

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Blitar merupakan kota kecil yang terletak di provinsi Jawa Timur dan mempunyai banyak pesona mulai dari aspek pariwisata, budaya, kuliner, sejarah, dan lain-lain. Kota Blitar dikenal sebagai tempat dimakamkannya presiden pertama Republik Indonesia yaitu Presiden Soekarno atau yang lebih dikenal dengan Bung Karno. Pada kompleks Makam Bung Karno juga terdapat makam ayahanda yang bernama R. Soekeni Sosrodihardjo dan ibunda yang bernama Ida Ayu Nyoman Rai. Maka dari itu tidak heran bila Kota Blitar menjadi destinasi tujuan wisata religi yang cukup populer dikalangan wisatawan lokal maupun domestik.

Objek wisata Makam Bung Karno dibuka setiap hari termasuk akhir pekan dan hari libur nasional mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 18.00 WIB. Disekitar kawasan objek wisata Makam Bung Karno, para wisatawan maupun peziarah akan menjumpai banyak kios-kios di sepanjang jalan yang menjual berbagai souvenir dan cinderamata khas Blitar. Selain menjual berbagai cinderamata pengunjung juga dapat menemukan berbagai makanan khas Blitar diantaranya nasi pecel, wajik kletik, rujak, es pleret, dan sebagainya. Harga yang ditawarkan pun cukup beragam mulai dari yang paling murah hingga yang paling mahal.

Makam Bung Karno terdiri dari tiga bangunan pokok yaitu bangunan utama, bangunan pendukung, dan bangunan pelengkap. Pada bangunan utama di atas lantai ketiga, berdiri megah bangunan Makam Bung Karno yang disebut cungkup berbentuk bangunan joglo. Ruang di bawah atap joglo disebut pendopo (bangsal) agung yang biasanya dipakai sebagai tempat musyawarah, untuk upacara perkawinan, untuk menerima tamu kehormatan dan lainnya. Cungkup Makam Bung Karno diberi nama Astono Mulyo yang berasal dari Bahasa Jawa. Selain bangunan utama yang berupa cungkup Makam Bung Karno, juga terdapat bangunan pendukung yang terdiri dari gapura agung, masjid R. Soekeni Sosrodihardjo, dan bangsal Ida Aju Njoman Rai. Terdapat juga bangunan pelengkap yang dimaksudkan untuk melengkapi fasilitas-fasilitas bagi petugas pengurus Makam Bung Karno dalam menjalankan tugas sehari-hari. Bangunan pelengkap ini terdiri dari ruang layanan informasi, tempat peristirahatan umum, halaman parkir, dan taman.

Di dalam kompleks Makam Bung Karno juga terdapat Museum Bung Karno dan Perpustakaan Bung Karno. Tim arsiteknya diketuai oleh Pribadi Widodo dan Baskoro Tedjo dari Institut Teknologi Bandung. Di dalam Museum Bung Karno pengunjung dapat menyaksikan berbagai koleksi lukisan, miniatur kediaman Bung Karno pada saat diasingkan, berbagai uang yang berlaku pada zaman dahulu, foto-foto Bung Karno pada masa kanak-kanak sampai dewasa, baju jaman dahulu yang dipakai oleh Bung Karno, dan peninggalan-peninggalan sejarah lainnya dari Bung Karno.

Di bagian luar Museum Bung Karno terdapat perpustakaan nasional yang diresmikan oleh Presiden Megawati Soekarno Putri pada tanggal 3 Juli 2004. Terdapat berbagai jenis koleksi buku di perpustakaan nasional Bung Karno ini antara lain koleksi khusus Bung Karno, koleksi referensi, koleksi anak dan remaja, koleksi umum, koleksi terbitan berkala, dan lain-lain. Kondisi perpustakaan ini sangat nyaman dan tenang sehingga banyak pelajar dan mahasiswa yang meluangkan waktu untuk mengunjungi perpustakaan ini.

Dibagian luar terdapat ornamen patung Bung Karno yang sedang duduk memegang sebuah buku terbuka. Patung ini berada di bagian tengah ruangan antara gerbang masuk utama, museum, perpustakaan, serta gapura menuju makam. Melanjutkan perjalanan menuju pintu gapura Makam Bung Karno, pengunjung dapat melihat ornamen di tembok berupa relief perjalanan hidup Bung Karno dari masa muda, masa perjuangan, serta masa tuanya yang membentang di tepi kolam dari perpustakaan ke arah pintu gapura Makam Bung Karno. Selain itu dalam kompleks Makam Bung Karno juga terdapat Gong Perdamaian Dunia yang terletak di sebelah barat Perpustakaan Bung Karno di sisi utara bagian atas Amphiteater. Gong Perdamaian Dunia merupakan Gong raksasa dengan gambar bola dunia dibagian tengah yang dikelilingi simbol-simbol agama dan dikelilingi bendera 116 negara. Gong perdamaian dunia yang ada ini ditetapkan masyarakat internasional yang tergabung dalam *World Peace Gong* sebagai sarana persaudaraan dan pemersatu umat manusia. Kota Blitar mendapat kepercayaan sebagai salah satu tempat Gong Perdamaian diletakkan.

