosial masyarakat (Setiawinata, 2006:94).

Menurut Mill dan Sastrio (2000:25-26), pariwisata adalah istilah yang diberikan pada aktivitas yang terjadi bila seorang wisatawan melakukan perjalanan. Ini mencakup segala sesuatu dari perencanaan perjalanan itu sendiri, perjalanan ke tempat tertentu, tinggal di tempat itu, kembali, dan kenangan yang didapat

sesudahnya. Itu juga meliputi aktivitas perjalanan yang dilakukan sebagai bagian dari perjalanan itu sendiri, pembelian-pembelian yang dilakukan, dan interaksi yang terjadi antara pihak tuan rumah dan tamunya. Lengkapnya pariwisata adalah semua aktivitas dan kejadian terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan.

Pariwisata merupakan seluruh kegiatan, fasilitas dan pelayanan yang diakibatkan oleh adanya perpindahan perjalanan sementara dari seseorang ke luar dari tempat tinggalnya, serta tinggal dalam waktu singkat di tempat tujuan dari perjalanan, untuk tujuan bersenang-senang dan berlibur. Pariwisata sering didefinisikan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang lebih banyak berkaitan dengan kegiatan-kegiatan santai dan untuk bersenang-senang. Pendapat lain juga mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. Banyak lagi definisi yang dikemukakan oleh para ahli tentang pariwisata, yang masing-masing mempunyai penekanan khusus pada batasan-batasan yang dikemukakan. Beberapa ahli memberikan definisi dan batasan yang berbeda tentang istilah pariwisata, yang penekanannya dilatarbelakangi oleh bidang keahliannya masing-masing, yaitu penekanan pada aspek-aspek ekonomi, sosiologi, psikologi, seni-budaya, maupun aspek geografis kepariwisataan. Definisi lain tentang pariwisata (*tourism*), adalah industri jasa, yang menangani (kesatuan) jasa layanan mulai dari transportasi, jasa keramahan (*hospitality*), tempat tinggal, makanan, minuman, dan jasa bersangkutan lainnya seperti: bank, asuransi, keamanan, dll. Undang-Undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, menyatakan bahwa pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya

tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut (Wardhani, 2008: 21).

A.2. Produk Industri Pariwisata

Jika kita mendengar kata industri bagi sebagian orang mungkin yang langsung terbayang adalah adanya suatu pabrik dengan ratusan atau ribuan pekerja, sedang memproduksi suatu barang. Hal tersebut tidaklah salah, karena memang suatu industri pada prinsipnya menghasilkan sesuatu, baik barang maupun jasa. Menurut AGB Fisher dalam Yoeti (1996),. Industri pada umumnya dapat diklasifikasikan atas tiga golongan yang penting, sebagai berikut:

- a. *Primary industry*, yang termasuk dalam kelompok ini ialah pertanian, pertambangan, peternakan, dan industri dasar lainnya.
- b. *Secondary industry*, yang termasuk dalam kelompok ini ialah *manufacturing*, *contruction* seperti pembuatan jembatan, gedung-gedung dan perumahan lainnya.
- c. *Tertiary industry*, yang termasuk kelompok ini misalnya perdagangan, transportasi, akomodasi, komunikasi dan fasilitas pelayanan lainnya.

Jika berdasarkan klasifikasi tersebut diatas, maka kegiatan pariwisata bisa kita masukan ke dalam *tertiary industry*, karena yang dihasilkan oleh kegiatan pariwisata adalah berupa barang dan jasa, hanya saja barang-barang yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata berbeda dengan barang-barang yang dihasilkan oleh klasifikasi industri lainnya, begitu pula jasa dalam bidang pariwisata memerlukan keahlian khusus, orang-orang yang melakukannya memiliki kriteria dan karakter serta keahlian

khusus, agar jasa yang diberikannya memberikan kepuasan bagi para konsumennya (Setiawinata, 2006:150-151).

Dalam literatur kepariwisataan luar negeri kata industri pariwisata disebut dengan istilah *tourist industry* atau ada pula yang menyebutnya dengan istilah *travel industry*. Produk industri pariwisata adalah keseluruhan pelayanan (*services*) yang diterima oleh wisatawan, semenjak ia meninggalkan tempat kediaman dimana biasanya ia tinggal, sampai di tempat tujuan (daerah tujuan wisata) dan kembali di rumah dari mana ia berangkat semula (Yoeti, 1996:145-146).

Bila ketiga unsur tersebut di atas dikembangkan sesuai dengan urutan, yaitu semenjak seorang wisatawan meninggalkan tempat kediamannya, sampai di tempat tujuan dan kembali ke rumah dimana biasanya tinggal, maka ada delapan macam unsure pokok yang membentuk produk tersebut sehingga merupakan suatu paket yaitu :

1. Jasa-jasa *Travel Agent* atau *tour operator*, yang memberikan informasi, advis, pengurusan dokumen perjalanan, perencanaan perjalanan itu sendiri pada waktu akan berangkat.
2. Jasa perusahaan angkutan (darat, laut dan udara) yang akan membawa wisatawan dari daerah asalnya ke daerah tujuan wisata yang telah ditentukannya dan sebaliknya.
3. Jasa pelayanan akomodasi, restoran, fasilitas rekreasi, entertainment dan hiburan lainnya.
4. Jasa *retail agent* atau *tour operator* lokal,
5. Jasa transportasi lokal

6. Objek wisata dan atraksi wisata,
 7. Jasa *souvenir shop*, *handicraft*, dan *shopping center*,
 8. Jasa pendukung seperti kantor pos, telekomunikasi, *money changer*, dll
- (Yoeti, 1996:164 - 166).

Jadi tidak hanya satu macam jasa yang diperlukan dalam perjalanan tersebut, tetapi serangkaian jasa-jasa yang merupakan produk industri pariwisata. Itu pulalah sebabnya dalam kalangan kepariwisataan dikenal istilah *package tour* yang berarti suatu rencana perjalanan wisata yang disusun secara tetap (*fix*) dengan biaya tertentu, dimana didalamnya telah termasuk biaya untuk menginap, angkutan, makan, *sightseeing tour*, transfer dan lain-lain, yang semuanya digambarkan dalam suatu *package itinerary* yang dibuat khusus untuk itu.

Menurut Suwanto (2004:48), produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis), dan jasa alam.

- a. Jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapan, pelayanan makanan dan minuman, jasa tour, dan sebagainya.
- b. Jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, keramahan-tamahan, adat istiadat, seni budaya dan sebagainya.
- c. Jasa yang disediakan alam antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut, dan sebagainya.

Produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara lain:

- a. Atraksi suatu Daerah Tujuan Wisata

- b. Fasilitas/amenities yang tersedia.
- c. Aksesibilitas ke dan dari Daerah Tujuan Wisata.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan untuk bersenang-senang mengunjungi obyek / atraksi wisata, menyaksikan secara langsung adat budaya setempat, dan tujuan lainnya (tidak untuk mendapatkan penghasilan), dengan durasi waktu lebih dari 24 jam, sehingga memerlukan kebutuhan utama selain objek-objek wisata yang akan dikunjungi, yaitu: transportasi, akomodasi dan konsumsi. Kebutuhan lain seperti : souvenir, bank, entertain, jasa komunikasi, pusat belanja, dan lain-lain, merupakan unsur penunjang, sehingga dikatakan bahwa pariwisata merupakan kegiatan multi bisnis. Kepariwisataan, adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata, seringkali disebut juga *Industry Hospitality* dan Industri Pariwisata. Kepariwisataan tumbuh karena perbedaan, keunikan, kelokalan baik itu yang berupa bentang alam, flora, fauna maupun yang berupa kebudayaan sebagai hasil cipta, karsa, rasa dan budi manusia. Tanpa perbedaan itu, tak akan ada kepariwisataan, tidak ada orang yang melakukan perjalanan atau berwisata. Oleh karena itu, melestarikan alam dan budaya serta menjunjung kebhinekaan adalah fungsi utama kepariwisataan. Alam dan budaya dengan segala keunikan dan perbedaannya adalah aset kepariwisataan yang harus dijaga kelestariannya. Hilangnya keunikan alam dan budaya, berarti hilang pulalah kepariwisataan itu (Wardhani,2008: 23)

A.3. Prasarana dan Sarana Pariwisata

Menurut Yoeti (1996:186–192), yang dimaksud dengan prasaranan (*infrastructures*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Lothar A. Kreck dalam bukunya *International Tourism* membagi prasarana atas dua bagian yang penting, yaitu :

1). **Prasaranaa Perekonomian (*Economic infrastructures*)**, yang dapat dibagi atas:

a. Pengangkutan (*Transportation*).

Yang dimaksudkan dengan pengangkutan disini adalah pengangkutan yang dapat membawa para wisatawan dari negara di mana ia biasanya tinggal, ke tempat atau negara yang merupakan daerah tujuan wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pesawat udara untuk jarak jauh (*long-houl*), di samping menggunakan kapal laut (*steamship*), ketera api, bus, taxi dan kendaraan lainnya. Dapat dikatakan bahwa dalam pengembangan kepariwisataan baik lokal, nasional maupun internasional, peranan prasarana pengangkutan sangat menentukan.

b. Prasarana Komunikasi (*Communication Infrastructures*).

Termasuk ke dalam kelompok ini di antaranya ialah tilpon, telegraf, radio dan televisi, surat kabar, internet, dan pelayanan kantor pos. Dengan tersedianya prasarana komunikasi akan dapat mendorong para pariwisataawan untuk mengadakan perjalanan jarak jauh. Dengan demikian wisatawan tidak akan ragu-ragu meninggalkan rumah dan anak-anaknya, karena tersediannya prasarana komunikasi di negara yang dikunjungi.

c. Kelompok yang termasuk *Utilities* .

Yang termasuk dalam kelompok ini adalah: penerangan listrik, persediaan air minum, sistem irigasi dan sumber energi. Dalam pengembangan industri perhotelan yang merupakan sarana utama dalam industri pariwisata, faktor *utilities* sangat menentukan, apabila kita hendak membangun hotel yang bertaraf internasional. Tetapi tidak hanya sektor perhotelan saja yang memerlukan *utilities* ini tetapi juga tempat-tempat rekreasi lain berikut dengan segala fasilitasnya.

d. Sistem Perbankan.

Dengan adanya pelayanan Bank bagi para wisatawan berarti bahwa wisatawan mendapat jaminan untuk dengan mudah menerima atau mengirim uangnya dari dan negeri asalnya tanpa mengalami birokrasi pelayanan. Sedangkan untuk pembayaran lokal, wisatawan dapat menukarkan uangnya pada *Money Changers* setempat.

2). Prasarana Sosial (*Social Infrastructures*)

Yang dimaksudkan dengan prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Termasuk dalam kelompok ini adalah:

a. Sistem Pendidikan (*school system*)

Adanya lembaga-lembaga pendidikan yang mengkhususkan diri dalam, pendidikan kepariwisataan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan tidak hanya pelayanan bagi para wisatawan, tetapi juga untuk memelihara dan

mengawasi suatu badan usaha yang bergerak dalam kepariwisataan. Pengembangan industri pariwisata tidak akan berarti bilamana ahli dan pelaksana dalam bidangnya tidak dipersiapkan pada waktu yang tepat, karena itu, pengembangan prasarana kepariwisataan menghendaki pengembangan dalam sistem pendidikan kepariwisataan yang ada.

b. Pelayanan Kesehatan (*Health Services Facilities*)

Tidak seorang wisatawan pun dan bahkan tidak seorang pun bila sedang berlibur atau melakukan perjalanan mau jatuh sakit. Tetapi sakit atau tidak merupakan sesuatu yang tidak dapat ditentukan oleh manusia. Oleh karena itu harus ada jaminan bahwa di daerah tujuan wisata tersedia pelayanan bagi suatu penyakit yang mungkin akan diderita dalam perjalanan nanti. Dinas Pariwisata setempat perlu mengkoordinasikan pelayanan kesehatan bagi wisatawan yang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.

c. Faktor Keamanan (*safety*)

Perasaan tidak aman (*unsafe feeling*) dapat terjadi di suatu tempat yang baru saja dikunjungi. Harry G Clement (1961) dalam laporannya mengatakan bahwa 45% dari orang yang sempat diwawancarainya merasa *unsafe* di negara-negara daerah Pasifik dan Timur Jauh. Perasaan tidak aman itu dapat timbul karena:

- Sering terjadi pencopetan, penjambretan, dan bahkan penodongan dengan tujuan merampok, baik selama dalam perjalanan atau di tempat yang dikunjungi.
- sering terjadi pencurian di hotel tempat menginap.

- Sering terjadi penipuan yang dilakukan oleh sopir taksi terutama oleh taksi yang tidak mempunyai *taxi meter*.

Adanya perlakuan yang tidak wajar dari penduduk setempat, seakan-akan wisatawan yang akan mengganggu ketentraman masyarakat setempat. Dalam hal ini oknum petugas adakalanya tidak dapat diharapkan untuk membantu dan bahkan menjadikan kejadian ini sebagai objek tambahan penghasilan.

d. Petugas yang langsung melayani wisatawan (*Government Apparatus*).

Termasuk ke dalam kelompok ini antara lain: petugas imigrasi (*immigration officer*), petugas bea dan cukai (*custom officer*), petugas kesehatan (*health officer*), polisi dan pejabat-pejabat lainnya yang berkaitan dengan pelayanan para wisatawan.

Adapun yang dimaksudkan dengan sarana kepariwisataan (*tourism superstructure*) adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan. Kita dapat membagi atas tiga bagian yang penting sarana kepariwisataan, yaitu; sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap kepariwisataan dan sarana penunjang kepariwisataan.

1). Sarana pokok kepariwisataan (*Main Tourism Superstructure*). Yang

dimaksudkan dengan sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah:

- travel agent dan tour operator
- perusahaan angkutan wisata

- hotel dan jenis akomodasi lainnya.
- bar dan restoran, serta rumah makan lainnya, dan
- objek wisata dan atraksi wisata.

2). Sarana Pelengkap Kepariwisataaan (*Supplementing Tourism superstructure*).

Yang dimaksudkan dengan sarana pelengkap kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat para wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah:

- Sarana Olah Raga seperti; Lapangan tenis, lapangan golf, kolam renang, permainan bowling, daerah perburuan, berlayar, dan berselancar; dan
- Sarana ketangkasan, seperti; Permainan bola sodok, jackpot, dan amusements lainnya.

3). Sarana Penunjang Kepariwisataaan (*Supporting Tourism Superstructure*).

Yang dimaksud dengan sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjunginya. Yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah; *night club, steambaths, casino* (Yoeti, 1996:197-2004).

Didalam dunia kepariwisataan, menurut Wardhani (2008:40), dikenal 5 A yang seringkali dijadikan pertimbangan oleh perusahaan perjalanan wisata dalam menentukan suatu daerah tujuan wisata yaitu sebagai berikut.

1. Kemudahan untuk dikunjungi dan memiliki jalan yang dapat dilalui oleh kendaraan (*Accessibility*)
2. Kemudahan mendapatkan/ada tempat penginapan yang layak bersih dan ramah/menyenangkan (*Accommodations*)
3. Kemudahan melihat atraksi yang khas dilokasi wisata (*Attraction*)
4. Kemudahan dan adanya sarana fasilitas untuk melakukan kegiatan yang menyenangkan dan aman didaerah tersebut (*Activities*)
Terdapat tempat untuk bermalam dan beristirahat yang layak, aman dan memenuhi persyaratan kesehatan / sanitasi yang sehat. Diantaranya: Hotel, resort, hostel, losmen, guest house, caravan, sewa tenda, ataupun rumah penduduk (sebagian fasilitasnya) yang memang diperuntukkan bagi wisatawan. Lokasi wisata yang layak, aman, nyaman dan dapat dijangkau / ditempuh oleh wisatawan secara individu maupun rombongan dan adanya sarana penunjang transportasi, seperti kelayakan dan kenyamanan serta keamanan jalan menuju lokasi. Kecuali bagi wisatawan *adventure*, yang mampu menelusuri lokasi wisata dengan berjalan kaki, namun pada jarak tertentu. Transportasi Pesawat, Udara/Kapal, Laut/Kereta Api/Bus, minibus, sedan, motor, sepeda, becak. Adanya atraksi atau objek wisata yang dikelola oleh pemerintah/masyarakat setempat yang layak serta aman untuk dikunjungi wisatawan. *Natural* : Pantai, laut, hutan alam, telaga, gunung. *Man Made* : Museum, candi, taman, monumen. *Culture* : seni, adat, tempat bersejarah, situs. Adanya aktifitas yang layak dilakukan wisatawan dengan aman, dan dapat dipantau keselamatannya. Diantaranya: mendaki gunung, menyelam, Ski, berenang, berjalan santai, menonton pertunjukan, santai menikmati pemandangan dan kesejukan alam.
5. Fasilitas lain yang menunjang perjalanan wisata, seperti telepon, penukaran uang, toko souvenir dll (*Amenities*). Tersedianya fasilitas-fasilitas yang diperlukan oleh wisatawan seperti : Bank, *Money changer*, ATM, toko, rumah makan, toilet yang memadai, kantor pos, cinderamata, pasar, jaringan internet, HP, telegram.

A.4. Pengertian Wisatawan

Kata wisatawan yang berasal dari bahasa Sanskerta yaitu wisata yang berarti perjalanan. Wisatawan (*tourist*) adalah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-

kurangnya 24 jam di Negara atau daerah yang dikunjungi dengan tujuan sebagai berikut :

- Leisure (waktu senggang) misalnya: rekreasi, berlibur, kesehatan, agama, sport.
- Bisnis, mengunjungi keluarga, teman, menjalankan misi, konvensi.

Pelancong (*excursionist*) adalah pengunjung sementara, tinggal kurang dari 24 jam di Negara atau daerah yang dikunjungi (termasuk penumpang kapal pesiar). Statistik wisata internasional tidak memasukan mereka yang secara resmi, tidak masuk suatu Negara, umpamanya penumpang transit yang tidak keluar dari ruang transit (Deparpostel, 1985:10).

Sesuai dengan pasal 5 Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial Perserikatan Bangsa-bangsa No.870, yang dimaksudkan dengan pengunjung adalah seperti yang diuraikan dibawah ini. Untuk tujuan statistik, yang dimaksudkan dengan visitor adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa, dengan alasan apapun juga, kecuali mengusahakan sesuatu pekerjaan yang dibayar oleh Negara yang dikunjunginya (Yoeti,1996:133).

Menurut Wardhani (2008:22), *The World Tourism Organisation* memberikan definisi Tentang Wisatawan (*tourist*), sebagai :

Any person residing within a country, irrespective of nationality, travelling to a place within this country other than his usual place of residence for a period of not less than 24 hours or one night for a purpose other than the exercise of a remunerated activity in the place visited. The motives for such travel may be : (1) leisure (recreation, holidays, health, studies, religion, sports) ; (2) business, family, mission, or meeting.

Definisi tersebut dapat diartikan bahwa wisatawan adalah seorang yang tinggal di suatu negara, tanpa memandang kebangsaannya, melakukan perjalanan ke

tempat didalam negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa, sedikitnya selama 24 jam atau satu malam, untuk suatu tujuan selain mendapatkan penghasilan di tempat yang dikunjunginya. Tujuan perjalanannya dapat digolongkan ke dalam klasifikasi berikut ini.

- Pesar (*leisure*), seperti untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olah raga.
- Perdagangan (*business*), keluarga, misi, atau konperensi.

Definisi tersebut di atas belum memasukkan unsur utama dari industri pariwisata, yaitu pasar untuk *the day-trip* (perjalanan sehari). *The 1987 Australian Government Committee Inquiry to Tourism* mengangkat definisi tentang pariwisata (*tourism*), sudah memasukkan unsur pasar *the day-trip*, sebagai berikut : *A tourist is:*

- a. *a person who undertakes travel for any reason, involving a stay away from his or her usual place of residence for at least one night : or*
- b. *a person who undertakes a pleasure trip involving a stay away from home for at least four hours during daylight, and involving a round distance of at least 50 km .*

A.5. Jenis Wisatawan

Menurut Oka, A Yoeti (1996:143-145), dilihat dari sifat perjalanan dan ruang lingkup tempat perjalanan wisata itu dilakukan, maka kita dapat mengklasifikasikan wisatawan sebagai berikut:

a. Jenis Wisatawan Berdasarkan Sifat Dan Ruang Lingkup Perjalanan

- 1). Wisatawan mancanegara (*foreign tourist*) adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasanya tinggal. Wisatawan mancanegara bagi

suatu negara dapat ditandai dari status kewarganegaraannya. Dokumen perjalanan yang dimilikinya, dan dapat pula dari jenis mata uang yang dibelanjakannya.

- 2). Wisatawan domestik berwarganegara asing (*domestic foreign tourist*) adalah orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu Negara, yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara tempat ia tinggal.
- 3). Wisatawan Nusantara (*domestic tourist*) adalah wisatawan dalam negeri yaitu warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya.
- 4). Wisatawan Transit (*transit tourist*) adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke suatu Negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut atau kereta api, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan/airport/station bukan atas kemauannya sendiri.
- 5). Wisatawan yang tujuan utamanya adalah berbisnis (*business tourist*) adalah orang yang melakukan perjalanan (apakah orang asing atau warga negara sendiri) yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utamanya selesai.

b. Jenis Wisatawan Berdasarkan Jumlah Wisatawan

Disamping penggolongan/pengklasifikasian wisatawan tersebut diatas, kita bisa pula mengklasifikasi para wisatawan tersebut berdasarkan jumlah wisatawan, yang bisa kita kategorikan ke dalam tiga kategori, yaitu:

- 1). Wisatawan Perorangan, jenis wisatawan ini datang ke suatu daerah tujuan wisata hanya seorang diri, dengan membawa perlengkapan (*personal effect*) selengkap mungkin. Jenis wisatawan ini memiliki keberanian untuk berpatualang untuk

menelusuri dan eksploitasi tentang sesuatu yang dianggapnya menarik bagi mereka.

- 2). Wisatawan keluarga, jenis wisatawan ini datang ke suatu daerah tujuan wisata selalu bersama-sama dengan seluruh keluarga, baik saudara-saudaranya maupun teman dekatnya. Wisatawan jenis ini biasanya mereka sudah merencanakan kegiatan wisatanya dengan cermat, kalau tidak melalui tour atau travel agent, mereka membawa kendaraan sendiri, sehingga bisa singgal di berbagai objek wisata dan melihat berbagai atraksi wisata sekaligus.
- 3). Wisatawan rombongan, jenis wisatawan ini biasanya datang secara bersama-sama/rombongan, mereka melakukan kegiatan pariwisata bersama karena sama-sama satu profesi, satu latar belakang pendidikan, dll.

c. Jenis Wisatawan Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Menurut Setiawinata (2006:142-144), tingkat pendapatan seseorang, juga bisa dijadikan dasar untuk klasifikasi wisatawan, walaupun belum ada penelitian yang menyeluruh mengenai hal ini, karena sulitnya jangkauan kalau mengadakan penelitian diseluruh negara yang mengusahakan kegiatan pariwisata disamping itu ukuran atau standar tingkat pendapatan seseorang tentu berbeda di setiap negara. Namun demikian klasifikasi wisatawan dari segi tingkat pendapatan tersebut bisa ditandai dengan pemilihan jenis produk wisata yang dipilihnya, cara berpakaian, atau perlengkapan yang dibawanya, dan jenis wisatawan ini dapat disebut wisatawan yang *high class* dan *lower class*. Yang *high class* lebih memilih hotel mewah, boros dalam membelanjakan uangnya, jadwal perjalanan yang teratur, memilih produk pariwisata yang bermutu, sering berkelompok, dan menggunakan travel agent untuk

mengatur setiap perjalanannya. Sedangkan yang *lower class* lebih memilih hotel melati, penginapan-penginapan, *home stay*, dll. Sering menggunakan transportasi umum, berpenampilan seadanya, cenderung semauanya dalam mengatur perjalanannya, lebih individual, menjalankan hidup dengan sebebas-bebasnya, hemat, dan mandiri dalam mengatur perjalanan wisatanya.

