

ABSTRAK

Pariwisata menjadi salah satu sektor andalan untuk memperoleh devisa negara, pariwisata juga berperan penting terhadap pembangunan nasional. Kabupaten Bojonegoro sebagai salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) di Jawa Timur, diketahui jumlah kunjungan wisatawan domestik di Kabupaten Bojonegoro mengalami kenaikan yang tinggi. Dari perkembangan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Bojonegoro saat ini, masih belum diketahui proses wisatawan dalam pengambilan keputusan liburan seperti memilih destinasi pariwisata dan kegiatan yang harus dilakukan di destinasi pariwisata. Pada penelitian, ini akan dilakukan segmentasi pasar wisatawan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pemilihan destinasi pariwisata di Kabupaten Bojonegoro. Objek penelitian yang digunakan yaitu wisatawan domestik yang pernah dan atau sedang mengunjungi destinasi pariwisata di Kabupaten Bojonegoro dengan jumlah sampel yaitu sebanyak 330 orang, yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis faktor dan analisis *cluster*. Dalam penelitian ini, digunakan sebanyak 33 variabel, dan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. *Output* yang dihasilkan dari analisis faktor yaitu 9 faktor yang terbentuk, hasil ringkasan dari 25 variabel. Sembilan faktor yang terbentuk yaitu faktor tujuan berwisata, faktor jenis destinasi wisata, faktor informasi destinasi wisata, faktor pemasaran destinasi wisata, faktor sarana dan prasarana destinasi wisata, faktor hubungan dengan *partner* berwisata, faktor pendapatan, faktor pengalaman berkunjung, dan faktor karakteristik individu. Kemudian dengan menggunakan analisis *cluster*, terbentuk tiga segmen pasar wisatawan yaitu wisatawan kritis atau pemilih, wisatawan petualang, dan wisatawan netral atau ragu-ragu.

Kata Kunci : Pariwisata, segmentasi pasar, pemilihan destinasi wisata, analisis faktor, analisis *cluster*.

ABSTRACT

Tourism is one of the mainstay sectors to gain foreign exchange, tourism also plays an important role in national development. Bojonegoro Regency as one of the Tourist Destination Areas (DTW) in East Java, it is known that the number of domestic tourist visits in Bojonegoro Regency has experienced a high increase. From the development of the number of tourist visits in Bojonegoro Regency at this time, it is still unknown the process of tourists in making holiday decisions such as choosing tourism destinations and activities that must be done in tourism destinations. In this research, tourist market segmentation will be carried out based on the factors that influence decisions in the selection of tourism destinations in Bojonegoro Regency. The research object used was domestic tourists who had visited or visited tourism destinations in Bojonegoro Regency with a total sample of 330 people, which was determined through a purposive sampling technique. The method used in this study is factor analysis and cluster analysis. In this study, 33 variables were used, and questionnaires were used as a method of data collection. Output generated from factor analysis is 9 factors formed, summary results from 25 variables. Nine factors formed, namely the destination factor of travel, the type of tourist destination, information on tourist destinations, marketing factors for tourist destinations, factors of tourist destination facilities, factors of relations with travel partners, income factors, visiting experience factors, and individual characteristic factors. Then by using cluster analysis, three market segments of tourists are formed namely critical tourists or voters, adventurous tourists, and neutral or doubtful tourists.

Keywords: *Tourism, market segmentation, choice of tourist destinations, factor analysis, cluster analysis.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah dan Asumsi	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pariwisata.....	7
2.2 Proses Pengambilan Keputusan Liburan	7
2.3 Segmentasi Pasar	10
2.4 Analisis Faktor.....	10
2.5 Analisis <i>Cluster</i>	11
2.6 Penelitian Terdahulu	12
BAB III.....	14
METODE PENELITIAN	14
3.1 Jenis Penelitian	14
3.2 Variabel Penelitian.....	14
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	14
3.3.1 Tempat Penelitian.....	15
3.3.2 Waktu Penelitian	15

3.4 Jenis Data	15
3.5 Instrumen Penelitian	16
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	16
3.7 Jumlah Data	17
3.8 Rancangan Kuesioner	17
3.9 Metode Penyelesaian	21
3.10 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	24
BAB IV	26
HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Variabel Penelitian.....	26
4.2 <i>Pre Sampling</i>	28
4.2.1 Uji Validitas	28
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	29
4.3 Statistik Deskriptif	29
4.3.1 Identitas Responden	29
4.3.2 Jawaban Responden	31
4.4 Analisis Faktor	33
4.4.1 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	33
4.4.2 <i>Anti Image Matrices</i>	34
4.4.3 <i>Communalities</i>	36
4.4.4 <i>Total Variance Explained</i> dan <i>Scree Plot</i>	37
4.4.5 <i>Component Matrix</i>	39
4.4.6 Rotasi Faktor	40
4.4.7 Interpretasi Faktor	41
4.5 Analisis <i>Cluster</i>	43
4.5.1 Metode <i>K-means Cluster</i>	43
4.5.2 <i>Crosstabulation</i>	46
4.6 Analisa Keseluruhan	47
BAB V	49
KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49

DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Gantt Chart</i> Penelitian	15
Tabel 3.2 Rancangan Dasar Kuesioner Penelitian	18
Tabel 4.3 Identifikasi Variabel Penelitian	26
Tabel 4.4 Rekapitan Uji Validitas	28
Tabel 4.5 Rekapitan Uji Reliabilitas	29
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden	32
Tabel 4.7 <i>KMO and Bartlett's Test</i>	34
Tabel 4.8 Rekapitan <i>Anti Image Matrices</i>	35
Tabel 4.9 <i>Communalities</i>	36
Tabel 4.10 <i>Total Variance Explained</i>	37
Tabel 4.11 <i>Component Matrix</i>	39
Tabel 4.12 <i>Rotated Component Matrix</i>	40
Tabel 4.13 Interpretasi Faktor	41
Tabel 4.14 ANOVA	44
Tabel 4.15 <i>Number of Cases in each Cluster</i>	45
Tabel 4.16 <i>Final Cluster Center</i>	45
Tabel 4.17 <i>Crosstabulation</i> Hasil <i>Cluster</i> dengan Variabel Jenis Kelamin	46
Tabel 4.18 <i>Crosstabulation</i> Hasil <i>Cluster</i> dengan Variabel Pekerjaan	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata Tahun 2009-2019E ...	2
Gambar 1.2 Peta Pariwisata Bojonegoro	3
Gambar 1.3 <i>Branding</i> Wisata Bojonegoro	4
Gambar 1.4 Jumlah Wisatawan di Kabupaten Bojonegoro Tahun 2012-2017	4
Gambar 2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Liburan	8
Gambar 2.6 Fenomena Pariwisata: Faktor Pengaruh Keputusan Liburan	9
Gambar 3.7 <i>Flowchart</i> Pengolahan Data	23
Gambar 3.8 <i>Flowchart</i> Penelitian	26
Gambar 4.9 <i>Pie-chart</i> Jenis Kelamin Responden	30
Gambar 4.10 <i>Pie-chart</i> Umur Responden	30
Gambar 4.11 <i>Pie-chart</i> Pekerjaan Responden	31
Gambar 4.12 <i>Scree plot</i>	38