

ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN WISATA BUDAYA, SEJARAH DAN ALAM YOGYAKARTA: PERSEPSI WISATAWAN DOMESTIK

Anggi Rahajeng

Staf dan Peneliti Pusat Studi Ekonomi dan Kebijakan Publik

Universitas Gadjah Mada

E-mail: anggirahajeng@yahoo.com

Abstract

This study is conducted to identify factors that influence the decision of tourists to visit Yogyakarta using factor analysis technique. Further, this study attempts to explore the perception of tourists on tourism in Yogyakarta. Yogyakarta's tourism have three main recreation's attributes: culture, history, and nature. Empirical results show that, overall, visitors are satisfied with the services provided in selected recreational sites. However there has been a lack in facilities and diversification of recreational activities. Therefore, some factors such as accommodation, satisfaction and recreational spot services become important aspects to attract visitors.

Keywords: *factor analysis technique, recreation's attributes*

LATAR BELAKANG

Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Banyak faktor yang menjadikan Yogyakarta sebagai kawasan wisata yang paling diminati wisatawan setelah Bali. Penilaian tersebut berdasarkan pada beberapa faktor yaitu keanekaragaman dan banyaknya tempat tujuan wisata di Yogyakarta (terdapat lebih dari 50 tempat tujuan wisata). Faktor lainnya adalah atribut budaya, sejarah dan alam yang menjadi ciri khas utama wisata Yogyakarta dan memberikan identitas yang unik terhadap pariwisata Yogyakarta. Ketiga atribut tersebut boleh menggambarkan pariwisata Yogyakarta secara keseluruhan.

Meskipun Yogyakarta merupakan daerah wisata yang sangat menarik untuk

dikunjungi, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta ternyata masih relatif sedikit dibandingkan dengan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah lain di Indonesia. Tabel 1 menunjukkan jumlah wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta pada tahun 2003 menurun secara signifikan dari 204,527 wisatawan menjadi 53,548 wisatawan, dan jumlah wisatawan kembali bertambah pada tahun 2003 dan seterusnya.

Rata-rata masa kunjungan wisatawan manca negara di Yogyakarta cukup singkat. Pada tahun 2005 masa kunjungan wisatawan baik wisatawan manca negara maupun domestik secara hanya dua hingga tiga hari (Tabel 2).

Tabel 1: Jumlah Wisatawan Manca Negara dan Domestik yang Berkunjung ke Indonesia dan ke Yogyakarta

TAHUN	Wisatawan manca negara		Wisatawan Domestik	
	Indonesia	Yogyakarta	Indonesia	Yogyakarta
2001	5,153,620	103,838	103,884,3	2,860,278
2002	5,033,400	204,527	105,377,7	2,038,962
2003	4,467,021	53,548	110,031,3	1,819,323
2004	5,321,165	87,832	111,353,4	1,913,511
2005	5,002,101	79,844	112,701,2	1,913,603

Sumber: Baparda DIY, Statistik Pariwisata DIY 2005

Tabel 2: Lama Menginap Wisatawan di Yogyakarta tahun 2001-2005

Akomodasi	2001		2002		2003		2004		2005	
	LN	Domestik								
Hotel Non Bintang	2.05	1.10	1.91	1.25	1.80	1.20	2.20	1.46	2.22	1.65
Hotel Bintang	2.03	1.65	1.83	1.84	1.95	1.78	1.84	1.65	2.41	2.30
Rata-rata	2.04	1.38	1.84	1.53	1.88	1.50	2.02	1.56	2.32	1.98

Sumber: Baparda DIY, Statistik Pariwisata DIY 2005

Upaya untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Yogyakarta terus dilakukan dan juga perlu ditingkatkan, terlebih selepas bencana gempa bumi yang melanda Yogyakarta pada Mei 2006. Pemerintah perlu berusaha semakin keras untuk menggalakkan kembali pariwisata di Yogyakarta. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi wisatawan untuk tertarik datang ke Yogyakarta. Untuk mengetahui faktor-faktor tersebut perlu diciptakan suatu model yang berdasarkan persepsi ataupun pandangan pihak wisatawan.

Objek Kajian

Kajian ini mencoba mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk tertarik datang berkunjung Yogyakarta berdasarkan persepsi wisatawan domestik dan mengetahui persepsi wisatawan domestik terhadap keadaan pariwisata Yogyakarta.