A.6. Pemasaran Pariwisata

Ditinjau dari sudut pemasaran pariwisata, terutama dalam rangka mengembangkan produk baru, sesungguhnya suatu daerah tujuan wisata mempunyai banyak hal yang dapat ditawarkan sebagai daya tarik wisatawan. Yang penting diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar ia dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam macam-macam pasar, harus memenuhi tiga syarat sebagai berikut :

1. Daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai *something to see* artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.
2. Daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah *something to do* artinya, di tempat tersebut setiap banyak yang dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusements yang dapat membuat mereka betah lebih lama di tempat itu.
3. Didaerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah *something to buy* artinya, di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja, terutama

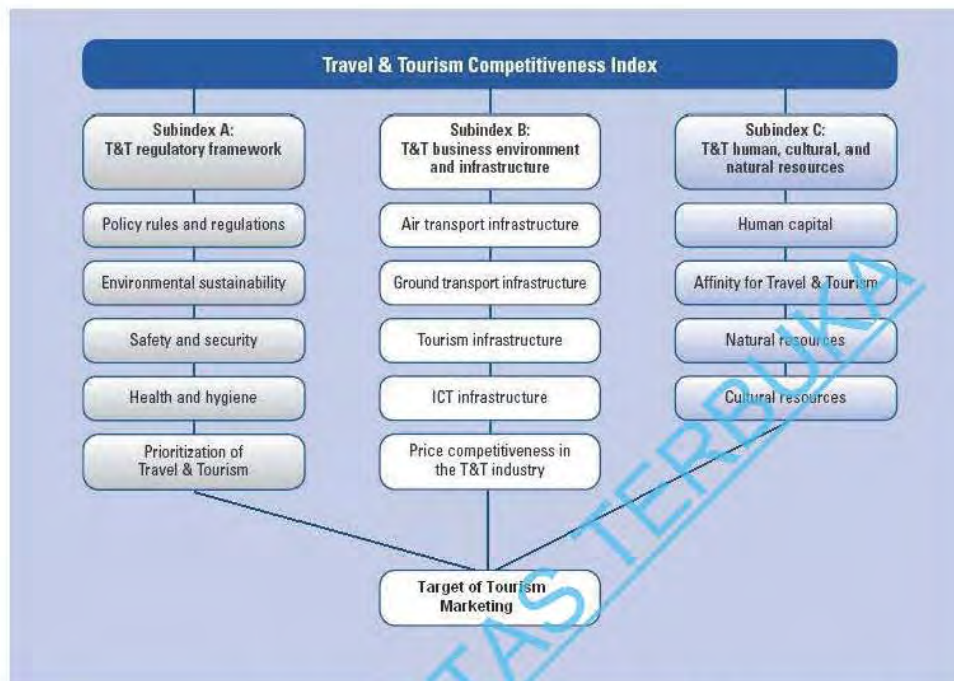
barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing.

Ketiga syarat tersebut di atas kiranya sejalan dengan pola tujuan pemasaran pariwisata, yaitu dengan promosi yang dilakukan kita sebenarnya hendak mencapai sasaran agar lebih banyak wisatawan datang pada suatu daerah (*Number of Tourist*), kedua adalah lebih lama tinggal (*Length of stay*) dan ketiga adalah wisatawan lebih banyak mengeluarkan uangnya ditempat yang mereka kunjung (*Tourist expenditure*). (Yoeti, 1996:178).

B. Rerangka Berpikir

Pembangunan kepariwisataan di Indonesia memerlukan kesiapan dari berbagai pihak, baik pemerintah, swasta maupun kesiapan masyarakat, termasuk didalamnya kesiapan prasarana dan sarana kepariwisataan dalam mendukung dan memenuhi kebutuhan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara yang menjadi subjek dari penelitian ini sekaligus sebagai *actual demand* dalam pemasaran pariwisata. Segala kesiapan tersebut bila dikelola secara baik maka sasaran dari pemasaran pariwisata yaitu meningkatkan jumlah wisatawan, meningkatkan lama tinggal wisatawan dan meningkatkan jumlah pengeluaran wisatawan akan tercapai. Prasarana dan Sarana pariwisata yang telah diuraikan secara detail di atas dapat dikelompokkan kedalam 14 kriteria penilaian oleh Forum Ekonomi Dunia yang oleh penulis dijadikan sebagai variabel X atau variabel bebas yang terdiri atas 14 kriteria (X1 s/d X14) dan sasaran pemasaran pariwisata dijadikan oleh penulis sebagai

variabel Y atau variabel terikat, yang gambar rerangkanya dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.1. Rerangka Pemikiran Penelitian.

(Sumber diolah : www.weforum.org- 04 Mei 2009)

C. Definisi Konseptual dan Operasional

C.1. Definisi Konseptual

Index Daya Saing versi WEF ini didasarkan kepada 14 kriteria. Kriteria-kriteria tersebut dalam ilmu kepariwisataan dapat disamakan dengan prasarana dan sarana pariwisata yaitu semua fasilitas dan kebijakan yang dapat menunjang proses perjalanan wisatawan dari tempat asalnya ke tempat tujuan wisata hingga ia kembali ke tempat asalnya.

1. Peraturan dan Kebijakan (*Policy rules and regulations*).

Uraian tentang peraturan dan kebijakan atau *Policy rules and regulations* menurut

Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu

*“The **policy rules and regulations** pillar captures the extent to which the policy environment is conducive to developing the T&T sector in each country. Governments can have an important impact on the attractiveness of developing this sector, depending on whether the policies that they create and perpetuate support or hinder its development. Sometimes well-intentioned policies can end up creating red tape or obstacles that have the opposite effect from that which was intended. In this pillar we take into account the extent to which foreign ownership and foreign direct investment (FDI) are welcomed and facilitated by the country, how well property rights are protected, the time and cost required for setting up a business, the extent to which visa requirements make it complicated for visitors to enter the country, and the openness of the bilateral Air Service Agreements into which the government has entered with other countries”*

Uraian tentang peraturan dan kebijakan di atas mempunyai arti sebagai berikut; Pillar peraturan dan kebijakan mencakup sedikit banyaknya lingkungan kebijakan yang kondusif ke arah perkembangan yang baik pada sektor pariwisata di masing-masing negara. Kebijakan pemerintah dapat menjadikan dampak penting atas perkembangan sektor ini, tergantung bagaimana kebijakan yang dibuat dapat membantu ataupun menghalangi perkembangannya. Kadang-kadang kebijakan yang bermaksud baik bisa akhirnya menimbulkan birokrasi atau rintangan yang mempunyai efek berlawanan dari yang dimaksudkan. Hal lain yang diperhitungkan ialah banyak sedikitnya sampai kepemilikan asing yang mana dan investasi langsung yang luar negeri (FDI) disambut dan dimudahkan oleh negara, bagaimana hak-hak milik baik dilindungi, waktu dan biaya yang diperlukan karena mendirikan perusahaan, banyak sedikitnya sampai syarat visa yang mana membuatnya disulitkan

bagi pengunjung untuk memasuki negara, dan keterbukaan perjanjian pelayanan udara yang bilateral ke dalam yang pemerintah sudah masuk dengan negara lain.

2. Lingkungan hidup berkelanjutan (*Environmental sustainability*)

Uraian tentang Lingkungan hidup berkelanjutan atau *Environmental sustainability* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu

*“The importance of the natural environment for providing an attractive location for tourism cannot be overstated, and it is clear that policies and factors enhancing **environmental sustainability** are crucial for ensuring that a country will continue to be an attractive destination going into the future. In this pillar we measure the stringency of the government’s environmental regulations in each country as well as the extent to which they are actually enforced. Given the environmental impacts that tourism itself can sometimes bring about, we also take into account the extent to which governments prioritize the sustainable development of the T&T industry in their respective economies. In addition to policy inputs, this pillar includes some of the related environmental outputs, including carbon dioxide emissions and the percentage of endangered species in the country”*

Uraian tentang lingkungan hidup berkelanjutan di atas mempunyai arti sebagai berikut. Pentingnya lingkungan alami karena menyediakan lokasi menarik untuk kepariwisataan, dan jelas bahwa kebijakan dan faktor yang meningkatkan lingkungan berkelanjutan sangat penting karena menjamin bahwa negara akan terus menjamin kelestarian lingkungan sampai ke masa depan. Perhatian pemerintah akan peraturan lingkungan di masing-masing negara sama baiknya dengan banyak sedikitnya ke yang mereka sebetulnya diterapkan. Memberikan dampak lingkungan kepariwisataan sendiri. Hal lain yang diperhitungkan ialah banyak sedikitnya pemerintah yang mana memprioritaskan perkembangan berwawasan lingkungan industri pariwisata pada perekonomian masing-masing negara. Disamping masukkan

kebijakan, tiang ini termasuk beberapa hasil lingkungan berhubungan, termasuk emisi karbon dioksida dan persentase spesies yang dibahayakan di suatu negara.

3. Jaminan Keamanan dan keselamatan (*Safety and security*)

Uraian tentang Jaminan Keamanan dan keselamatan atau *Safety and security* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

“Safety and security is a critical factor determining the competitiveness of a country’s T&T industry. Tourists are likely to be deterred from traveling to dangerous countries or regions, making it less attractive to develop the T&T sector in those places. Here we take into account the costliness of common crime and violence as well as terrorism, and the extent to which police services can be relied upon to provide protection from crime as well as the incidence of road traffic accidents in the country”.

Uraian tentang jaminan keamanan dan keselamatan di atas mempunyai arti sebagai berikut. Keamanan dan keselamatan adalah faktor kritis yang menentukan daya saing industry pariwisata pada berbagai negara. Wisatawan mungkin dihalangi untuk bepergian ke suatu negara atau daerah berbahaya, hal ini membuat memperkembangkan sektor pariwisata tidak menarik di tempat itu. Tingginya ongkos kejahatan dan kekerasan biasa, serta terorisme, dan sedikit banyaknya pelayanan polisi yang mana bisa diandalkan di atas untuk memberikan perlindungan dari kejahatan serta timbulnya kecelakaan lalu-lintas jalan di suatu negara.

4. Kesehatan dan Kebersihan (*Health and hygiene*)

Uraian tentang Jaminan Kesehatan dan Kebersihan atau *Health and hygiene* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

“Health and hygiene is also essential for T&T competitiveness. The access within the country to improved drinking water and sanitation is important for the comfort and health of travelers. And

in the event that tourists do become ill, the country's health sector must be able to ensure they are properly cared for, as measured by the availability of physicians and hospital beds. The extent to which the government”.

Uraian tentang kesehatan dan kebersihan di atas mempunyai arti sebagai berikut. Kesehatan dan kebersihan juga penting bagi daya saing pariwisata. Kemampuan negara untuk meningkatkan kebersihan air minum dan kebersihan lingkungan, penting untuk kenyamanan dan kesehatan wisatawan. Jika tidak wisatawan akan menjadi sakit, Sektor kebersihan dan kesehatan harus dapat menjamin dan kepedulian dari berbagai pihak, sebagai contoh adanya ketersediaan dokter dan tempat tidur rumah sakit. Sedikit banyaknya adalah kepentingan pemerintah.

5. Prioritas travel dan pariwisata (*Prioritization of Travel & Tourism*)

Uraian tentang Prioritas travel dan pariwisata atau *Prioritization of Travel & Tourism* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

Prioritizes the T&T sector also has an important impact on T&T competitiveness. By making clear that T&T is a sector of primary concern, and by reflecting this in its budget priorities, the government can channel needed funds to essential development projects. It also sends a signal of its intentions, which can have positive spillover effects such as attracting further private investment into the sector. Prioritization of the sector can be reflected in a variety of other ways as well, such as ensuring the country's attendance at international T&T fairs and commissioning high-quality “destination-marketing” campaigns.

Uraian tentang prioritas travel dan pariwisata di atas mempunyai arti sebagai berikut. Prioritas pada sektor kepariwisataan juga mempunyai dampak penting atas daya saing pariwisata. Lebih jelasnya bahwa sektor pariwisata adalah sektor yang perlu diprioritaskan, dan dengan memberikan prioritas anggarannya, pemerintah bisa

menyalurkan dana yang diperlukan sampai proyek perkembangan esensial. Juga memberikan iklim, yang bisa berdampak positif seperti menarik investasi swasta kedalam sektor ini. Prioritas dapat ditunjukkan dengan cara lain, seperti menjamin keikutsertaan negara dalam pameran pariwisata dunia dan membentuk badan yang bermutu dalam rangka kampanye pemasaran daerah tujuan wisata.

6. Infrastruktur transportasi udara (*Air transport infrastructure*)

Uraian tentang Infrastruktur transportasi udara atau *Air transport infrastructure* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

“Quality air transport infrastructure provides ease of access to and from countries, as well as movement to destinations within countries. In this pillar we measure both the quantity of air transport, as measured by the available seat kilometers, the number of departures, airport density, and the number of operating airlines, as well as the quality of the air transport infrastructure both for domestic and international flights”.

Uraian tentang infrastruktur transportasi udara di atas mempunyai arti sebagai berikut. Udara mutu prasarana pengangkut, luasnya ketersediaan akses ke dan dari suatu negara, serta pergerakan orang-orang ke dalam negara tujuan wisata. Kuantitas angkutan udara, jumlah tempat duduk yang tersedia per kilomernya, jumlah keberangkatan, kepadatan di pelabuhan udara, maupun jumlah perusahaan penerbangan yang menjalankan usaha ini, serta kualitas prasarana pengangkut udara baik untuk penerbangan lokal maupun internasional.

7. Infrastruktur Transportasi Darat (*Ground transport infrastructure*)

Uraian tentang Infrastruktur Transportasi Darat atau *Ground transport infrastructure* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

“Vital for ease of movement within the country is the extensiveness and quality of the country’s ground transport infrastructure. This takes into account the quality of roads, railroads, and ports, as well as the extent to which the national transport network as a whole offers efficient, accessible transportation to key business centers and tourist attractions within the country”.

Uraian tentang infrastruktur transportasi darat di atas mempunyai arti sebagai berikut. Vital untuk keleluasa bergerak dalam suatu negara dan kualitas prasarana angkutan darat. Juga diperhitungkan kualitas jalan raya, jalan kereta api, dan terminal, termasuk dengan banyak tidaknya jaringan pengangkut nasional yang dapat ditawarkan dalam semua jenis transportasi yang dapat dicapai dengan efisien ke pusat perdagangan dan daerah tujuan wisata di suatu negara

8. Infrastuktur Pariwisata (*Tourism infrastructure*)

Uraian tentang Infrastuktur Pariwisata atau *Tourism infrastructure* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

*“Aspects of the general **tourism infrastructure** in each country, as distinct from the general transport infrastructure. This takes into account the accommodation infrastructure (the number of hotel rooms) and the presence of major car rental companies in the country, as well as a measure of the financial infrastructure for tourists in the country (the availability of automatic teller machines, or ATMs). Given the increasing importance of the online environment for the modern T&T industry, for planning itineraries and purchasing travel and accommodations”.*

Uraian tentang infrastruktur pariwisata di atas mempunyai arti sebagai berikut. Aspek prasarana kepariwisataan umum di masing-masing negara, sejelas dari prasarana pengangkut umum, termasuk prasarana akomodasi (jumlah kamar hotel) dan adanya perusahaan persewaan mobil utama di negara, serta ukuran prasarana perbankan/keuangan bagi wisatawan di negara (ketersediaan mesin ATM).

Pentingnya peningkatan jaringan transaksi online untuk industri pariwisata moderen, untuk merencanakan rencana perjalanan dan memesan suatu perjalanan dan akomodasi.

9. Infrastruktur Teknologi dan Informasi (*ICT infrastructure*)

Uraian tentang Infrastruktur Teknologi dan Informasi atau *ICT infrastructure* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

*“The quality of the **ICT infrastructure** in each economy. Here we measure ICT penetration rates (Internet, telephore lines, and broadband), which provide a sense of the society’s online activity. We also include a specific measure of the extent to which the Internet is used by businesses in carrying out transactions in the economy, to get a sense of the extent to which these tools are in fact being used for business (including T&T) transactions in the economy”.*

Uraian tentang infrastruktur teknologi dan informasi di atas mempunyai arti sebagai berikut. Kualitas prasarana ICT di masing-masing perekonomian suatu negara. Tarif penetrasi ICT (Internet, saluran telepon, dan broadband), yang menyediakan aktivitas *online* masyarakat. Banyak sedikitnya penggunaan internet oleh perusahaan dalam melakukan transaksi di ekonomi, dan banyak tidaknya peralatan ICT yang dipergunakan untuk bisnis (termasuk bisnis pariwisata) kedalam transaksi perekonomian.

10. Kompetisi harga dalam Industri Pariwisata (*Price competitiveness in the T&T industry*)

Uraian tentang Kompetisi harga dalam Industri Pariwisata atau *Price competitiveness in the T&T industry* menurut Forum Ekonomi Dunia yaitu:

*“The **price competitiveness in the T&T industry** is clearly an important element to take into account, with lower costs increasing*

the attractiveness of some countries for many travelers. To measure countries' price competitiveness, we take into account factors such as the extent to which goods and services in the country are more or less expensive than elsewhere (purchasing power parity), airfare ticket taxes and airport charges (which can make flight tickets much more expensive), fuel price levels compared with those of other countries, and taxation in the country (which can be passed through to travelers) as well as the relative cost of hotel accommodations."

Uraian tentang kompetisi harga dalam industri pariwisata di atas mempunyai arti sebagai berikut. Daya saing harga di industri pariwisata adalah secara jelas merupakan elemen penting yang perlu diperhitungkan, dengan biaya lebih rendah menambah ketertarikan wisatawan dari berbagai negara. Perlu juga diperhitungkan faktor seperti banyak tidaknya barang-barang dan jasa yang mana di negara sedikit banyak mahal daripada di tempat lain (Indeks daya beli), pajak tiket penerbangan dan biaya pelabuhan udara (yang bisa membuat biaya tiket lebih mahal), tingkat harga bahan bakar yang dibandingkan dengan negara lain, serta perpajakan di suatu negara (yang bisa dibebankan pada wisatawan) sama baiknya dengan biaya akomodasi hotel.

11. Sumber Daya Manusia (*Human resources*)

Uraian tentang Sumber Daya Manusia atau *Human resources* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

*"Quality **human resources** in the economy ensure that the industry has access to the collaborators it needs to develop and grow. This pillar takes into account the health and the education and training levels in each economy, and is made up of two specific sub pillars. The **education and training** sub pillar measures educational attainment rates (primary and secondary), as well as the overall quality of the educational system in each country, as assessed by the business community. Besides the formal educational system, we also take into account private sector involvement in upgrading*

human resources, including the availability of specialized training services and the extent of staff training by companies in the country.

Uraian tentang sumber daya manusia di atas mempunyai arti sebagai berikut. Kualitas sumber daya manusia dalam perekonomian menjamin bahwa industri mempunyai akses kepada kolaborator yang diperlukan dalam berkembang dan pembangunan. Pengambilan pilar ini ke dalam sektor kesehatan dan pendidikan dan melatih tingkat di masing-masing ekonomi, dan sudah diambil dua spesifik subpillars. Pendidikan dan latihan menjadi tolak ukur laju pencapaian kependidikan (pokok dan sekunder), sama baiknya dengan kualitas keseluruhan sistem kependidikan di masing-masing negara, sebagai dinilai oleh himpunan perusahaan. Selain sistem kependidikan yang resmi, kami juga memperhitungkan keterlibatan sektor swasta dalam meningkatkan sumber penghasilan masyarakat, termasuk ketersediaan berspesialisasi dalam melatih jawatan dan banyak sedikitnya staf yang berlatih oleh perusahaan dalam suatu negara.

12. Daya Tarik Pariwisata (*Affinity for Travel & Tourism*)

Uraian tentang Daya Tarik Pariwisata atau *Affinity for Travel & Tourism* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

“Affinity for Travel & Tourism, which measures the extent to which the country and society are open to tourism and foreign visitors. It is clear that the general openness of the population to travel and to foreign visitors has an important impact on T&T competitiveness. In particular, we provide a measure of the national population’s attitude toward foreign travelers; a measure of the extent to which business leaders are willing to recommend leisure travel in their countries to important business contacts”.

Uraian tentang daya tarik pariwisata di atas mempunyai arti sebagai berikut. Daya tarik pariwisata, yang diukur antara lain adalah keterbukaan masyarakat setempat atas wisatawan mancanegara. Jelas bahwa keterbukaan masyarakat kepada pengunjung asing mempunyai dampak penting atas daya saing pariwisata. Bagaimana mengukur sikap warga atas pengunjung asing/ wisatawan mancanegara dalam ukuran banyak termasuk, ketersediaan waktu bagi bawahan untuk berwisata di negara mereka adalah penting.

13. Sumber Daya Alam (*Natural resources*)

Uraian tentang Sumber Daya Alam atau *Natural resources* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

*“It is also clear that **natural resources** are an important factor underlying national T&T competitiveness. Countries that are able to offer travelers access to natural assets clearly have a competitive advantage. A number of environmental attractiveness measures, including the number of UNESCO natural World Heritage sites, a measure of the quality of the natural environment, the richness of the fauna in the country as measured by the total known species of animals, and the percentage of nationally protected areas”.*

Uraian tentang sumber daya alam di atas mempunyai arti sebagai berikut. Juga jelas bahwa sumber alam adalah faktor penting yang mendasari daya saing pariwisata nasional. Negara yang dapat untuk menawarkan wisatawan akses sampai aset alami secara jelas mempunyai keuntungan bersaing. Sejumlah ukuran kemenarikan lingkungan, termasuk jumlah tempat Peninggalan Dunia alami UNESCO, ukuran kualitas lingkungan alami, kekayaan fauna di suatu negara sebagai ukuran di samping jumlah spesies binatang yang dikenal, dan persentase daerah yang dilindungi secara nasional.

14. Sumber Daya Budaya (Cultural resources)

Uraian tentang Sumber Daya Budaya atau *Cultural l resources* menurut Forum Ekonomi Dunia tahun 2009 yaitu:

*“The **cultural resources** at each country’s disposal are also a critical driver of T&T competitiveness around the world. In this pillar we include the number of UNESCO cultural World Heritage sites, sports stadium seat capacity, and the number of international fairs and exhibitions in the country. In addition, we have added this year a measure of creative industries exports from the country, which provides an additional indication of cultural richness”.*

Uraian tentang sumber daya budaya di atas mempunyai arti sebagai berikut. Sumber daya budaya di masing-masing negara adalah faktor yang cukup kritis dalam daya saing pariwisata di seluruh dunia. Jumlah tempat Peninggalan Dunia kebudayaan UNESCO, kapasitas tempat duduk pada stadion olahraga, dan jumlah pekan raya dan pameran internasional di negara. juga industri kreatif mengekspor dari negara, yang menyediakan tanda tambahan kekayaan kebudayaan.