1. *City Branding*

Branding yang dimiliki oleh suatu daerah merupakan aktivitas pemasaran untuk mempromosikan citra positif suatu daerah tujuan wisata dalam memengaruhi konsumen melakukan kunjungan pada destinasi tersebut. Kota Blitar merupakan kota kecil yang dijuluki sebagai “*Kuto Cilik Sing Kawentar*” yang memiliki arti kota kecil yang terkenal. Kepopuleran kota Blitar ini didukung oleh keberadaan objek wisata Makam Bung Karno yang merupakan tempat dimakamkannya sang proklamator Ir. Soekarno sekaligus sebagai presiden pertama Indonesia. Maka dari itu Blitar dikenal oleh masyarakat Indonesia dan dijuluki sebagai Bumi Proklamator. Pusara Bung Karno ini menjadi salah satu tujuan wisata utama yang ramai dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Objek wisata Makam Bung Karno ini menjadi tujuan para peziarah dari berbagai daerah.

2. **Harga**

Harga yang harus dibayar untuk memasuki objek wisata Makam Bung Karno cukup murah. Pengunjung hanya perlu membayar Rp 3.000 per orang untuk bisa melihat isi Makam Bung Karno lengkap dengan benda-benda sejarah lainnya. Harga ini berlaku untuk semua usia baik anak-anak maupun orang dewasa. Jika pengunjung menggunakan bus wisata cukup menyiapkan uang Rp 15.000, sedangkan untuk mobil pribadi cukup dengan Rp 5.000 saja.

3. Fasilitas

Selain berziarah ke Makam Bung Karno pengunjung juga dapat menikmati fasilitas lain seperti museum dan perpustakaan nasional yang berada satu kompleks dengan objek wisata Makam Bung Karno. Pengunjung juga dapat menikmati pemutaran film dokumenter sesuai dengan jadwal pemutaran film. Selain itu terdapat fasilitas lain yang disediakan yaitu gazebo, toilet, mushola, taman, tempat parkir, dan pusat oleh-oleh. Pengunjung juga dapat dengan mudah menemukan sarana transportasi karena objek wisata Makam Bung Karno juga menyediakan fasilitas becak wisata yang siap mengantarkan pengunjung dari PIPP menuju Makam Bung Karno. Sehingga pengunjung bisa berjalan-jalan menikmati pemandangan dan beristirahat jika lelah.

4. Kualitas Pelayanan

Bagi para pelancong yang datang ke suatu lokasi wisata di daerah yang asing dan untuk pertama kalinya maka peran pemandu wisata atau pramuwisata sangat membantu dan mampu menjadi petunjuk sekaligus teman perjalanan yang menyenangkan dan dapat meminimalisir kebingungan. Maka dari itu para wisatawan dapat mencari informasi tentang Kota Blitar melalui pemandu wisata di kantor PIPP (Pusat Informasi Pariwisata dan Perdagangan). PIPP (Pusat Informasi Pariwisata dan Perdagangan) merupakan salah satu penyedia jasa *guide* selain para *guide* dari pihak biro perjalanan. Wisatawan juga dapat memperoleh informasi tentang objek wisata lain di kantor PIPP ini.

5. Lokasi

Lokasi objek wisata Makam Bung Karno terletak di Jl. Ir. Soekarno, Kelurahan Bendogerit, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Makam presiden Republik Indonesia yang pertama ini merupakan kompleks pemakaman yang berada pada areal tanah seluas 1,8 m² yang berada sekitar 4 km ke arah utara dari pusat kota. Untuk menjangkau lokasi Makam Bung Karno sangat mudah. Dari Alon-Alon Kota Blitar hanya sekitar 2,5 km saja, jika dari stasiun Kota Blitar sekitar 3 km, sedangkan dari terminal bus Kota Blitar sekitar 6 km. Komplek Makam Bung Karno berada persis di sisi jalan raya. Untuk memasuki kawasan objek wisata Makam Bung Karno pengunjung bisa melewati Jl. Kalasan yang dikelilingi kios-kios pusat oleh-oleh. Atau pengunjung juga bisa melalui Jl. Ir. Soekarno yang merupakan pintu masuk utama.

