

**ANALISIS DAYA TARIK WISATA BUDAYA
DI PROVINSI LAMPUNG**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

FIDAUS

1512110072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKADAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2019



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini dengan judul **“ANALISIS DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI PROVINSI LAMPUNG”** adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah hak milik saya dan pertanggungjawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 11 September 2019



FIRDAUS

NPM. 1512110072

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL : **ANALISIS DAYA TARIK WISATA BUDAYA
DI PROVINSI LAMPUNG**

NAMA : **FIRDAUS**

NPM : **1512110072**

JURUSAN : **S1 – MANAJEMEN**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam siding
Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI** pada
jurusan **MANAJEMEN IIB DARMAJAYA**.

Bandar Lampung, 11 September 2019

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

M. Ariza Eka Ysendra, S.P.,M.M

NIK. 2990313

Mengetahui,

Ketua Program Studi



HALAMAN PENGESASAHAN

Pada tanggal 11 September tahun 2019 ruang F.2.3 yang telah diselenggarakan Sidang SKRIPSI dengan judul **ANALISIS DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI PROVINSI LAMPUNG** Untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI, bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa : FIRDAUS
NPM : 151110072
Jurusan : MANAJEMEN

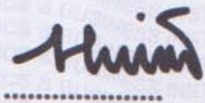
Dan dinyatakan LULUS oleh dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama

Status Tanda Tangan

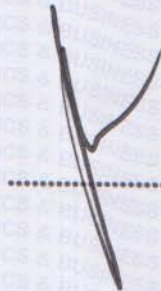
1. Aswin, S.E., M. M

-Pengiji I



2. Muhammad Saputra.S.E.,M.M

-Penguji II



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya



Dr. Faurani I Santi Singagerda, SE.,M.Sc

NIK. 30040419

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Desa Negara AjiTua, tanggal 25November 1996, sebagai anak keEmpat dari Lima bersaudara yang dilahirkan dari pasangan Bapak Hambali dan Ibu SitiNurhayati.

1. Identitas

- a. Nama :Firdaus
- b. NPM :1512110072
- c. Agama : Islam
- d. Alamat :Negara AjiTua Kabupaten Lampung Tengah
- e. Suku : Lampung
- f. Kewarganegaraan : Indonesia
- g. E-mail : Firdaus@gmail.com
- h. HP :082281672177

2. RiwayatPendidikan

- 1. Tahun 2009 menyelesaikan pendidikan SekolahDasar di SD Negeri 01 Negara AjiTua.
- 2. Tahun 2012 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 01 GunungSugih.
- 3. Tahun 2015 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK2 MeiBandar Lampung.
- 4. Tahun 2015 terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen padaJenjang Strata (S1)di InstitutInformatikadanBisnisDarmajaya Bandar Lampung.

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang dan dengan Ridho Allah SWT, karya ini penulis persembahkan kepada...

1. Teruntuk kedua orang tua ku persembahkan Skripsi ini Kepada Ayahanda *Hambali* meskipun tubuhmu tidak segagah dahulu lagi, tapi kerjakeras dan do'a mu selalu semangat yang luar biasa tiada hentinya, dan Ibunda Siti Nurhayati tercinta yang telah memberikan seluruh materi sertadoanya, dan kesabaran yang tiada batas, akan kutanam dalam hidupku, semoga Allah SWT menggantikandengansurga Nyakelak, Amin.
2. Kakakku Hendra, *Komariah, Herwan,* dan adikku Sahroni terima kasih atas sega dukungan dan semangat yang telah di berikan.
3. Yang Tercinta, *Milla Anugrah. Amd.* Keperima kasih untuk mendampingi kudari awal masuk kuliah hingga terselesaikan nya tugas akhir ini dan semangat yang telah di berikan.
4. Teman seperjuanganku Ryan Saputra terima kasih atas waktu dan semangat serta dukungan sehingga terselesaikan nya tugas akhir ini.
5. Tak lupa penulis ucapkan terima kasih untuk seluruh angkatan manajemen atas kebersamaan dimasa perkuliahan.

MOTTO

*Baktiku kedapdakeduaorangtuaku, serta
Tuhanku penentujuan*

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

ABSTRAK

ANALISIS DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI PROVINSI LAMPUNG

Oleh

FIRDAUS

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang paling penting daya tarik wisata budaya di Provinsi Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah Wisatawan yang berkunjung di Berbagai wisata Budaya di Provinsi Lampung dengan sampel sebanyak 100 sampel dan teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah teknik *Non Probability Sampling* dengan pengambilan sampel menggunakan *Sampling Purposive* Penelitian ini menggunakan Program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 20 dengan metode Cochran Q Test. Penelitian ini di mulai me-list 24 Faktor yang sering di pertimbangkan oleh wisatawan domestik saat menentukan pilihan wisata budaya di Provinsi Lampung.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang paling penting atau dominan yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung yaitu “Adat istiadat yang beragam” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang wajar karena apabila seseorang ke suatu tempat dimana kita harus mengenal Adat istiadat dari asal daerah tersebut supaya para wisatawan memahami apa kultur budaya di daerah Provinsi Lampung, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung

Kata Kunci : Cochran Q Test, Pariwisata, Wisatawan, Daya Tarik Wisata dan Faktor Pertimbangan Wisata Budaya.

ABSTRACT

ANALYSIS OF CULTURAL TOURIST ATTRACTION IN LAMPUNG PROVINCE

**By:
FIRDAUS**

The objective of this study was to determine the effect of what are the most important factors of cultural tourism attraction Lampung province. The population in this study was the tourists who visited various cultural tourism in Lampung Province with the sample of 100 samples and the sampling technique used was the *non probability sampling* techniques with sampling using the *purposive sampling*. This research used SPSS (Statistical Program) Program and Service Solution) 20 with the Cochran Q Test method. This research began to list 24 factors that were often considered by the domestic tourists to determine the choice of the cultural tourism in Lampung Province. The results in this study indicated that the most important factors or dominant that affected the cultural tourism attraction in the Province Lampung is "Diverse customs" based on the proportion of answers Yes and No. This is a natural thing because if someone goes to a place where he has to get to know the customs of the origin of the area, so the tourists understand what culture is in the area of Lampung Province. Therefore, this factor can determine the attractiveness of tourists to visit to Lampung Province

Keywords: Cochran Q Test, Tourism, Tourists, Travel Attractions and Cultural Tourism Consideration Factors.

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALIS DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI PROVINSI LAMPUNG”**.

Skripsi merupakan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Manajemen IIB Darmajaya Bandar Lampung. Penelitian ini cakupannya luas karena perpaduan dari berbagai mata kuliah yang telah ditempuh pada semester sebelumnya seperti Statistik Deskriptif, Statistika Inferens, Manajemen Pemasaran, Metodologi Penelitian, Riset Pemasaran, dan Seminar Manajemen Pemasaran.

Dengan selesainya skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA.,M.Sc selaku Rektor IIB Darmajaya.
2. Ibu Dr. Faurani I Santi Singagerda, SE.,M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.
3. Ibu Aswin,S.E.,M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen IIB Darmajaya.
4. Bapak M.Ariza Eka Yusendra, S.P.,M.M , selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing serta mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
5. Keluargaku Bapak, Ibu dan adik-adikku tercinta yang selalu setia mendukungku baik dalam materil maupun spiritual selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar terutama Jurusan Manajemen yang telah membagi ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis dalam pembelajaran.

7. Teman - teman Manajemen angkatan 2015 yang tidak dapat penulis sebutkan satu - persatu karena tidak hentinya - hentinya memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Dan terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penyusun menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Semua ini tidak luput dari keterbatasan penyusun, terutama dalam membuat suatu karya tulis dan di samping itu juga keterbatasan mengenai literatur yang ada pada penyusun. Adanya kekurangan tersebut tidak menutup kemungkinan timbulnya kritik serta saran dari berbagai pihak dan hal ini memang sangat penyusun harapkan sehingga akan lebih memberikan pengetahuan kepada penyusun yang lebih jauh dan lebih baik untuk kesempurnaan tulisan dimasa mendatang.

Bandar Lampung, 11 September 2019

Penulis

FIRDAUS
1512110072

DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
IDENTITAS DAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTO.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian.....	9
1.3.3 Ruang lingkup tempat.....	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	9
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Bagi Peneliti.....	9
1.5.2 Bagi Tempat Peneliti	10
1.5.3 Bagi Reponden.....	10
1.5.2 Bagi Institusi Pendidikan	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II Landasan Teori.....	12
2.1 Pemasaran Parwisata	12
2.1.1 Devinisi Pariwisata	12

2.2 Wisata Budaya	13
2.2.1 Pengertian Wisata Budaya	13
2.2.2 Konsep Pariwisata Budaya	13
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisata Budaya.....	14
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.4 Kerangka pemikiran	18
BAB III Metode Penelitian.....	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Sumber Data	19
3.3 Metode Pengumpulan Data	19
3.4 Populasi dan Sampel.....	20
3.4.1 Populasi	20
3.4.2 Sampel	20
3.5 Definisi Oprasional Variabel.....	21
3.6 Uji Persyaratan Instrumen	23
3.6.1 Uji Validitas	23
3.6.2 Uji Reliabilitas	23
3.7 Metode Cochran Q Test Untuk Menentukan Faktor Dominan.....	24
BAB IV Hasil Dan Pembahasan	27
4.1 Deskripsi Data	27
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	27
4.2 Hasil Uji Persyarat Intrumen	31
4.2.1 Hasil Uji Validitas	31
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	33
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	34
4.4 Uji Cochran.....	35
4.4.1 Langkah Pertama	36
4.4.2 Langkah kedua.....	39
4.4.3 Langkah ketiga	41
4.4.4 Langkah keempat.....	43
4.4.5 Langkah kelima	45
4.4.6 Langkah keenam.....	47

4.5 Pembahasan	50
BAB V Kesimpulan dan saran.....	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1(Kunjungan Wisatawan Nusantara 2018)	3
Tabel 1.2(Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2018)	4
Tabel 1.3(Jumlah Data animo promosi wisatadi provinsi lampung tahun 2014-2018).....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Table 3.1(Tabel Definisi Operasional Variabel).....	22
Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi	24
Tabel 4.1(Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin)	27
Tabel 4.2(Karakteristik responden berdasarkan Usia)	28
Tabel 4.3(Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan)	28
Tabel 4.4(Karakteristik responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran / Bulan)	29
Tabel 4.5(Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir)	29
Tabel 4.6(Karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 1).....	30
Tabel 4.7(Karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 2).....	30
Tabel 4.8(Hasil Perhitungan Validitas masing-masing Faktor)	32
Tabel 4.9. (Hasil Perhitungan Reliabilitas).....	33
Tabel 4.10 (Deskripsi Jawaban Responden).....	34
Table 4.11(Hasil Test Statistics Langkah Ke-1)	37
Table 4.12 (Frekuensi Langkah Ke-1).....	38
Table 4.13(Hasil Test Statistics Langkah Ke-2)	38
Table 4.14(Frekuensi Langkah Ke-2)	40
Table 4.15(Hasil Test Statistics Langkah Ke-3).....	41
Table 4.16(Frekuensi Langkah Ke-3).....	42
Table 4.17(Hasil Test Statistics Langkah Ke-5)	45
Table 4.18(Frekuensi Langkah Ke-5)	46
Table 4.19(Hasil Test Statistics Langkah Ke-6)	47
Table 4.20(Frekuensi Langkah Ke-6)	48
Table 4.21(Faktor-FaktorDominan Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Budaya di Provinsi Lampung)	49

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

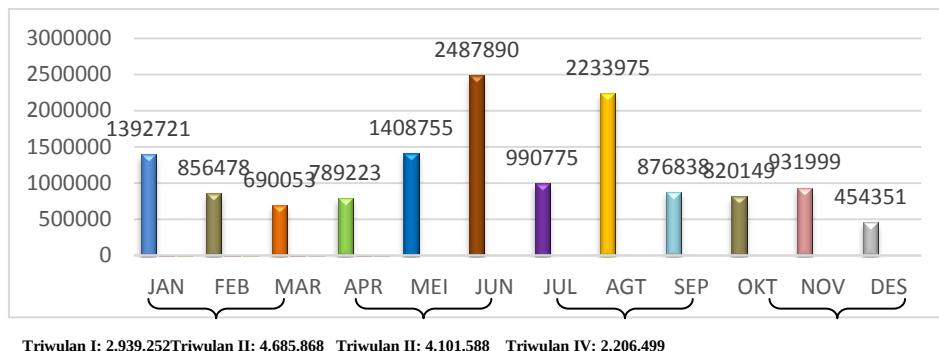
Indonesia merupakan negara yang multikultural, yang memiliki ciri khas berupa keanekaragaman budaya. Ciri khas negara Indonesia tersebut dapat dijadikan sebagai potensi keunggulan tersendiri untuk dikembangkan di bidang pariwisata, terlebih negara Indonesia banyak terdapat tempat-tempat menarik bagi wisatawan mancanegara, diantaranya wisata alam, wisata religi, wisata kuliner, dan wisata secara umum. Sektor pariwisata telah tumbuh menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan tercepat di dunia dan menjadi lokomotif pertumbuhan ekonomi. Bahkan sektor pariwisata terbukti mampu memberikan kontribusi sebesar 9% pada Produk Domestik Bruto (PDB) Global. Di tengah kesibukan dan aktivitas masyarakat, berwisata adalah hal yang sangat diperlukan oleh setiap orang. Banyak sekali objek wisata yang dipilih oleh wisatawan. Ada yang suka dengan wisata alam, wisata budaya dan ada juga yang lebih suka dengan wisata buatan. Indonesia adalah salah satu negara yang mempunyai beragam objek wisata dikarenakan banyaknya budaya, adat istiadat, kepercayaan, musim, suku, dan lain sebagainya. Objek wisata dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang belum dikembangkan merupakan sumber daya yang potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu perkembangan dari objek tersebut. Tanpa adanya daya tarik di suatu tempat maka untuk kepariwisataan tersendiri sulit untuk dikembangkan. Wisata budaya menjadi salah satu hal yang dapat menarik wisatawan.