(Sumber : www.weforum.org – 04 Mei 2009)

C.2. Definisi Operasional

Index Daya Saing versi WEF ini didasarkan kepada 14 kriteria, yang juga merupakan variabel X atau varibel bebas (independent variabel) dapat dikelompokkan ke dalam beberapa indikator, yang masing-masingnya adalah sebagai berikut :

1. Peraturan dan Kebijakan (*Policy rules and regulations*), indikasinya yaitu :

- Persyaratan pembuatan visa (Spillane, 1987:119)
- Kebijakan pajak (Mill, Satrio, 2000:231)
- Kebijakan Custom Immigration and Quarantine (CIQ) (Spillane, 1987:119)

2. Lingkungan hidup berkelanjutan (*Environmental sustainability*) indikasinya yaitu:
 - Perhatian masyarakat terhadap pelestarian lingkungan (Mill, Satrio, 2000:188)
 - Perhatian pemerintah lokal terhadap pelestarian lingkungan (Mill, Satrio, 2000:188)
 - Polusi di sekitar objek wisata (Mill, Satrio, 2000:188)
3. Jaminan Keamanan dan keselamatan (*Safety and security*) indikasinya yaitu :
 - Jaminan Keamanan dan keselamatan dalam melakukan perjalanan di udara, darat dan laut (Mill, Satrio, 2000:281)
 - Jaminan keamanan di objek wisata (Mill, Satrio, 2000:281)
 - Jaminan keamanan di bidang akomodasi (Mill, Satrio, 2000:281)
4. Kesehatan dan Kebersihan (*Health and hygiene*) indikasinya yaitu :
 - Kebersihan di bidang makanan dan minuman (Mill, Satrio, 2000:283)
 - Kebersihan dibidang akomodasi (Mill, Satrio, 2000:283)
 - Kebersihan di bidang transportasi (Mill, Satrio, 2000:283)
5. Prioritas travel dan pariwisata (*Prioritization of Travel & Tourism*) indikasinya yaitu :
 - Efektifitas pemasaran pariwisata (Yoeti, 1985:189)
 - Sumber informasi pariwisata indonesia (Yoeti, 1985:189)
 - Kualitas promosi pariwisata (Yoeti, 1985:189)
6. Infrastruktur transportasi udara (*Air transport infrastructure*) indikasinya yaitu :
 - Kualitas pelayanan transportasi udara lokal (Spillane, 1987:120)
 - Kualitas pelayanan di bandara lokal (Spillane, 1987:120)
 - Jumlah tempat yang tersedia (Spillane, 1987:120)
7. Infrastruktur transportasi darat (*Ground transport infrastructure*) indikasinya yaitu :
 - Kualitas jalan menuju objek wisata (Mill, Satrio, 2000:2235)
 - Kualitas pelayanan terminal lokal (Spillane, 1987:120)
 - Kenyamanan angkutan darat (Spillane, 1987:120)
8. Infrastuktur Pariwisata (*Tourism infrastructure*) indikasinya yaitu :

- Ketersediaan money changer (Yoeti, 1995:187)
- Ketersediaan ATM (Yoeti, 1995:187)
- Ketersediaan perusahaan sewa mobil (Yoeti, 1995:186)

9. Infrastruktur Teknologi dan Informasi (*ICT infrastructure*) indikasinya yaitu :

- Ketersediaan jaringan komunikasi lokal (Spillane, 1987:121)
- Ketersediaan jaringan komunikasi interlokal (Spillane, 1987:121)
- Ketersediaan jaringan komunikasi selular (Spillane, 1987:121)
- Ketersediaan jaringan internet (Spillane, 1987:120)

10. Kompetisi harga dalam Industri Pariwisata (*Price competitiveness in the T&T industry*) indikasinya yaitu :

- Kompetisi harga akomodasi (Yoeti, 1985:127)
- Kompetisi harga transportasi (Yoeti, 1985:127)
- Kompetisi harga Makan dan minum (Yoeti, 1985:127)
- Kompetisi harga objek wisata (Yoeti, 1985:127)

11. Sumber Daya Manusia (*Human resources*) indikasinya yaitu :

- Kualitas pelayan akomodasi (Suwanto, 2004:56)
- Kualitas pelayan transportasi lokal (Suwanto, 2004:56)
- Kualitas pelayan makanan dan minuman (Suwanto, 2004:56)
- Kualitas pelayan atraksi wisata (Suwanto, 2004:56)

12. Daya Tarik Pariwisata (*Affinity for Travel & Tourism*) indikasinya yaitu :

- Keterbukaan dalam menerima orang asing (Mill, Satrio, 2000:290)
- Daya tarik objek wisata (Setiawinata, 2007:216)
- Daya tarik makanan lokal (Yoeti, 1995:263)

13. Sumber Daya Alam (*Natural resources*) indikasinya yaitu :

- Daya tarik taman laut (Setiawinata, 2007:205)
- Daya tarik cagar alam (Setiawinata, 2007:205)
- Daya tarik pantai (Setiawinata, 2007:205)

14. Sumber Daya Budaya (*Cultural resources*) indikasinya yaitu :

- Daya tarik budaya lokal (Yoeti, 1985:119)
- Daya tarik situs purbakala (Yoeti, 1985:119)
- Daya tarik seni tari Indonesia (Yoeti, 1985:119)

(Sumber : www.weforum.org - 04 Mei 2009)

Sasaran Pemasaran Pariwisata merupakan bentuk keinginan atau perilaku wisatawan mancanegara terhadap setelah menikmati produk pariwisata yang oleh penulis dijadikan sebagai variabel Y atau variabel terikat (dependant Variabel) yang indikasinya adalah sebagai berikut.

- Keinginan untuk kembali mengunjungi Indonesia (Yoeti, 1996:178).
- Keinginan untuk memberitahu teman (Yoeti, 1996:178).
- Keinginan untuk membelanjakan lebih banyak uangnya (Yoeti, 1996:178).
- Keinginan untuk menginap lebih lama pada kunjungan berikut, (Yoeti, 1996:178).

UNIVERSITAS TERBUKA

Tabel.2.1. Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	BUTIR PERNYATAAN		Skala Pengukuran Likert
			Butir Nomor	Jumlah	
14 Kriteria Penilaian Daya Saing Pariwisata (X)	Kebijakan dan Peraturan (X1)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Persyaratan pembuatan visa ➢ Kebijakan pajak ➢ Kebijakan Custom Immigration Quarantine (CIQ) 	1 2 3	3	1,2,3,4,
	Pelestarian Lingkungan (X2)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Perhatian masyarakat terhadap pelestarian lingkungan ➢ Perhatian pemerintah lokal terhadap pelestarian lingkungan ➢ Polusi disekitar objek wisata 	4 5 6	3	1,2,3,4,
	Jaminan Keamanan Dan Keselamatan (X3)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Jaminan Keamanan dan keselamatan dalam melakukan perjalanan di udara, darat dan laut ➢ Jaminan keamanan di objek wisata ➢ Jaminan keamanan di bidang akomodasi 	7 8 9	3	1,2,3,4,
	Kesehatan dan Kebersihan (X4)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kebersihan di bidang makanan dan minuman ➢ Kebersihan dibidang akomodasi ➢ Kebersihan di bidang transportasi 	10 11 12	3	1,2,3,4,
	Prioritas travel dan pariwisata (X5)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Efektifitas pemasaran pariwisata ➢ Sumber informasi pariwisata Indonesia ➢ Kualitas promosi pariwisata 	13 14 15	3	1,2,3,4,
	Kualitas Infrastruktur Transportasi Udara (X6)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kualitas pelayanan transportasi udara lokal ➢ Kualitas pelayanan di bandara lokal ➢ Jumlah tempat yang tersedia 	16 17 18	3	1,2,3,4,
	Infrastruktur Transportasi Darat (X7)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kualitas jalan menuju objek wisata ➢ Kualitas pelayanan terminal lokal ➢ Kenyamanan angkutan darat 	19 20 21	3	1,2,3,4,
	Infrastruktur Kepariwisataaan (X8)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Ketersediaan money changer ➢ Ketersediaan ATM ➢ Ketersediaan perusahaan sewa mobil 	22 23 24	3	1,2,3,4,
	Infrastruktur Teknologi dan Informasi (X9)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Ketersediaan jaringan komunikasi lokal ➢ Ketersediaan jaringan komunikasi interlokal ➢ Ketersediaan jaringan komunikasi selular ➢ Ketersediaan jaringan internet 	25 26 27 28	4	1,2,3,4,
	Kompetisi harga dalam Industri Pariwisata (X10)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kompetisi harga akomodasi ➢ Kompetisi harga transportasi ➢ Kompetisi harga Makan dan minum ➢ Kompetisi harga objek wisata 	29 30 31 32	4	1,2,3,4,

Tabel.2.1. Operasionalisasi Variabel (lanjutan)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	BUTIR PERNYATAAN		Skala Pengukuran Likert
			Butir Nomor	Jumlah	
14 Kriteria Penilaian Daya Saing Pariwisata (X)	Sumber Daya Manusia (X11)	➤ Kualitas pelayan akomodasi	33	4	1,2,3,4,
		➤ Kualitas pelayan transportasi lokal	34		
		➤ Kualitas pelayan makanan dan minuman	35		
		➤ Kualitas pelayan atraksi wisata	36		
	Daya Tarik Pariwisata (X12)	➤ Keterbukaan dalam menerima orang asing	37	3	1,2,3,4,
		➤ Daya tarik objek wisata	38		
		➤ Daya tarik makanan lokal	39		
	Sumber daya Alam (X13)	➤ Daya tarik taman laut	40	3	1,2,3,4,
		➤ Daya tarik cagar alam	41		
		➤ Daya tarik pantai	42		
	Sumber Daya Budaya (X14)	➤ Daya tarik budaya lokal	43	3	1,2,3,4,
		➤ Daya tarik situs purbakala	44		
➤ Daya tarik seni tari Indonesia		45			
Sasaran Pemasaran Pariwisata (Y)	➤ Keinginan untuk kembali mengunjungi Indonesia	46	4	1,2,3,4,	
	➤ Keinginan untuk memberitahu teman	47			
	➤ Keinginan untuk membelanjakan lebih banyak uangnya	48			
	➤ Keinginan untuk menginap lebih lama pada kunjungan berikut	49			

D. Hipotesis

Berdasarkan rerangka berpikir di atas, maka dapat disusun hipotesis penelitian, sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif kebijakan dan peraturan (X1) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
2. Terdapat pengaruh positif pelestarian lingkungan (X2) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
3. Terdapat pengaruh positif jaminan keamanan dan keselamatan (X3) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
4. Terdapat pengaruh positif kebijakan dan peraturan (X4) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
5. Terdapat pengaruh positif prioritas travel dan pariwisata (X5) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
6. Terdapat pengaruh positif kualitas infrastruktur transportasi udara (X6) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
7. Terdapat pengaruh positif infrastruktur transportasi darat (X7) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
8. Terdapat pengaruh positif infrastruktur kepariwisataan (X8) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
9. Terdapat pengaruh tentang infrastruktur teknologi dan informasi (X9) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
10. Terdapat pengaruh positif kompetisi harga dalam industri pariwisata (X10) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).

11. Terdapat pengaruh positif sumber daya manusia (X11) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
12. Terdapat pengaruh positif daya tarik pariwisata (X12) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
13. Terdapat pengaruh positif sumber daya alam (X13) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).
14. Terdapat pengaruh positif sumber daya budaya (X14) terhadap sasaran pemasaran pariwisata (Y).

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan metode penelitian inferensial. Metode penelitian deskriptif adalah bidang statistik yang berhubungan dengan dengan metode pengelompokan, peringkasan, dan penyajian data dalam cara yang lebih informatif. Metode penelitian inferensial adalah teknik statistik yang berhubungan dengan analisis data untuk penarikan kesimpulan atas data. Teknik –teknik umum yang dipakai meliputi uji hipotesis, analisis regresi dan korelasi. (Santosa, 2005:2).

B. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Objek pada populasi diteliti, hasilnya dianalisis, disimpulkan dan kesimpulan itu berlaku untuk seluruh populasi. (Arikunto, 2006:130).

Sugiyono (2002) memberikan pengertian bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Nasir (1988) mengatakan bahwa populasi adalah berkenaan

dengan data, bukan orang atau bendanya. Nawawi (1995) menyebutkan bahwa populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap. Sedangkan Riduwan (2008) mengatakan bahwa populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian (Riduwan, 2008: 54-55)

Berangkat dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan dari subyek yang diteliti dengan ciri-ciri atau sifat tertentu yang akan diduga. Populasi yang dimaksudkan dalam penelitian adalah wisatawan mancanegara khususnya jenis wisatawan perorangan *lower class* yang datang ke Jakarta.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk mengeneralisasikan hasil penelitian sampel. Yang dimaksudkan dengan menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi (Arikunto, 2006:131).

Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Ada dua macam teknik pengambilan sampling dalam penelitian yang umum dilakukan yaitu; *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan *non-probability sampling* adalah

teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. *Sampling aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya) maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel atau responden. (Riduwan, 2009: 57-62).

Jadi penulis memilih jenis *non-probability sampling* dan *sampling aksidental* dalam melakukan pengambilan data kuesioner dari wisatawan mancanegara yang menginap di sekitar jalan Jaksa Jakarta Pusat, dengan pertimbangan bahwa penulis akan mudah untuk mendapatkan responden yang dituju, tempat tersebut banyak tersedia penginapan yang biasanya digunakan oleh wisatawan mancanegara yang datang dari berbagai negara dan tipe wisatawan yang ada di tempat tersebut sesuai dengan jenis wisatawan mancanegara yang dibatasi dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dari bulan September hingga Desember 2009 yang merupakan *peak season* bagi kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket ialah penyelidikan mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak), dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek, untuk mendapatkan jawaban (tanggapan, respon) tertulis seperlunya. (Kartini, 1996: 217).

Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang sangat praktis, yakni dengan jalan membuat daftar pertanyaan secara tertulis sesuai dengan maksud atau data yang diperlukan yang akan dijawab atau diisi oleh responden dan dipergunakan untuk mengumpulkan fakta-fakta berupa pendapat, perasaan, keinginan dan lain sebagainya.

Bentuk kuesioner yang dipilih adalah bentuk pilihan ganda (*multiple choice*) yaitu responden diminta untuk memilih salah satu dari sekian banyak kemungkinan jawaban atau alternatif. Adapun alternatif-alternatif tadi seperti; setuju sekali, setuju, kurang setuju, dan tidak setuju atau sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas. (Kartini, 1996; 235).

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah barang-barang yang tertulis (Arikunto, 2006: 158). Dokumentasi ini bisa berupa catatan, arsip, buku-buku, foto-foto dan dokumen lain. Jadi yang dimaksud dengan pengumpulan data dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, lengger, agenda dan lain sebagainya. (Arikunto, 2006: 158). Dengan menggunakan teknik dokumentasi ini peneliti dapat menggali data-data berupa dokumen yang diperoleh dalam penelitian, meliputi bagan struktur organisasi perusahaan, nama dan jumlah karyawan, uraian tugas dan wewenang, serta lain-lain data yang dibutuhkan dari lokasi penelitian.

Selanjutnya dalam sebuah penelitian, instrumen untuk mengumpulkan data atau informasi yang tepat dan baik harus relevan dengan variabel dan masalah penelitian. Apabila data atau informasi tersebut digunakan untuk menguji hipotesis penelitian maka diperlukan pengujian untuk mengukur kualitas data atau informasi

tersebut. Data yang berkualitas adalah data yang memenuhi dua persyaratan penting, yaitu *valid* (sahih) dan *reliabel* (handal). Validitas dan realibilitas data diketahui dari alat pengukuran yang dipergunakan.

D. Metode Analisis Data

Untuk analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis regresi, korelasi, multivariate analysis; analisis faktor, uji asumsi klasik, dengan uji persyaratan validitas, reliabilitas dan statistik deskriptif.

1. Analisis Faktor (Analisis Multivariat)

Analisis Multivariat pada dasarnya adalah analisis lebih dari dua variabel dan prosesnya dilakukan secara simultan (bersama-sama). Salah satu bentuk analisis multivariat adalah analisis faktor. Analisis Faktor mempunyai tujuan terpenting yaitu menjelaskan hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk beberapa faktor. Analisis faktor dalam prosesnya mencoba menemukan hubungan antara sejumlah variabel-variabel yang saling bebas satu sama lain sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah awal.

Asumsi analisis faktor, antara lain:

- Besar korelasi atau korelasi antar independen variabel harus cukup kuat misalnya di atas 0,5.
- Besar korelasi parsial, korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel yang lain, justru harus kecil. Pada SPSS, deteksi terhadap korelasi parsial diberikan lewat pilihan *Anti-Image Correlation*.
- Pengujian seluruh metrik korelasi (korelasi antar variabel), yang diukur dengan batasan *Barlet Test Of Sphericity* Atau *Measure Sampling Adequacy (MSA)*.

Pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan diantara paling sedikit beberapa variabel.

- Pada beberapa kasus, asumsi normalitas dari variabel-variabel atau faktor yang terjadi sebaiknya dipenuhi. (Rahayu, 2005:209-210)

Analisis faktor dilakukan untuk menemukan hubungan antara sejumlah variabel-variabel sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Proses yang dilakukan dalam analisis faktor meliputi :

- Menentukan variabel apa saja yang akan dianalisis.
- Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan menggunakan *Barlett Test of Sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*).
- Melakukan proses inti pada analisis faktor, yakni *factoring*, atau menurunkan satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.
- Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk. Tujuan rotasi untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu.
- Metode rotasi yang dipakai adalah *orthogonal rotation*, yakni memutar sumbu 90 derajat, dan proses rotasinya menggunakan varimax.
- Interpretasi atas faktor yang terbentuk, khususnya memberi nama atas faktor yang terbentuk, yang dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut.
- Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid.

Tahap pertama pada analisis faktor adalah menilai mana saja variabel yang dianggap layak untuk dimasukkan pada analisis selanjutnya. Pengujian ini dilakukan dengan memasukkan semua variabel yang ada, dan kemudian pada variabel-variabel tersebut dikenakan sejumlah pengujian. Logika pengujian adalah jika sebuah variabel memang mempunyai kecenderungan mengelompok dan membentuk sebuah faktor, variabel tersebut akan mempunyai korelasi yang cukup tinggi dengan variabel lain. Sebaliknya, variabel dengan korelasi yang lemah dengan variabel lain cenderung tidak akan mengelompok dalam faktor tertentu.

- Angka Kayser Mayer Olkin dan *Barlett's Test* akan menentukan apakah variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut atau tidak. Jika angkanya menunjukkan nilai ≥ 0.5

Yang diperhatikan pada *anti image correlation* adalah pada angka korelasi yang bertanda a (arah diagonal dari kiri atas sampai ke kanan bawah). Jika ada sebuah variabel yang tidak memenuhi batas 0.5 maka variabel tersebut harus dikeluarkan dan dilakukan pengujian ulang. Jika ada lebih dari satu variabel yang memiliki nilai MSA kurang dari 0.5, maka yang dikeluarkan adalah variabel dengan MSA terkecil, dan tentunya proses pengujian tetap diulang. Pengujian berhenti sampai dengan tidak ditemukan lagi nilai MSA yang kurang dari 0.5.

Setelah melalui tahap awal analisis faktor, yakni penyaringan terhadap sejumlah variabel, hingga didapat variabel-variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis, selanjutnya dilakukan analisis regresi.

2. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpulkan tidak menyimpang dari gambaran validitas yang dimaksud. Untuk memperoleh instrumen yang valid peneliti harus bertindak hati-hati sejak awal penyusunannya. Dengan mengikuti langkah-langkah penyusunan instrumen, yakni memecahkan variabel menjadi sub-variabel dan indikator baru memuaskn butir-butir pertanyaanya, (Arikunto, 2006;168). Analisa validitas mempergunakan faktor analisis dengan SPSS 12.00. untuk tahap awal dilakukan analisa validitas untuk 30 responden, dengan ketentuan apabila nilai *component matrix* > 0,5 maka dapat dikatakan valid, dan sebaliknya bila nilai *componen matrix* < 0,5 maka dapat dikatakan tidak valid.

Untuk tahap awal dilakukan penentuan jumlah variabel dan sub variabel serta butir-butir pernyataan untuk masing variabel pada intsrumen pengumpulan daya yaitu kuesioner. Untuk variabel X terdapat 14 sub variabel yang terdiri dari 45 butir pernyataan. Untuk variabel Y terdiri dari 4 butir pernyataan. Kuesioner data disebarkan kepada 30 responden kemudian dilakukan pengujian validitas masing-masing butir pernyataan dalam kuesioner untuk dilakukan analisis validitas, apabila ada butir pernyataan yang hasil analisis tidak sesuai dengan kriteria di atas maka butir tersebut harus dibuang dan dilakukan analisa atau uji ulang. Hasil pra test validitas pada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1 Hasil Pre Test 30 Responden

No.	Variabel	Sub Variabel	KMO and Bartlett's Test		Communalities Extraction	Total Variance Explained Cumulative %	Component Matrix(a) Component
			MSA	Sig.			
1	X ₁	X1.1	0,583	0,069	0,651	52,886	0,807
2		X1.2			0,428		0,654
3		X1.3			0,508		0,713
4	X ₂	X2.1	0,503	0,000	0,830	63,447	0,911
5		X2.2			0,889		0,943
6		X2.3			0,184		0,429
7	X ₃	X3.1	0,545	0,004	0,708	56,798	0,841
8		X3.2			0,753		0,868
9		X3.3			0,243		0,493
10	X ₄	X4.1	0,553	0,148	0,414	49,884	0,644
11		X4.2			0,645		0,803
12		X4.3			0,437		0,661
13	X ₅	X5.1	0,423	0,001	0,328	57,052	0,573
14		X5.2			0,837		0,915
15		X5.3			0,547		0,739
15	X ₆	X6.1	0,516	0,003	0,542	58,093	0,736
17		X6.2			0,779		0,883
18		X6.3			0,422		0,649
19	X ₇	X7.1	0,530	0,117	0,626	49,482	0,791
20		X7.2			0,185		0,430
21		X7.3			0,674		0,821
22	X ₈	X8.1	0,571	0,252	0,554	48,192	-0,744
23		X8.2			0,324		0,570
24		X8.3			0,567		0,753
25	X ₉	X9.1	0,654	0,000	0,681	57,245	0,825
26		X9.2			0,491		0,701
27		X9.3			0,657		0,810
28		X9.4			0,461		0,679
29	X ₁₀	X10.1	0,539	0,000	0,381	49,011	0,617
30		X10.2			0,833		0,913
31		X10.3			0,730		0,854
32		X10.4			0,016		0,128
33	X ₁₁	X11.1	0,443	0,000	0,845	44,370	0,354
34		X11.2			0,803		0,631
35		X11.3			0,866		0,739
36		X11.4			0,819		0,840
37	X ₁₂	X12.1	0,563	0,068	0,540	52,359	-0,735
38		X12.2			0,668		0,817
39		X12.3			0,363		0,602
40	X ₁₃	X13.1	0,719	0,000	0,721	74,733	0,849
41		X13.2			0,744		0,863
42		X13.3			0,777		0,881
43	X ₁₄	X14.1	0,600	0,006	0,559	59,028	0,748
44		X14.2			0,718		0,847
45		X14.3			0,494		0,703
46	Y	Y1	0,521	0,002	0,707	75,950	0,797
47		Y2			0,808		0,899
48		Y3			0,781		0,864
49		Y4			0,742		0,620

Tabel 3.1 di atas pada nomor 6,9, 20, 22,32, 33, dan 37, memperlihatkan sub variabel yang tidak valid. Tindakan yang dilakukan adalah membuang sub variabel yang tidak valid dan melakukan uji ulang dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Hasil Uji Ulang 30 Responden

No.	Variabel	Sub Variabel	KMO and Bartlett's Test		Communalities	Total Variance Explained	Component Matrix(a)
			MSA	Sig.	Extraction	Cumulative %	Component
1	X ₁	X1.1	0,583	0,069	0,651	52,886	0,807
2		X1.2			0,428		0,654
3		X1.3			0,508		0,713
4	X ₂	X2.1	0,500	0,000	0,904	90,361	0,951
5		X2.2			0,904		0,951
6	X ₃	X3.1	0,500	0,001	0,794	79,365	0,891
7		X3.2			0,794		0,891
8	X ₄	X4.1	0,553	0,148	0,414	49,884	0,644
9		X4.2			0,645		0,803
10		X4.3			0,437		0,661
11	X ₅	X5.1	0,423	0,001	0,328	57,052	0,573
12		X5.2			0,837		0,915
13		X5.3			0,547		0,739
14	X ₆	X6.1	0,516	0,003	0,542	58,093	0,736
15		X6.2			0,779		0,883
16		X6.3			0,422		0,649
17	X ₇	X7.1	0,500	0,022	0,708	70,794	0,841
18		X7.3			0,708		0,841
19	X ₈	X8.2	0,500	0,354	0,588	58,776	0,767
20		X8.3			0,588		0,767
21	X ₉	X9.1	0,654	0,000	0,681	57,245	0,825
22		X9.2			0,491		0,701
23		X9.3			0,657		0,810
24		X9.4			0,461		0,679
25	X ₁₀	X10.1	0,544	0,000	0,384	65,078	0,620
26		X10.2			0,841		0,917
27		X10.3			0,728		0,853
28	X ₁₁	X11.2	0,524	0,001	0,171	58,306	0,414
29		X11.3			0,769		0,877
30		X11.4			0,809		0,899
31	X ₁₂	X12.2	0,500	0,128	0,642	64,218	0,801
32		X12.3			0,642		0,801
33	X ₁₃	X13.1	0,719	0,000	0,721	74,733	0,849
34		X13.2			0,744		0,863
35		X13.3			0,777		0,881
36	X ₁₄	X14.1	0,600	0,006	0,559	59,028	0,748
37		X14.2			0,718		0,847
38		X14.3			0,494		0,703
39	Y	Y1	0,521	0,002	0,707	75,950	0,797
40		Y2			0,808		0,899
41		Y3			0,781		0,864
42		Y4			0,742		0,620

Dengan melihat hasil uji ulang pada Tabel 3.2 di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel X dari X_1 sampai X_{14} terdiri dari 38 butir pernyataan dan variabel Y terdiri dari 4 pernyataan total 42 butir pernyataan dinyatakan valid dan layak untuk dilakukan pengumpulan data lebih lanjut untuk dianalisis.