B. Profil Responden

Penelitian ini dilakukan pada wisatawan yang berkunjung di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan daftar pertanyaan yang telah disusun sebanyak 93 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana pengambilan sampling didasarkan pada kebetulan semata, jadi siapa saja orang yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa

saja yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

C. Deskripsi Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	34	37%
Perempuan	59	63%
Jumlah	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, diketahui bahwa jenis kelamin responden dalam penelitian di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diambil adalah 34 responden berjenis kelamin laki-laki dan 59 responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung di objek wisata makam Bung Karno Blitar didominasi oleh perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
15 - 23 tahun	56	60%
24 - 32 tahun	12	13%
33 - 41 tahun	16	17%
42 - 50 tahun	7	8%
Di atas 50 tahun	2	2%
Jumlah	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa usia responden dalam penelitian di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diambil adalah responden yang berusia 15 – 23 tahun sebanyak 56 orang, responden yang berusia 24 – 32 tahun sebanyak 12 orang, responden yang berusia 33 - 41 tahun sebanyak 16 orang, responden yang berusia 42 – 50 tahun sebanyak 7 orang, dan responden yang berusia di atas 50 tahun sebanyak 2 orang. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung di objek wisata makam Bung Karno Blitar berusia 15 - 23 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4.3
Domisili Responden

Domisili	Jumlah	Presentase
Blitar	52	56%
Jember	1	1,1%
Jombang	1	1,1%
Kediri	4	4,3%
Lamongan	3	3,2%
Lumajang	2	2,1%
Malang	3	3,2%
Nganjuk	2	2,1%
Surabaya	4	4,3%
Trenggalek	5	5,4%
Tulungagung	16	17,2%
Jumlah	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa domisili responden dalam penelitian di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diambil adalah responden yang berasal dari Blitar sebanyak 52 orang, responden yang berasal dari Jember sebanyak 1 orang, responden yang berasal dari

Jombang sebanyak 1 orang, responden yang berasal dari Kediri sebanyak 4 orang, responden yang berasal dari Lamongan sebanyak 3 orang, responden yang berasal dari Lumajang sebanyak 2 orang, responden yang berasal dari Malang sebanyak 3 orang, responden yang berasal dari Nganjuk sebanyak 2 orang, responden yang berasal dari Surabaya sebanyak 4 orang, responden yang berasal dari Trenggalek sebanyak 5 orang, dan responden yang berasal dari Tulungagung sebanyak 16 orang. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung di objek wisata makam Bung Karno Blitar berasal dari Blitar.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
PNS	2	2,1%
Pegawai swasta	14	15,1%
Wiraswasta	19	20,4%
Pelajar/Mahasiswa	46	49,5%
Ibu rumah tangga	8	8,6%
Lainnya	4	4,3%
Jumlah	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa pekerjaan responden dalam penelitian di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diambil adalah responden yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS sebanyak 2 orang, responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 14 orang, responden yang mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 19 orang, responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 46 orang, responden yang

mempunyai pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebanyak 8 orang, dan responden yang mempunyai pekerjaan lainnya sebanyak 4 orang. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung di objek wisata makam Bung Karno Blitar mempunyai pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Tabel 4.5
Pendapatan Per Bulan Responden

Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Presentase
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	52	56%
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	23	25%
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	15	16%
Lebih dari Rp 3.000.000	3	3%
Jumlah	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, diketahui bahwa pendapatan per bulan responden dalam penelitian di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diambil adalah responden yang mempunyai pendapatan per bulan Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 52 orang, responden yang mempunyai pendapatan per bulan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 23 orang, responden yang mempunyai pendapatan per bulan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 15 orang, dan responden yang mempunyai pendapatan per bulan lebih dari Rp 3.000.000 sebanyak 3 orang. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung di objek wisata makam Bung Karno Blitar mempunyai pendapatan per bulan sebesar Rp 500.000 – Rp 1.000.000.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepentingan Responden Berada di Blitar

Tabel 4.6
Kepentingan Responden Berada di Blitar

Kepentingan Responden Berada di Blitar	Jumlah	Presentase
Penduduk	32	34,4%
Bekerja	14	15,1%
Menempuh pendidikan	3	3,2%
Berlibur	42	45,2%
Lainnya	2	2,1%
Jumlah	93	100%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diketahui bahwa kepentingan responden berada di Blitar dalam penelitian di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diambil adalah responden yang merupakan penduduk Blitar sebanyak 32 orang, responden yang sedang bekerja di Blitar sebanyak 14 orang, responden yang sedang menempuh pendidikan di Blitar sebanyak 3 orang, responden yang sedang berlibur di Blitar sebanyak 42 orang, dan responden yang berada di Blitar untuk hal lainnya sebanyak 2 orang. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kepentingan responden berada di Blitar adalah untuk berlibur.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan peneliti kepada responden yang terdiri dari 36 pernyataan dan dibagi menjadi 6 kategori yaitu:

1. Enam pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor *city branding* yang dipertimbangkan responden dalam melakukan kunjungan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diukur dari variabel *city branding* (X1).
2. Enam pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor harga yang dipertimbangkan responden dalam melakukan kunjungan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diukur dari variabel harga (X2).
3. Enam pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor fasilitas yang dipertimbangkan responden dalam melakukan kunjungan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diukur dari variabel fasilitas (X3).
4. Enam pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan yang dipertimbangkan responden dalam melakukan kunjungan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diukur dari variabel kualitas pelayanan (X4).
5. Enam pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor lokasi yang dipertimbangkan responden dalam melakukan kunjungan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diukur dari variabel lokasi (X5).
6. Enam pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor keputusan berkunjung wisatawan yang dipertimbangkan responden dalam melakukan kunjungan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang diukur dari variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y).

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden sebagaimana akan dipaparkan pada tabel berikut:

1. Variabel *City Branding* (X1)

Tabel 4.7
Hasil Kuesioner Variabel *City Branding* (X1)

No	Bobot	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat setuju	5	216	38,7%	1080
2	Setuju	4	302	54,1%	1208
3	Kurang setuju	3	37	6,6%	111
4	Tidak setuju	2	2	0,4%	4
5	Sangat tidak setuju	1	1	0,2%	1
Jumlah			558	100%	2404
Rata-rata skor					4,31

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa variabel *city branding* yang diwakili oleh 6 item pernyataan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden yakni sebanyak 216 (38,7%) responden menyatakan sangat setuju, 302 (54,1%) responden menyatakan setuju, 37 (6,6%) responden menyatakan kurang setuju, 2 (0,4%) responden menyatakan tidak setuju, 1 (0,2%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil di atas responden lebih banyak memilih jawaban setuju, ini berarti responden menganggap bahwa faktor *city branding* mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

2. Variabel Harga (X2)

Tabel 4.8
Hasil Kuesioner Variabel Harga (X2)

No	Bobot	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat setuju	5	179	32,1%	895
2	Setuju	4	320	57,3%	1280
3	Kurang setuju	3	52	9,3%	156
4	Tidak setuju	2	5	0,9%	10
5	Sangat tidak setuju	1	2	0,4%	2
Jumlah			558	100%	2343
Rata-rata skor					4,20

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa variabel harga yang diwakili oleh 6 item pernyataan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden yakni sebanyak 179 (32,1%) responden menyatakan sangat setuju, 320 (57,3%) responden menyatakan setuju, 52 (9,3%) responden menyatakan kurang setuju, 5 (0,9%) responden menyatakan tidak setuju, 2 (0,4%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil di atas responden lebih banyak memilih jawaban setuju, ini berarti responden menganggap bahwa faktor harga mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

3. Variabel Fasilitas (X3)

Tabel 4.9
Hasil Kuesioner Variabel Fasilitas (X3)

No	Bobot	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat setuju	5	179	32,1%	895
2	Setuju	4	316	56,6%	1264
3	Kurang setuju	3	57	10,2%	171
4	Tidak setuju	2	5	0,9%	10
5	Sangat tidak setuju	1	1	0,2%	1
Jumlah			558	100%	2341
Rata-rata skor					4,20

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa variabel fasilitas yang diwakili oleh 6 item pernyataan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden yakni sebanyak 179 (32,1%) responden menyatakan sangat setuju, 316 (56,6%) responden menyatakan setuju, 57 (10,2%) responden menyatakan kurang setuju, 5 (0,9%) responden menyatakan tidak setuju, 1 (0,2%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil di atas responden lebih banyak memilih jawaban setuju, ini berarti responden menganggap bahwa faktor fasilitas mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

4. Variabel Kualitas Pelayanan (X4)

Tabel 4.10
Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X4)

No	Bobot	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat setuju	5	164	29,4%	820
2	Setuju	4	336	60,2%	1344
3	Kurang setuju	3	53	9,5%	159
4	Tidak setuju	2	5	0,9%	10
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%	0
Jumlah			558	100%	2333
Rata-rata skor					4,18

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diwakili oleh 6 item pernyataan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden yakni sebanyak 164 (29,4%) responden menyatakan sangat setuju, 336 (60,2%) responden menyatakan setuju, 53 (9,5%) responden menyatakan kurang setuju, 5 (0,9%) responden menyatakan tidak setuju. Dari hasil di atas responden lebih banyak memilih jawaban setuju, ini berarti responden menganggap bahwa faktor

kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

5. Variabel Lokasi (X5)

Tabel 4.11
Hasil Kuesioner Variabel Lokasi (X5)

No	Bobot	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat setuju	5	264	47,3%	1320
2	Setuju	4	249	44,6%	996
3	Kurang setuju	3	42	7,5%	126
4	Tidak setuju	2	2	0,4%	4
5	Sangat tidak setuju	1	1	0,2%	1
Jumlah			558	100%	2447
Rata-rata skor					4,39