Wisata budaya lahir dari warisan leluhur atau nenek moyang yang dikembangkan dan dikenalkan oleh pewarisnya. Untuk memperkenalkan budaya sebagai salah satu aspek dalam menarik minat wisatawan berkunjung maka harus ada strategi untuk menjaga

budaya nya sendiri dan dari segi kompetitifnya. daya tarik wisata budaya yang terlibat dalam lingkungan pasar yang sangat kompetitif karena dalam hal pengadaanya untuk pasar pariwisata budaya semakin dibanjiri dengan daya tarik baru, rute budaya dan pusat warisan dan di dalam hal permintaannya terdapat permintaan yang cepat berubah dari pelanggan.

Provinsi Lampung merupakan salah satu Provinsi yang berada Pulau Sumatera, yang memiliki banyak tempat wisata budaya yang menarik dikunjungi oleh wisatawan. Lampung memiliki beberapa kawasan destinasi wisata budayadi antaranya dari kerajinan tradisional berupa kerajinan kain tapis, rumah adat masyarakat Lampung (Anjungan) digunakan sebagai pertunjukan seni budaya yang memperkenalkan rumah adat dari masing-masing kabupaten yang di adakan setahun sekali yang di kenal dengan istilah *Lampung Fair* pertunjukan itu bertujuan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke lampung, dan masyarakat lampung memilii kegiatan berupa festival diantaranya festival krakatau, festival waykambas, festival skala brak, festival teluk stabas, festival semarak pulau pisang, festival bamboo rafting way besay, festival lampung fashion/ tapis week, festival cakak buah dan negri sakura, festival muli mekhanai. Masyarakat lampung menyimpan peninggalan bersejarah di museum lampung beralamat di Jl ZA. Pagar Alam No.64 Bandar Lampung *pesona wisata budaya di Provinsi Lampung* yang menjadi kebanggaan bagi masyarakat lampung.

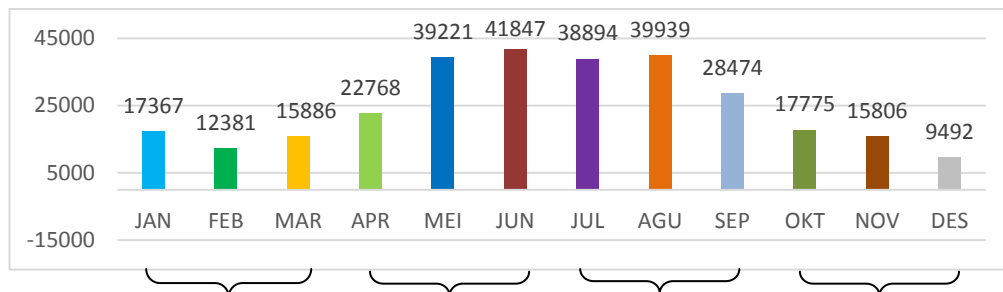
Tabel 1.1
(Kunjungan Wisatawan Nusantara 2018)



Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Lampung

Dari data diatas realisasi kunjungan Wisatawan Nusantara Tahun 2018 yaitu 13.933.207 dari target sebesar : 12.000.000. data kunjungan pada bulan Januari berjumlah 1392721, dan pada bulan Februari mencapai nilai kunjungan berjumlah 856478, sedangkan pada bulan Maret berjumlah 690059, April data kunjunganwisatawan nusantara892223, dan data kunjungan pada bulan Mei berjumlah 1408755, dan data kunjungan pada bulan Juni 2487890, sedangkan data kunjungan pada bulan Juli 990775, data kunjungan pada bulan Agustus mencapai nilai 2233975, dan data kunjungan pada bulan September berjumlah 876838, pada bulan Oktober data kunjungan berjumlah 820149, dan pada bulan November berjumlah 931999, pada bulan Desemberdata kunjungan berjumlah 454351. Data kunjungan wisatawan nusantara 2018 tertinggi pada bulan Juli yang mencapai nilai kunjung 2487890, sedangkan kunjungan terendah terdapat pada bulan Maret 856478 dan pada bulan Desember 454351.

Tabel 1.2
(Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2018)



Triwulan I : 45.634 Triwulan II : 103.835 Triwulan III : 4.101.588 Triwulan IV : 2.206.499

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Lampung

Realisasi kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2018: 274.742 dari target terbesar :250.000. Dari data diatas realisasi kunjungan Wisatawan mancanegara Tahun 2018 yaitu 13.933.207 dari target sebesar : 12.000.000. data kunjungan pada bulan Januari berjumlah17367, dan pada bulan Februari mencapai nilai kunjungan berjumlah12381, sedangkan pada bulan Maret berjumlah 15886, April data kunjunganwisatawan mancaegara 22768, dan data kunjungan pada bulan Mei berjumlah 39221, dan data kunjungan pada bulan Juni 41847 sedangkan data kunjungan pada bulan Juli 38894, data kunjungan pada bulan Agustus mencapai nilai 39939, dan data kunjungan pada bulan September berjumlah 28474, pada bulan Oktober data kunjungan berjumlah 17775, dan pada bulan November berjumlah 15806, pada bulan Desember data kunjungan berjumlah9492. Data kunjungan wisatawan mancanegara 2018 tertinggi pada bulan Juni yang mencapai nilai kunjung 41847, sedangkan kunjungan terendah terdapat pada bulan Februari 12381 dan pada bulan Desember 9492.

Dalam Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan yang Maha esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan

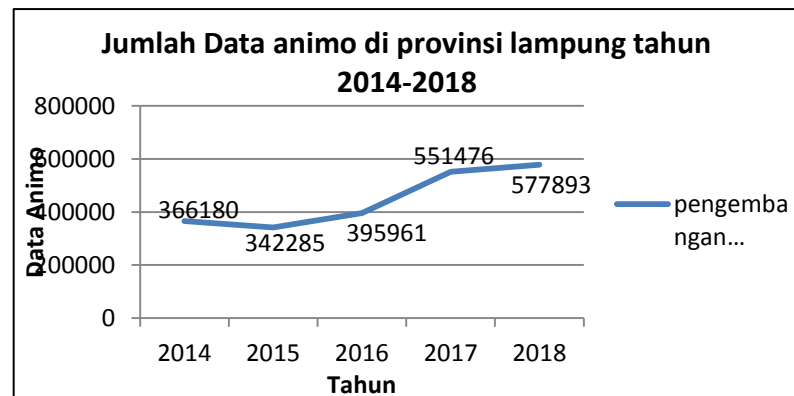
kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata merupakan bagian dari hak asasi manusia, kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan untuk kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global.

Didalam potensi pariwisata budaya sangat memiliki prospek yang besar untuk kedepannya. Akan tetapi budaya itu sendiri pada masyarakat Lampung hampir hilang. Hanya generasi tua saja yang masih mau mempertahankan nya. Untuk menarik jumlah wisatawan yang datang ke Lampung dinas pariwisata setempat beserta pemuka adat membuat suatu pagelaran besar yang menampilkan segala aspek kebudayaan masyarakat lampung sejak zaman nenek moyang masyarakat Lampung. Pagelaran tersebut di sebut Krakatau Fest. Krakatau Fest merupakan pagelaran yang di lokasi Gunung Krakatau berada. Akan tetapi kegiatan ini hanya di lakukan setahun sekali.

kondisi wisata budaya di Provinsi Lampung kini telah mengalami banyak perkembangan baik dari segi ekonomi, budaya, maupun pariwisata. Contoh yang kita lihat adalah seperti, wisata budaya menara siger dan festival krakatau, dimana mayoritas masyarakat lampung sangat mengembangkan dan memegang teguh nilai budaya yang ada, sehingga menarik perhatian para wisatawan untuk berkunjung ke wisata budaya tersebut. Sebagian wisata budaya di provinsi lampung sudah mengalami peningkatan yang sangat baik

dan menjadi icon masyarakat lampung seperti menara siger lampung yang menciri khas kan symbol dan budaya masyarakat lampung.

Tabel 1.3
(Jumlah Data animo promosi wisatadi provinsi lampung tahun 2014-2018)



Sumber: DinasPariwisataProvinsi Lampung

Dari data di atas menunjukkan bahwa data animo promosi wisata provinsi lampung mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebanyak 577.893 orang dan pang rendah pada tahun 2015 sebanyak 342.285 orang. Wisata budaya di provinsi lampung yang saat ini mungkin juga cukup membuat daya tarik berkunjung para animo atau wisatawan untuk melakukan wisata budaya di provinsi lampung. Wisata budaya merupakan destinasi budaya sangat unik, kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu (seseorang atau sekelompok orang) dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan tujuan untuk mempelajari daya tarik budaya atau memanfaatkan potensi budaya dari tempat yang dikunjungi. Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan wisata budaya di provinsi lampung di karnakan masyarakat lampung masih terus melestarikan serta menjunjung tinggi nilai budaya sehingga mempengaruhi minat wisata untuk melakukan wisata budaya.

Dalam memperkenalkan wisata baru dan untuk mengetahui bagaimana daya tarik wisatawan untuk berkunjung maka harus ada strategi dari pengelola untuk mengenalkan dan mempertahankan kepada calon wisatawan. Selain

faktor budaya hal terpenting lainnya yang bisa menarik wisatawan untuk berkunjung adalah dari tingkat keunikannya. Karena semakin unik tempat wisata tersebut akan semakin menarik konsumen untuk berkunjung. Hal ini selaras dengan isi Undang-undang no 10 tahun 2009 daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Faktor budaya menjadi salah satu hal yang dapat menarik wisatawan. Faktor budaya lahir dari warisan leluhur atau nenek moyang yang dikembangkan dan dikenalkan oleh pewarisnya. Untuk memperkenalkan budaya sebagai salah satu aspek dalam menarik minat wisatawan berkunjung maka harus ada strategi untuk menjaga kebudayaan yang ada dari segi warisan budaya nya sendiri dan dari segi kompetitifnya. daya tarik wisata budaya yang terlibat dalam lingkungan pasar yang sangat kompetitif karena dalam hal pengadaanya untuk pasar pariwisata budaya semakin dibanjiri dengan daya tarik baru, rute budaya dan pusat warisan dan di dalam hal permintaannya terdapat permintaan yang cepat berubah dari pelanggan.

Permasalahan yang menjadi kendala dalam pengembangan objek wisata yaitu belum tumbuhnya kesadaran masyarakat akan potensi pariwisata yang ada di provinsi lampung, di samping pengelolaan usaha wisata yang belum dilaksanakan secara maksimal. Kelemahan yang paling mendasar dalam pengelolaan objek-objek wisata selama ini adalah masalah Sanitasi, kebersihanLingkungan, kendaraan terbatas jumlah pemandu wisata dan kurang menguasai penggunaan bahasa inggris atau bahasa asing , serta penjual makanan yang kurang memperhatikan kebersihan. Permasalahan di atas menunjukkan bahwa Pemerintah provinsi lampung belum secara maksimal dalam mengelola dan mengembangkan objek wisata yang ada di provinsi lampung . Upaya yang belum serius tersebut, dapat dilihat dari beberapa *event* wisata tidak memberikan pemasukan bagi peningkatan ekonomi dan tidak

berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan rakyat artinya sifat kegiatannya masih seremonial saja sehingga menimbulkan banyak keluhan masyarakat.