3. Analisis Regresi

Secara umum ada dua macam hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu bentuk hubungan dan keeratan hubungan. Untuk mengetahui bentuk hubungan digunakan analisis regresi. Analisis regresi dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari berberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks. Jika X_1, X_2, \dots, X_i adalah variabel –variabel independen dan Y adalah variabel dependen, maka terdapat hubungan fungsioal antara X dan Y, dimana variasi dari x akan diiringi pula oleh variasi Y.

Secara matematik hubungan di atas dapat dijabarkan sebagai berikut:
 $Y = f(X_1, X_2, \dots, X_i, e)$, dimana Y adalah variabel dependen, X adalah variabel independen dan e adalah variabel residu / *distrurbance term* (Muhidin, 2007:187).

Kegunaan regresi dalam penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = a + bX + e$$

Dimana : Y = Subjek variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Nilai konstanta harga Y jika x = 0

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

e = error

Analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. Persamaan regresi ganda dirumuskan sebagai berikut (Tiga variabel) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_iX_i + e \text{ (Riduwan, 2008 :145-152)}$$

E. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan secara elektronik dengan menggunakan program Microsoft Excel, dan *Statistic Package For Social Science (SPSS)* ver 12.00.

Langkah-langkah dalam pengolahan data ini meliputi :

a. Mengedit

Kegiatan pengolahan dimulai sejak kuesioner yang telah diisi terkumpul. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui kemungkinan terjadinya kesalahan atau ketidaklengkapan pengisian dan menyeleksi sebelum diolah secara komputerisasi.

b. Memberi Kode

Memberi kode dilakukan untuk memudahkan pemasukan data kedalam komputer. Pemberian ini mencakup usaha untuk mengubah data dari kata-kata menjadi angka (*Skala Likert*).

c. Memasukan Data

Dengan menggunakan program Microsoft excel, *data entry* dilakukan dengan mengelompokan menjadi dua bagian yaitu data 14 kriteria Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia dengan sasaran pemasaran pariwisata.

e. Teknik Pengolahan Data

Data yang ada di program Microsoft Excel dieksport ke program SPSS Ver 12.00 untuk menyusun tabulasi silang variabel X dan variabel Y

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Berdasarkan data kuesioner yang disebarkan kepada 150 responden wisatawan mancanegara di kawasan Jl.Jaksa Jakarta Pusat sejak Oktober 2009 sampai dengan Desember 2009, dapat diuraikan gambaran tentang karakteristik responden serta isi jawaban atas butir-butir pernyataan yang ditanyakan. Adapun jumlah butir pernyataan yang ditanyakan berjumlah 42 butir pernyataan (lihat lampiran 1). Untuk menggambarkan karakteristik responden, penulis menggunakan *compare mean* untuk membandingkan perbedaan rata-rata jenis kelamin pria dan wanita terhadap masing-masing variabel dengan kriteria hipotesis sebagai berikut.

- H0 = Kedua kelompok memiliki varian yang sama
- H1 = Kedua kelompok memiliki varian yang tidak sama

1. Variabel X1 tentang Kebijakan dan Peraturan

Analisis perbandingan rata-rata untuk variabel X1 menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1. Compare Mean Variabel X1

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X1_1	Pria	102	2,91	,676	,067
	Perempuan	48	3,00	,799	,115
X1_2	Pria	102	3,00	,783	,078
	Perempuan	48	2,73	,707	,102
X1_3	Pria	102	2,89	,757	,075
	Perempuan	48	2,77	,928	,134

Tabel 4.2 Independent Samples Test Variabel X1

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X1_1	-,703	148	,483	-,088	,126	-,336	,160
X1_2	2,036	148	,044	,271	,133	,008	,534
X1_3	,851	148	,396	,121	,143	-,161	,403

Pada variabel X1 terdapat 3 butir pernyataan yang merupakan sub variabel

X1. Jawaban responden atas butir-butir pernyataan tersebut yaitu:

a. Sub Variabel Pelayanan Visa ke Indonesia (X1_1)

Tabel 4.1 di atas memaparkan jumlah data/sampel, nilai rata-rata dan standard deviasi. Rata-rata pendapat pria tentang pelayanan visa adalah sebesar 2,91 lebih rendah dari wanita sebesar 3,0. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.2 di atas adalah nilai t hitung $-0,703 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata pelayanan visa adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata pelayanan visa antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26 thn sampai 35 thn. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara diAsia, Australia, dan Eropa. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Kebijakan Pajak (X1_2)

Rata-rata pendapat pria tentang kebijakan pajak adalah sebesar 3,0 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,73. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.2 di atas

adalah nilai t hitung $2,036 > t$ tabel $1,655$, maka H_0 ditolak. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kebijakan pajak adalah tidak sama, dengan kata lain ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kebijakan pajak antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 56 thn sampai 65 thn. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Kebijakan Imigrasi (X1_3)

Rata-rata pendapat pria tentang kebijakan imigrasi adalah sebesar 2,89 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,77. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.2 di atas adalah nilai t hitung $0,851 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 ditolak. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kebijakan imigrasi adalah tidak sama, dengan kata lain ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kebijakan imigrasi antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua jenis umur wisatawan mancanegara. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia. (lihat lampiran 8 dan 9).

2. Variabel X2 tentang Pelestarian Lingkungan

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3. Compare mean Variabel X2

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X2_1	Pria	102	3,11	,688	,068
	Wanita	48	3,04	,651	,094
X2_2	Pria	102	2,78	,791	,078
	Wanita	48	2,58	,919	,133

Tabel 4.4 Independent Samples Test Variabel X2

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X2_1	,559	148	,577	,066	,118	-,168	,300
X2_2	1,377	148	,171	,201	,146	-,087	,489

a. Sub Variabel Perhatian Masyarakat Terhadap Lingkungan (X2_1)

Tabel 4.3 di atas memaparkan rata-rata pendapat pria tentang perhatian masyarakat terhadap lingkungan adalah sebesar 3,11 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,04. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.4 di atas adalah nilai t hitung $0,559 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata perhatian masyarakat terhadap lingkungan adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata perhatian masyarakat terhadap lingkungan antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26 thn - 35 thn, 36 tahun -45 tahun tahun, dan 56 tahun-65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik

adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, Australia, Afrika, Eropa dan lain-lain. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Perhatian Pemerintah Terhadap Lingkungan (X2_2)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, rata-rata pendapat pria tentang perhatian pemerintah terhadap lingkungan adalah sebesar 2,78 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,58. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.4 di atas adalah nilai t hitung $1,377 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata perhatian pemerintah terhadap lingkungan adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata perhatian pemerintah terhadap lingkungan antara pria dan wanita.

Tabel 4.3 di atas memaparkan rata-rata pendapat pria tentang perhatian pemerintah terhadap lingkungan adalah sebesar 3,11 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,04. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.4 di atas adalah nilai t hitung $0,559 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata perhatian pemerintah terhadap lingkungan adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata perhatian pemerintah terhadap lingkungan antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua jenis umur wisatawan mancanegara, begitu halnya dengan segi asal wisatawan yang rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

3. Variabel X3 tentang Jaminan Keamanan Dan Keselamatan

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5. Compare mean Variabel X3

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X3_1	Pria	102	2,74	,783	,077
	Wanita	48	2,79	,743	,107
X3_2	Pria	102	2,79	,694	,069
	Wanita	48	2,60	,844	,122

Tabel 4.6 Independent Samples Test Variabel X3

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X3_1	-,418	148	,676	-,056	,135	-,323	,210
X3_2	1,457	148	,147	,190	,130	-,068	,448

a. Sub Variabel Jaminan Keamanan Transportasi (X3_1)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, rata-rata pendapat pria tentang tentang jaminan keamanan transportasi adalah sebesar 2,74 lebih rendah dari wanita sebesar 2,79. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.6 di atas adalah nilai t hitung $-0,418 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata jaminan keamanan transportasi adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata jaminan keamanan transportasi antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua jenis umur wisatawan mancanegara. Dari segi negara asal

wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara lain-lain diantaranya Timur Tengah dan Rusia.. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Jaminan Keamanan Objek Wisata (X3_2)

Pada Tabel 4.5 di atas, rata-rata pendapat pria tentang tentang jaminan keamanan objek wisata adalah sebesar 2,79 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,60. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.6 di atas adalah nilai t hitung $1,457 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata jaminan keamanan objek wisata adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata jaminan keamanan objek wisata antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 46 thn - 55 thn. Dari segi asal wisatawan rata rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

4. Variabel X4 tentang Kesehatan dan Kebersihan

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.7. Compare mean Variabel X4

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X4_1	Pria	102	2,90	,777	,077
	Perempuan	48	2,90	,831	,120
X4_2	Pria	102	3,10	,751	,074
	Perempuan	48	3,15	,583	,084
X4_3	Pria	102	2,91	,857	,085
	Perempuan	48	3,06	,810	,117

Tabel 4.8 Independent Samples Test Variabel X4

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X4_1	,044	148	,965	,006	,139	-,269	,281
X4_2	-,389	148	,698	-,048	,123	-,291	,195
X4_3	-1,022	148	,308	-,151	,147	-,442	,141

a. Sub Variabel Kebersihan Makanan Dan Minuman (X4_1)

Dengan melihat Tabel 4.7 di atas, rata-rata pendapat pria tentang tentang kebersihan makanan dan minuman adalah sebesar 2,90 sama dengan wanita sebesar 2,90. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.8 di atas adalah nilai t hitung $0,044 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kebersihan makanan dan minuman adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kebersihan makanan dan minuman antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 46 tahun - 55 tahun dan 56 tahun-65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Kebersihan Akomodasi (X4_2)

Tabel 4.7 di atas memaparkan rata-rata pendapat pria tentang tentang kebersihan akomodasi adalah sebesar 3,10 lebih rendah dari wanita sebesar 3,15. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.8 di atas adalah nilai t hitung $-1,389 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-

rata kebersihan akomodasi adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kebersihan akomodasi antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 36-45 tahun, 46-55 tahun dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari seluruh negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Kebersihan Transportasi (X4_3)

Dengan melihat Tabel 4.7 di atas, rata-rata pendapat pria tentang tentang kebersihan transportasi adalah sebesar 2,91 lebih rendah dari wanita sebesar 3,06. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.8 di atas adalah nilai t hitung $-1,022 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kebersihan transportasi adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kebersihan transportasi antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia, Afrika, dan Eropa. (lihat lampiran 8 dan 9).

5. Variabel X5 tentang Prioritas Travel dan Pariwisata

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9. Compare mean Variabel X5

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X5_1	Pria	102	2,72	,825	,082
	Wanita	48	2,71	,922	,133
X5_2	Pria	102	2,66	,906	,090
	Wanita	48	2,77	,881	,127
X5_3	Pria	102	3,05	,666	,066
	Wanita	48	3,17	,630	,091

Tabel 4.10 Independent Samples Test Variabel X5

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X5_1	,049	148	,961	,007	,150	-,289	,304
X5_2	-,725	148	,470	-,114	,157	-,425	,197
X5_3	-1,027	148	,306	,118	,115	-,344	,109

a. Sub Variabel Efektifitas Pemasaran Pariwisata (X5_1)

Sesuai Tabel 4.9 di atas, rata-rata pendapat pria tentang tentang efektifitas pemasaran pariwisata adalah sebesar 2,72 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,71. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.10 di atas adalah nilai t hitung $0,049 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata efektifitas pemasaran pariwisata adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata efektifitas pemasaran pariwisata antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua jenis umur wisatawan mancanegara, begitu halnya dengan segi asal wisatawan yang rata rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Sumber Informasi Pariwisata (X5_2)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, rata-rata pendapat pria tentang tentang sumber informasi pariwisata adalah sebesar 2,66 lebih rendah dari wanita sebesar 2,77. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.10 di atas adalah nilai t hitung $-0,725 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata sumber informasi pariwisata adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata sumber informasi pariwisata antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua jenis umur wisatawan mancanegara. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Afrika. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Kualitas Promosi Pariwisata (X5_3)

Tabel 4.9 di atas memaparkan rata-rata pendapat pria tentang kualitas promosi pariwisata adalah sebesar 3,05 lebih rendah dari wanita sebesar 3,17. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.10 di atas adalah nilai t hitung $-1,027 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kualitas promosi pariwisata adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kualitas promosi pariwisata antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 36-45 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari seluruh negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

6. Variabel X6 tentang Kualitas Infrastruktur Transportasi Udara

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.11. Compare mean Variabel X6

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X6_1	Pria	102	2,90	,697	,069
	Wanita	48	3,10	,627	,091
X6_2	Pria	102	2,78	,804	,080
	Wanita	48	2,73	,765	,110
X6_3	Pria	102	2,78	,828	,082
	Wanita	48	2,90	,928	,134

Tabel 4.12 Independent Samples Test Variabel X6

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X6_1	-1,711	148	,089	-,202	,118	-,436	,031
X6_2	,398	148	,691	,055	,139	-,219	,329
X6_3	-,740	148	,461	-,112	,151	-,409	,186

a. Sub Variabel Kualitas Pelayanan Transportasi Udara (X6_1)

Tabel 4.11 di atas menjelaskan rata-rata pendapat pria tentang kualitas pelayanan transportasi udara adalah sebesar 2,90 lebih rendah dari wanita sebesar 3,10. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.12 di atas adalah nilai t hitung $-1,711 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kualitas pelayanan transportasi udara adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kualitas pelayanan transportasi udara antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang

mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 46-55 tahun dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia, Amerika, dan lain-lain. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Kualitas Pelayanan Bandara (X6_2)

Dengan melihat Tabel 4.11 di atas, rata-rata pendapat pria tentang kualitas pelayanan bandara adalah sebesar 2,78 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,73. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.12 di atas adalah nilai t hitung $0,398 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kualitas pelayanan bandara adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kualitas pelayanan bandara antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua jenis umur wisatawan mancanegara. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Jumlah Kursi Pesawat Udara (X6_3)

Berdasarkan Tabel 4.11, rata-rata pendapat pria tentang jumlah kursi pesawat udara adalah sebesar 2,78 lebih rendah dari wanita sebesar 2,90. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.12 di atas adalah nilai t hitung $-0,740 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata jumlah kursi pesawat udara adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata jumlah kursi pesawat udara antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk

semua jenis umur wisatawan mancanegara. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara dilain-lain diantaranya Timur Tengah dan Rusia. (lihat lampiran 8 dan 9).

7. Variabel X7 tentang Infrastruktur Transportasi Darat

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.13. Compare mean Variabel X7

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X7_1	Pria	102	2,85	,837	,083
	Wanita	48	2,83	,753	,109
X7_2	Pria	102	2,89	,757	,075
	Wanita	48	2,77	,928	,134

Tabel 4.14 Independent Samples Test Variabel X7

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X7_1	,138	148	,890	,020	,142	-,261	,300
X7_2	,851	148	,396	,121	,143	-,161	,403

a. Sub Variabel Kualitas Jalan Menuju Objek Wisata (X7_1)

Dengan melihat Tabel 4.13 di atas, rata-rata pendapat pria tentang kualitas jalan menuju objek wisata adalah sebesar 2,85 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,83. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.14 di atas adalah nilai t hitung 0,138 < t tabel 1,655, maka H0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang

rata-rata kualitas jalan menuju objek wisata adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kualitas jalan menuju objek wisata antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua jenis umur wisatawan mancanegara. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, dan Australia. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Kenyamanan Angkutan Darat (X7_2)

Sesuai dengan Tabel 4.13 di atas, rata-rata pendapat pria tentang kenyamanan angkutan darat adalah sebesar 2,89 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,77. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.14 di atas adalah nilai t hitung 0,851 < t tabel 1,655, maka H₀ diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kenyamanan angkutan darat adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kenyamanan angkutan darat antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini kurang baik untuk semua jenis umur wisatawan mancanegara. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia. (lihat lampiran 8 dan 9).

8. Variabel X8 tentang Infrastruktur Kepariwisata

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.15. Compare mean Variabel X8

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X8_2	Pria	102	2,86	,809	,080
	Wanita	48	2,81	,842	,122
X8_3	Pria	102	2,91	,676	,067
	Wanita	48	3,00	,799	,115

Tabel 4.16 Independent Samples Test Variabel X8

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X8_2	,350	148	,727	,050	,143	-,233	,334
X8_3	-,703	148	,483	-,088	,126	-,336	,160

a. Sub Variabel Ketersediaan ATM (X8_2)

Tabel 4.15 di atas memaparkan rata-rata pendapat pria tentang ketersediaan ATM adalah sebesar 2,86 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,81. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.16 di atas adalah nilai t hitung $0,350 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata ketersediaan ATM adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata ketersediaan ATM antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 46-55 tahun dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Afrika, dan Eropa. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Ketersediaan Perusahaan Sewa Mobil (X8_3)

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas, rata-rata pendapat pria tentang ketersediaan perusahaan sewa mobil adalah sebesar 2,91 lebih rendah dari wanita sebesar 3,00. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.16 di atas adalah nilai t hitung $-0,703 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata ketersediaan perusahaan sewa mobil adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata ketersediaan perusahaan sewa mobil antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, Australia, dan Eropa. (lihat lampiran 8 dan 9).

9. Variabel X9 tentang Infrastruktur Teknologi dan Informasi

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.17. Compare mean Variabel X9

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X9_1	Pria	102	3,10	,777	,077
	Wanita	48	3,19	,673	,097
X9_2	Pria	102	3,23	,702	,070
	Wanita	48	3,02	,635	,092
X9_3	Pria	102	2,93	,693	,069
	Wanita	48	2,90	,627	,091
X9_4	Pria	102	3,53	,671	,066
	Wanita	48	3,31	,719	,104

Tabel 4.18. Independent Samples Test Variabel X9

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X9_1	-,685	148	,494	-,089	,131	-,347	,169
X9_2	1,715	148	,088	,205	,119	-,031	,440
X9_3	,302	148	,763	,036	,118	-,197	,268
X9_4	1,805	148	,073	,217	,120	-,020	,454

a. Sub Variabel Ketersediaan Jaringan Komunikasi Lokal (X9_1)

Dengan melihat Tabel 4.17 di atas, rata-rata pendapat pria tentang ketersediaan jaringan komunikasi lokal adalah sebesar 3,10 lebih rendah dari wanita sebesar 3,19. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.18 di atas adalah nilai t hitung $-0,685 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata ketersediaan jaringan komunikasi lokal adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata ketersediaan jaringan komunikasi lokal antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 36-45 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi asal wisatawan, rata rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Ketersediaan Jaringan Komunikasi Interlokal (X9_2)

Tabel 4.17 di atas memaparkan rata-rata pendapat pria tentang ketersediaan jaringan komunikasi interlokal adalah sebesar 3,23 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,02. Uji T

untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.18 di atas adalah nilai t hitung $1,715 > t$ tabel $1,655$, maka H_0 ditolak. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata ketersediaan jaringan komunikasi interlokal adalah tidak sama, dengan kata lain ada perbedaan pendapat tentang rata-rata ketersediaan jaringan komunikasi interlokal antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada semua jenis umur wisatawan mancanegara. Dari segi asal wisatawan, rata-rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Ketersediaan Jaringan Selular (X9_3)

Sesuai Tabel 4.17 di atas, rata-rata pendapat pria tentang ketersediaan jaringan selular adalah sebesar $2,93$ lebih tinggi dari wanita sebesar $2,90$. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.18 di atas adalah nilai t hitung $0,302 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata ketersediaan jaringan selular adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata ketersediaan jaringan selular antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari $56 - 65$ tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Eropa. (lihat lampiran 8 dan 9).

d. Sub Variabel Ketersediaan Jaringan Internet (X9_4)

Berdasarkan Tabel 4.17, rata-rata pendapat pria tentang ketersediaan jaringan internet adalah sebesar $3,23$ lebih tinggi dari wanita sebesar $3,02$. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.18 di atas adalah nilai t hitung $1,715 > t$ tabel $1,655$,

maka H_0 ditolak. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata ketersediaan jaringan internet adalah tidak sama, dengan kata lain ada perbedaan pendapat tentang rata-rata ketersediaan jaringan internet antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada semua jenis umur wisatawan mancanegara. Begitu juga dari segi asal wisatawan yang rata-rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

10. Variabel X10 Tentang Kompetisi Harga Dalam Industri Pariwisata

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.19. Compare mean Variabel X10

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X10_1	Pria	102	3,00	,783	,078
	Wanita	48	2,73	,707	,102
X10_2	Pria	102	3,38	,718	,071
	Wanita	48	3,10	,857	,124
X10_3	Pria	102	3,28	,788	,078
	wanita	48	3,04	,798	,115

Tabel 4.20. Independent Samples Test Variabel X10

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X10_1	2,036	148	,044	,271	,133	,008	,534
X10_2	2,078	148	,039	,278	,134	,014	,543
X10_3	1,752	148	,082	,243	,139	-,031	,516

a. Sub Variabel Kompetisi Harga Akomodasi (X10_1)

Sesuai Tabel 4.19 di atas, rata-rata pendapat pria tentang kompetisi harga akomodasi adalah sebesar 3,00 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,73. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.20 di atas adalah nilai t hitung $2,036 > t$ tabel 1,655, maka H_0 ditolak. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kompetisi harga akomodasi adalah tidak sama, dengan kata lain ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kompetisi harga akomodasi antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 36-45 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Kompetisi Harga Transportasi (X10_2)

Tabel 4.19 di atas memaparkan, rata-rata pendapat pria tentang kompetisi harga transportasi adalah sebesar 3,38 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,10. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.20 di atas adalah nilai t hitung $2,078 > t$ tabel 1,655, maka H_0 ditolak. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kompetisi harga transportasi adalah tidak sama, dengan kata lain ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kompetisi harga transportasi antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada semua jenis umur wisatawan mancanegara, begitu juga dari segi asal

wisatawan, rata rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Kompetisi Harga Makanan Dan Minuman (X10_3)

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas , rata-rata pendapat pria tentang kompetisi harga makanan dan minuman adalah sebesar 3,28 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,04. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.20 di atas adalah nilai t hitung $1,752 > t$ tabel 1,655, maka H_0 ditolak. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-kompetisi harga makanan dan minuman adalah tidak sama, dengan kata lain ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kompetisi harga makanan dan minuman antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada semua jenis umur wisatawan mancanegara, begitu juga dari segi asal wisatawan, rata rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

11. Variabel X11 Tentang Sumber Daya Manusia

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.21. Compare mean Variabel X11

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X11_2	Pria	102	3,00	,808	,080
	Perempuan	48	2,92	,895	,129
X11_3	Pria	102	3,03	,652	,065
	Perempuan	48	2,94	,665	,096
X11_4	Pria	102	2,93	,735	,073
	Perempuan	48	2,92	,613	,088

Tabel 4.22. Independent Samples Test Variabel X11

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X11_2	,569	148	,570	,083	,146	-,206	,373
X11_3	,800	148	,425	,092	,115	-,135	,319
X11_4	,120	148	,904	,015	,122	-,227	,256

a. Sub Variabel Kualitas Pelayan Transportasi Lokal (X11_2)

Tabel 4.21 di atas menjelaskan rata-rata pendapat pria tentang kualitas pelayan transportasi lokal adalah sebesar 3,00 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,92. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.22 di atas adalah nilai t hitung 0,569 < t tabel 1,655, maka H₀ diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kualitas pelayan transportasi lokal adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kualitas pelayan transportasi lokal antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, dan lain-lain diantaranya negara-negara di Timur Tengah dan Rusia. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Kualitas Pelayan Makanan Dan Minuman (X11_3)

Tabel 4.21 di atas memperlihatkan, rata-rata pendapat pria tentang kualitas pelayan makanan dan minuman adalah sebesar 3,03 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,94. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.22 di atas adalah nilai t hitung

$0,800 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kualitas pelayan makanan dan minuman adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kualitas pelayan makanan dan minuman antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 36-45 tahun, dan 46 -55 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, Australia, Afrika, Amerika dan lain-lain. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Kualitas Pelayan Atraksi Wisata (X11_4)

Sesuai Tabel 4.21 di atas, rata-rata pendapat pria tentang kualitas pelayan atraksi wisata adalah sebesar 2,93 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,92. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.22 di atas adalah nilai t hitung $0,120 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata kualitas pelayan atraksi wisata adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata kualitas pelayan atraksi wisata antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 46 -55 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Amerika, dan Afrika. (lihat lampiran 8 dan 9).