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa variabel lokasi yang diwakili oleh 6 item pernyataan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden yakni sebanyak 264 (47,3%) responden menyatakan sangat setuju, 249 (44,6%) responden menyatakan setuju, 42 (7,5%) responden menyatakan kurang setuju, 2 (0,4%) responden menyatakan tidak setuju, 1 (0,2%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil di atas responden lebih banyak memilih jawaban sangat setuju, ini berarti responden menganggap bahwa faktor lokasi sangat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

6. Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)

Tabel 4.12
Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)

No	Bobot	Skor	Frekuensi	Presentase	Total Skor
1	Sangat setuju	5	165	29,6%	825
2	Setuju	4	289	51,8%	1156
3	Kurang setuju	3	77	13,8%	231
4	Tidak setuju	2	20	3,6%	40
5	Sangat tidak setuju	1	7	1,2%	7
Jumlah			558	100%	2259
Rata-rata skor					4,05

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa variabel keputusan berkunjung wisatawan yang diwakili oleh 6 item pernyataan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden yakni sebanyak 165 (29,6%) responden menyatakan sangat setuju, 289 (51,8%) responden menyatakan setuju, 77 (13,8%) responden menyatakan kurang setuju, 20 (3,6%) responden menyatakan tidak setuju, 7 (1,2%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil di atas responden lebih banyak memilih jawaban setuju, ini berarti responden menganggap bahwa faktor-faktor dalam penelitian ini mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

E. Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

Sebelum melakukan analisis data, variabel perlu dipilih dan diseleksi terlebih dahulu. Selanjutnya dilakukan pengujian kelayakan variabel

dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap variabel awal.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan *df* (*degree of freedom*) dengan rumus $df = n - 2$, dimana n = jumlah sampel. Jadi *df* yang digunakan adalah $93 - 2 = 91$ dengan alpha sebesar 5%, maka hasil nilai r_{tabel} sebesar 0,2039. Jadi jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid.¹ Berikut hasil pengujian data menggunakan bantuan komputer program SPSS 16.0.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas *City Branding* (X1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,500	0,2039	Valid
X1.2	0,580	0,2039	Valid
X1.3	0,469	0,2039	Valid
X1.4	0,654	0,2039	Valid
X1.5	0,615	0,2039	Valid
X1.6	0,712	0,2039	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas *city branding*, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel *city branding* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2018), hal. 52

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Harga (X2)

No Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X2.1	0,616	0,2039	Valid
X2.2	0,586	0,2039	Valid
X2.3	0,539	0,2039	Valid
X2.4	0,707	0,2039	Valid
X2.5	0,533	0,2039	Valid
X2.6	0,598	0,2039	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas harga, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas Fasilitas (X3)

No Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X3.1	0,675	0,2039	Valid
X3.2	0,631	0,2039	Valid
X3.3	0,684	0,2039	Valid
X3.4	0,608	0,2039	Valid
X3.5	0,756	0,2039	Valid
X3.6	0,688	0,2039	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas fasilitas, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel fasilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.16
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X4)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X4.1	0,679	0,2039	Valid
X4.2	0,678	0,2039	Valid
X4.3	0,701	0,2039	Valid
X4.4	0,768	0,2039	Valid
X4.5	0,737	0,2039	Valid
X4.6	0,709	0,2039	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas kualitas pelayanan, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.17
Hasil Uji Validitas Lokasi (X5)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X5.1	0,619	0,2039	Valid
X5.2	0,703	0,2039	Valid
X5.3	0,525	0,2039	Valid
X5.4	0,550	0,2039	Valid
X5.5	0,527	0,2039	Valid
X5.6	0,545	0,2039	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas lokasi, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.18
Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,593	0,2039	Valid
Y.2	0,608	0,2039	Valid
Y.3	0,710	0,2039	Valid
Y.4	0,618	0,2039	Valid
Y.5	0,657	0,2039	Valid
Y.6	0,533	0,2039	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas keputusan berkunjung wisatawan, diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel keputusan berkunjung wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Jadi dalam penelitian ini, semua item pertanyaan dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.² Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*.

² Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 173-175

Apabila skala dikelompokkan menjadi lima kelas dalam ring yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:³

- 1) Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai *Alpha Cronbach* 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel
- 5) Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 16.0, sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas *City Branding* (X1)
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,620	6

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel *city branding* lebih besar dari 0,41 yaitu $0,620 > 0,41$, ini berarti variabel *city branding* reliabel.

Tabel 4.20
Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2)
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,631	6

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya, 2009), hal. 97

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel harga lebih besar dari 0,41 yaitu $0,631 > 0,41$, ini berarti variabel harga reliabel.