Menurut pemaparan Yusuf yang dikutip dalam Tahwin (2003) pemerintah dalam hal ini para stakeholder kepariwisataan diharapkan mampu menyadari besarnya potensi kepariwisataan di daerahnya dan berupaya untuk menggali, mengembangkan, serta membangun objek wisata tersebut yang merupakan modal awal untuk bangkitnya kesejahteraan masyarakat lokal. Komitmen tersebut harus ditindaklanjuti. Menurut Yoeti (2002) daya tarik wisata atau atraksi adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata seperti atraksi alam, atraksi budaya, atraksi sosial, atraksi yang di bangun (gedung, bangunan bersejarah, dan arsitek moderen, monumen, dan taman). Menurut Pitana dan Diarta (2009), atraksi adalah elemen-elemen dalam destinasi yang memotivikasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut wisatawan mancan negara umumnya juga menuntut penyediaan atraksi yang melibatkan wisatawan secara aktif dari diversifikasi atraksi yang bersifat rekreasional (halim, dkk, 2006).

Kurangnya kegiatan promosi pariwisata di Provinsi Lampung juga menjadikan rendahnya kunjungan wisatawan dibandingkan dengan daya tarik wisata di provinsi lainnya. Kemudian aksesibilitas, fasilitas dan sarana prasarana penunjang pariwisata di Provinsi Lampung juga masih minim. Hal ini menjadikan wisatawan sulit mendapatkan kemudahan dan kenyamanan ketika melakukan kegiatan wisata di Trowulan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian terkait analisis daya tarik wisata budaya di provinsi lampung tersebut terkait dengan upaya yang tepat dalam penyelesaian permasalahan yang terjadi. Dengan pembahasan diatas penulis tertarik mengakat judul **“Analisis Daya Tarik Wisata Budaya Di Provinsi Lampung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang telah yang disampaikan diatas maka rumusan masalah yang akan di teliti adalah “Apa saja faktor-faktor yang dominan untuk membentuk **“Analisis Daya tarik wisata budaya di Provinsi Lampung ?”**

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah pengunjung wisata budaya di Bandar lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah daya tarik wisata budaya di Bardar lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup penelitian ini adalah di Bardar lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan adalah waktu berdasarkan surat keputusan yang telah diterima penulis yaitu dari Oktober 2018 hingga Januari2019

1.3.5 Ruang Lingkup ilmu penelitian

Ruang Lingkup Ilmu Penelitian adalah daya tarik wisata budaya di Bandar lampung.

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang Meningkatkan Daya tarik wisata budaya di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan atau pengetahuan tentang wisata budaya di provinsi Lampung.

1.5.2 Bagi Tempat Peneliti

Sebagai bahan masukan bagi tempat penelitian dalam meningkatkan tentang wisata budaya di provinsi Lampung

1.5.3 Bagi Respoden

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pariwisata budaya provinsi Lampung

1.5.4 Bagi Institusi

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan informasi dan sebagai tambahan refrensi sebagai mahasiswa di institusi pendidikan, serta dapat menambah rasa ingin tahu mahasiswa terhadap pariwisata budaya di provinsi Lampung

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dibuat agar dapat memperoleh gambaran yang menyeluruh serta mempermudah pemahaman atas penelitian. Kerangka penulisan penelitian ini disajikan dalam lima bab yang masing-masing dijabarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan penjelasan tentang Analisis Daya Tarik Wisata Budaya Provinsi Lampung.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat teori-teori yang akan digunakan untuk penelitian, teori yang mendukung penelitian. Bab ini berisi tentang apa itu Pariwisata budaya, Daya Tarik Wisata Budaya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan bentuk apa saja yang digunakan untuk penyelesaian permasalahan yang ada pada Daya Tarik Wisata Budaya Provinsi Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat sumber kepustakaan yang digunakan dalam pelaksanaan dan pembuatan skripsi, daftar buku-buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian orang, dan bahan-bahan yang dijadikan referensi.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi data yang dapat mendukung atas memperjelas pembahasan atau uraian yang dikemukakan dalam bab-bab sebelumnya. Data tersebut dapat berupa gambar, table, formulir, ataupun flowchart.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran Pariwisata

2.1.1 Definisi Pariwisata

Hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Suwanto dalam Kurniawan, 2015).

Menurut Middleton, Fyall dan Morgan dalam Yusendra, Vol 5, No 2 (2015) mendefinisikan pariwisata sebagai semua kegiatan dengan perjalanan dalam jangka waktu pendek menuju ke destinasi/lokasi diluar area tempat mereka tinggal, hidup, bekerja dan menjalani aktivitas sehari-hari. Senada dengan Middleton dan Clarke, Hunziker dan Krapf dalam Yusendra, Vol 5, No 2 (2015), mendefinisikan kepariwisataan adalah keseluruhan gejala (fenomena) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia diluar tempat tinggalnya dengan maksud bukan untuk tinggal menetap ditempat yang disinggahi dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah. Penjelasan yang lebih lengkap diberikan oleh Golder dan Ritchie dalam Yusendra, Vol 5, No 2 (2015), dimana pariwisata merupakan kegiatan dari orang-orang yang mengunjungi tempat tertentu untuk jalan-jalan, mengunjungi teman dan kerabat, mengambil liburan, dan bersenang-senang. Orang-orang tersebut mungkin menghabiskan waktu luang mereka terlibat dalam berbagai olahraga, berjemur, silaturahmi, bernyanyi, mengambil perjalanan, tur, membaca, atau hanya menikmati lingkungan.

2.2 Wisata Budaya

2.2.1 Definisi Wisata Budaya

Timothy dan Nyaupane (2009) menyebutkan bahwa pariwisata budaya yang disebut sebagai *heritage tourism* biasanya bergantung kepada elemen hidup atau terbangun dari budaya dan mengarah kepada penggunaan masa lalu yang *tangible* dan *intangible* sebagai riset pariwisata. Hal tersebut meliputi budaya yang ada sekarang, yang diturunkan dari masa lalu, pusaka non-material seperti musik, tari, bahasa, agama, kuliner tradisi artistik dan festival dan pusaka material seperti lingkungan budaya terbangun termasuk monumen, katredal, museum, bangunan bersejarah, kastil, reruntuhan arkeologi dan reliq.

Ahimsa-Putra (2004) mendefinisikan wisata budaya yang lestari (*sustainable*) adalah wisata budaya yang dapat dipertahankan keberadaannya. Tumbuhnya model pariwisata budaya yang berkelanjutan atau sustainable *cultural tourism* tampak sebagai reaksi terhadap dampak negatif dari pariwisata yang terlalu menekankan tujuan ekonomi (Suranti, 2005), yang pada dasarnya bertujuan agar eksistensi kebudayaan yang ada selalu diupayakan untuk tetap lestari. Untuk mempertahankan keberadaan suatu wisata budaya maka harus mempertahankan pula budaya menjadi daya tarik utama dari wisata ini. Dengan kata lain harus ada pengelolaan pusaka budaya yang baik.

2.2.2 Konsep Pariwisata Budaya

Obyek daya tarik wisata dijelaskan oleh Hadiwijoyo (2012: 49) sebagai suatu bentukan dan fasilitas yang saling berhubungan dan menjadi alasan/sebab wisatawan mengunjungi suatu daerah atau tempat tertentu. Obyek daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu: obyek wisata alam atau lingkungan (ekowisata), obyek wisata sosial budaya dan obyek wisata minat khusus (*Special Interest*).

Sillberberg dalam Damanik (2013: 118) mendefinisikan pariwisata budaya sebagai kunjungan orang dari luar destinasi yang didorong oleh ketertarikan pada objek-objek atau peninggalan sejarah, seni, ilmu pengetahuan dan gaya hidup yang dimiliki oleh kelompok, masyarakat, daerah ataupun lembaga. Sedangkan Kristiningrum (2014: 47) mendefinisikan pariwisata budaya sebagai wisata yang didalamnya terdapat aspek/nilai budaya mengenai adat istiadat masyarakat, tradisi keagamaan, dan warisan budaya di suatu daerah.

Pariwisata budaya berhubungan erat dengan Daya tarik wisata budaya. Penjelasan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) pasal 14 ayat (1) huruf b menjelaskan bahwa daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dibedakan menjadi dua yaitu daya tarik wisata budaya yang bersifat berwujud (*tangible*) dan daya tarik wisata budaya yang bersifat tidak berwujud (*intangible*).

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisata Budaya

Menurut I Gusti Bagus Rai Utama (2016, p.142) yang menjadi faktor untuk berwisata budaya dikarenakan memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan spot foto yaitu Puncak Mas, dan Bukit Sakura adalah sesuatu yang mendorong konsumen memilih destinasi wisata. Indikator dari variabel faktor dalam penelitian ini mengacu dari penelitian Yusendra (2015) yang mempunyai 24 faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata:

1. Motivasi personal, merupakan faktor penggerak maupun dorongan yang dapat memicu timbulnya rasa semangat dan juga mampu merubah tingkah laku manusia atau individu untuk memilih destinasi wisata
2. Ketersediaan obyek dan produk wisata, adanya objek wisata yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan.
3. Rekomendasi dari travel agent, mendapatkan saran dari travel agent, saran yang buruk atau tidak pantas diberikan oleh agen dapat mempengaruhi wisatawan untuk memiliki liburan yang tidak memuaskan dapat mempengaruhi keputusan mereka dimasa yang akan datang,
4. Informasi destinasi wisata dari organisasi pariwisata dan travel agent, kemudahan untuk mendapatkan informasi baik dari objek wisata, organisasi pariwisata, dan media wisata lainnya.
5. *Word-of-mouth*, mendapatkan rekomendasi dari keluarga ataupun teman mengenai objek wisata.
6. Kondisi politik dan keamanan, adanya issue politik bersangkutan dengan tempat yang dikunjungi, contohnya permohonan pembuatan visa, adanya konflik dan permasalahan seperti demonstrasi yang dilakukan oleh masyarakat sekitar.
7. Kondisi higienitas lingkungan, informasi yang diberikan kepada calon wisatawan mengenai segala sesuatu dari masalah kebersihan, kesehatan dan persyaratan atau peraturan yang harus dilakukan baik sebelum dan pada saat di daerah tujuan.
8. Special promo dari organisasi pariwisata atau travel agent, mendapatkan penawaran yang khusus dari pihak pelaku bisnis pariwisata.
9. Cuaca dan iklim, perbedaan cuaca dan suasana tempat yang dituju menjadi salah satu faktor keputusan wisatawan untuk berwisata.
10. Sikap, opini & persepsi, sikap seorang wisatawan dalam mengevaluasi kegiatan wisata yang telah dilakukan apakah sudah sesuai dengan persepsinya mengenai destinasi sebelum wisatawan melakukan kegiatan.
11. Gaya hidup, Merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.