12. Variabel X12 Tentang Daya Tarik Pariwisata

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.23. Compare mean Variabel X12

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X12_2	Pria	102	2,90	,697	,069
	Wanita	48	3,10	,627	,091
X12_3	Pria	102	2,96	,716	,071
	Wanita	48	3,02	,565	,081

Tabel 4.24 Independent Samples Test Variabel X12

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X12_2	-1,711	148	,089	-,202	,118	-,436	,031
X12_3	-,511	148	,610	-,060	,118	-,292	,172

a. Sub Variabel Objek Wisata (X12_2)

Dengan melihat Tabel 4.23 di atas, rata-rata pendapat pria tentang objek wisata adalah sebesar 2,90 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,10. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.24 di atas adalah nilai t hitung $-1,711 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata objek wisata adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata objek wisata antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 36-45 tahun, 46 -55 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal

wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia, Amerika, dan lain-lain (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Daya Tarik Makanan Lokal (X12_3)

Tabel 4.23 menjelaskan rata-rata pendapat pria tentang objek wisata adalah sebesar 2,96 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,02. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.24 di atas adalah nilai t hitung $-0,511 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata objek wisata adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata objek wisata antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 36-45 tahun, 46 -55 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia, dan Amerika. (lihat lampiran 8 dan 9).

13. Variabel X13 Tentang Sumber daya Alam

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.25. Compare mean Variabel X13

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X13_1	Pria	102	2,79	,749	,074
	Wanita	48	3,17	,559	,081
X13_2	Pria	102	2,86	,718	,071
	Wanita	48	2,98	,758	,109
X13_3	Pria	102	3,40	,664	,066
	Wanita	48	3,23	,722	,104

Tabel 4.26. Independent Samples Test Variabel X13

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X13_1	-3,066	148	,003	-,373	,122	-,613	-,132
X13_2	-,910	148	,364	-,116	,128	-,369	,136
X13_3	1,446	148	,150	,173	,120	-,063	,409

a. Sub Variabel Daya Tarik Taman Laut (X13_1)

Sesuai dengan Tabel 4.25 di atas, rata-rata pendapat pria tentang daya tarik taman laut adalah sebesar 2,79 lebih rendah dari wanita sebesar 3,17. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.26 di atas adalah nilai t hitung $-3,066 > t$ tabel 1,655, maka H_0 ditolak. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata daya tarik taman laut adalah tidak sama, dengan kata lain ada perbedaan pendapat tentang rata-rata daya tarik taman laut antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 46 -55 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, dan Australia. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Daya Tarik Cagar Alam (X13_2)

Tabel 4.25 di atas memaparkan rata-rata pendapat pria tentang daya tarik cagar alam adalah sebesar 2,86 lebih tinggi dari wanita sebesar 2,98. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.26 di atas adalah nilai t hitung $-0,910 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata

daya tarik cagar alam adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata daya tarik cagar alam antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Afrika. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Daya Tarik Pantai (X13_3)

Sesuai dengan Tabel 4.25 di atas, rata-rata pendapat pria tentang daya tarik pantai adalah sebesar 3,40 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,23. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.26 di atas adalah nilai t hitung $1,446 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata daya tarik pantai adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata daya tarik pantai antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada semua jenis umur wisatawan mancanegara, begitu juga dari segi asal wisatawan, rata rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

14. Variabel X14 Tentang Sumber Daya Budaya

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.27. Compare mean Variabel X14

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X14_1	Pria	102	3,11	,688	,068
	Wanita	48	3,04	,651	,094
X14_2	Pria	102	3,09	,719	,071
	Wanita	48	3,06	,561	,081
X14_3	Pria	102	3,05	,666	,066
	Wanita	48	3,17	,630	,091

Tabel 4.28 Independent Samples Test Variabel X14

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
X14_1	,559	148	,577	,066	,118	-,168	,300
X14_2	,218	148	,827	,026	,118	-,207	,258
X14_3	1,027	148	,306	-,118	,115	-,344	,109

a. Sub Variabel Daya Tarik Budaya Lokal (X14_1)

Tabel 4.27 di atas menjelaskan rata-rata pendapat pria tentang daya tarik budaya lokal adalah sebesar 3,11 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,04. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.28 di atas adalah nilai t hitung $0,559 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata daya tarik budaya lokal adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata daya tarik budaya lokal antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 36-45 tahun, dan 56-65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini

cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, Australia, Afrika, Eropa dan lain-lain. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Daya Tarik Situs Purbakala (X14_2)

Berdasarkan Tabel 4.27 di atas, rata-rata pendapat pria tentang daya tarik situs purbakala adalah sebesar 3,09 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,06. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.28 di atas adalah nilai t hitung $0,218 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata daya tarik situs purbakala adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata daya tarik situs purbakala antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada semua jenis umur wisatawan mancanegara, begitu juga dari segi asal wisatawan, rata rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Daya Tarik Seni Tari Indonesia (X14_3)

Melihat Tabel 4.27 di atas, rata-rata pendapat pria tentang daya tarik seni tari Indonesia adalah sebesar 3,05 lebih rendah dari wanita sebesar 3,17. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.28 di atas adalah nilai t hitung $-1,027 < t$ tabel $1,655$, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata daya tarik seni tari Indonesia adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata daya tarik seni tari Indonesia antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 36-45 tahun, dan 56 -65

tahun. Dari segi asal wisatawan, rata rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk semua negara asal wisatawan. (lihat lampiran 8 dan 9).

15. Variabel Y Tentang Sasaran Pemasaran Pariwisata

Analisis perbandingan rata-rata ini menggunakan SPSS 12 dan hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.29. Compare mean Variabel Y

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Y1	Pria	102	3,00	,613	,061
	Wanita	48	3,08	,613	,088
Y2	Pria	102	3,09	,615	,061
	Wanita	48	3,02	,758	,109
Y3	Pria	102	3,26	,770	,076
	Wanita	48	3,19	,790	,114
Y4	Pria	102	3,09	,615	,061
	Wanita	48	3,02	,758	,109

Tabel 4.30 Independent Samples Test Variabel Y

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
Y1	-,776	148	,439	-,083	,107	-,295	,129
Y2	,580	148	,563	,067	,116	-,162	,297
Y3	,568	148	,571	,077	,136	-,191	,346
Y4	,580	148	,563	,067	,116	-,162	,297

a. Sub Variabel Keputusan Untuk Kembali

Sesuai dengan Tabel 4.29 di atas, rata-rata pendapat pria tentang keputusan untuk kembali ke Indonesia adalah sebesar 3,00 lebih rendah dari wanita sebesar 3,08. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.30 di atas adalah nilai t hitung $-0,776 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut

tentang rata-rata keputusan untuk kembali ke Indonesia adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata keputusan untuk kembali ke Indonesia antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 36-45 tahun, dan 46 -55 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, Australia, Eropa dan lain-lain. (lihat lampiran 8 dan 9).

b. Sub Variabel Keputusan Untuk Memberitahu Teman

Melihat Tabel 4.29 di atas, rata-rata pendapat pria tentang keputusan untuk memberitahu teman adalah sebesar 3,09 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,02. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.30 di atas adalah nilai t hitung $0,580 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata keputusan untuk memberitahu teman adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata keputusan untuk memberitahu teman antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 46-55 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Asia, Australia, Afrika, Amerika, dan lain-lain. (lihat lampiran 8 dan 9).

c. Sub Variabel Keputusan Membelanjakan Uang Lebih Banyak

Berdasarkan Tabel 4.29 di atas, rata-rata pendapat pria tentang keputusan membelanjakan uang lebih banyak adalah sebesar 3,26 lebih tinggi dari wanita

sebesar 3,19. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.30 di atas adalah nilai t hitung $0,568 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata keputusan membelanjakan uang lebih banyak adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata keputusan membelanjakan uang lebih banyak antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada semua jenis umur wisatawan mancanegara, begitu juga dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk seluruh negara asal wisatawan mancanegara. (lihat lampiran 8 dan 9).

d. Sub Variabel Keputusan Untuk Menginap Lebih Lama

Tabel 4.29 memperlihatkan rata-rata pendapat pria tentang keputusan untuk menginap lebih lama adalah sebesar 3,09 lebih tinggi dari wanita sebesar 3,02. Uji T untuk kedua kelompok ini, sesuai Tabel 4.30 di atas adalah nilai t hitung $0,580 < t$ tabel 1,655, maka H_0 diterima. Jadi pendapat kedua kelompok tersebut tentang rata-rata keputusan untuk menginap lebih lama adalah sama, dengan kata lain tidak ada perbedaan pendapat tentang rata-rata keputusan untuk menginap lebih lama antara pria dan wanita. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 46-55 tahun, dan 56-65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata mengatakan pelayanan ini cukup baik untuk seluruh negara asal wisatawan mancanegara. (lihat lampiran 8 dan 9).

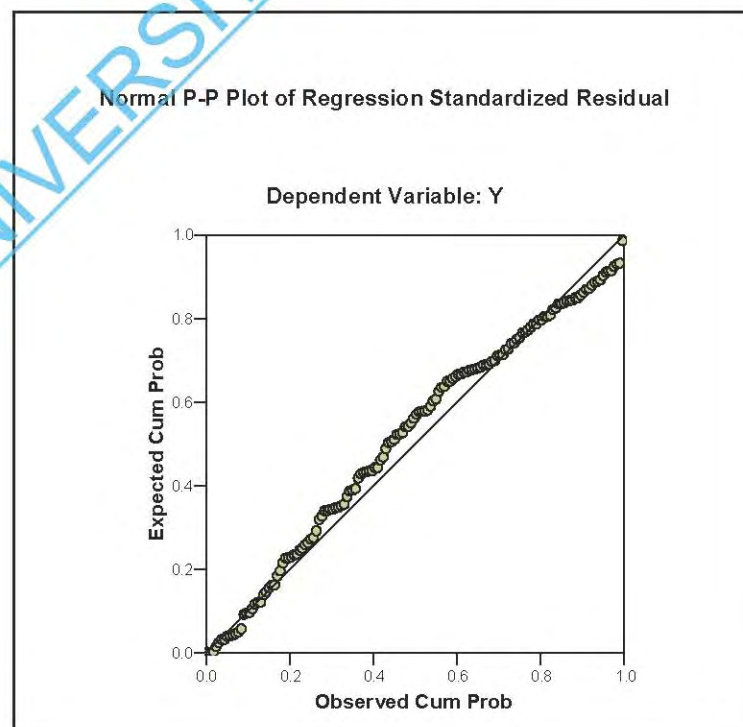
B. Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Maksud dari data terdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median. Untuk mengetahui bentuk distribusi data kita menggunakan grafik distribusi. Uji normalitas dapat kita lihat dengan menggunakan grafik PP plots. Suatu data akan terdistribusi secara normal jika nilai probabilitas yang diharapkan adalah sama dengan nilai probabilitas pengamatan. Grafik PP Plots pada gambar 4.1 di bawah ini.

Gambar 4.1. Grafik *NPP of Regrasion Standardized* Variabel X Terhadap Variabel Y



Pada grafik PP Plots pada gambar 4.1 di atas, kesamaan antara nilai probabilitas harapan dan probabilitas pengamatan dengan garis diagonal yang merupakan perpotongan antara garis probabilitas harapan dan probabilitas pengamatan (Santosa, 2005:231-235).

Dari grafik pada Gambar 4.1 di atas terlihat bahwa nilai plot PP terletak disekitar garis diagonal. Sehingga diartikan bahwa distribusi data variabel Y adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Salah satu pengujian untuk analisis regresi adalah uji multikolinearitas. Uji ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Untuk melihat multikolinearitas, kita dapat melihat dari hasil *Collinearity Statistic*. Hasil VIF yang lebih besar dari satu menunjukkan adanya gejala multikolinearitas, sedangkan nilai VIF yang mendekati satu menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas (Santosa, 2005:238-240).

Dari Tabel 4.31 di di bawah ini terlihat nilai VIF secara keseluruhan adalah disekitar angka satu, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4.31. Uji Multikolinieritas Variabel X dan Variabel Y

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,000	,054		,000	1,000		
	X1	,080	,082	,080	,974	,332	,429	2,329
	X2	-,036	,081	-,036	-,443	,659	,436	2,293
	X3	-,004	,056	-,004	-,063	,950	,906	1,104
	X4	,089	,057	,089	1,559	,121	,885	1,130
	X5	,061	,079	,061	,778	,438	,467	2,141
	X6	,737	,060	,737	12,331	,000	,808	1,237
	X7	-,086	,069	-,086	-1,247	,215	,609	1,641
	X8	-,019	,076	-,019	-,257	,797	,505	1,980
	X9	,061	,055	,061	1,111	,269	,948	1,055
	X10	-,027	,056	-,027	-,476	,635	,926	1,080
	X11	-,016	,057	-,016	-,289	,773	,902	1,108
	X12	,162	,056	,162	2,878	,005	,913	1,096
	X13	-,042	,057	-,042	-,738	,462	,902	1,109
	X14	-,073	,096	-,073	-,766	,445	,317	3,159

a. Dependent Variable: Y

2. Analisis Faktor

Pemilihan analisis faktor sebagai alat analisis pada penelitian ini, disebabkan karena penelitian ini mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) beberapa variabel yang saling independen satu dengan yang lainnya, sehingga bisa dibuat kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal sehingga akan lebih mudah bagi pemegang kebijakan dalam melakukan strategi-strategi organisasi.

Pada dasarnya tujuan analisis faktor adalah untuk melakukan data summarization untuk variabel-variabel yang dianalisis, yakni mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel. Data reduction, yakni setelah melakukan korelasi,

dilakukan proses membuat sebuah variabel set baru yang dinamakan faktor. Tahapan analisis faktor dapat dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut.

- a. Tahap pertama, tabulasi data pada data view, Tabulasi hasil angket/kuesioner ke dalam komputer (SPSS). Hasil tabulasi ini dapat dilihat pada lampiran 5.
- b. Tahap kedua, pembentukan matrik korelasi, Matriks korelasi merupakan matrik yang memuat koefisien korelasi dari semua pasangan variabel dalam penelitian ini. Matriks ini digunakan untuk mendapatkan nilai kedekatan hubungan antar variabel penelitian. Matriks korelasi merupakan matrik yang memuat koefisien korelasi dari semua pasangan variabel dalam penelitian ini. Matriks ini digunakan untuk mendapatkan nilai kedekatan hubungan antar variabel penelitian. Nilai kedekatan ini dapat digunakan untuk melakukan beberapa pengujian untuk melihat kesesuaian dengan nilai korelasi yang diperoleh dari analisis faktor.

Pada Tabel 4.32 di bawah ini dapat dilihat bahwa alat ukur tidak terlalu berkorelasi karena nilai Sig. beberapa variabel X seperti X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , X_7 , X_8 , X_{11} , X_{12} , dan X_{13} nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 namun masih bisa ditolelir karena nilai MSA berkisar 0,500 untuk seluruh variabel X pada data 150 responden. juga nilai *communalities*, *total variance explained* dan *component matrix* diatas 0,500 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat untuk dilakukan tahap analisis ke tahap lebih lanjut.

Hasil dari perhitungan metrik pada 150 responden dapat dilihat pada Tabel 4.32 di bawah ini:

Tabel 4.32. KMO and Bartlett's Test

No.	Variabel	Sub Variabel	KMO and Bartlett's Test		Communalities	Total Variance Explained	Component Matrix(a)
			MSA	Sig.	Extraction	Cumulative %	Component
1	X ₁	X1.1	0,500	0,134	0,561	56,145	0,749
2		X1.3			0,561		0,749
3	X ₂	X2.1	0,500	0,703	0,516	51,560	0,718
4		X2.2			0,516		0,718
5	X ₃	X3.1	0,500	0,489	0,528	52,844	0,727
6		X3.2			0,528		0,727
7	X ₄	X4.1	0,500	0,203	0,552	55,229	0,743
8		X4.3			0,552		0,743
9	X ₅	X5.2	0,500	0,164	0,557	55,706	0,746
10		X5.3			0,557		0,746
11	X ₆	X6.2	0,500	0,012	0,602	60,236	0,776
12		X6.3			0,602		0,776
13	X ₇	X7.1	0,500	0,745	0,513	51,338	0,717
14		X7.3			0,513		0,717
15	X ₈	X8.2	0,500	0,077	0,572	60,236	0,757
16		X8.3			0,572		0,757
17	X ₉	X9.2	0,581	0,000	0,824	67,073	0,908
18		X9.3			0,535		0,731
19		X9.4			0,653		0,808
20	X ₁₀	X10.1	0,500	0,000	0,827	82,733	0,910
21		X10.3			0,827		0,910
22	X ₁₁	X11.3	0,500	0,858	0,507	50,736	0,712
23		X11.4			0,507		0,712
24	X ₁₂	X12.2	0,500	0,156	0,558	55,819	0,747
25		X12.3			0,558		0,747
26	X ₁₃	X13.2	0,500	0,180	0,555	55,497	0,745
27		X13.3			0,555		0,745
28	X ₁₄	X14.1	0,500	0,000	0,894	89,392	0,945
29		X14.3			0,894		0,945

Menurut Santoso (2002) angka MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1, dengan kriteria yang digunakan untuk interpretasi adalah sebagai berikut.

Jika $MSA = 1$, maka variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lainnya. Jika MSA lebih besar dari setengah 0,5 maka variabel tersebut masih dapat diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut. Jika MSA lebih kecil dari setengah 0,5 dan atau mendekati nol (0), maka variabel tersebut tidak dapat di analisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya.

Uraian analisa faktor untuk masing-masing variabel X adalah sebagai berikut.

1). Variabel X1 tentang Kebijakan dan Peraturan

Variabel X1 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X1 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X1.1 sebesar 0,749 dan untuk X1.3 sebesar 0,749 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X1 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

2). Variabel X2 tentang Pelestarian Lingkungan

Variabel X2 terdiri dari dua sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X2 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X2.1 sebesar 0,718, dan untuk X2.2 sebesar 0,718, jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X2 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

3). Variabel X3 tentang Jaminan Keamanan Dan Keselamatan

Variabel X3 terdiri dari dua sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X3 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X3.1 sebesar 0,727, dan untuk X3.2 sebesar 0,727, jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X3 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

4). Variabel X4 tentang Kesehatan dan Kebersihan

Variabel X4 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X4 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X4.1 sebesar 0,743 dan untuk X4.3 sebesar 0,743 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X4 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

5). Variabel X5 tentang Prioritas Travel dan Pariwisata

Variabel X5 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X5 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X5.2 sebesar 0,746, dan untuk X5.3 sebesar 0,746 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X5 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

6). Variabel X6 tentang Kualitas Infrastruktur Transportasi Udara

Variabel X6 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X6 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X6.2 sebesar 0,776, dan untuk X6.3 sebesar 0,776 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X6 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

7). Variabel X7 tentang Infrastruktur Transportasi Darat

Variabel X7 terdiri dari dua sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X7 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X7.1 sebesar 0,717, dan untuk X7.3 sebesar 0,717 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X7 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

8). Variabel X8 tentang Infrastruktur Kepariwisata

Variabel X8 terdiri dari dua sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X8 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X8.2 sebesar 0,757, dan untuk X8.3 sebesar 0,757 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X8 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

9). Variabel X9 tentang Infrastruktur Teknologi dan Informasi

Variabel X9 terdiri dari empat sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X9 secara keseluruhan adalah $0,581 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X9.2 sebesar 0,908, untuk X9.3 sebesar 0,731 dan untuk X9.4 sebesar 0,808 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X9 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

10). Variabel X10 Tentang Kompetisi Harga Dalam Industri Pariwisata

Variabel X10 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X10 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X10.1 sebesar 0,910 dan untuk X10.3 sebesar 0,910 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X10 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

11). Variabel X11 Tentang Sumber Daya Manusia

Variabel X11 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X11 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix, untuk X11.3 sebesar 0,712 dan untuk X11.4 sebesar 0,712 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X11 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

12). Variabel X12 Tentang Daya Tarik Pariwisata

Variabel X12 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X12 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X12.2 sebesar 0,747, dan untuk X12.3 sebesar 0,747 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X12 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

13). Variabel X13 Tentang Sumber daya Alam

Variabel X13 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X13 secara keseluruhan adalah $0,500 \geq 0,500$ dan nilai component matrix untuk X13.2 sebesar 0,745 dan untuk X13.3 sebesar 0,745 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X13 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

14). Variabel X14 Tentang Sumber Daya Budaya

Variabel X14 terdiri dari tiga sub variabel. Berdasarkan analisa faktor nilai MSA variabel X14 secara keseluruhan adalah $0,500 \leq 0,500$ namun nilai Sig $0,00 < 0,005$ dan nilai component matrix untuk X14.1 sebesar 0,945 dan untuk X14.3 sebesar 0,945 jadi keseluruhan nilai component metrixnya lebih besar dari 0,500 sehingga layak dibentuk dalam suatu variabel yaitu variabel X14 dengan menggunakan analisa faktor score (save as variabel).

Setelah terbentuk 14 variabel X maka selanjutnya dilakukan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh ke-14 variabel independen terhadap variabel dependent.