Tabel 4.21
Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X3)
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,753	6

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel fasilitas lebih besar dari 0,41 yaitu $0,753 > 0,41$, ini berarti variabel fasilitas reliabel.

Tabel 4.22
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X4)
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,802	6

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas pelayanan lebih besar dari 0,41 yaitu $0,802 > 0,41$, ini berarti variabel kualitas pelayanan reliabel.

Tabel 4.23
Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X5)
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,588	6

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel lokasi lebih besar dari 0,41 yaitu $0,588 > 0,41$, ini berarti variabel lokasi cukup reliabel.

Tabel 4.24
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,645	6

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas di atas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel keputusan berkunjung wisatawan lebih besar dari 0,41 yaitu $0,645 > 0,41$, ini berarti variabel keputusan berkunjung wisatawan reliabel.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data yang akan digunakan berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Pengambilan keputusan didapatkan dari nilai Sig. uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan jika nilai Sig. lebih besar dari ($>$) 0,05 maka distribusi data dinyatakan normal.⁴

⁴ Tim Penelitian dan Pengembangan Wahana Komputer, *Pengembangan Analisis Multivariate dengan SPSS 12*, (Jakarta: Salemba Infotek, 2005), hal. 54

Tabel 4.25
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

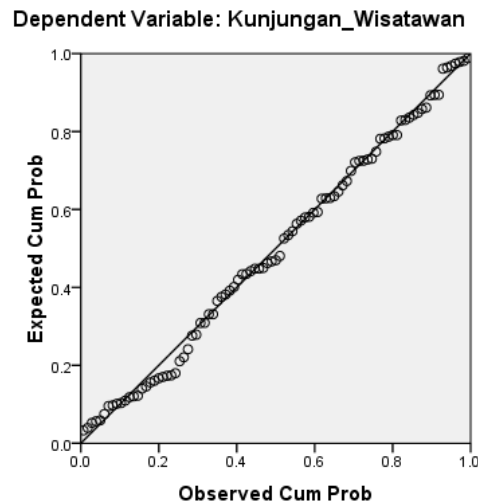
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,05105811
Most Extreme Differences	Absolute	0,074
	Positive	0,074
	Negative	-0,041
Kolmogorov-SmirnovZ		0,716
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,685

Tabel di atas menunjukkan hasil uji normalitas dengan menggunakan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dan diperoleh angka probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Karena nilai Sig. 0,685 > dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berdistribusi secara normal sehingga dipakai dalam pengujian statistik parametrik.

Hasil uji normalitas juga dapat dilihat dari gambar Normal P-P Plot. Apabila sebaran titik-titik tersebut mendekati atau rapat pada garis lurus (diagonal) maka dikatakan bahwa (data) residual berdistribusi normal, namun apabila sebaran titik-titik tersebut menjauhi garis maka tidak berdistribusi normal.

Gambar 4.1

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Sebaran titik-titik dari gambar Normal P-P Plot di atas relatif mendekati garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa (data) residual berdistribusi normal.

3. Analisis Faktor

a. Menyusun Matriks Korelasi

Uji KMO digunakan untuk mengetahui kelayakan faktor yang terbentuk. Jika nilai KMO $MSA > 0,50$ maka teknik analisis faktor dapat dilanjutkan. Sedangkan uji *Bartlett Test* bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel yang digunakan. Jika hasilnya signifikan maka matriks korelasi memiliki korelasi yang signifikan dengan sejumlah variabel.

Menyusun matrik korelasi dengan menggunakan SPSS 16.0, sehingga diperoleh output *KMO and Bartlett's Test* sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji KMO dan *Bartlett's Test of Sphericity*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,799
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	130,148
	Df	10
	Sig.	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari output *KMO and Bartlett's Test* tersebut menunjukkan bahwa nilai KMO MSA sebesar $0,799 > 0,50$, dan nilai *Bartlett's Test of Sphericity* dengan *Chi-Square* sebesar 130,148, sedangkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan terdapat signifikansi antar variabel. Maka dari itu analisis faktor dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi persyaratan dan terdapat korelasi antar variabel yang digunakan.

Tabel 4.27
Hasil Anti Image Matrices

		City Branding	Harga	Fasilitas	Kualitas Pelayanan	Lokasi
Anti-Image Covariance	City Branding	0,719	-0,142	0,069	-0,090	-0,175
	Harga	-0,142	0,524	-0,178	-0,199	-0,090
	Fasilitas	0,069	-0,178	0,674	-0,059	-0,181
	Kualitas Pelayanan	-0,090	-0,199	-0,059	0,627	-0,101
	Lokasi	-0,175	-0,090	-0,181	-0,101	0,605
Anti-Image Correlation	City Branding	0,797^a	-0,232	0,100	-0,133	-0,265
	Harga	-0,232	0,779^a	-0,300	-0,348	-0,160
	Fasilitas	0,100	-0,300	0,781^a	-0,091	-0,284
	Kualitas Pelayanan	-0,133	-0,348	-0,091	0,826^a	-0,164
	Lokasi	-0,265	-0,160	-0,284	-0,164	0,813^a