12. Pengetahuan saat ini tentang destinasi wisata, didasari oleh pengetahuan yang diperoleh oleh wisatawan mengenai potensi objek wisata.
13. Hobi dan ketertarikan, wisatawan melakukan perjalanan karena adanya ketertarikan antara hobi dengan tempat tujuannya.
14. Pengalaman masa lalu, pengalaman masa lalu mereka sebagai wisatawan dan jenis produk wisata tertentu yang dibeli baik positif maupun negatif, dan memiliki cerita kehidupan di masa lalu yang mampu memotivasi wisatawan untuk berwisata kembali (nostalgia) yang mungkin sebagai tempat tinggalnya.
15. Komitmen terhadap kerja, motivasi berwisata dipengaruhi dengan adanya waktu libur atau tidak adanya waktu untuk bekerja.
16. Komitmen terhadap keluarga, melakukan perjalanan berdasarkan dorongan dan dukungan dari anggota keluarga.
17. Kesehatan personal, seseorang melakukan perjalanan dalam keadaan sehat dan untuk mendapatkan kesehatan bagi dirinya baik dengan tujuan berobat ataupun untuk menghilangkan stres dengan cara keluar dari kebiasaan sehari-hari dan memilih melakukan perjalanan yang dirancang untuk meningkatkan kesehatan wisatawan.
18. Tingkat pendapatan, pendapatan yang diperoleh oleh wisatawan mampu mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan. Baik jumlah pendapatan yang tinggi akan menjadi fasilitator, sementara pendapatan yang terbatas dan rendah akan menjadi kendala bagi wisatawan untuk berwisata.
19. Kepribadian, Faktor pribadi wisatawan dalam mengunjungi objek wisata
20. Transportasi & akses jalan, akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat objek wisata
21. Fasilitas utama dan pendukung, kelebihan yang dimiliki objek wisata
22. Harga, merupakan sejumlah uang yang dibayarkan seseorang kepada produsen atas pembelian suatu barang atau jasa
23. Event-Event dan hiburan, adanya event tertentu yang ingin dikunjungi di tujuan wisata

24. Teknologi pendukung (internet dan teknologi informasi), teknologi yang dimiliki atau disediakan pada tempat wisata

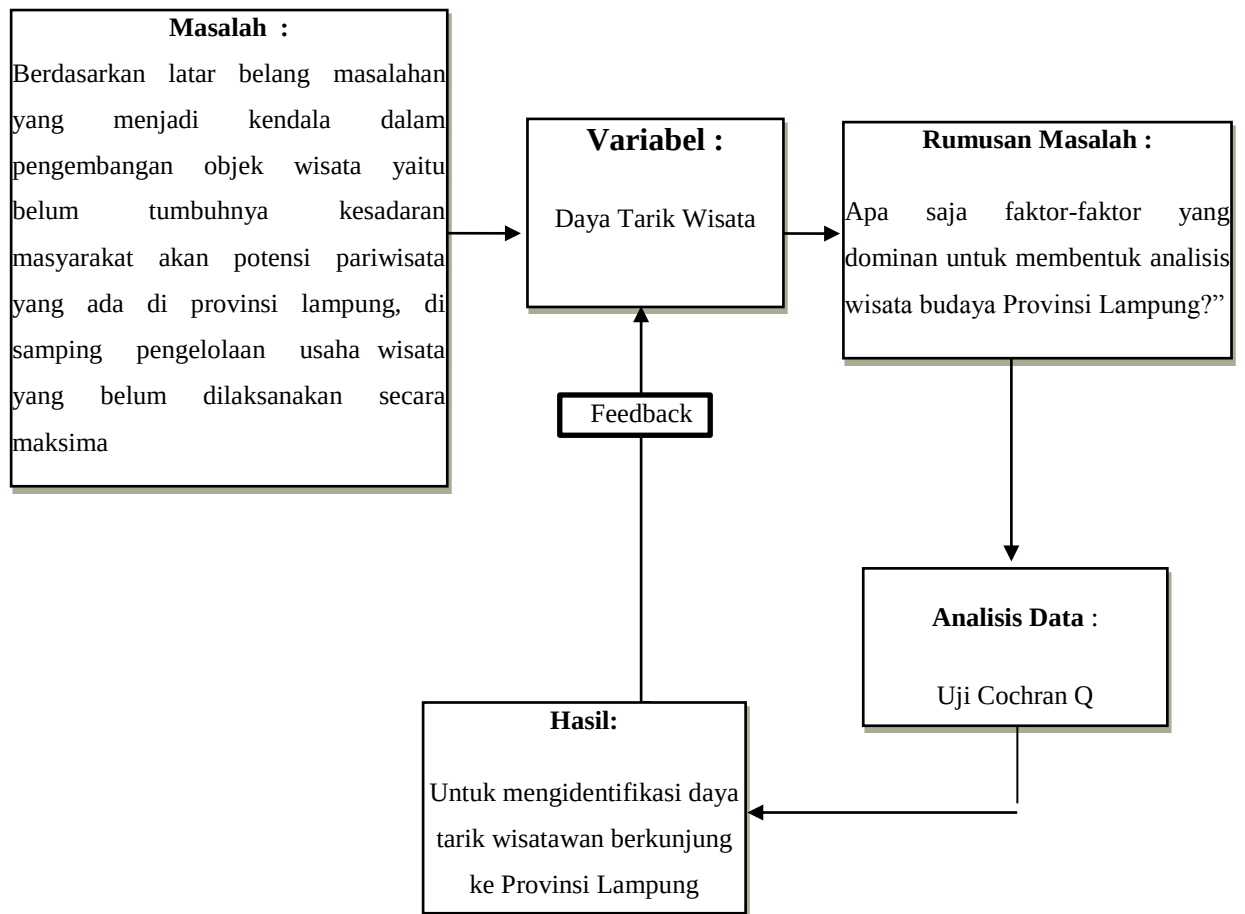
2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul peneliti	Pembahasan	Variabel
1.	Oda I.B. Hariyanto, 2016	Destinasi wisata Budaya dab Religi di Cirebon.	Gambaran tentang Daya tarik wisata Destinasi wisata Budaya dan Religi yang di miliki oleh cirebon.	1. Daya tarik Wisata 2. Wisata Budaya 3. Religi
2.	Oktaniza Nafila, 2013	Penan Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalitikum Gunung Padang	Potensi dalam pengembangan pariwisata Budaya situs Gunung Padang.	1. Pengembangan Pariwisata 2. Pariwisata Budaya 3. Komunitas Kreatif
3.	Dr. Didin Syarifudding, MM., M.,Si, 2016	Nilai Wisata Budaya Seni pertunjukan Saung Angklung Udjo Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia	Wisata Budaya Seni Angklung Udjo di Kota Bandung	1. Nilai Budaya 2. Seni Pertunjukan 3. Daya Tarik Wisata

Sumber: Diolah tahun 2019

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif karena penelitian ini berusaha menggambarkan kondisi sebenarnya untuk mengungkapkan faktor-faktor apakah yang membentuk daya tarik destinasi Wisata Budayadi Provinsi Lampung serta mengetahui faktor-faktor apakah yang paling dominan untuk meningkatkan daya tarik wisata budaya di Provinsi Lampung

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian jenis data yang akan digunakan dalam proses penelitian adalah Data primer merupakan hasil tabulasi dari jawaban responden. Data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data primer didapatkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala guttman. Skala ini terdiri dari 2 kategori jawaban yaitu “ya” dan “tidak”. Bobot nilai diperoleh berdasarkan tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner. Berikut ini merupakan bobot nilai yang diberikan untuk setiap jawaban:

Jawaban “Ya” mendapat nilai 1

Jawaban “Tidak” mendapat nilai 0

3.3 Metode Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti membuat beberapa kuesioner untuk dibagikan kepada wisatawan. Kuesioner disebar dan diberikan dalam bentuk pertanyaan tertutup dan terbuka kepada responden, dengan tujuan responden akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

Kuesioner dengan pertanyaan tertutup diperlukan untuk mengetahui karakteristik pengunjung wisata budaya di Provinsi Lampung, dari setiap pertanyaan tersebut ditentukan skornya dengan menggunakan skala guttman yaitu ya-tidak. Jawaban ya dapat diberi skor 1 dan tidak di beri skor 0.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017;80) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya, pada penelitian ini populasinya adalah pengunjung wisata budaya di Provinsi Lampung.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017;81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus Slovin dalam Anwar Sanusi (2017;101) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n= Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel (10%)

Dimana diketahui:

$$n = \frac{7.536.827}{1+7.536.827(0,1)^2} = \frac{7.536.827}{75.368,28} = 99,99 \rightarrow 100$$

Sampel yang digunakan adalah *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang ia harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.

3.5 Definisi Operasional

Faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata budaya di Provinsi Lampung adalah sesuatu yang mendorong konsumen memilih destinasi wisata. Indikator dari variabel faktor dalam penelitian ini mengacu dari penelitian Yusendra (2015) yang mempunyai 24 faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata:

Table 3.1
(Tabel Definisi Operasional Variabel)

VARIABEL	DEFINISI KONSEP	DEFINISI OPERASIONAL	INDIKATOR	SKALA
Daya Tarik Wisata Budaya	Timothy dan Nyaupane (2009) menyebutkan bahwa pariwisata budaya yang disebut sebagai <i>heritage tourism</i> biasanya bergantung kepada elemen hidup atau terbangun dari budaya dan mengarah kepada penggunaan masa lalu yang <i>tangible</i> dan <i>intangible</i> sebagai riset pariwisata.	Daya Tarik Pariwisata Budaya di Provinsi Lampung	Yusendra (2015) menyebutkan ada 24 faktor yang mempengaruhi pemilihan destinasi wisata yaitu : Motivasi Personal, Ketersediaan Obyek & Produk Wisata, Rekomendasi dari travel Agen, Informasi Destinasi Wisata, Travel Agen, Word-Of-Mouth, Kondisi Politik & Keamanan, Kondisi Higeanitas Lingkungan, Special Promo dari Organisasi, Cuaca & Iklim, Sikap, Opini & Persepsi, Gaya Hidup, Pengetahuan tentang Destinasi Wisata, Hobby & Ketertarikan, Pengalaman Masa Lalu, Komitmen Terhadap Kerja, Komitmen Terhadap Keluarga, Kesehatan Operasional, Tingkat Pendapatan, Kepribadian, Transportasi dan Akses Jalan, Fasilitas Utama dan Pendukung, Harga, Event-event & Hiburan, Teknologi.	Interval

3.6. Uji Persyaratan Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila instrument tersebut bisa mengukur apa yang hendak diukur. (Anwar Sanusi, 2017). Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau ketepatan suatu instrumen. Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus *korelasi product moment*, diolah menggunakan Program SPSS 20 dengan kriteria sebagai berikut :

Prosedur pengujian :

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
 Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
2. Bila probabilitas (sig) $< \alpha$ maka instrumen valid
 Bila probabilitas (sig) $> \alpha$ maka instrumen tidak valid
3. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.
4. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20*).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat diandalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 20. Uji Reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut

sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, untuk mengetahui tingkat reliabel kuisisioner maka digunakan rumus Alpha Cronbach berikut ini:

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono (2017)

1. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20*).
2. Penjelasan dan kesimpulan dengan membandingkan antara koefisien r dengan koefisien alpha cronbach maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan reliabel sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, atau sangat rendah.

3.7Metode Cochran Q Test Untuk Menentukan Faktor Dominan

Menurut Simamora (dalam Yusendra, 2015) Cochran Q-test digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variable yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai mean yang sama. Cochran Q-test ini digunakan jika datanya berbentuk nominal, lebih dari dua sampel, datanya tidak bebas dan memiliki respon biner seperti sukses (1) versus gagal (0) atau ya (1) versus tidak (0). Dengan menggunakan rumus Cochran Q test, kita dapat melakukan pengujian tingkat kepentingan setiap faktor yang valid dan menghilangkan unsur subyektifitas terhadap suatu faktor. Dengan menggunakan uji ini kita akan mengetahui keberadaan hubungan antara beberapa faktor, dimana dari sekian faktor yang dianggap penting oleh konsumen akan dibuang faktor yang banyak mendapatkan jawaban “Tidak” secara iterasi statistik, sampai akhirnya diperoleh faktor yang betul-betul menggambarkan tingkat yang

paling dipertimbangkan (tingkat kepentingan tertinggi) dalam menentukan keputusan pemilihan destinasi wisata. Rumus yang digunakan untuk Cochran Q Test adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k-1) [k(\sum C_j^2) - (\sum C_j)^2]}{k(\sum R_i) - \sum R_i^2}$$

dimana :

Q = Nilai untuk Cochran Test

k = Banyaknya Kolom

C_j = Jumlah Sukses dalam Kolom ke j (Columns)

R_i = Jumlah Sukses dalam Baris ke- i (Rows)

Kriteria pengambilan keputusan

Terima H₀ : $Q \leq X^2_{\text{tabel}(\alpha; db(k-1))}$

Tolak H₀ : $Q \geq X^2_{\text{tabel}(\alpha; db(k-1))}$

Hipotesis yang dibangun pada penelitian ini adalah:

- a. H₀ : Semua faktor yang mempengaruhi pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan Kota Bandar Lampung memiliki proporsi jawab YA yang sama
- b. H_a : Semua faktor yang mempengaruhi pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan di Kota Bandar Lampung memiliki proporsi jawab YA yang berbeda

Keputusan inferensi adalah tolak H₀ dan terima H_a, jika Q hit > Q Tab, dan terima H₀ dan tolak H_a, jika Q hit < Q tab. Dimana:

- a. Jika tolak H₀ berarti proporsi jawaban YA masih berbeda pada semua faktor yang berpengaruh. Artinya belum ada kesepakatan diantara para responden tentang faktor yang dianalisis.
- b. Jika terima H₀ berarti proporsi YA pada semua faktor dianggap sama. Dengan demikian, semua responden dianggap sepakat mengenai semua atribut sebagai faktor yang dipertimbangkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah Data yang menggambarkan telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain:

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1
(Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin)

No	Jenis kelamin	Jumlah (orang)
1	Laki-laki	51
2	Perempuan	49
Jumlah		100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebanyak 51 orang atau 51%.

2. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Tabel 4.2
(Karakteristik responden berdasarkan Usia)

No	Usia	Jumlah (Orang)
1	16-20	14
2	21-25	50
3	26-30	27
4	31-35	4
5	36-40	4
6	41-45	1
Jumlah		100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan Usia, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, Karakteristik responden berdasarkan Usia didominasi oleh Umur 21-25 Tahun sebanyak 50 orang atau 50%.

3. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
(Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan)

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)
1	Pelajar	7
2	Mahasiswa	44
3	Karyawan BUMN	11
4	Wiraswasta	16
5	Karyawan Swasta	9
6	ASN	6
7	Profesional	7
Jumlah		100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan didominasi oleh Pekerjaan Mahasiswa sebanyak 44 orang atau 44%.

4. Karakteristik responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran/ Perbulan

Tabel 4.4

(Karakteristik responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran / Bulan)

No	Pengeluaran/ Bulan	Jumlah (Orang)
1	1-3 Juta	44
2	4-6 Juta	42
3	7-9 Juta	7
4	>10 Juta	7
Jumlah		100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan Rata-rata pengeluaran/ Bulan, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, Karakteristik responden berdasarkan Rata-rata pengeluaran/ bulan didominasi oleh Berpengeluaran 1-3 Juta/ bulan sebanyak 44 orang atau 44%.

5. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5

(Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir)

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)
1	SMP	7
2	SMA	43
3	Diploma	19
4	S1	24
5	S2	4
6	S3	3
Jumlah		100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir didominasi oleh Pendidikan terakhir SMA sebanyak 43 orang atau 43%.

6. Karakteristik responden berdasarkan Pertanyaan 1 yaitu “Apakah anda pernah melakukan kunjungan ke Destinasi wisata yang berbasis Budaya?”

Tabel 4.6

(Karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 1)

No	Jawaban	Jumlah (Orang)
1	Ya	100
2	Tidak	0
Jumlah		100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 1, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, Karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 1 didominasi menjawab Ya, pernah mengunjungi Wisata Budaya Lampung sebanyak 100 orang atau 100%.

7. Karakteristik responden berdasarkan Pertanyaan 2 yaitu “Apakah anda pernah datang ke Provinsi Lampung untuk melakukan kunjungan wisata berbasis Budaya ?”

Tabel 4.7

(Karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 2)

No	Jawaban	Jumlah (Orang)
1	Ya	100
2	Tidak	0
Jumlah		100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.7 karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 2, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada responden, Karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 2 didominasi menjawab Ya, pernah mengunjungi Wisata Budaya sebanyak 100 orang atau 100%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dalam mengukur suatu konstruk, Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan alat analisis *Product Moment* dan perhitungannya menggunakan bantuan program SPSS versi 20, sampel uji validitas berjumlah 30 responden. Setiap butir pernyataan pada masing-masing variabel diuji tingkat validitasnya dan mengeksekusi item pernyataan yang dianggap tidak valid. Nilai uji validitas yang diperoleh dari perhitungan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
(Hasil Perhitungan Validitas masing-masing Faktor)

Pertanyaan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
P1	0,720	0,361	Valid
P2	0,416	0,361	Valid
P3	0,720	0,361	Valid
P4	0,470	0,361	Valid
P5	0,657	0,361	Valid
P6	0,720	0,361	Valid
P7	0,400	0,361	Valid
P8	0,470	0,361	Valid
P9	0,529	0,361	Valid
P10	0,479	0,361	Valid
P11	0,720	0,361	Valid
P12	0,720	0,361	Valid
P13	0,479	0,361	Valid
P14	0,720	0,361	Valid
P15	0,694	0,361	Valid
P16	0,752	0,361	Valid
P17	0,694	0,361	Valid
P18	0,657	0,361	Valid
P19	0,752	0,361	Valid
P20	0,688	0,361	Valid
P21	0,828	0,361	Valid
P22	0,720	0,361	Valid
P23	0,773	0,361	Valid
P24	0,752	0,361	Valid

Sumber: Data di olah tahun2019.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwasemua faktor memiliki tingkat validitas yang baik, Faktor yang memiliki nilai validitas yang sangat tinggi adalah pertanyaan 21 “Berbagai macam kerajinan yang unik” dengan nilai r hitung sebesar 0,828 lebih dari r tabel 0,361 yang artinya valid dan Faktor yang memiliki nilai Validitas yang rendah yaitu pertanyaan pertanyaan 7 “Kultur budaya yang sangat kental” degan nilai r hitung sebesar 0,400 lebih dari r tabel 0,361 yang artinya valid. Berdasarkan tabel di atas semua faktor di nyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60. Hasil uji reliabilitas keseluruhan faktordalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.9.
(Hasil Perhitungan Reliabilitas)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,94	24

Sumber: Data di olah tahun 2019

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien Alpha menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,940 lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable*.

4.3.Deskripsi Jawaban Responden

Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai jawaban responden, berdasarkan hasil uji validitas dari 24 faktor yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya Lampung semuanya dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel, dengan deskripsi jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.10
(Deskripsi Jawaban Responden)

No	Faktor	Frekuensi Jawaban		Jumlah
		Tidak	Ya	
1	Ciri khas budaya Lampung	42	58	100
2	Budayanya yang Khas	52	48	100
3	Tari-tarinya yang Eksotis	36	64	100
4	Makanan tradisional yang erat	38	62	100
5	Kehidupan masyarakat yang Unik	28	72	100
6	Keragaman budaya yang khas	40	60	100
7	Kultur budaya yang sangat kental	17	83	100
8	Wisata alam yang melimpah	26	74	100
9	Adat istiadat yang beragam	15	85	100
10	Objek wisata yang beragam	29	71	100
11	Masyarakatnya yang ramah	26	74	100
12	Gaya hidup masyarakat Lampung yang beragam	22	78	100
13	Lampung mempunyai banyak suku	29	71	100
14	Adat budaya yang masih sangat kental	29	71	100
15	Fasilitas wisata budaya yang mendukung	31	69	100
16	Sumber daya alam yang melimpah	28	72	100
17	Kualitas lingkungan wisata yang nyaman	31	69	100
18	Wisata Lampung memiliki daya jual dan	25	75	100

	popularitas yang tinggi			
19	Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan	30	70	100
20	Kesenian dan upacara adat yang masih kental	26	74	100
21	Berbagai macam kerajinan yang unik	21	79	100
22	Beragamnya wisata Lampung	22	78	100
23	Budidaya sumber daya alam yang beragam	28	72	100
24	Mempunyai nilai luhur yang masih kental	28	72	100

Sumber: Data di olah tahun 2019

Berdasarkan Persepsi responden terhadap pertanyaan diajukan dapat diketahui bahwa jawaban 1 atau IYA terbesar adalah pertanyaan 9 yaitu “Adat istiadat yang beragam” dengan total jawaban responden yang menjawab Ya sebanyak 85 orang. Faktor Adat istiadat yang beragam di Wisata Budaya lampung merupakan faktor yang sangat mempengaruhi daya tarik wisatawan terhadap Wisata di Provinsi Lampung.

Faktor yang mendapat jawaban 1 atau YA terendah adalah 1 yaitu “Ciri Khas Budaya Lampung” dengan total jawab responden yang menjawab Ya sebanyak 58 orang. Faktor Ciri Khas Budaya Lampung merupakan faktor daya tarik wisatawan terhadap Wisata Budaya di Provinsi Lampung.

4.4.Uji Cochran

Untuk mengetahui mana saja faktor-faktor yang mempengaruhi Daya tarik Wisata Budaya di Provinsi Lampung digunakan uji Cochran. Dalam penelitian ini terdapat delapan belas atribut yang diduga menjadi penentu Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung. Untuk mencari atribut yang akan menjadi penentu dalam keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan di Kota Bandar Lampung, data yang diperoleh (terlampir) diolah dengan uji Cochran pada SPSS 20.

4.4.1 Langkah Pertama

Langkah pertama adalah pengujian dua puluh empat atribut yang diduga menjadi penentu Daya tarik Wisata Budaya di Provinsi Lampung yaitu Ciri khas budaya Lampung, Budayanya yang Khas, Tari-tarinya yang Eksotis, Makanan tradisional yang erat, Kehidupan masyarakat yang Unik, Keragaman budaya yang khas, Kultur budaya yang sangat kental, Wisata alam yang melimpah, Adat istiadat yang beragam, Objek wisata yang beragam, Masyarakatnya yang ramah, Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam, Lampung mempunyai banyak suku, Adat budaya yang masih sangat kental, Fasilitas wisata budaya yang mendukung, Sumber daya alam yang melimpah, Kualitas lingkungan wisata yang nyaman, Wisata lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi, Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan, Kesenian dan upacara adat yang masih kental, Berbagai macam kerajinan yang unik, Beragamnya wisata Lampung, Budidaya sumber daya alam yang beragam, Mempunyai nilai luhur yang masih kental.

Pengujian statistik dilakukan dengan caramenggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 24-1=23$. tabel diperoleh sebesar 35,172 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut.

Table 4.11
(Hasil Test Statistics Langkah Ke-1)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	105,500 ^a
Df	23
Asymp. Sig.	0,00

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data di olah tahun 2019

Dari tabel 4.11 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 105,500, karena nilai $Q = 105,500 > X^2_{\text{tabel}} = 35,172$ ($df = k-1 = 24-1=23$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung. Maka proses Cochran dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban ya (1) terkecil yang dapat dilihat pada tabel perhitungan choacran berikut:

Table 4.12
(Frekuensi Langkah Ke-1)

Frequencies		
	Value	
	0	1
Ciri khas budaya Lampung	42	58
Budayanya yang Khas	52	48
Tari-tarinya yang Eksotis	36	64
Makanan tradisional yang erat	38	62
Kehidupan masyarakat yang Unik	28	72
Keragaman budaya yang khas	40	60
Kultur budaya yang sangat kental	17	83
Wisata alam yang melimpah	26	74
Adat istiadat yang beragam	15	85
Objek wisata yang beragam	29	71
Masyarakatnya yang ramah	26	74
Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam	22	78
Lampung mempunyai banyak suku	29	71
Adat budaya yang masih sangat kental	29	71
Fasilitas wisata budaya yang mendukung	31	69
Sumber daya alam yang melimpah	28	72
Kualitas lingkungan wisata yang nyaman	31	69
Wisata lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi	25	75
Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan	30	70
Kesenian dan upacara adat yang masih kental	26	74
Berbagai macam kerajinan yang unik	21	79
Beragamnya wisata Lampung	22	78
Budidaya sumber daya alam yang beragam	28	72
Mempunyai nilai luhur yang masih kental	28	72

Sumber: Data di olah tahun 2019

Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ke-1 terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban 1 terendah yaitu faktor Budayanya yang Khas dengan 48 jawaban iya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan

sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

4.4.2 Langkah Ke-dua

Table 4.13
(Hasil Test Statistics Langkah Ke-2)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	71,334 ^a
Df	22
Asymp. Sig.	0,00

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data di olah tahun 2019

Dari tabel 4.13 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 71,334, karena nilai $Q = 71,334 > X^2_{tabel} = 33,924$ ($df = k-1 = 23-1 = 22$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung. Maka proses Cochran dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban ya (1) terkecil yang dapat dilihat pada tabel perhitungan choacran berikut.

Table 4.14
(Frekuensi Langkah Ke-2)
Frequencies

	Value	
	0	1
Ciri khas budaya Lampung	42	58
Tari-tarinya yang Eksotis	36	64
Makanan tradisional yang erat	38	62
Kehidupan masyarakat yang Unik	28	72
Keragaman budaya yang khas	40	60
Kultur budaya yang sangat kental	17	83
Wisata alam yang melimpah	26	74
Adat istiadat yang beragam	15	85
Objek wisata yang beragam	29	71
Masyarakatnya yang ramah	26	74
Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam	22	78
Lampung mempunyai banyak suku	29	71
Adat budaya yang masih sangat kental	29	71
Fasilitas wisata budaya yang mendukung	31	69
Sumber daya alam yang melimpah	28	72
Kualitas lingkungan wisata yang nyaman	31	69
Wisata lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi	25	75
Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan	30	70
Kesenian dan upacara adat yang masih kental	26	74
Berbagai macam kerajinan yang unik	21	79
Beragamnya wisata Lampung	22	78
Budidaya sumber daya alam yang beragam	28	72
Mempunyai nilai luhur yang masih kental	28	72

Sumber: Data Lampiran 7, Hasil output SPSS.

Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ke-2 terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban 1 terendah yaitu faktor Ciri Khas Budaya Lampung dengan 58orang menjawab Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan.

4.4.3 Langkah Ke-tiga

Table 4.15
(Hasil Test Statistics Langkah Ke-3)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	58,511 ^a
df	21
Asymp. Sig.	0,00

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data di olah tahun 2019.

Dari tabel 4.15 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 58,511, karena nilai $Q = 58,511 > X^2_{tabel} = 32,670$ ($df = k-1 = 22-1=21$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung. Maka proses Cochran dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban ya (1) terkecil yang dapat dilihat pada tabel perhitungan choacran berikut.

Table 4.16
(Frekuensi Langkah Ke-3)

Frequencies

	Value	
	0	1
Tari-tarinya yang Eksotis	36	64
Makanan tradisional yang erat	38	62
Kehidupan masyarakat yang Unik	28	72
Keragaman budaya yang khas	40	60
Kultur budaya yang sangat kental	17	83
Wisata alam yang melimpah	26	74
Adat istiadat yang beragam	15	85
Objek wisata yang beragam	29	71
Masyarakatnya yang ramah	26	74
Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam	22	78
Lampung mempunyai banyak suku	29	71
Adat budaya yang masih sangat kental	29	71
Fasilitas wisata budaya yang mendukung	31	69
Sumber daya alam yang melimpah	28	72
Kualitas lingkungan wisata yang nyaman	31	69
Wisata lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi	25	75
Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan	30	70
Kesenian dan upacara adat yang masih kental	26	74
Berbagai macam kerajinan yang unik	21	79
Beragamnya wisata Lampung	22	78
Budidaya sumber daya alam yang beragam	28	72
Mempunyai nilai luhur yang masih kental	28	72

Sumber: Data di olah tahun 2019

Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ke-3 terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban 1 terendah yaitu faktor Keragaman Budaya yang Khas dengan 60 orang yang menjawab Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan.

4.4.4 Langkah Ke-empat

Table 4.15
(Hasil Test Statistics Langkah Ke-4)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	47,340 ^a
Df	20
Asymp. Sig.	0,001

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Lampiran 7, Hasil output SPSS.

Dari tabel 4.15 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 47,340, karena nilai $Q = 47,340 > X^2_{\text{tabel}} = 31,410$ ($df = k-1 = 21-1 = 20$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,001 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi Daya tarik Wisata Budaya di Provinsi Lampung. Maka proses Cochran dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban ya (1) terkecil yang dapat dilihat pada tabel perhitungan Cochran berikut:

Table 4.16
(Frekuensi Langkah Ke-4)

Frequencies

	Value	
	0	1
Tari-tarinya yang Eksotis	36	64
Makanan tradisional yang erat	38	62
Kehidupan masyarakat yang Unik	28	72
Kultur budaya yang sangat kental	17	83
Wisata alam yang melimpah	26	74
Adat istiadat yang beragam	15	85
Objek wisata yang beragam	29	71
Masyarakatnya yang ramah	26	74
Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam	22	78
Lampung mempunyai banyak suku	29	71
Adat budaya yang masih sangat kental	29	71
Fasilitas wisata budaya yang mendukung	31	69
Sumber daya alam yang melimpah	28	72
Kualitas lingkungan wisata yang nyaman	31	69
Wisata lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi	25	75
Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan	30	70
Kesenian dan upacara adat yang masih kental	26	74
Berbagai macam kerajinan yang unik	21	79
Beragamnya wisata Lampung	22	78
Budidaya sumber daya alam yang beragam	28	72
Mempunyai nilai luhur yang masih kental	28	72

Sumber: Data Lampiran 7, Hasil output SPSS.

Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ke-4 terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban 1 terendah yaitu Makanan tradisional yang erat dengan 62 orang menjawab Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan.

4.4.5 Langkah Ke-lima

Table 4.17
(Hasil Test Statistics Langkah Ke-5)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	38,973 ^a
df	19
Asymp. Sig.	0,004

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data di olah tahun 2019

Dari tabel 4.17 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 38,973, karena nilai $Q = 38,973 > X^2_{\text{tabel}} = 30,143$ ($df = k-1 = 20-1=19$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,004 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung. Maka proses Cochran dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban ya (1) terkecil yang dapat dilihat pada tabel perhitungan choacran berikut:

Table 4.18
(Frekuensi Langkah Ke-5)

Frequencies

	Value	
	0	1
Tari-tarinya yang Eksotis	36	64
Kehidupan masyarakat yang Unik	28	72
Kultur budaya yang sangat kental	17	83
Wisata alam yang melimpah	26	74
Adat istiadat yang beragam	15	85
Objek wisata yang beragam	29	71
Masyarakatnya yang ramah	26	74
Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam	22	78
Lampung mempunyai banyak suku	29	71
Adat budaya yang masih sangat kental	29	71
Fasilitas wisata budaya yang mendukung	31	69
Sumber daya alam yang melimpah	28	72
Kualitas lingkungan wisata yang nyaman	31	69
Wisata lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi	25	75
Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan	30	70
Kesenian dan upacara adat yang masih kental	26	74
Berbagai macam kerajinan yang unik	21	79
Beragamnya wisata Lampung	22	78
Budidaya sumber daya alam yang beragam	28	72
Mempunyai nilai luhur yang masih kental	28	72

Sumber: Data Lampiran 7, Hasil output SPSS.

Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ke-5 terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban 1 terendah yaitu Tari-tarinya yang Eksotis dengan 64orang menjawab Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan.

4.4.6 Langkah Ke-enam

Table 4.19
(Hasil Test Statistics Langkah Ke-6)

Test Statistics	
N	100
Cochran's Q	32,038 ^a
df	18
Asymp. Sig.	,022

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data di olah tahun 2019

Dari tabel 4.19 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 32,038, karena nilai $Q = 32,038 > X^2_{\text{tabel}} = 28,869$ ($df = k-1 = 19-1=18$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,049 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung. Maka proses Cochran dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban ya (1) terkecil yang dapat dilihat pada tabel perhitungan choacran berikut:

Table 4.20
(Frekuensi Langkah Ke-6)

Frequencies

	Value	
	0	1
Kehidupan masyarakat yang Unik	28	72
Kultur budaya yang sangat kental	17	83
Wisata alam yang melimpah	26	74
Adat istiadat yang beragam	15	85
Objek wisata yang beragam	29	71
Masyarakatnya yang ramah	26	74
Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam	22	78
Lampung mempunyai banyak suku	29	71
Adat budaya yang masih sangat kental	29	71
Fasilitas wisata budaya yang mendukung	31	69
Sumber daya alam yang melimpah	28	72
Kualitas lingkungan wisata yang nyaman	31	69
Wisata lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi	25	75
Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan	30	70
Kesenian dan upacara adat yang masih kental	26	74
Berbagai macam kerajinan yang unik	21	79
Beragamnya wisata Lampung	22	78
Budidaya sumber daya alam yang beragam	28	72
Mempunyai nilai luhur yang masih kental	28	72

Sumber: Data di olah taun 2019

Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ke-6 terdapat 2 faktor yang mempunyai jawaban 1 terendah yaitu.Fasilitas wisata budaya yang

mendukung dan Kualitas lingkungan wisata yang nyaman masing-masing yang menjawab sebanyak 60 orang yang menjawab ya.

Table 4.21
(Faktor-Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata
Budaya di Provinsi Lampung)

No	Faktor
1	Adat istiadat yang beragam
2	Kultur budaya yang sangat kental
3	Berbagai macam kerajinan yang unik
4	Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam
5	Beragamnya wisata Lampung
6	Wisata lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi
7	Kesenian dan upacara adat yang masih kental
8	Wisata alam yang melimpah
9	Masyarakatnya yang ramah

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

4.5 Pembahasan

Penelitian ini merupakan studi yang melakukan analisis untuk mengetahui faktor-faktor yang paling penting atau dominan yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung. Untuk mengetahui faktor-faktor yang paling penting atau dominan yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung dilakukan analisis dengan menggunakan metode Cochran Q-test. Pengujian dilakukan terhadap 24 faktor yaitu Ciri khas budaya Lampung, Budayanya yang Khas, Tari-tarinya yang Eksotis, Makanan tradisional yang erat, Kehidupan masyarakat yang Unik, Keragaman budaya yang khas, Kultur budaya yang sangat kental, Wisata alam yang melimpah, Adat istiadat yang beragam, Objek wisata yang beragam, Masyarakatnya yang ramah, Gaya hidup masyarakat Lampung yang beragam, Lampung mempunyai banyak suku, Adat budaya yang masih sangat kental, Fasilitas wisata budaya yang mendukung, Sumber daya alam yang melimpah, Kualitas lingkungan wisata yang nyaman, Wisata Lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi, Terjaminnya kesehatan dan keselamatan wisatawan, Kesenian dan upacara adat yang masih kental, Berbagai macam kerajinan yang unik, Beragamnya wisata Lampung, Budidaya sumber daya alam yang beragam, Mempunyai nilai luhur yang masih kental.

Pengujian faktor-faktor tersebut dilakukan secara bertahap, yaitu mulai dari semua yaitu 24 faktor kemudian pengujian 23 faktor, dan seterusnya sampai pengujian faktor yang merupakan hasil menerima H_0 . Pada langkah ketujuh pengujian diperoleh hasil menerima H_0 , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang paling penting atau dominan yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung Adat istiadat yang beragam, Kultur budaya yang sangat kental, Berbagai macam kerajinan yang unik, Gaya hidup masyarakat Lampung yang beragam, Beragamnya wisata Lampung, Wisata Lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi, Kesenian dan upacara adat yang masih kental, dari hasil tersebut dapat dilihat faktor apa yang paling menentukan dalam pemilihan Daya tarik wisata

Budaya di Provinsi Lampung dengan membuat ranking peringkat kepentingan faktor-faktor tersebut berdasarkan jawaban “YA” dan “Tidak “ yang diberikan oleh responden.

Dapat diketahui bahwa faktor yang memiliki peringkat tertinggi adalah “Adat istiadat yang beragam” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang wajar karena apabila seseorang ke suatu tempat dimana kita harus mengenal Adat istiadat dari asal daerah tersebut supaya para wisatawan memahami apakultur budaya di daerah Provinsi Lampung, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

Peringkat selanjutnya adalah “Kultur budaya yang sangat kental” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini Provinsi Lampung mempunyai kultur budaya yang khas sehingga banyak wisatawan ingin mengetahui keragaman kultur budaya di Provinsi Lampung, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

Peringkat selanjutnya yaitu “Berbagai macam kerajinan yang unik” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini di karenakan kerajinan yang di miliki Provinsi Lampung bermacam-macam, di setiap kota atau di setiap daerah di Provinsi Lampung mempunyai kerajinan yang unik-unik dan mempunyai ciri khasnya sendiri, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

Faktor selanjutnya adalah “Gaya hidup masyarakat Lampung yang beragam” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang wajar karena masyarakat lampung mempunyai Gaya hidup yang berbeda tergantung di mana dia tinggal, karena masyarakat lampung mempunyai banyak suku sehingga Gaya hidup masyarakat Lampung berbeda-beda. sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

Faktor yang dianggap penting selanjutnya bagi wisatawan adalah “Beragamnya Wisata Lampung” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang wajar karena Provinsi Lampung mempunyai banyak wisata yang sangat indah, seperti wisata taman Gajah, Pulau yang sangat indah dan lain-lain, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

Faktor selanjutnya adalah “Wisata Lampung memiliki daya jual dan popularitas yang tinggi” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang penting karena banyak wisata yang ada di Lampung memiliki nuansa yang indah sehingga memiliki daya jual yang tinggi dan memiliki populatiras yang sangat kental sehingga banyak yang memahaminya, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

Peringkat selanjutnya adalah “Kesenian dan upacara adat yang masih kental” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang penting karena di Provinsi Lampung mempunyai banyak suku dan Lampung juga mempunyai Kesenian adat daerah yang terkenal dan upacara adat yang masih terus dilakukan sebagai wujud warisan leluhur yang dulu, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

Peringkat selanjutnya yaitu “Wisata alam yang melimpah” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang penting karena wisata alam yang ada di Provinsi Lampung masih dijaga oleh masyarakat Lampung dan pemerintah sehingga banyak wisata alam yang masih asri yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

Faktor selanjutnya adalah “Masyarakatnya yang ramah” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang penting karena masyarakat di Provinsi Lampung memang memiliki adat budaya yang sangat

kental dan masyarakatnya yang ramah membuat daya tarik para wisatawan, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan hasil pengujian faktor-faktor yang paling penting atau dominan yang mempengaruhi Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung yaitu “Adat istiadat yang beragam” berdasarkan proporsi jawaban Ya dan Tidak. Hal ini merupakan hal yang wajar karena apabila seseorang ke suatu tempat dimana kita harus mengenal Adat istiadat dari asal daerah tersebut supaya para wisatawan memahami apa kultur budaya di daerah Provinsi Lampung, sehingga faktor ini dapat menentukan Daya tarik Wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Lampung.
2. Berdasarkan hasil pengujian faktor yang memiliki peringkat tertinggi adalah Adat istiadat yang beragam, Kultur budaya yang sangat kental, Berbagai macam kerajinan yang unik, dan Gaya hidup masyarakat lampung yang beragam.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran kepada sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Pemerintah,

1. Pemerintah harus ikut turun kelapangan membantu masyarakat untuk menjaga kelestarian budaya di provinsi lampung.
2. Selalu menjaga kebersiahan lingkungan agar para wisatawan merasa nyaman untuk datang ke Provinsi Lampung.
3. Masyarakat dan pemerintah dapat berkordinasi untuk membuat daya tarik wisata Lampung di minati oleh para wisatawan
4. Dan Selalu memberikan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan.