3. Analisis Regresi

Uji pengaruh antara variabel X dan variabel Y dilakukan untuk mengetahui signifikansi suatu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.33. Uji Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,000	,054		,000	1,000
	X1	,080	,082	,080	,974	,332
	X2	-,036	,081	-,036	-,443	,659
	X3	-,004	,056	-,004	-,063	,950
	X4	,089	,057	,089	1,559	,121
	X5	,061	,079	,061	,778	,438
	X6	,737	,060	,737	12,331	,000
	X7	-,086	,069	-,086	-1,247	,215
	X8	-,019	,076	-,019	-,257	,797
	X9	,061	,055	,061	1,111	,269
	X10	-,027	,056	-,027	-,476	,635
	X11	-,016	,057	-,016	-,289	,773
	X12	,162	,056	,162	2,878	,005
	X13	-,042	,057	-,042	-,738	,462
	X14	-,073	,096	-,073	-,766	,445

a Dependent Variable: Y

Dari hasil analisa regresi yang terlihat pada Tabel 4.33 di atas dapat diprediksi besar angka sasaran pemasaran pariwisata melalui persamaan regresi yaitu : Sasaran pemasaran pariwisata (Y) = 0,000 + 0,080 X₁ + -0,036 X₂ + -0,004 X₃ + 0,089 X₄ + 0,061 X₅ + 0,737 X₆ + -0,086 X₇ + 0,019 X₈ + 0,061 X₉ + -0,027 X₁₀ + -0,016 X₁₁ + 0,162 X₁₂ + -0,042 X₁₃ + -0,073 X₁₄ + e

Analisis regresi atau Uji F / anova pada penelitian ini menggunakan SPSS

Ver 12.0. Hipotesis:

H₀ = Secara bersamaan variabel X dengan variabel Y tidak signifikan.

H₁ = Secara bersamaan variabel X dengan variabel Y signifikan.

Di samping menggunakan perbandingan F hitung dan F tabel, dapat juga digunakan perbandingan Sig dengan α (0,05). Jika Sig (0,000) < α 5%, maka H0 ditolak dan H1 diterima dan sebaliknya jika Jika Sig (0,000) > α 5%, maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Hasil uji F antara variabel X terhadap variabel Y secara serempak/ simultan dapat dilihat pada Tabel 4.34 di bawah ini.

Tabel 4.34. Uji F Variabel X Terhadap Variabel Y secara Serempak

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90,906	14	6,493	15,089	,000(a)
	Residual	58,094	135	,430		
	Total	149,000	149			

a Predictors: (Constant), X14, X12, X13, X8, X3, X4, X7, X9, X10, X11, X6, X5, X2, X1
b Dependent Variable: Y

Dari Tabel 4.34 di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 15,089 > F tabel 3,90 (df = 150-1 = 149, α 0,05 = 3,90). Perbandingan Sig 0,000 < α 0,05. Dengan melihat hasil uji F dan perbandingan signifikansi di atas dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dan linier secara serempak antara variabel X terhadap Y dan dapat disimpulkan H0 ditolak dan menerima H1.

4. Koefisien Determinasi

Tabel 4.35. Koefisien Determinasi Variabel X Terhadap Variabel Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,781(a)	0,610	0,570	,65599057

a Predictors: (Constant), X14, X12, X13, X8, X3, X4, X7, X9, X10, X11, X6, X5, X2, X1

Koefisien determinasi (*R Square*) adalah sebesar 0,610 dengan nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan (*adjusted r square*) sebesar 0,570. Untuk menilai kebaikan model akan lebih baik apabila menggunakan koefisien determinasi yang sudah disesuaikan, karena memberikan perbandingan yang lebih baik dengan determinasi lain dengan jumlah yang sama. Koefisien determinasi yang telah disesuaikan juga memberikan bias yang lebih kecil terutama pada persamaan regresi dengan jumlah variabel independen besar. Dari Tabel 4.35 di atas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan sebesar 0,570 yang artinya 57% perubahan atau variasi dari nilai variabel Y bisa dijelaskan oleh variabel X sedangkan 43% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak ikut sertakan dalam model.

5. Uji t

1). Uji t Variabel X1

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X1 yaitu tentang peraturan dan kebijakan sebesar $0,974 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan

bahwa variabel X1 tentang peraturan dan kebijakan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H0 dan menolak H1..

2). Uji T Variabel X2

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X2 tentang pelestarian lingkungan sebesar $-0,443 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X2 tentang pelestarian lingkungan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H0 dan menolak H2..

3). Uji T Variabel X3

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X3 tentang jaminan keamanan dan keselamatan sebesar $-0,063 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X3 tentang jaminan keamanan dan keselamatan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H0 dan menolak H3.

4). Uji T Variabel X4

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X4 tentang kesehatan dan kebersihan sebesar $1,559 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan

bahwa variabel X4 tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H0 dan menolak H4.

5). Uji T Variabel X5

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X5 tentang prioritas travel dan pariwisata sebesar $0,778 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X5 tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H0 dan menolak H5.

6). Uji T Variabel X6

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X6 tentang kualitas infrastruktur transportasi udara sebesar $12,331 > 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X6 tentang kualitas infrastruktur transportasi udara ada pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menolak H0 dan menerima H6. Nilai Beta variabel X6 tentang kualitas infrastruktur transportasi udara terlihat paling besar yaitu sebesar 0,737, yang artinya 73,7 % variabel X dijelaskan oleh variabel X6 tentang kualitas infrastruktur transportasi udara.

7). Uji T Variabel X7

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X7 tentang infrastruktur transportasi darat sebesar $-1,247 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X7 tentang infrastruktur transportasi darat tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H0 dan menolak H7.

8). Uji T Variabel X8

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X8 tentang infrastruktur kepariwisataan sebesar $-0,257 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X8 tentang infrastruktur kepariwisataan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H0 dan menolak H8.

9). Uji T Variabel X9

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X9 tentang infrastruktur teknologi dan informasi sebesar $1,111 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X9 tentang infrastruktur teknologi dan informasi tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran

pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H_0 dan menolak H_9 .

10). Uji T Variabel X10

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X10 tentang kompetisi harga dalam industri pariwisata sebesar $-0,476 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X10 tentang kompetisi harga dalam industri pariwisata tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H_0 dan menolak H_{10} .

11). Uji T Variabel X11

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X11 tentang sumber daya manusia sebesar $-0,289 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X11 tentang sumber daya manusia tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H_0 dan menolak H_{11} .

12). Uji T Variabel X12

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X12 tentang daya tarik pariwisata sebesar $2,878 > 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X12 tentang daya tarik pariwisata ada pengaruh yang signifikan

terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_{12} .

13). Uji T Variabel X13

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X13 tentang sumber daya alam sebesar $-0,738 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X13 tentang sumber daya alam tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H_0 dan menolak H_{13} .

14). Uji T Variabel X14

Berdasarkan perhitungan analisa regresi pada Tabel 4.33 di atas, terlihat nilai uji T hitung untuk variabel X14 tentang sumber daya budaya sebesar $-0,766 < 1,655$ ($df = 150 - 1 = 149$, $\alpha 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel X14 tentang sumber daya budaya tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata, sehingga kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima H_0 dan menolak H_{14} .

C. Pembahasan Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi ditemukan beberapa hasil terkait hipotesia yang telah ditentukan sebelumnya, uraian hipotesa atas masing-masing variabel X dapat dilihat pada tabel pembuktian hipotesis dibawah ini

Tabel. 4.36. Uji Hipotesis

No.	Hipotesis	Hasil T Hitung	Sig.	Didukung/ tidak didukung data
H1	Ada Pengaruh Kebijakan dan Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H1)	0,974 < 1,655	0,332	Hipotesis tidak didukung data
H2	Ada Pengaruh Pelestarian Lingkungan (H2)	-0,443 < 1,655	0,659	Hipotesis tidak didukung data
H3	Ada Pengaruh Jaminan Keamanan Dan Keselamatan Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H3)	-0,063 < 1,655	0,950	Hipotesis tidak didukung data
H4	Ada Pengaruh Kesehatan dan Kebersihan Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H4)	1,559 < 1,655	0,121	Hipotesis tidak didukung data
H5	Ada Pengaruh Prioritas Travel dan Pariwisata Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H5)	0,778 < 1,655	0,438	Hipotesis tidak didukung data
H6	Ada Pengaruh Kualitas Infrastruktur Transportasi Udara Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H6)	12,331 > 1,655	0,000	Hipotesis didukung data
H7	Ada Pengaruh Infrastruktur Transportasi Darat Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H7)	-1,247 < 1,655	0,215	Hipotesis tidak didukung data
H8	Ada Pengaruh Infrastruktur Kepariwisataan Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H8)	-0,257 < 1,655	0,797	Hipotesis tidak didukung data
H9	Ada Pengaruh Infrastruktur Teknologi dan Informasi Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H9)	1,111 < 1,655	0,269	Hipotesis tidak didukung data
H10	Ada Pengaruh Kompetisi Harga dalam Industri Pariwisata Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H10)	-0,476 < 1,655	0,635	Hipotesis tidak didukung data
H11	Ada Pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H11)	0,289 < 1,655	0,773	Hipotesis tidak didukung data
H12	Ada Pengaruh Daya Tarik Pariwisata terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H12)	2,878 > 1,655	0,005	Hipotesis didukung data
H13	Ada Pengaruh Sumber Daya Alam terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H13)	-0,738 < 1,655	0,462	Hipotesis tidak didukung data
H14	Ada Pengaruh Sumber Daya Budaya Peraturan terhadap sasaran pemasaran pariwisata (H14)	-0,766 < 1,655	0,445	Hipotesis tidak didukung data

Uraian uji hipotesis berdasarkan Tabel 4.36 di atas adalah sebagai berikut:

1). Variabel X1 tentang Kebijakan dan Peraturan

Diduga penyebab tidak ada pengaruhnya variabel X1 tentang peraturan dan kebijakan terhadap variabel Y tentang sasaran pemasaran pariwisata karena kurang efektifnya peraturan dan kebijakan yang dibuat pemerintah terkait dengan usaha untuk mendatangkan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Kurang efektifnya peraturan tersebut seperti kebijakan perpanjangan visa kunjungan wisata yang membutuhkan waktu yang relatif lama untuk menyelesaikannya, dan mendapatkan perpanjangan yang tidak cukup lama.

Penyebab lain adalah pelayanan keimigrasian di bandara lokal yang masih terdapat pungutan-pungutan liar kepada wisatawan asing oleh oknum aparat imigrasi. Hal yang telah diuraikan di atas perlu dibenahi agar lebih baik dan tidak mengecewakan para wisatawan, karena bila terus terjadi seperti hal tersebut di atas, maka sasaran pemasaran pariwisata tidak akan tercapai.

2). Variabel X2 tentang Pelestarian Lingkungan

Diduga penyebab tidak signifikannya pelestarian lingkungan terhadap sasaran pemasaran pariwisata karena, kurangnya perhatian masyarakat dan pemerintah terhadap pelestarian lingkungan, khususnya di daerah-daerah yang memiliki potensi wisata alam. Kerusakan terumbu karang laut oleh nelayan dengan cara penangkapan ikan dengan menggunakan bom ikan sebagai contoh, membuat banyak taman laut yang seharusnya menjadi andalan objek wisata daerah menjadi rusak dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengembalikannya seperti semula, ini semua karena kurangnya rasa memiliki

baik oleh masyarakat maupun pemerintah akan kekayaan alam Indonesia yang indah. Dengan adanya hal tersebut di atas mengakibatkan berkurangnya jumlah objek wisata yang dapat dikunjungi wisatawan, dan berdampak pengembangan kepariwisataan daerah tersebut.

3). Variabel X3 tentang Jaminan Keamanan Dan Keselamatan

Diduga penyebab tidak signifikannya variabel X3 ini karena kurangnya jaminan keamanan dan keselamatan yang diterima wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata baik dengan menggunakan transportasi darat, laut maupun udara maupun keamanan di objek wisata. Terganggunya keamanan wisatawan di objek wisata sebagai contoh tidak adanya atau kurangnya alat-alat keselamatan yang tersedia pada alat transportasi laut bila terjadi kecelakaan di laut, adanya pedagang asongan di lokasi-lokasi objek wisata yang menjual dagangannya dengan sedikit memaksakan penjualan dagangannya kepada wisatawan hal ini menyebabkan terganggunya keamanan dan kenyamanan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata dan mengakibatkan wisatawan tidak akan mau kembali lagi ke daerah tersebut. Walaupun kenyataan hasil analisis menyatakan bahwa tidak ada pengaruh faktor keamanan, bukan berarti pendapat responden bahwa keamanan secara keseluruhan tidak terjamin, hal ini bisa dilihat pada Tabel 4.5 rata-rata tanggapan responden tentang keamanan adalah sebesar 2,70 yang dapat dikatakan cukup aman secara keseluruhan.

4). Variabel X4 tentang Kesehatan dan Kebersihan

Faktor kesehatan dan kebersihan terutama kebersihan akomodasi, kebersihan transportasi dan kebersihan makanan dan minuman terbukti tidak

berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata. Penyebab dari tidak berpengaruhnya faktor kesehatan dan kebersihan karena tidak adanya perhatian baik oleh pihak-pihak dalam bidang pariwisata baik pada pihak-pihak yang bergerak dibidang akomodasi, transportasi dan usaha makanan dan minuman dalam memberikan pelayanannya yang baik dari segi kesehatan dan kebersihan. Akibat kurangnya perhatian dari pihak-pihak terkait mengakibatkan wisatawan mencari daerah tujuan wisata lain, baik di luar DKI Jakarta maupun di luar Indonesia yang dirasakan memberikan pelayanan yang baik dari segi kesehatan dan kebersihan.

5). Variabel X5 tentang Prioritas Travel dan Pariwisata

Penyebab tidak signifikannya variabel X5 terhadap variabel Y karena kurang efektifnya pemasaran pariwisata disebabkan karena anggaran yang kurang memadai untuk melakukan kegiatan promosi pariwisata, kurangnya sumber informasi pariwisata Indonesia baik di luar negeri maupun di daerah tujuan wisata, dan kurangnya kualitas promosi pariwisata baik dalam bentuk brosur, video clip, dan selebaran lainnya.. Sektor pariwisata adalah sektor yang perlu diprioritaskan, dan dengan memberikan prioritas anggarannya, pemerintah bisa menyalurkan dana yang diperlukan sampai proyek perkembangan esensial. Juga memberikan iklim, yang bisa berdampak positif seperti menarik investasi swasta kedalam sektor ini. Prioritas dapat ditunjukkan dengan cara lain, seperti menjamin keikutsertaan negara dalam pameran pariwisata dunia dan membentuk badan yang bermutu dalam rangka kampanye pemasaran daerah tujuan wisata

6). Variabel X6 tentang Kualitas Infrastruktur Transportasi Udara

Faktor kualitas infrastruktur transportasi udara terutama kualitas pelayanan transportasi udara dan kualitas pelayanan dibandar udara terbukti berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata, jadi bila faktor ini diperhatikan secara baik terutama pada mutu prasarana pengangkut, luasnya ketersediaan akses ke dan dari suatu negara, serta pergerakan orang-orang ke dalam negara tujuan wisata. Kuantitas angkutan udara, jumlah tempat duduk yang tersedia per kilometernya, jumlah keberangkatan, kepadatan di pelabuhan udara, maupun jumlah perusahaan penerbangan yang menjalankan usaha ini, serta kualitas prasarana pengangkut udara baik untuk penerbangan lokal maupun internasional, pengelolaan maskapai penerbangan udara dan pengelola bandara makan akan dapat meningkatkan jumlah wisatawan, meningkatkan lama tinggal dan meningkatkan pengeluaran wisatawan.

7). Variabel X7 tentang Infrastruktur Transportasi Darat

Penyebab tidak signifikannya karena kurangnya kualitas jalan menuju objek wisata, dan kenyamanan angkutan darat. Sebagai contoh ketidaknyamanan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata dengan angkutan darat adalah sempitnya tempat duduk yang disediakan oleh pengusaha angkutan darat bagi penumpang terutama angkutan umum bus antar kota, berjejalnya penumpang angkutan bus antar kota juga dapat menyebabkan kenyamanan wisatawan yang menggunakan sarana angkutan umum menjadi tidak nyaman.

Kurangnya dana yang tersedia dalam menyediakan kualitas jalan maupun menjaga kualitas jalan terutama jalan menuju objek wisata adalah suatu kendala klasik yang perlu dicari pemecahannya. Hal-hal sudah diuraikan di atas perlu

dibenahi dan bila tidak mengakibatkan menurunnya jumlah wisatawan, berkurangnya lama tinggal wisatawan, dan berkurangnya pengeluaran wisatawan.

8). Variabel X8 tentang Infrastruktur Kepariwisata

Penyebab tidak signifikannya infrastruktur kepariwisataan terhadap sasaran pemasaran pariwisata salah satunya adalah kurangnya infrastruktur pariwisata yang memadai terutama tempat penukaran uang maupun ATM di daerah tujuan wisata bagi wisatawan asing untuk mendapatkan uang dalam bentuk rupiah sehingga mengakibatkan terganggunya transaksi pembayaran kegiatan wisatanya.

Hal lain adalah kurang tersediannya penyewaan mobil bagi wisatawan untuk menyewa kendaraan di sebagian daerah tujuan wisata. Hal ini akan mengganggu kelancaran perjalanan wisata dan akan mengakibatkan wisatawan mancanegara memutuskan untuk tidak kembali ke daerah tersebut.

9). Variabel X9 tentang Infrastruktur Teknologi dan Informasi

Penyebab tidak signifikannya infrastruktur teknologi dan informasi terhadap sasaran pemasaran pariwisata karena kurangnya jaringan dan mahalnya biaya komunikasi lokal, interlokal, jaringan selular maupun jaringan internet yang dapat memudahkan wisatawan berhubungan dengan kerabat di tempat asalnya. Hal ini akan mengakibatkan wisatawan mancanegara yang pada saat itu sedang melakukan kegiatan wisata di Indonesia tidak dapat menginformasi pariwisata Indonesia terutama promosi *worth of mouth* dari wisatawan kepada keluarga ataupun rekan-rekannya di negara asalnya. Kurangnya jaringan internet di daerah

tujuan wisata yang dapat langsung digunakan oleh wisatawan menjadi kendala bagi wisatawan dalam berhubungan secara langsung melalui jaringan internet.

10). Variabel X10 Tentang Kompetisi Harga Dalam Industri Pariwisata

Penyebab tidak signifikannya kompetisi harga dalam industri pariwisata karena harga dalam industri pariwisata untuk wisatawan asing ditetapkan selalu berbeda dalam arti lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditetapkan untuk wisatawan lokal. Hal ini akan mengganggu biaya pengeluaran wisatawan mancanegara yang telah terencana sebelumnya.

Daya saing harga di industri pariwisata adalah secara jelas merupakan elemen penting yang perlu diperhitungkan, dengan biaya lebih rendah menambah ketertarikan wisatawan dari berbagai negara, namun dengan adanya biaya yang lebih tinggi yang dikhususkan kepada wisatawan mancanegara mengakibatkan wisatawan tidak lagi tertarik untuk berwisata ke Indonesia.

11). Variabel X11 Tentang Sumber Daya Manusia

Penyebab tidak signifikannya sumber daya manusia disebabkan karena kurangnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia dibidang pariwisata yang dapat memberikan pelayanan yang profesional kepada wisatawan, pelayanan sumber daya manusia yang ada tidak membuat wisatawan menjadi betah dan mau kembali berwisata ke Indonesia. Kurangnya jumlah sumber daya manusia didaerah tujuan wisata yang berlatar pendidikan kepariwisataan terutama di bidang akomodasi, transportasi lokal, pelayan makanan dan minuman, serta pelayan yang bertugas di objek-objek wisata mengakibatkan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan kurang optimal. Kurangnya lembaga-lembaga

pendidikan kepariwisataan di daerah-daerah menyebabkan kurangnya sumber daya manusia yang trampil dan profesional di bidang pariwisata.

12). Variabel X12 Tentang Daya Tarik Pariwisata

Dari hasil uji t menunjukkan hasil bahwa daya tarik pariwisata terutama daya tarik objek wisata dan daya tarik makanan lokal berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata, dilihat dari rata-rata pendapat responden terhadap variabel ini menunjukkan pendapat yang cukup baik terutama dari jenis kelamin wanita sebesar 3,10 yang berarti cukup baik daya tarik objek wisata maupun daya tarik makanan lokal. Segi daya tarik pariwisata terutama keterbukaan masyarakat kepada pengunjung asing mempunyai dampak penting atas daya saing pariwisata. Bila masyarakat dapat menerima wisatawan mancanegara secara baik maka wisatawan dapat dengan tenang melakukan kegiatan wisatanya ditempat tersebut. Dengan semakin banyaknya wisatawan asing yang mendatangi tempat tersebut secara langsung akan berpengaruh positif terhadap perekonomian masyarakat itu sendiri, mendatangkan devisa dan juga membuka lapangan kerja baru.

13). Variabel X13 Tentang Sumber daya Alam

Penyebab tidak signifikannya sumber daya alam karena kurang dipelihara secara baik sumber daya alam terutama objek wisata air seperti objek wisata bawah laut, rusaknya terumbu karang bawah laut, pencemaran lingkungan pantai tempat objek wisata baik kerusakan yang diakibatkan dari pembuangan limbah rumah tangga, maupun limbah pabrik disekitar objek wisata pantai, cagar alam seperti hutan lindung yang terus menerus di rusak oleh masyarakat sekitar hutan lindung atau oknum-oknum yang sengaja merusak hutan untuk kepentingan diri

sendiri.. Hal ini akan mengakibatkan wisatawan akan beralih ke negara lain yang memiliki sumber daya alam yang sama dengan yang dimiliki oleh Indonesia namun mampu mengelola produk wisata alam ini secara baik dan profesional, dapat menjaga keaslian dan melestarikan lingkungan alam bahkan menciptakan sumber daya alam yang lebih baik terutama alam pantai maupun hutan..

14). Variabel X14 Tentang Sumber Daya Budaya

Penyebab tidak signifikannya sumber daya budaya karena kurangnya budaya lokal yang diangkat sebagai suatu produk yang dapat dijual, padahal daerah tersebut memiliki banyak budaya lokal yang dapat dikembangkan dan dijadikan produk wisata. Hal yang sama terjadi pula pada situs purbakala dan seni tari Indonesia yang tidak dikembangkan dan dijadikan produk wisata. Pagelaran seni budaya daerah yang belum terjadwal secara periodik atau terjadwalkan secara parmanen, mengakibatkan wisatawan tidak dapat menyaksikan seni budaya lokal tepat pada saat mereka berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut. Hal ini akan berdampak pada kedatangan wisatawan ke daerah tersebut karena minimnya apa yang bisa dilihat, dirasakan maupun dibawa pulang oleh wisatawan sebagai cenderamata khas dari suatu daerah tujuan wisata.

Secara keseluruhan terdapat pengaruh yang signifikansi antara variabel X yaitu ke 14 Kriteria Penilaian Daya Saing Pariwisata yang notabene adalah keseluruhan sarana dan prasarana pariwisata (*supply*) terhadap Y yang merupakan sasaran pemasaran pariwisata, hal ini dibuktikan nilai F hitung $15,089 > F$ tabel 3,91. Dengan kata lain bahwa bila sarana dan prasarana dikelola secara baik akan tercapai sasaran pemasaran pariwisata yaitu meningkatnya jumlah wisatawan

(*tourist number*), meningkatnya lama tinggal (*length of stay*) dan meningkatnya pengeluaran wisatawan (*tourist expenditure*) sehingga wisatawan yang pernah mengunjungi Indonesia (*actual demand*) akan kembali lagi mengunjungi Indonesia (*repeat buyer*).

Koefisien determinasi variabel independen terhadap variabel dependen yaitu nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan (*adjusted r square*) sebesar 0,651 yang artinya 65,1 % perubahan atau variasi dari nilai variabel Y yaitu sasaran pemasaran pariwisata dijelaskan oleh variabel X yaitu ke 14 Kriteria Penilaian Daya Saing Pariwisata yang notabene adalah keseluruhan sarana dan prasarana pariwisata (*supply*), sedangkan 34,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain antara adalah kebijakan luar negeri masing-masing negara asal wisatawan seperti larangan berkunjung ke Indonesia oleh beberapa negara (*travel warning*), isu terorisme, dan resesi keuangan dunia juga mempengaruhi variabel Y.