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Anti image matrices berguna untuk mengetahui dan menentukan variabel mana saja yang layak digunakan dalam analisis faktor. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam analisis faktor adalah nilai $MSA > 0,50$. Jika ada diantara angka tersebut $< 0,50$ maka variabel tersebut harus dikeluarkan dan dilakukan analisis kembali. Dari hasil analisis di atas nilai $MSA > 0,50$ semua, sehingga tidak ada variabel yang dikeluarkan dan hal ini sudah memenuhi syarat untuk analisis selanjutnya.

Tabel 4.28
Hasil Communalities

<i>Communalities</i>		
Component	Initial	Extraction
<i>City Branding</i>	1,000	0,431
Harga	1,000	0,682
Fasilitas	1,000	0,476
Kualitas Pelayanan	1,000	0,575
Lokasi	1,000	0,607

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel *communalities* ini menunjukkan nilai variabel yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai *Extraction* lebih besar dari 0,50. Berdasarkan output di atas, diketahui nilai *Extraction* untuk variabel *city branding* (0,431) dan variabel fasilitas (0,476) kurang dari 0,50. Oleh karena itu pada langkah selanjutnya variabel *city branding* dan fasilitas harus dikeluarkan dan kemudian dilakukan uji ulang.

Tabel 4.29
Hasil Uji KMO dan *Bartlett's Test of Sphericity*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,684
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	66,622
	Df	3
	Sig.	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari output KMO and *Bartlett's Test* tersebut menunjukkan bahwa nilai KMO MSA sebesar $0,684 > 0,50$, dan nilai *Bartlett's Test of Sphericity* dengan *Chi-Square* sebesar 66,622, sedangkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan terdapat signifikansi antar variabel. Maka dari itu analisis faktor dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi persyaratan dan terdapat korelasi antar variabel yang digunakan.

Tabel 4.30
Hasil Anti Image Matrices

		Harga	Kualitas Pelayanan	Lokasi
Anti-Image Covariance	Harga	0,603	-0,271	-0,220
	Kualitas Pelayanan	-0,271	0,642	-0,161
	Lokasi	-0,220	-0,161	0,701
Anti-Image Correlation	Harga	0,654^a	-0,435	-0,338
	Kualitas Pelayanan	-0,435	0,681^a	-0,239
	Lokasi	-0,338	-0,239	0,730^a

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Anti image matrices berguna untuk mengetahui dan menentukan variabel mana saja yang layak digunakan dalam analisis faktor. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam analisis faktor adalah nilai $MSA > 0,50$. Jika ada diantara angka tersebut $< 0,50$ maka variabel tersebut harus dikeluarkan dan dilakukan analisis kembali. Dari hasil

analisis di atas nilai $MSA > 0,50$ semua, sehingga tidak ada variabel yang dikeluarkan dan hal ini sudah memenuhi syarat untuk analisis selanjutnya.

b. Ekstraksi Faktor

Tabel *communalities* menunjukkan nilai variabel yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai *Extraction* lebih besar dari 0,50. Tabel *communalities* berisi kolom nilai diagonal matriks korelasi.

Dalam penelitian ini menggunakan metode *principal components analysis* (PCA). Di dalam PCA *the total variance* di dalam data yang diperhatikan yaitu diagonal matriks korelasi, setiap elemennya sebesar 1 (satu) dan *full variance* dipergunakan untuk dasar pembentukan faktor, yaitu variabel-variabel baru sebagai pengganti variabel-variabel lama, yang jumlahnya lebih sedikit dan tidak lagi berkorelasi satu sama lain, seperti variabel-variabel asli yang memang saling berkorelasi.⁵

Tabel 4.31
Hasil Communalities

<i>Communalities</i>		
Component	Initial	Extraction
Harga	1,000	0,719
Kualitas Pelayanan	1,000	0,677
Lokasi	1,000	0,623

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Hasil uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan tabel di

⁵ J. Supranto, *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hal. 316

atas dapat dijelaskan dengan mengurutkan variabel yang mempunyai nilai *extraction* terbesar terlebih dahulu sebagai berikut:

- 1.) Variabel harga bernilai 0,719 yang dapat diartikan bahwa variabel ini mampu dijelaskan oleh faktor yang terbentuk sebesar 71,9%
- 2.) Variabel kualitas pelayanan bernilai 0,677 yang dapat diartikan bahwa variabel ini mampu dijelaskan oleh faktor yang terbentuk sebesar 67,7%
- 3.) Variabel lokasi bernilai 0,623 yang dapat diartikan bahwa variabel ini mampu dijelaskan oleh faktor yang terbentuk sebesar 62,3%

Berdasarkan output di atas, diketahui nilai *Extraction* untuk semua variabel adalah lebih besar dari 0,50. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipakai untuk menjelaskan faktor dan kemudian bisa dilakukan analisis selanjutnya.