5.2.2 Peneliti Selanjutnya

penelitian ini dapat dijadikan data awal untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menambah variabel seperti promosi dan meningkatkan kepuasan konsumen sebagai Daya tarik wisata Budaya di Provinsi Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief F. Rachman, 2014, Geografi Pariwisata Jawa dan Bali, Media Bangsa, Jakarta.*
- Dinas Pariwisata Provinsi Lampung, 2017. Dengan Judul “ Perjalanan Wisata Lampung Travel Pattern 2017”.*
- Hermawan Kertajaya , 2010, Tourism Board Strategi Promosi Pariwisata Daerah, CV Putra Media Nusantara, Surabaya.*
- Khusnul Khotimah Wilopo dan Luchman Hakim., 2017. Strategi pengembangan destinasi pariwisata budaya (Study kasus pada kawasan situs Triwulan sebagai pariwisata Budaya unggulan di Kabupaten Mojokerto”. Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 41 Nomor 1. Mojokerto. Universitas Islam Majapahit.*
- M. Ariza Eka Yusendra., 2015..“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan Domestik Nusantara”. Jurnal Magister Manajemen, Volume 01 Nomor . Lampung. Informatics and Business Institute Darmajaya*
- Faricha Astri Ananda dan Arwi Yudhi Koswara. 2018. Faktor-faktor yang mempengaruhi Integrasi Daya tarik wisata (DTW) di Kawasan Bulak Surabaya”. Jurnal Teknik ITS, Volume 7 Nomor 2,. Surabaya. Universitas Airangga.*
- Priyanto dan Dyah Safitri., 2016. “Pengembangan potensi desa wisata berbasis wisata Budaya tinjauan terhadap desa wisata di Jawa Tengah” Jurnal Vokasi Indonesia, Volume 4 Nomor 1.,Purwokerto. Univeritas Sebelas Maret.*
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Penerbit. Alfabeta. Bandung.*

LAMPIRAN

1. Lampiran Jawaban Responden

No		FAKTOR-FAKTOR																								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
2	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	8
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
4	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	16
5	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	10
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	19
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
8	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
9	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	16
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
11	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	6
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
13	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
14	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
15	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	22
17	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	18
18	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
19	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	12
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
21	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
22	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	19
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24

25	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	12
26	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	19
27	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
28	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	17
29	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
31	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
32	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	10
33	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
34	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
35	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	7
36	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	17
37	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
38	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	17
39	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
40	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	21
41	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
42	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	9
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
44	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
45	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
46	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
47	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	20
48	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	17
49	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
50	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	10

51	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
52	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	
53	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	17	
54	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	
55	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
56	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	11
57	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	17	
58	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
59	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	16	
60	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	
61	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
62	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
63	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	7
64	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
65	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	16
66	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	9	
67	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	17
68	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
69	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	
70	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	16
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24	
72	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	7
73	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
74	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	
75	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
76	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	

77	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	21
78	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	19
79	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
80	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	13
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
82	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
83	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
84	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	9
85	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	15
86	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
87	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	13
88	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
89	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
90	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
91	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	12
92	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
93	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
94	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	5
95	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	18
96	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
97	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	16
98	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
99	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
100	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	13

2. Karakteristik Responden

NO	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pengeluaran/Bulan	Pendidikan Terakhir	Pertanyaan 1	Pertanyaan 2
1	25	Perempuan	Wiraswasta	4-6 Juta	Diploma	YA	YA
2	28	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	SMP	YA	YA
3	27	Laki-Laki	Karyawan Swasta	1-3 Juta	SMP	YA	YA
4	36	Laki-Laki	Karyawan Swasta	1-3 Juta	SMP	YA	YA
5	43	Laki-Laki	Profesional	4-6 Juta	S1	YA	YA
6	39	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	Diploma	YA	YA
7	21	Laki-Laki	Wiraswasta	1-3 Juta	SMA	YA	YA
8	24	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	S1	YA	YA
9	28	Laki-Laki	Wiraswasta	1-3 Juta	SMA	YA	YA
10	17	Perempuan	Pelajar	1-3 Juta	SMP	YA	YA
11	17	Laki-Laki	Pelajar	1-3 Juta	SMP	YA	YA
12	17	Laki-Laki	Pelajar	1-3 Juta	SMP	YA	YA
13	34	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	SMA	YA	YA
14	28	Perempuan	Profesional	4-6 Juta	Diploma	YA	YA
15	26	Laki-Laki	Wiraswasta	1-3 Juta	SMA	YA	YA
16	22	Perempuan	Karyawan Swasta	4-6 Juta	Diploma	YA	YA
17	24	Laki-Laki	Karyawan Swasta	1-3 Juta	SMA	YA	YA
18	30	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
19	21	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
20	17	Laki-Laki	Pelajar	1-3 Juta	SMP	YA	YA
21	16	Perempuan	Pelajar	1-3 Juta	SMP	YA	YA
22	23	Perempuan	Profesional	1-3 Juta	S1	YA	YA
23	21	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
24	30	Perempuan	Wiraswasta	4-6 Juta	SMA	YA	YA
25	20	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
26	25	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	Diploma	YA	YA
27	18	Perempuan	Pelajar	1-3 Juta	SMP	YA	YA
28	17	Perempuan	Pelajar	1-3 Juta	SMP	YA	YA
29	17	Perempuan	Pelajar	1-3 Juta	SMP	YA	YA
30	26	Perempuan	Karyawan Swasta	1-3 Juta	S1	YA	YA
31	24	Perempuan	Wiraswasta	4-6 Juta	Diploma	YA	YA
32	20	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
33	32	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	SMA	YA	YA
34	40	Laki-Laki	Profesional	4-6 Juta	S2	YA	YA
35	22	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
36	28	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
37	20	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
38	23	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	Diploma	YA	YA
39	24	Laki-Laki	Karyawan Swasta	1-3 Juta	S1	YA	YA

40	21	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
41	40	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	SMA	YA	YA
42	23	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
43	21	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
44	22	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
45	31	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	Diploma	YA	YA
46	30	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	SMA	YA	YA
47	21	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
48	22	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
49	27	Perempuan	Profesional	7-9 Juta	S1	YA	YA
50	24	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	SMA	YA	YA
51	22	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
52	21	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
53	26	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	Diploma	YA	YA
54	21	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
55	22	Perempuan	Karyawan Swasta	1-3 Juta	SMA	YA	YA
56	29	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
57	23	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
58	22	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
59	21	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
60	23	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
61	20	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
62	20	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
63	25	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
64	23	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
65	21	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
66	25	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	SMA	YA	YA
67	26	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
68	21	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
69	22	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
70	22	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
71	25	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
72	23	Laki-Laki	Wiraswasta	7-9 Juta	S1	YA	YA
73	26	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
74	30	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
75	32	Laki-Laki	Karyawan Swasta	7-9 Juta	S1	YA	YA
76	30	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
77	27	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
78	27	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
79	30	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
80	26	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
81	30	Laki-Laki	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA

82	22	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
83	28	Laki-Laki	Wiraswasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
84	30	Perempuan	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
85	26	Perempuan	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
86	21	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
87	24	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	SMA	YA	YA
88	23	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	S1	YA	YA
89	26	Perempuan	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
90	25	Perempuan	Wiraswasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
91	25	Perempuan	Karyawan Swasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
92	23	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	S1	YA	YA
93	27	Perempuan	Wiraswasta	4-6 Juta	S1	YA	YA
94	25	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	SMA	YA	YA
95	20	Laki-Laki	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
96	23	Perempuan	Profesional	1-3 Juta	SMA	YA	YA
97	22	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	S1	YA	YA
98	25	Perempuan	Wiraswasta	1-3 Juta	S1	YA	YA
99	22	Perempuan	Mahasiswa	1-3 Juta	SMA	YA	YA
100	25	Laki-Laki	Wiraswasta	1-3 Juta	SMA	YA	YA

3. Jawaban Responden melalui program spss

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
16	1	1,0	1,0	1,0
17	6	6,0	6,0	7,0
18	1	1,0	1,0	8,0
20	6	6,0	6,0	14,0
21	12	12,0	12,0	26,0
22	12	12,0	12,0	38,0
23	10	10,0	10,0	48,0
24	6	6,0	6,0	54,0
25	10	10,0	10,0	64,0
26	8	8,0	8,0	72,0
27	5	5,0	5,0	77,0
28	5	5,0	5,0	82,0
29	1	1,0	1,0	83,0
30	8	8,0	8,0	91,0
31	1	1,0	1,0	92,0
32	2	2,0	2,0	94,0
34	1	1,0	1,0	95,0
36	1	1,0	1,0	96,0
39	1	1,0	1,0	97,0
40	2	2,0	2,0	99,0
43	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	51	51,0	51,0	51,0
Perempuan	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar	7	7,0	7,0	7,0
Mahasiswa	44	44,0	44,0	51,0
Karyawan BUMN	11	11,0	11,0	62,0
Wiraswasta	16	16,0	16,0	78,0
Karyawan Swasta	9	9,0	9,0	87,0
ASN	6	6,0	6,0	93,0
Profesional	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Rata-rata Pengeluaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-3 Juta	44	44,0	44,0	44,0
4-6 Juta	42	42,0	42,0	86,0
7-9 Juta	7	7,0	7,0	93,0
> 10 Juta	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP	7	7,0	7,0	7,0
SMA	43	43,0	43,0	50,0
Diploma	19	19,0	19,0	69,0
S1	24	24,0	24,0	93,0
S2	4	4,0	4,0	97,0
S3	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	1,0	1,0	1,0
	YA	99	99,0	99,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pertanyaan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	1,0	1,0	1,0
	YA	99	99,0	99,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