Menurut penulis kesiapan dari berbagai pihak, baik pemerintah, swasta maupun kesiapan masyarakat, termasuk didalamnya kesiapan prasarana dan sarana kepariwisataan sangat dibutuhkan dalam mendukung dan memenuhi kebutuhan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara yang menjadi subjek dari penelitian ini sekaligus sebagai *actual demand* dalam pemasaran pariwisata. Segala kesiapan tersebut bila dikelola secara baik maka sasaran dari pemasaran pariwisata yaitu meningkatkan jumlah wisatawan, meningkatkan lama tinggal wisatawan dan meningkatkan jumlah pengeluaran wisatawan akan tercapai.

Menurut Suwanto (2004:48), produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis), dan jasa alam.

- a. Jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapan, pelayanan makanan dan minuman, jasa tour, dan sebagainya.
- b. Jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, keramahan-tamahan, adat istiadat, seni budaya dan sebagainya.
- c. Jasa yang disediakan alam antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut, dan sebagainya.

Produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara lain:

- a. Atraksi suatu Daerah Tujuan Wisata
- b. Fasilitas/amenities yang tersedia.
- c. Aksesibilitas ke dan dari Daerah Tujuan Wisata.

Ditinjau dari sudut pemasaran pariwisata, terutama dalam rangka mengembangkan produk baru, sesungguhnya suatu daerah tujuan wisata mempunyai banyak hal yang dapat ditawarkan sebagai daya tarik wisatawan. Yang penting diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar ia dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam macam-macam pasar, harus memenuhi tiga syarat sebagai berikut :

1. Daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai *something to see* artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.

2. Daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah *something to do* artinya, di tempat tersebut setiap banyak yang dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusements yang dapat membuat mereka betah lebih lama di tempat itu.
3. Didaerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah *something to buy* artinya, di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja, terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing.

Ketiga syarat tersebut di atas kiranya sejalan dengan pola tujuan pemasaran pariwisata, yaitu dengan promosi yang dilakukan kita sebenarnya hendak mencapai sasaran agar lebih banyak wisatawan datang pada suatu daerah (*Number of Tourist*), kedua adalah lebih lama tinggal (*Length of stay*) dan ketiga adalah wisatawan lebih banyak mengeluarkan uangnya di tempat yang mereka kunjung (*Tourist expenditure*). (Yoeti, 1996:178).

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Peraturan dan kebijakan tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan kebijakan dan peraturan tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
2. Pelestarian lingkungan tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan pelestarian lingkungan tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
3. Jaminan keamanan dan keselamatan tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan jaminan keamanan dan keselamatan tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
4. Kesehatan dan kebersihan tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan kesehatan dan kebersihan tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.

5. Prioritas travel dan pariwisata tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan Prioritas travel dan pariwisata tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
6. Kualitas infrastruktur transportasi udara berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan kualitas infrastruktur transportasi udara berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia, Amerika, dan lain-lain. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 46-55 tahun dan 56 -65 tahun. Jenis kelamin wanita berpendapat bahwa pelayanan ini cukup baik berbeda dengan pria yang mengatakan kurang baik tentang pelayanan ini.
7. Infrastruktur transportasi darat tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan infrastruktur transportasi darat tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
8. Infrastruktur kepariwisataan tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan infrastruktur kepariwisataan tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.

9. Infrastruktur teknologi dan informasi tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan infrastruktur teknologi dan informasi tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
10. Kompetisi harga dalam industri pariwisata tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan Kompetisi harga dalam industri pariwisata tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
11. Sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
12. Daya tarik pariwisata berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan daya tarik pariwisata berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan. Dari segi umur wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah pada wisatawan yang berumur dari 26-35 tahun, 36-45 tahun, 46 -55 tahun, dan 56 -65 tahun. Dari segi negara asal wisatawan mancanegara, rata-rata yang mengatakan pelayanan ini cukup baik adalah yang berasal dari negara-negara di Australia, Amerika, dan lain-lain. Jenis kelamin wanita berpendapat bahwa pelayanan ini cukup baik berbeda dengan pria yang mengatakan kurang baik tentang pelayanan ini.

13. Sumber daya alam tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan kebijakan dan peraturan tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.
14. Sumber daya budaya tidak berpengaruh terhadap sasaran pemasaran pariwisata artinya apa yang dilakukan terkait dengan sumber daya budaya tidak berpengaruh terhadap jumlah wisatawan mancanegara, lama tinggal dan pengeluaran wisatawan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas maka diajukan beberapa saran kepada pihak-pihak terkait dengan usaha jasa pariwisata seperti pihak-pihak pengelola transportasi udara, dan pengelola objek wisata dan atraksi wisata. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Disarankan perlunya perhatian dari pihak-pihak pengambil keputusan dalam bidang transportasi udara untuk memperhatikan segi infrastruktur transportasi udara yang diberikan khususnya kepada wisatawan mancanegara yang *lower class* terutama pada kuantitas angkutan udara dengan cara memperbanyak rute penerbangan ke berbagai daerah, memperbanyak jumlah tempat duduk yang tersedia per kilometernya dengan cara menggunakan ukuran pesawat yang menampung lebih banyak penumpang, menambah jumlah keberangkatan ke suatu kota, kepadatan penumpang, pengantar dan barang di pelabuhan udara perlu diatur sehingga tidak terjadi penumpukan, menambah jumlah perusahaan

penerbangan yang menjalankan usaha ini, serta kualitas prasarana pengangkut udara baik untuk penerbangan lokal maupun internasional, pengelolaan maskapai penerbangan udara dan pengelola bandara maka perlu diperbaiki sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing pariwisata khususnya di DKI Jakarta

2. Disarankan perlunya perhatian dari pihak-pihak pengambil keputusan dalam bidang kepariwisataan untuk memperhatikan segi daya tarik pariwisata terutama keterbukaan masyarakat kepada pengunjung asing terutama kepada wisatawan mancanegara yang *lower class* mempunyai dampak penting atas daya saing pariwisata. Peran masyarakat dalam menerima pengunjung asing yang *lower class* dapat dilakukan melalui pembinaan-pembinaan pada organisasi sosial masyarakat maupun organisasi keagamaan, pendidikan formal maupun informat yang menitik berat pada pengenalan masyarakat atas dampak negatif dan positif pengembangan pariwisata terhadap masyarakat serta manfaatnya terhadap masyarakat itu sendiri.
3. Penelitian ini dibatasi pada wisatawan mancanegara *lower class* yang menginap pada penginapan-penginapan di sekitar jalan Jakasa Jakarta, sehingga hasil dari penelitian ini hanyalah mencerminkan pendapat dari wisatawan mancanegara tersebut yang berkunjung pada waktu penelitian ini saja, sehingga disarankan kepada peneliti lain untuk melakukan penelitian lain yang sama namun pada waktu yang lain maupun tipe wisatawan mancanegara yang berbeda. Dari penelitian tersebut diharapkan akan mendapatkan hasil penelitian yang lebih sempurna terkait dengan topik dimaksud.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi Keenam*. Jakarta. Rineka Cipta,.
- Clement, Harry G. (1961). *The Future of Tourism in the Pasific and Far East*. Checchi and Company, Washington,DC.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. (2007). *Pendataan Profil Wisatawan Mancanegara (Passenger Exit Survey-PAS)*,
- Dirjen Pariwisata, (1985). *Pengantar Pariwisata Indonesia*, Ed ke-3, Jakarta
- Iswanto, Y. (2007). *Pedoman Mata Kuliah Seminar Penelitian*. Jakarta. Universitas Terbuka,
- Kartono, K. (1996). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung. Mandar Maju.
- Mill, R C. & Satrio T B. (2000). *Tourism The International Business, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta. Rajawali Press
- Muhidin, S A & Maman A, (2007) *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*, Bandung. Pustaka Setia.
- Riduwan,. (2008). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Pengantar Buchari Alma, Bandung. Alfabeta.
- Setiawinata, A B. (2006). *Tourism Research*, Cibinong. Pustaka Mandiri.
- Spillane, J. (1987). *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta. Kamisius.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*, Yogyakarta. .Andi.
- Trihendradi, C. (2004). *Memecahkan Kasus Statistik : Deskriptif, Parametrik, dan Non-Parametik dengan SPSS 12*, Yogyakarta. Andi..
- Wardhani, U.E. (2008). *Usaha Jasa Pariwisata, Jilid 1*, Jakarta. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Yoeti , O A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung, Angkasa.
- Yoeti , O A.. (1985).. *Pemasaran Pariwisata*, Bandung, Angkasa.

Lampiran 1

QUESTIONNAIRE FOR TOURISTS

Dear Sir / Madam,

I am Evandro Manuputty, a student of Universitas Terbuka Jakarta.

This questionnaire I am doing for my thesis research on graduate study Master of Management. I would like your contribution and cooperation to complete the following questionnaires.

Thank you again for your kindness in completing this questionnaire.

General Information:

1. Which country do you come from :
2. Gender : () Male, () Female
3. Age Range: () 18 – 25, () 26 – 35, () 36 – 45, () 46 – 55, () 56 – 65, () > 66

Please state using X for all apply

No.	STATEMENT
1	What do you think about visa requirement to Indonesia? A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
2	What do you think about tax policy here (for the tourist)? A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
3	What do you think about custom Immigration and quarantine policy here? A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
4	What do you think about environmental sustainability notice by local people? A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
5	What do you think about environmental sustainability notice by local government? A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
6	Safety and security on your trip by air, land and sea (local). A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
7	Safety and security on tourist spot. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
8	Health and hygiene of our foods and beverages. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
9	Health and hygiene of our accommodations industry. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
10	Health and hygiene of our local transportation industry. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor

No.	STATEMENT
11	Marketing effect, done by our government. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
12	Sources of tourist information on your country about our tourism. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
13	Quality of tourism promotion of Indonesia A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
14	Quality of services on our local air transportation. A. Strongly Satisfied B. Satisfied C. Dissatisfied D. Very Dissatisfied
15	Quality of services on our local airport. A. Strongly Satisfied B. Satisfied C. Dissatisfied D. Very Dissatisfied
16	Number of sheet available (air trip) A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
17	Quality of the road to the tourist spot. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
18	Quality of services on our local land transportation. A. Strongly Satisfied B. Satisfied C. Dissatisfied D. Very Dissatisfied
19	Availabilities of ATM for the tourist A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
20	Availabilities of rent car company for the tourist A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
21	Availabilities of local communications network. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
22	Availabilities of long distance communications network. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
23	Availabilities of local cellular network. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
24	Availabilities of internet network. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
25	Prices Competitiveness on accommodations. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
26	Prices Competitiveness on transportations. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
27	Prices Competitiveness on food and beverages. A. Excellent B. Good C. Poor D. Very Poor
28	Quality of services on our local transportation servants. A. Strongly Satisfied B. Satisfied C. Dissatisfied D. Very Dissatisfied
29	Quality of services on our local food and beverages servants. A. Strongly Satisfied B. Satisfied C. Dissatisfied D. Very Dissatisfied
30	Quality of services on our local tourist attraction servants. A. Strongly Satisfied B. Satisfied C. Dissatisfied D. Very Dissatisfied

No.	STATEMENT
31	Attractiveness of our tourist attraction. A. Very Attractive B. Attractive C. Not Attractive D. No Opinion
32	Attractiveness of our local food. A. Very Attractive B. Attractive C. Not Attractive D. No Opinion
33	Attractiveness of our marine garden. A. Very Attractive B. Attractive C. Not Attractive D. No Opinion
34	Attractiveness of our national park. A. Very Attractive B. Attractive C. Not Attractive D. No Opinion
35	Attractiveness of our beaches. A. Very Attractive B. Attractive C. Not Attractive D. No Opinion
36	Attractiveness of our local cultures. A. Very Attractive B. Attractive C. Not Attractive D. No Opinion
37	Attractiveness of our historical heritage. A. Very Attractive B. Attractive C. Not Attractive D. No Opinion
38	Attractiveness of our traditional dance. A. Very Attractive B. Attractive C. Not Attractive D. No Opinion
39	Decide to return / revisit Indonesia. A. Strongly agree B. Agree C. Disagree D. Very disagree
40	Decide to tell a friends, relatives, or colleagues back home about Indonesia. A. Strongly agree B. Agree C. Disagree D. Very disagree
41	Decide to spend more money in your next visit. A. Strongly agree B. Agree C. Disagree D. Very disagree
42	Decide to spend more night in your next visit. A. Strongly agree B. Agree C. Disagree D. Very disagree
	<p data-bbox="386 1507 625 1539">More comments :</p> <p data-bbox="386 1749 1230 1780"><i>For more comments, you can give it to my email: evandro_willem@yahoo.com</i></p>

Lampiran 2
Tabel Distribusi t

Df	Signifikansi			Df	Signifikansi		
	0,10	0,05	0,025		0,10	0,05	0,025
1	3,08	6,31	12,71	112	1,289	1,659	1,981
2	1,886	2,920	4,303	113	1,289	1,658	1,981
3	1,638	2,353	3,182	114	1,289	1,658	1,981
4	1,533	2,132	2,776	115	1,289	1,658	1,981
5	1,476	2,015	2,571	116	1,289	1,658	1,981
6	1,440	1,943	2,447	117	1,289	1,658	1,980
7	1,415	1,895	2,365	118	1,289	1,658	1,980
8	1,397	1,860	2,306	119	1,289	1,658	1,980
9	1,383	1,833	2,262	120	1,289	1,658	1,980
10	1,372	1,812	2,228	130	1,288	1,657	1,978
20	1,325	1,725	2,086	140	1,288	1,656	1,977
30	1,310	1,697	2,042	141	1,288	1,656	1,977
40	1,303	1,684	2,021	142	1,288	1,656	1,977
50	1,299	1,676	2,009	143	1,287	1,656	1,977
60	1,296	1,671	2,000	144	1,287	1,656	1,977
70	1,294	1,667	1,994	145	1,287	1,655	1,976
80	1,292	1,664	1,990	146	1,287	1,655	1,976
90	1,291	1,662	1,987	147	1,287	1,655	1,976
91	1,291	1,662	1,986	148	1,287	1,655	1,976
100	1,290	1,660	1,984	149	1,287	1,655	1,976
110	1,289	1,659	1,982	150	1,287	1,655	1,976
111	1,289	1,659	1,982				

Sumber : *Function Statistic Microsoft Excel*

Lampiran 3

Tabel Distribusi F

Signifikansi 0,05

Df 2	Df 1									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161,45	199,50	215,71	224,58	230,16	233,99	236,77	238,88	240,54	241,88
2	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,35	19,37	19,38	19,40
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,03
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,14	2,07	2,02	1,97
80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,21	2,13	2,06	2,00	1,95
90	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99	1,94
91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,94
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,97	1,93
110	3,93	3,08	2,69	2,45	2,30	2,18	2,09	2,02	1,97	1,92
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91
130	3,91	3,07	2,67	2,44	2,28	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90
140	3,91	3,06	2,67	2,44	2,28	2,16	2,08	2,01	1,95	1,90
141	3,91	3,06	2,67	2,44	2,28	2,16	2,08	2,00	1,95	1,90
142	3,91	3,06	2,67	2,44	2,28	2,16	2,07	2,00	1,95	1,90
143	3,91	3,06	2,67	2,43	2,28	2,16	2,07	2,00	1,95	1,90
144	3,91	3,06	2,67	2,43	2,28	2,16	2,07	2,00	1,95	1,90
145	3,91	3,06	2,67	2,43	2,28	2,16	2,07	2,00	1,94	1,90
146	3,91	3,06	2,67	2,43	2,28	2,16	2,07	2,00	1,94	1,90
147	3,91	3,06	2,67	2,43	2,28	2,16	2,07	2,00	1,94	1,90
148	3,91	3,06	2,67	2,43	2,28	2,16	2,07	2,00	1,94	1,90
149	3,90	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89
150	3,90	3,06	2,66	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89

Sumber : *Function Statistic Microsoft Excel*

Lampiran 4

**Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia
Menurut Pintu Masuk 1997-2008**

Tahun	Bandara					Jumlah
	Soekarno Hatta	Ngurah Rai	Polonia	Batam	Bandara Lainnya	
1997	1,457,340	1,293,657	174,724	1,119,238	1,140,284	5,185,243
1998	883,016	1,246,289	70,441	1,173,392	1,233,278	4,606,416
1999	819,318	1,399,571	76,097	1,248,791	1,183,743	4,727,520
2000	1,029,888	1,468,207	84,301	1,134,051	1,347,770	5,064,217
2001	1,049,471	1,422,714	94,211	1,145,578	1,441,646	5,153,620
2002	1,095,507	1,351,176	97,87	1,101,048	1,387,799	5,033,400
2003	921,737	1,054,143	74,776	1,285,394	1,130,971	4,467,021
2004	1,005,072	1,525,994	97,087	1,527,132	1,165,880	5,321,165
2005	1,105,202	1,454,804	109,034	1,024,758	1,308,303	5,002,101
2006	1,147,250	1,328,929	110,405	1,012,711	1,272,056	4,871,351
2007	1,153,006	1,741,935	116,614	1,077,306	1,416,898	5,505,759
2008	1,464,717	2,081,786	130,211	1,061,390	1,496,393	6,234,497

Sumber : www.bps.go.id

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 5

**Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia
Menurut Negara Tempat Tinggal 2002-2008**

Negara Asal	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Amerika Serikat	160982	130276	153268	157936	130963	155652	174331
Kanada	32690	25104	30997	28806	29918	32343	39784
Amerika Lainnya	28380	20166	25514	22769	23644	32207	25563
Amerika Total	222052	175546	209779	209511	184525	220202	239678
Austria	18874	14220	24235	19365	18759	16206	17696
Belgia	24079	22730	26254	15084	26652	27245	21996
Denmark	19773	16172	18289	19306	12937	15144	17507
Perancis	96844	75945	91710	109567	98853	104473	125216
Jerman	142649	113895	134625	156414	106629	112160	137854
Italia	56857	33467	42504	38118	35850	29570	33300
Belanda	110631	91446	92152	114687	110272	106987	140771
Spain&Portugal	55368	27969	38215	32008	47000	51837	45830
Swedia	30771	22085	25285	25137	21412	22909	23067
Norwegia	19301	15010	15226	16819	15956	16095	17434
Finlandia	8564	6708	6936	7377	8653	9937	10535
Swiss	28848	20929	32238	30466	27215	25352	31662
Inggris Raya	160077	98916	113578	163898	110412	121599	150412
Rusia	14155	14413	18770	17138	34116	52928	69628
Eropa Lainnya	46213	31999	40689	33024	55673	84288	81837
Eropa Total	833004	605904	720706	798408	730398	796730	924745
Afrika	36503	30244	35507	27450	22655	27777	29753
Timur Tengah	37987	31371	35783	60601	55033	55348	67271
Brunei	15310	11408	14146	16234	8965	11209	12134
Malaysia	475163	463811	622541	591358	769988	891353	1117454
Filipina	84060	76665	76742	78402	74982	137317	159003
Singapura	1447315	1469282	1644717	1417803	1401804	1352412	1397056
Thailand	50589	42585	55024	44897	42155	68050	76842
Vietnam	N.A.	N.A.	N.A.	9729	9229	9754	12215
Asean Lainnya	13299	16569	17984	15583	21222	19981	19903
Asean Total	2085736	2083320	2431154	2174006	2328345	2490076	2794607
Australia	346245	268538	406389	391862	226981	314432	450178
Hongkong	78018	72128	79777	74868	78386	76019	81073
India	35063	29895	36169	36679	54346	68908	102179
Jepang	620722	463088	615720	517879	419213	508820	546713
Republik Korea	210581	201741	228408	251971	295514	327843	320808
Selandia Baru	29673	21070	26103	28253	24257	25675	22633
Pakistan	7966	5942	6304	11562	7406	6835	7786
Bangladesh	4948	7698	6293	9712	9662	7133	7549
Srilanka	5289	4579	5073	11071	11845	6953	6740
Taiwan	400334	381877	384226	247037	236384	227586	224194
Republik Cina	36685	40870	50856	112164	147245	230476	337082
Asia Pasifik Lainnya	42594	43210	42918	39067	39156	114946	71508
Asia Pasifik Total	1818118	1540636	1888236	1732125	1550395	1915626	2178443
Total Keseluruhan	5033400	4467021	5321165	5002101	4871351	5505759	6234497

Sumber : www.bps.go.id

Lampiran 6

Output SPSS Regresi

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X14, X12, X13, X8, X3, X4, X7, X9, X10, X11, X6, X5, X2, X1(a)		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781(a)	,610	,570	,65599057

a Predictors: (Constant), X14, X12, X13, X8, X3, X4, X7, X9, X10, X11, X6, X5, X2, X1

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90,906	14	6,493	15,089	,000(a)
	Residual	58,094	135	,430		
	Total	149,000	149			

a Predictors: (Constant), X14, X12, X13, X8, X3, X4, X7, X9, X10, X11, X6, X5, X2, X1

b Dependent Variable: Y

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,000	,054		,000	1,000
	X1	,080	,082	,080	,974	,332
	X2	-,036	,081	-,036	-,443	,659
	X3	-,004	,056	-,004	-,063	,950
	X4	,089	,057	,089	1,559	,121
	X5	,061	,079	,061	,778	,438
	X6	,737	,060	,737	12,331	,000
	X7	-,086	,069	-,086	-1,247	,215
	X8	-,019	,076	-,019	-,257	,797
	X9	,061	,055	,061	1,111	,269
	X10	-,027	,056	-,027	-,476	,635
	X11	-,016	,057	-,016	-,289	,773
	X12	,162	,056	,162	2,878	,005
	X13	-,042	,057	-,042	-,738	,462
	X14	-,073	,096	-,073	-,766	,445

a Dependent Variable: Y

Lampiran 7

Data Demografi Responden**Asal Wisman * Umur Crosstabulation**

Count

Asal Wisman	Umur				Total
	26-35 tahun	36-45 tahun	46-55 tahun	56-65 tahun	
Asia	5	5	1	0	11
Australia	7	7	6	2	22
Amerika	5	13	6	2	26
Eropa	15	24	10	3	52
Afrika	3	11	8	2	24
Lain-lain	4	6	4	1	15
Total	39	66	35	10	150

Asal Wisman * Gender Crosstabulation

Count

Asal Wisman	Gender		Total
	Pria	Perempuan	
Asia	7	4	11
Australia	15	7	22
Amerika	18	8	26
Eropa	35	17	52
Afrika	16	8	24
Lain-lain	11	4	15
Total	102	48	150

Umur * Gender Crosstabulation

Count

Umur	Gender		Total
	Pria	Perempuan	
26-35 tahun	26	13	39
36-45 tahun	48	18	66
46-55 tahun	23	12	35
56-65 tahun	5	5	10
Total	102	48	150