Tabel *communalities* pada dasarnya adalah jumlah varian (bisa dalam presentase), suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Berdasarkan nilai-nilai yang ada pada tabel *communalities*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel-variabel yang ada dapat dijelaskan di dalam faktor yang terbentuk. Semakin besar nilai *communalities* maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

c. Merotasi Faktor

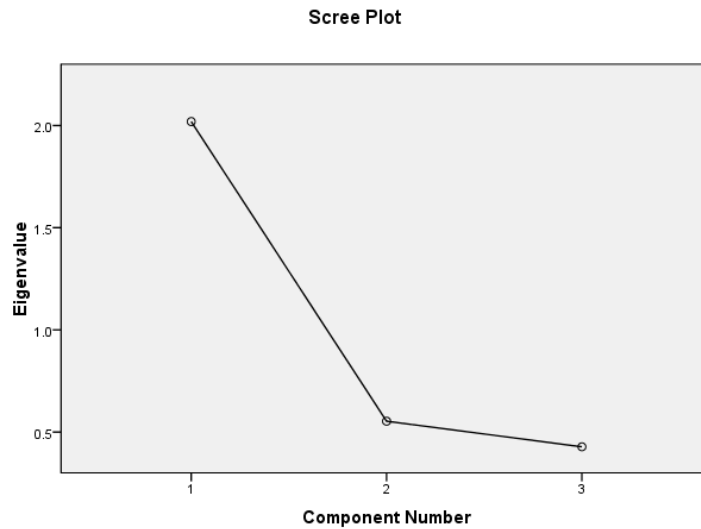
Dalam penelitian ini penentuan jumlah faktor dianalisis berdasarkan hasil uji *total variance explained*. Pada bagian ini akan diperoleh jumlah faktor yang terbentuk.

Tabel 4.32
Hasil Total Variance Explained

<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	2,019	67,308	67,308	2,019	67,308	67,308
2	0,553	18,432	85,741			
3	0,428	14,259	100,000			

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel *total variance explained* menunjukkan nilai masing-masing variabel yang dianalisis. Berdasarkan tabel *output total variance explained* pada bagian “*Initial Eigenvalues*”, maka ada 1 faktor yang terbentuk dari 3 variabel yang dianalisis. Di mana syarat untuk menjadi faktor, maka nilai *Eigenvalue* harus lebih dari 1. Nilai *Eigenvalue Component* 1 sebesar $2,019 > 1$ maka membentuk faktor 1. Varian faktor sebesar 67,308%, sehingga faktor tersebut mampu menjelaskan 67,308% dari variasi ketiga variabel yang dianalisis. Dan untuk bisa dilanjutkan ke analisis selanjutnya maka varian kumulatif mencapai 60% dan varian kumulatif telah memenuhi persyaratan, yaitu telah mencapai 60%. Jadi dari tabel *total variance explained* di atas dapat diketahui bahwa hanya ada satu faktor yang terbentuk.

Gambar 4.2

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Gambar *Scree Plot* ini dapat menunjukkan jumlah faktor yang terbentuk. Caranya dengan melihat titik *component* yang memiliki nilai *Eigenvalue* > 1. Dari gambar *Scree Plot* di atas ada 1 titik *component* yang memiliki nilai *Eigenvalue* > 1 maka dapat diartikan bahwa hanya ada 1 faktor yang dapat terbentuk.

d. Interpretasi Faktor

Tabel 4.33
Component Matrix

	Component
	1
Harga	0,848
Kualitas Pelayanan	0,823
Lokasi	0,789

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Pada tabel *component matrix* terlihat bahwa ketiga variabel telah mencapai angka di atas 0,50. Nilai pada tabel *component matrix*

merupakan *factor loading* yang menunjukkan korelasi variabel dengan faktor yang terbentuk. Dapat ditunjukkan pada variabel harga, nilai korelasi antara variabel harga dengan faktor adalah sebesar 0,848, variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai korelasi dengan faktor sebesar 0,823, dan variabel lokasi mempunyai nilai korelasi dengan faktor sebesar 0,789.

Dari hasil interpretasi faktor, dapat diketahui bahwa hanya terdapat satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Jadi berdasarkan analisis faktor yang dilakukan dalam penelitian ini diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi secara endogen dalam pengambilan keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar adalah harga yang mempunyai *factor loading* paling tinggi dan kemudian disusul oleh kualitas pelayanan, serta lokasi.