4. Output Uji Validitas dan Reliabilitas

		Correlations																								Total Perta nyaa
		Perta nyaa n 1	Perta nyaa n 2	Perta nyaa n 3	Perta nyaa n 4	Perta nyaa n 5	Perta nyaa n 6	Perta nyaa n 7	Perta nyaa n 8	Perta nyaa n 9	Perta nyaa n 10	Perta nyaa n 11	Perta nyaa n 12	Perta nyaa n 13	Perta nyaa n 14	Perta nyaa n 15	Perta nyaa n 16	Perta nyaa n 17	Perta nyaa n 18	Perta nyaa n 19	Perta nyaa n 20	Perta nyaa n 21	Perta nyaa n 22	Perta nyaa n 23	Perta nyaa n 24	
Perta nyaa n 1	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	1	.318	.000	.148	.263	.000	.135	.148	.539	.263	.000	.000	.263	.428	.213	.263	.213	.263	.263	.489	.380	.000	.428	.263	.720
Perta nyaa n 2	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.318	1	.318	.318	.099	.318	.067	.318	.539	.428	.318	.318	.428	.263	.053	.099	.053	.099	.099	.318	.202	.318	.263	.099	.416
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.087	.087	.087	.087	.604	.087	.723	.087	.002	.018	.087	.087	.018	.160	.780	.604	.780	.604	.604	.087	.284	.087	.160	.604	.022
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
Perta nyaa n 3	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.318	1	.148	.263	.000	.135	.148	.539	.263	.000	.000	.263	.428	.213	.263	.213	.263	.263	.489	.380	.000	.428	.263	.720
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.087	.087	.436	.160	.000	.477	.436	.002	.160	.000	.000	.160	.018	.258	.160	.258	.160	.160	.006	.038	.000	.018	.160	.000
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.148	.318	.148	1	.099	.148	.337	.000	.135	.263	.148	.148	.263	.263	.213	.428	.213	.099	.428	.148	.558	.148	.263	.428	.470
Perta nyaa n 4	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.436	.087	.436	.604	.436	.069	.000	.477	.160	.436	.436	.160	.160	.258	.018	.258	.604	.018	.436	.001	.436	.160	.018	.000	.000
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.263	.099	.263	.099	1	.263	.098	.099	.098	.206	.263	.263	.206	.365	.926	.524	.926	.000	.524	.428	.499	.263	.841	.524	.657
Perta nyaa n 5	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.160	.604	.160	.604	.160	.608	.604	.608	.274	.160	.160	.274	.047	.000	.003	.000	.000	.003	.018	.005	.160	.000	.003	.000	.000
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.318	.000	.148	.263	1	.135	.148	.539	.263	.000	.000	.263	.428	.213	.263	.213	.263	.263	.489	.380	.000	.428	.263	.720
Perta nyaa n 6	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.087	.000	.436	.160	.477	.436	.002	.160	.000	.000	.160	.018	.258	.160	.258	.160	.160	.006	.038	.000	.018	.160	.000	.000
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.135	.067	.135	.337	.098	.135	1	.337	.280	.098	.135	.135	.098	.293	.253	.488	.253	.098	.488	.135	.599	.135	.293	.488	.400
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.477	.723	.477	.069	.608	.477	.069	.134	.608	.477	.477	.608	.116	.177	.006	.177	.608	.006	.477	.000	.477	.116	.006	.006	.028
Perta nyaa n 7	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.148	.318	.148	.000	.099	.148	.337	1	.135	.263	.148	.148	.263	.263	.213	.428	.213	.099	.428	.148	.558	.148	.263	.428	.70
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.436	.087	.436	.000	.604	.436	.069	.477	.160	.436	.436	.160	.160	.258	.018	.258	.604	.018	.436	.001	.436	.160	.018	.009	
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
Perta nyaa n 8	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.539	.539	.539	.135	.098	.539	.280	.135	1	.293	.539	.539	.293	.293	.063	.293	.063	.098	.293	.337	.388	.539	.293	.293	.529
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.002	.002	.002	.477	.608	.002	.134	.477		.116	.002	.002	.116	.116	.740	.116	.740	.608	.116	.069	.034	.002	.116	.116	.003
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.263	.428	.263	.263	.206	.263	.098	.263	.293	1	.263	.263	.000	.206	.309	.206	.309	.206	.206	.099	.327	.263	.206	.206	.479
Perta nyaa n 9	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.160	.018	.160	.160	.274	.160	.608	.160	.116		.160	.160	.000	.274	.097	.274	.097	.274	.274	.604	.078	.160	.274	.274	.007
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.318	.000	.148	.263	.000	.135	.148	.539	.263	1	.000	.263	.428	.213	.263	.213	.263	.263	.489	.380	.000	.428	.263	.720
Perta nyaa n 10	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.087	.000	.436	.160	.000	.477	.436	.002	.160	.000	.000	.160	.018	.258	.160	.258	.160	.160	.006	.038	.000	.018	.160	.000
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.135	.067	.135	.337	.098	.135	1	.337	.280	.098	.135	.135	.098	.293	.253	.488	.253	.098	.488	.135	.599	.135	.293	.488	.400
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.477	.723	.477	.069	.608	.477	.069	.134	.608	.477	.477	.608	.116	.177	.006	.177	.608	.006	.477	.000	.477	.116	.006	.006	.028
Perta nyaa n 11	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.148	.318	.148	.000	.099	.148	.337	1	.135	.263	.148	.148	.263	.263	.213	.428	.213	.099	.428	.148	.558	.148	.263	.428	.70
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.436	.087	.436	.000	.604	.436	.069	.477	.160	.436	.436	.160	.160	.258	.018	.258	.604	.018	.436	.001	.436	.160	.018	.009	
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
Perta nyaa n 12	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.539	.539	.539	.135	.098	.539	.280	.135	1	.293	.539	.539	.293	.293	.063	.293	.063	.098	.293	.337	.388	.539	.293	.293	.529
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.002	.002	.002	.477	.608	.002	.134	.477		.116	.002	.002	.116	.116	.740	.116	.740	.608	.116	.069	.034	.002	.116	.116	.003
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.263	.428	.263	.263	.206	.263	.098	.263	.293	1	.263	.263	.000	.206	.309	.206	.309	.206	.206	.099	.327	.263	.206	.206	.479
Perta nyaa n 13	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.160	.018	.160	.160	.274	.160	.608	.160	.116		.160	.160	.000	.274	.097	.274	.097	.274	.274	.604	.078	.160	.274	.274	.007
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.318	.000	.148	.263	.000	.135	.148	.539	.263	1	.000	.263	.428	.213	.263	.213	.263	.263	.489	.380	.000	.428	.263	.720
Perta nyaa n 14	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.087	.000	.436	.160	.000	.477	.436	.002	.160	.000	.000	.160	.018	.258	.160	.258	.160	.160	.006	.038	.000	.018	.160	.000
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.135	.067	.135	.337	.098	.135	1	.337	.280	.098	.135	.135	.098	.293	.253	.488	.253	.098	.488	.135	.599	.135	.293	.488	.400
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.477	.723	.477	.069	.608	.477	.069	.134	.608	.477	.477	.608	.116	.177	.006	.177	.608	.006	.477	.000	.477	.116	.006	.006	.028
Perta nyaa n 15	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.148	.318	.148	.000	.099	.148	.337	1	.135	.263	.148	.148	.263	.263	.213	.428	.213	.099	.428	.148	.558	.148	.263	.428	.70
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.436	.087	.436	.000	.604	.436	.069	.477	.160	.436	.436	.160	.160	.258	.018	.258	.604	.018	.436	.001	.436	.160	.018	.009	
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
Perta nyaa n 16	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.539	.539	.539	.135	.098	.539	.280	.135	1	.293	.539	.539	.293	.293	.063	.293	.063	.098	.293	.337	.388	.539	.293	.293	.529
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.002	.002	.002	.477	.608	.002	.134	.477		.116	.002	.002	.116	.116	.740	.116	.740	.608	.116	.069	.034	.002	.116	.116	.003
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.263	.428	.263	.263	.206	.263	.098	.263	.293	1	.263	.263	.000	.206	.309	.206	.309	.206	.206	.099	.327	.263	.206	.206	.479
Perta nyaa n 17	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.160	.018	.160	.160	.274	.160	.608	.160	.116		.160	.160	.000	.274	.097	.274	.097	.274	.274	.604	.078	.160	.274	.274	.007
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.318	.000	.148	.263	.000	.135	.148	.539	.263	1	.000	.263	.428	.213	.263	.213	.263	.263	.489	.380	.000	.428	.263	.720
Perta nyaa n 18	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.000	.087	.000	.436	.160	.000	.477	.436	.002	.160	.000	.000	.160	.018	.258	.160	.258	.160	.160	.006	.038	.000	.018	.160	.000
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.135	.067	.135	.337	.098	.135	1	.337	.280	.098	.135	.135	.098	.293	.253	.488	.253	.098	.488	.135	.599	.135	.293	.488	.400
	Pearso n Correla Sig. (2- tailed) N	.477	.723	.4																						

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,940	24

5. Output Cochram Q Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Pertanyaan 1	42	58
Pertanyaan 2	52	48
Pertanyaan 3	36	64
Pertanyaan 4	38	62
Pertanyaan 5	28	72
Pertanyaan 6	40	60
Pertanyaan 7	17	83
Pertanyaan 8	26	74
Pertanyaan 9	15	85
Pertanyaan 10	29	71
Pertanyaan 11	26	74
Pertanyaan 12	22	78
Pertanyaan 13	29	71
Pertanyaan 14	29	71
Pertanyaan 15	31	69
Pertanyaan 16	28	72
Pertanyaan 17	31	69
Pertanyaan 18	25	75
Pertanyaan 19	30	70
Pertanyaan 20	26	74
Pertanyaan 21	21	79
Pertanyaan 22	22	78
Pertanyaan 23	28	72
Pertanyaan 24	28	72

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	105,500 ^a
df	23
Asymp. Sig.	,000

a. 1 is treated as a success.

Frequencies

	Value	
	0	1
Pertanyaan 1	42	58
Pertanyaan 3	36	64
Pertanyaan 4	38	62
Pertanyaan 5	28	72
Pertanyaan 6	40	60
Pertanyaan 7	17	83
Pertanyaan 8	26	74
Pertanyaan 9	15	85
Pertanyaan 10	29	71
Pertanyaan 11	26	74
Pertanyaan 12	22	78
Pertanyaan 13	29	71
Pertanyaan 14	29	71
Pertanyaan 15	31	69
Pertanyaan 16	28	72
Pertanyaan 17	31	69
Pertanyaan 18	25	75
Pertanyaan 19	30	70
Pertanyaan 20	26	74
Pertanyaan 21	21	79
Pertanyaan 22	22	78
Pertanyaan 23	28	72
Pertanyaan 24	28	72

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	71,334 ^a
df	22
Asymp. Sig.	,000

a. 1 is treated as a success.

Frequencies

	Value	
	0	1
Pertanyaan 3	36	64
Pertanyaan 4	38	62
Pertanyaan 5	28	72
Pertanyaan 6	40	60
Pertanyaan 7	17	83
Pertanyaan 8	26	74
Pertanyaan 9	15	85
Pertanyaan 10	29	71
Pertanyaan 11	26	74
Pertanyaan 12	22	78
Pertanyaan 13	29	71
Pertanyaan 14	29	71
Pertanyaan 15	31	69
Pertanyaan 16	28	72
Pertanyaan 17	31	69
Pertanyaan 18	25	75
Pertanyaan 19	30	70
Pertanyaan 20	26	74
Pertanyaan 21	21	79
Pertanyaan 22	22	78
Pertanyaan 23	28	72
Pertanyaan 24	28	72

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	58,511 ^a
df	21
Asymp. Sig.	,000

a. 1 is treated as a success.

Frequencies

	Value	
	0	1
Pertanyaan 3	36	64
Pertanyaan 4	38	62
Pertanyaan 5	28	72
Pertanyaan 7	17	83
Pertanyaan 8	26	74
Pertanyaan 9	15	85
Pertanyaan 10	29	71
Pertanyaan 11	26	74
Pertanyaan 12	22	78
Pertanyaan 13	29	71
Pertanyaan 14	29	71
Pertanyaan 15	31	69
Pertanyaan 16	28	72
Pertanyaan 17	31	69
Pertanyaan 18	25	75
Pertanyaan 19	30	70
Pertanyaan 20	26	74
Pertanyaan 21	21	79
Pertanyaan 22	22	78
Pertanyaan 23	28	72
Pertanyaan 24	28	72

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	47,340 ^a
df	20
Asymp. Sig.	,001

a. 1 is treated as a success.

Frequencies

	Value	
	0	1
Pertanyaan 3	36	64
Pertanyaan 5	28	72
Pertanyaan 7	17	83
Pertanyaan 8	26	74
Pertanyaan 9	15	85
Pertanyaan 10	29	71
Pertanyaan 11	26	74
Pertanyaan 12	22	78
Pertanyaan 13	29	71
Pertanyaan 14	29	71
Pertanyaan 15	31	69
Pertanyaan 16	28	72
Pertanyaan 17	31	69
Pertanyaan 18	25	75
Pertanyaan 19	30	70
Pertanyaan 20	26	74
Pertanyaan 21	21	79
Pertanyaan 22	22	78
Pertanyaan 23	28	72
Pertanyaan 24	28	72

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	38,973 ^a
df	19
Asymp. Sig.	,004

a. 1 is treated as a success.

Frequencies

	Value	
	0	1
Pertanyaan 5	28	72
Pertanyaan 7	17	83
Pertanyaan 8	26	74
Pertanyaan 9	15	85
Pertanyaan 10	29	71
Pertanyaan 11	26	74
Pertanyaan 12	22	78
Pertanyaan 13	29	71
Pertanyaan 14	29	71
Pertanyaan 15	31	69
Pertanyaan 16	28	72
Pertanyaan 17	31	69
Pertanyaan 18	25	75
Pertanyaan 19	30	70
Pertanyaan 20	26	74
Pertanyaan 21	21	79
Pertanyaan 22	22	78
Pertanyaan 23	28	72
Pertanyaan 24	28	72

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	32,038 ^a
df	18
Asymp. Sig.	,022

a. 1 is treated as a success.