Lampiran 8

Analysis Factor Score

R	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	Y
1	0,79	1,18	-0,90	-0,77	-1,61	-0,30	0,26	0,99	0,18	0,98	0,78	0,05	0,75	0,60	-0,59
2	-0,38	-0,49	-0,92	0,02	-2,94	0,21	1,12	0,18	1,26	-1,50	0,03	-0,93	-0,51	-0,15	0,49
3	-0,51	-0,69	0,00	-1,37	0,29	0,28	-0,60	0,18	0,14	-0,15	-0,72	1,05	-1,66	-0,15	0,04
4	0,20	-0,69	-0,02	-0,75	-0,23	-0,36	0,26	0,18	-0,49	-0,15	0,78	1,05	-2,45	-0,15	-0,45
5	0,20	-0,69	-0,92	-1,37	-0,23	-0,36	1,12	0,18	0,14	-0,37	1,54	-0,95	-1,66	-0,15	0,24
6	0,79	1,18	-1,82	-0,90	0,17	-0,87	0,26	0,99	0,50	1,21	-0,64	1,05	0,28	0,15	-0,34
7	0,33	-0,69	-0,02	0,67	-0,06	2,19	1,12	0,99	-0,52	-1,50	0,01	1,04	-1,00	-0,15	2,00
8	-1,09	-0,69	-0,02	-0,13	-0,10	-0,36	-0,60	0,18	-1,74	-1,50	0,78	0,05	-1,95	0,60	-0,45
9	0,20	-0,69	0,90	-0,13	-0,23	-0,36	0,26	0,99	-0,78	-0,15	0,70	-0,95	-2,45	0,15	-0,23
10	-1,29	-1,52	-0,94	-1,52	-0,92	0,92	-1,46	-0,74	-0,33	0,08	0,03	-1,94	-1,66	-0,15	1,22
11	-0,45	0,14	0,90	-0,90	0,41	0,98	1,12	-0,74	0,46	-1,50	-1,40	1,04	0,58	0,90	0,39
12	-1,16	-0,69	-0,02	1,44	-0,92	-0,36	0,26	0,07	-1,78	-1,27	0,03	0,05	-0,21	-0,15	0,24
13	-1,68	-1,72	-0,02	-0,73	-2,42	-0,36	-0,60	-0,63	-0,33	-2,85	-0,72	0,05	-0,21	-1,95	-0,66
14	0,98	-1,52	-0,92	0,65	-0,23	-0,94	0,26	1,91	-0,01	-0,15	0,05	0,05	-1,16	0,15	-0,19
15	0,79	-0,49	-0,94	0,52	-0,62	0,79	0,26	0,99	0,18	1,43	-0,64	-0,93	0,58	1,65	1,12
16	0,91	0,98	1,79	0,80	-0,40	-1,06	1,98	0,99	-1,45	0,08	-0,64	-0,93	1,07	-0,15	-0,98
17	-0,51	-1,72	0,00	0,65	-2,42	-1,64	-0,60	-0,63	-0,49	-0,15	0,72	-0,93	-1,00	-1,36	-1,42
18	0,98	0,14	-0,02	1,44	-1,61	-0,94	0,26	1,10	0,18	0,08	0,70	-0,95	1,54	-0,15	-1,57
19	0,40	-0,69	-0,02	-1,24	0,76	0,98	0,26	1,10	1,58	-1,73	0,72	1,04	0,28	0,60	1,05
20	-0,58	-0,06	0,90	1,29	-2,25	0,28	1,12	-1,55	-0,91	0,08	0,78	1,05	-0,21	-1,36	0,04
21	1,69	0,14	1,79	0,67	0,81	0,28	1,98	1,10	-0,33	-0,37	-1,41	-0,95	-0,51	-0,15	1,13
22	-0,51	-0,06	2,71	1,29	-0,10	-0,30	-1,46	-0,63	0,18	0,08	2,90	0,05	-0,83	-0,45	0,29
23	-0,51	0,14	-0,02	-0,62	0,98	0,98	0,26	0,18	-1,78	0,52	-0,05	1,04	0,25	-0,15	0,98
24	-0,58	-0,89	-0,94	0,02	-1,04	2,19	0,26	-0,74	0,14	0,52	0,11	1,04	1,24	-1,66	1,50
25	-1,36	-1,92	-0,02	-0,13	2,31	-1,64	0,26	-1,67	-1,56	0,75	0,01	0,07	0,75	-1,21	-0,52
26	-1,09	0,14	-0,02	0,15	0,29	1,55	-1,46	0,18	-0,81	-1,27	-0,72	0,04	-0,21	-0,15	1,01
27	-0,51	-0,89	0,87	-2,15	-0,01	0,28	-2,32	-0,63	-0,33	-0,15	0,03	-0,95	-0,70	-1,95	0,73
28	-1,22	1,18	1,79	0,00	1,10	-0,36	-1,46	-0,63	-0,47	0,08	0,05	0,05	-1,16	1,35	0,24
29	0,20	-0,69	-0,02	-0,75	0,29	-0,43	1,12	0,18	1,11	0,75	-2,07	-0,93	0,75	-0,15	-0,09
30	0,91	2,01	0,87	0,02	1,10	-1,13	-0,61	-0,63	1,11	0,52	-0,66	-2,91	-0,51	1,35	-0,34
31	-0,38	-1,52	-0,02	1,42	-0,40	1,49	1,12	-0,63	0,78	0,07	-0,72	-0,95	-0,21	-0,15	1,58
32	0,20	0,14	-0,02	0,02	-0,40	0,85	-0,60	0,18	0,93	-0,15	-0,72	-1,94	-0,70	-0,15	1,28
33	-1,16	2,01	0,87	0,00	-0,40	0,28	0,26	-1,55	1,58	0,07	-0,66	0,05	-0,21	0,90	0,73
34	-1,09	0,34	-0,92	-1,24	0,59	0,85	-1,46	-0,63	-0,81	0,07	-0,72	1,05	-1,00	1,05	-0,21
35	0,40	0,34	1,79	0,65	1,50	0,28	-1,47	0,29	1,58	-0,16	-0,66	0,05	-1,49	0,90	0,73
36	-1,75	0,14	0,87	0,15	-0,75	0,92	-2,36	-0,33	-3,08	-0,72	0,05	-1,00	-0,15	1,22	0,62
37	0,20	1,18	0,87	0,78	0,29	1,49	-0,60	0,18	0,18	0,08	-0,71	0,05	0,25	0,90	1,65
38	-0,38	0,34	-0,92	0,02	1,62	1,00	-0,60	-0,63	0,63	-0,16	0,78	-1,93	1,54	1,35	-1,83
39	-0,38	-0,69	-0,02	0,15	0,46	1,49	-1,47	-0,63	-2,64	-1,73	-1,40	-1,94	0,75	-0,15	1,87
40	-0,18	-1,52	0,90	-0,62	0,46	0,85	-1,47	-0,52	-0,33	-0,61	0,03	0,05	0,75	-0,15	0,46
41	-2,46	1,18	-0,92	0,01	0,41	0,85	0,26	-2,36	0,18	-3,08	0,72	0,05	0,75	1,65	-0,21
42	0,00	1,18	0,90	0,13	1,79	0,34	-0,60	0,07	1,11	1,43	1,47	0,05	1,04	1,65	0,97
43	0,33	-0,69	-1,84	-0,13	-0,23	-0,36	1,12	-0,63	-0,33	0,07	-1,41	0,05	-0,87	0,15	-1,13
44	0,20	1,18	-0,02	0,15	0,59	0,92	-0,60	0,18	0,18	-0,37	0,72	0,05	-1,49	1,35	1,22
45	-1,16	0,14	-0,94	0,15	-1,44	1,04	1,12	-1,55	0,78	-1,73	0,03	1,04	1,54	-0,15	0,62
46	0,00	-0,69	-0,02	-0,49	-1,09	0,92	0,26	0,07	-0,33	1,43	-0,72	0,05	1,24	-0,15	1,00
47	0,20	1,72	-0,02	-0,60	-1,21	-0,30	1,12	-0,63	0,63	-0,15	0,01	-0,95	0,75	-1,95	0,08
48	2,28	1,52	-0,92	0,80	-0,23	1,55	1,12	0,29	-0,33	1,21	-1,35	1,04	-1,00	-0,15	0,80
49	0,91	-1,52	-1,84	1,44	-0,40	-0,24	1,98	-1,44	0,31	0,75	-0,72	-0,95	-0,83	-0,15	-0,35
50	0,20	0,98	0,00	-0,62	0,29	1,62	1,12	-1,44	0,18	-0,37	1,46	1,04	1,24	-0,15	1,56
51	0,91	-0,69	-0,02	0,15	0,46	-0,94	0,25	0,99	-0,33	0,30	-0,72	0,05	-0,67	-0,15	-0,19
52	0,20	0,14	1,79	0,02	-0,23	0,21	1,12	-0,63	0,50	0,75	-0,05	-0,93	0,25	-0,15	-0,69
53	0,98	-0,69	-0,94	0,02	-0,75	0,40	0,26	1,10	1,11	-0,15	-0,72	1,04	0,28	-0,15	0,83
54	1,69	0,98	-0,02	0,15	0,81	0,28	1,12	0,29	-0,33	0,08	-1,40	0,05	-0,21	-0,15	0,04
55	-1,09	0,98	0,90	-1,39	0,98	-0,94	-1,46	0,99	1,11	-1,27	0,70	0,05	-1,16	-0,15	-0,88
56	2,28	2,01	0,87	0,13	1,28	-2,28	-0,61	1,10	0,18	0,75	-0,66	-0,93	-2,61	1,65	-2,19
57	-0,25	0,14	0,87	0,80	-0,40	-0,30	1,12	0,99	1,58	-2,85	-0,72	1,05	-1,98	-0,15	0,50
58	0,91	1,18	0,00	1,44	1,28	-0,87	1,12	0,18	-0,01	0,08	-1,33	0,05	-0,21	1,35	-0,83
59	0,86	0,14	1,79	-0,75	0,81	0,98	-0,60	1,10	-0,33	1,43	0,78	1,04	0,58	-0,15	0,58
60	-0,58	0,14	1,82	0,02	0,29	-0,30	0,26	-0,74	1,58	0,08	-0,72	1,05	-1,00	-0,15	-1,08
61	0,98	-0,69	-0,02	0,02	0,12	-1,00	0,26	1,10	-0,33	-0,15	0,64	-0,93	-0,21	-0,15	-0,24
62	0,27	-1,52	-1,84	-0,77	-1,09	-0,87	-0,60	1,10	1,58	0,08	-1,41	1,05	-0,21	0,15	-2,42
63	0,98	0,14	-1,82	0,02	0,29	-0,87	0,26	1,10	0,18	0,08	-0,64	0,05	-0,21	-0,15	-1,45
64	-1,29	-0,69	-0,02	-0,75	0,81	-0,49	-1,46	-1,55	-0,58	-0,15	0,03	-1,93	-0,37	-0,15	0,15
65	0,91	0,34	-1,82	0,00	0,41	-0,36	1,98	0,18	1,58	0,08	-0,72	1,05	-1,49	1,65	-0,66
66	-2,58	1,18	-0,02	1,44	1,62	-0,49	-1,46	0,07	-0,01	-1,50	-0,71	-0,93	-1,00	1,35	-0,73
67	1,57	1,18	1,79	1,29	-0,62	-0,43	1,12	1,10	-0,33	1,43	-1,41	0,05	-0,21	1,65	-0,49
68	-3,24	0,34	-0,02	0,67	2,31	-1,58	-0,60	-1,67	0,63	-2,63	-1,33	-0,95	-0,21	1,35	-1,08
69	0,20	-0,69	-0,92	-0,60	-0,92	1,49	0,26	0,99	-0,33	-0,15	-0,72	0,05	-1,00	-0,45	0,97
70	-1,16	1,18	-0,92	0,65	-0,10	-0,36	0,26	-1,55	1,11	-1,27	0,03	0,05	-0,04	1,65	-0,04
71	0,20	-0,69	-0,02	1,44	-1,09	0,28	0,26	0,99	1,58	0,08	-1,41	1,05	-0,34	-0,15	0,54
72	0,27	-1,52	0,00	1,44	-1,09	-0,94	-1,46	1,91	-0,33	0,08	-0,74	0,05	0,28	-0,15	0,02
73	-0,58	0,14	-0,92	-2,02	0,46	-0,24	0,26	0,07	0,31	0,08	-1,35	-0,95	1,54	-0,45	-1,72
74	-0,51	-0,69	-1,84	1,44	-0,92	0,28	-0,60	-0,63	0,18	0,08	0,03	0,05	0,28	-0,15	1,34

Lanjutan lampiran 8

R	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	Y
75	0.91	-0.69	-1.82	-0.62	-0.40	-0.36	1.12	0.18	-0.33	-0.37	-0.71	0.05	-0.21	-0.15	-1.13
76	-0.64	0.14	-0.02	2.07	-0.23	-1.06	-1.46	0.18	0.63	1.43	-2.07	-1.93	0.75	0.15	-0.98
77	1.57	-0.89	1.79	0.67	-2.25	-0.30	-0.60	0.29	0.18	1.43	0.03	1.04	-1.46	-1.66	-0.59
78	-1.29	0.34	-0.02	0.05	1.79	-2.41	-0.60	-0.74	-0.02	-0.15	0.78	-2.91	0.25	1.05	-1.52
79	0.00	-0.69	-0.92	0.65	-0.92	1.62	-0.60	-1.55	-0.33	1.43	-1.41	1.04	0.25	0.15	1.46
80	-0.51	-1.52	-0.92	0.02	-0.92	-0.36	-1.46	0.18	0.18	-0.15	0.03	0.05	-0.70	-0.15	-0.04
81	0.20	-0.89	-0.02	1.44	-1.90	-0.30	-0.60	0.18	0.46	0.08	0.03	0.05	-0.70	-1.66	0.69
82	-1.29	2.01	0.00	1.44	-0.28	-1.06	-2.32	0.07	0.18	0.08	0.78	-0.93	0.75	1.35	-0.98
83	-1.29	-1.92	-0.92	-1.39	-1.17	2.19	-0.60	-1.55	0.78	-0.37	1.54	2.04	1.24	-3.16	0.41
84	-0.07	0.14	-1.84	1.44	-0.92	-1.70	0.25	-1.67	1.11	1.43	0.11	-1.92	1.54	-0.15	-0.56
85	0.20	1.18	-0.90	0.02	0.07	0.92	-0.60	0.18	-0.66	0.08	0.05	0.05	0.75	1.35	0.53
86	0.98	-0.69	-0.02	-0.60	-0.40	0.98	-1.47	1.10	-0.47	-0.15	0.78	2.04	0.75	-0.45	-0.11
87	0.07	0.14	-0.92	-0.77	1.50	0.28	-2.32	0.99	0.63	1.43	0.11	0.05	2.03	0.15	0.54
88	-0.58	0.98	-0.92	-4.06	0.29	0.85	1.12	-1.55	0.93	0.08	2.15	1.05	1.24	-0.75	0.08
89	0.79	0.14	-0.02	-0.13	0.29	-0.94	-0.60	0.99	0.63	1.21	0.78	0.05	0.09	0.15	-0.27
90	0.13	0.14	-0.02	-0.62	0.98	-0.30	1.12	-2.36	1.58	-0.37	0.72	-0.95	0.28	-0.15	-0.11
91	-0.38	-0.69	0.90	-1.42	0.46	0.28	-0.60	0.99	0.78	-1.27	-0.72	1.05	-1.00	0.15	-0.17
92	-1.09	0.14	-0.02	-0.75	-0.40	-0.36	-0.60	0.18	-0.33	-1.50	0.09	0.05	1.54	-0.15	-0.45
93	-0.38	-0.89	-0.02	-0.75	0.68	-1.64	0.26	0.18	1.11	-1.27	2.15	-0.93	0.25	-1.66	-1.21
94	0.20	-0.89	-0.94	-1.52	-1.21	0.40	0.26	-0.63	0.18	-0.15	1.46	0.04	-0.24	-1.36	1.04
95	0.86	-1.92	-0.92	0.65	-0.65	-2.92	-0.60	1.91	0.63	1.43	0.78	-1.92	-0.04	-2.86	-1.70
96	0.20	0.98	1.79	0.18	0.46	-1.00	0.26	-1.44	-2.25	-0.15	0.01	0.05	-0.21	-0.45	-0.72
97	-0.51	2.01	-1.82	-0.60	1.79	0.15	0.26	0.18	0.50	-0.15	0.78	0.07	-0.21	1.05	-0.05
98	0.27	-0.69	0.87	-0.75	0.29	-0.36	-0.60	1.91	-0.02	-0.15	0.03	0.05	1.54	-0.15	-0.04
99	0.07	-0.06	0.00	-1.39	-0.52	-0.36	-0.60	0.18	1.26	0.98	2.15	0.95	-0.21	-1.66	-0.16
100	-1.60	-0.69	-0.02	0.65	0.98	0.28	-0.59	1.10	-0.33	-2.85	-0.66	1.05	1.54	0.15	0.23
101	0.20	-0.06	0.90	-0.60	-1.39	-1.00	0.26	0.18	-0.33	-0.15	0.70	-1.93	0.25	-1.95	-1.81
102	0.13	0.98	-0.02	-1.37	0.81	-0.36	1.98	-0.74	0.18	0.08	-0.58	1.05	0.45	-0.45	0.24
103	0.98	0.98	0.87	-0.60	-0.92	-0.36	0.26	1.10	0.18	0.52	0.11	0.05	1.54	-0.45	0.24
104	-0.51	0.14	-0.92	0.18	0.81	0.28	-1.46	0.18	1.58	0.75	-0.64	0.05	0.75	-0.45	-0.17
105	0.98	0.14	-0.92	0.67	-0.23	-1.58	-0.60	1.10	-0.56	0.75	-1.40	0.05	0.25	-0.15	-1.16
106	-1.29	0.34	-0.02	1.29	1.62	0.85	-0.60	-1.55	0.18	0.08	0.78	0.05	1.24	1.65	1.15
107	1.69	-0.69	-0.02	-0.75	0.12	-0.87	0.25	1.10	0.33	0.52	1.39	-0.95	-0.24	-0.15	-0.43
108	-0.38	-0.69	-0.92	0.67	0.81	1.55	0.26	0.18	-0.01	0.07	-0.72	0.04	-0.21	-0.15	1.23
109	-0.38	1.18	-0.94	-0.62	1.10	0.28	-1.47	0.18	-0.66	-1.73	0.78	0.05	1.24	1.35	1.13
110	0.91	0.98	-0.92	0.13	0.98	0.28	1.12	-0.63	0.18	0.07	2.23	-0.95	-1.00	0.15	0.33
111	0.33	2.01	-0.02	1.42	0.59	0.98	-1.98	-0.63	-0.33	-0.16	1.46	2.04	0.58	1.65	-0.80
112	-0.71	-0.69	0.00	0.05	-0.23	1.49	-0.60	-2.36	0.93	1.21	2.15	0.05	-1.79	-0.45	1.65
113	1.69	0.98	0.92	0.80	-0.23	0.88	0.25	1.10	0.18	0.08	-0.64	1.04	-0.37	-0.15	-0.62
114	-1.29	1.18	1.79	1.42	0.41	0.35	-0.60	-1.55	-0.33	0.52	0.01	0.05	0.75	1.65	0.46
115	1.69	0.98	-0.02	-1.52	-0.81	-1.58	0.25	1.10	0.93	-0.37	0.72	-0.93	1.54	-0.15	-0.97
116	0.91	0.14	0.90	-0.62	0.81	1.55	1.12	0.18	0.18	0.08	0.78	2.04	0.25	-0.15	1.91
117	1.50	1.18	0.00	-0.75	-0.40	0.28	1.12	0.18	1.26	1.21	-0.64	1.05	1.24	1.35	-0.24
118	0.07	0.14	0.90	-1.29	0.12	0.28	-0.60	0.18	-0.33	1.43	-2.01	0.05	-0.24	0.15	0.33
119	0.20	1.18	1.82	0.65	1.10	-1.00	0.26	0.18	-1.23	-0.37	-0.72	0.07	0.75	1.65	-2.31
120	-1.29	-0.69	0.87	-0.60	0.12	0.85	0.26	-0.74	-0.33	0.08	-0.72	0.05	0.25	-0.45	1.17
121	0.71	-0.69	-0.94	-2.02	-1.09	-2.22	1.12	0.07	-2.25	0.98	0.03	-0.93	-0.21	-0.45	-2.47
122	0.79	-0.69	-0.92	-0.60	0.29	-1.06	0.26	0.18	-2.25	1.43	-0.72	-0.93	-1.00	-0.45	-0.29
123	0.20	0.14	-0.94	-0.62	0.29	0.28	-1.47	0.18	-3.19	-0.37	-0.72	0.05	0.58	-0.15	-0.17
124	0.33	2.01	-0.92	0.13	1.79	0.98	1.12	-0.63	-0.01	0.07	1.54	1.04	-1.33	1.65	1.07
125	0.33	0.98	-0.02	0.80	-0.23	0.28	1.98	-0.63	1.58	0.07	-0.64	1.05	-0.70	-0.15	0.04
126	-1.29	-0.69	0.00	0.67	-0.23	1.49	-0.60	-2.36	-0.33	0.52	1.46	0.05	1.54	-0.15	0.56
127	2.28	2.01	0.92	0.80	0.59	-1.58	0.25	1.10	-0.58	0.98	-2.01	0.05	0.25	1.35	-1.37
128	1.29	0.14	1.79	1.42	-0.40	1.55	-0.60	-1.55	0.18	0.08	-0.66	2.04	1.24	0.15	2.10
129	1.69	2.01	-0.02	-0.90	1.62	-0.17	0.25	1.10	-1.93	-0.15	0.70	1.04	0.75	1.65	-1.18
130	0.91	0.14	0.90	-1.24	0.81	0.15	1.12	0.18	-0.33	0.08	0.09	0.07	0.75	-0.45	0.85
131	1.50	-0.89	0.00	-0.13	-1.73	0.98	1.12	0.18	0.50	1.21	0.72	1.04	0.75	-1.36	-0.80
132	0.79	0.14	0.90	0.67	0.12	0.28	0.26	0.18	0.50	1.43	0.78	-0.95	-0.21	-0.15	0.73
133	-0.38	0.14	1.82	-0.60	0.29	-1.00	0.26	0.18	-0.33	-1.50	-0.72	-0.93	0.75	-0.45	-1.54
134	0.71	-0.69	0.87	-0.60	0.12	0.15	1.98	-0.74	-0.01	0.76	0.03	-0.93	-1.00	-0.45	0.63
135	-2.00	0.14	-0.94	-1.39	-1.09	-1.51	-1.46	0.07	-0.33	0.30	-0.72	0.05	1.54	-0.15	-1.53
136	0.20	1.18	-0.92	0.65	1.10	0.34	0.26	0.18	1.26	0.52	-0.71	1.04	-1.33	1.65	0.59
137	-1.29	-0.69	0.90	-0.75	-0.40	0.85	0.26	-0.74	0.18	0.08	1.46	1.05	-0.70	-0.15	0.48
138	1.57	-0.69	0.90	0.80	-0.40	-0.36	0.26	1.91	-0.33	1.21	-0.72	0.05	0.58	-0.15	-0.85
139	-0.51	2.01	-0.92	0.02	0.59	0.92	0.26	0.18	1.58	-0.15	0.05	0.05	0.25	1.35	1.22
140	0.07	0.14	-0.02	2.07	0.29	0.98	-0.60	0.99	0.50	1.43	0.70	2.04	1.24	0.15	0.98
141	-0.51	1.18	0.00	2.07	0.41	0.98	-1.46	0.18	1.58	0.08	0.72	1.04	0.75	1.65	-0.30
142	0.33	0.14	-0.92	-2.02	-0.92	0.28	1.98	-0.63	-0.33	-0.83	0.05	0.05	0.75	-0.45	0.94
143	-0.31	-0.89	-1.84	2.07	-1.04	0.98	-0.60	1.91	-0.33	0.07	0.03	2.04	-0.21	-1.36	1.26
144	0.20	0.14	1.82	-0.62	1.50	-0.36	1.12	0.18	-0.01	-0.37	0.11	0.05	1.24	-0.15	-0.45
145	0.00	-1.72	-0.94	0.02	-0.52	-0.36	0.26	-0.74	-2.25	1.43	1.39	1.05	0.45	-1.66	-0.23
146	0.27	1.18	-0.02	0.02	1.10	-0.36	-0.60	1.91	-2.25	-0.15	0.03	0.05	-0.70	1.35	-0.16
147	-0.51	0.14	-0.02	-0.60	-0.40	0.28	-0.60	0.18	-0.01	-0.15	1.47	-0.95	0.28	-0.45	0.04
148	0.79	-0.89	0.90	0.02	0.17	-1.00	0.26	0.99	-2.25	1.43	1.47	-0.93	-2.75	-1.66	-2.23
149	0.07	-0.89	-0.94	0.67	-2.42	0.85	-0.60	0.18	-3.52	1.43	2.23	-0.95	0.58	-1.66	0.69
150	-1.80	-0.89	0.92	0.80	-1.04	-1.51	-1.46	-0.63	-0.33	-0.16	-1.33	0.05	-0.21	-1.66	-1.32