Deskripsi Lokasi Kajian

Kajian ini dilakukan di Yogyakarta. Pengkaji membagi potensi wisata Yogyakarta menjadi tiga yaitu potensi alam, sejarah dan budaya.

Alam

Di sebelah utara, barat laut dan tenggara merupakan daerah pergunungan. Bagian utara terdapat Gunung Merapi yang masih aktif. Gunung Merapi memiliki ciri *eruption* yang khas yaitu membentuk awan panas yang sering disebut dengan *wedhus gembel*. Terdapat pegunungan Menoreh di bagian barat laut sedangkan di bagian tenggara terdapat pegunungan Sewu yang sangat unik. Pegunungan Sewu merupakan pegunungan gamping yang kaya akan sungai bawah tanah, gua dan danau/telaga. Beberapa pegunungan ini memiliki potensi wisata *eco-tourism* dan memiliki pemandangan yang indah serta flora fauna yang unik membentuk *biodiversity* yang menarik.

Yogyakarta diakui sebagai tempat yang menarik bagi para pengkaji, pakar geologi, dan pakar vulkanologi karena wujudnya gua-gua di daerah bebatuan kapur dan gunung berapi yang masih aktif. Di sekitar Pantai Parangtritis terdapat hamparan pasir yang berbukit-bukit, disebut dengan "gumuk" atau bukit pasir (*sand dunes*), Sutikno (*Sinar*, 18 Mei 1996) menyatakan bahwa bukit pasir (*sand dunes*) kawasan ini merupakan sesuatu yang jarang dijumpai di daerah tropis basah.

Yogyakarta memiliki kawasan hutan negara yang tidak terlalu luas. Beberapa tempat kawasan hutan mempunyai potensi sebagai objek wisata ekologis misalnya hutan hujan tropis di penguungan lereng Gunung Merapi, hutan suksesi primer di dekat puncak Gunung Merapi, hutan *Decideous Jati* di Gunung Kidul. *Decideous Jati* merupakan jenis tumbuhan hutan yang unik dan menarik, biasanya hutan-hutan ini dijadikan tempat wisata pendidikan serta penelitian.

Di luar kawasan hutan terdapat pertanian dan perkebunan yang dapat dikembangkan untuk menjadi wisata agro. Sekarang ini wisata agro yang sudah berkembang ada di Kabupaten Sleman bagian utara yaitu di sekitar daerah Kaliurang dengan tanaman Salak Pondoh yang menjadi komoditas unggulan dan komoditas khas Yogyakarta. Begitu juga halnya dengan Kabupaten Bantul, Kulon Progo dan Gunung Kidul juga dapat berpotensi untuk berkembang menjadi daerah wisata agro. Lahan kebun, tegal dan pekarangan di samping lahan sawah yang berpetak-petak dan berbentuk *terasiring* sangat menarik untuk dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata agro.

Pertanian dan perkebunan selain mewujudkan wisata agro, juga mewujudkan pemukiman penduduk desa yang mempunyai corak dan pola yang beraneka ragam. Pemukiman penduduk desa ini

membentuk sistem sosial dengan budaya dan adat istiadat yang menarik. Begitu juga halnya dengan pemukiman yang ada di pegunungan, di dataran rendah, di tepi pantai. Penduduk yang bertempat tinggal di daerah pegunungan kapur/gamping misalnya Gunung Kidul berbeda dengan daerah dataran *alluvial* di daerah Bantul dan Kulon Progo. Perbedaan sistem sosial yang tetap berlandaskan pada falsafah dan filosofi budaya Jawa menjadikan keunikan dan kekhasan tersendiri. Potensi ini dapat dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata pedesaan atau *rural tourism*.

Sejarah

Bagi pakar arkeologi, Yogyakarta sangat menarik karena memiliki sekitar 36 candi atau situs bersejarah. Misalnya Candi Prambanan yang merupakan candi Hindu terbesar dan paling terkenal di Indonesia yang dibangun di abad ke-9, terletak di sebelah timur dari Kota Yogyakarta, sekitar 30 Km saja dari Kota Yogyakarta. Candi Borobudur merupakan candi Budha terbesar bahkan tercatat sebagai salah satu daripada tujuh keajaiban dunia, terletak di sebelah timur laut Yogyakarta berjarak sekitar 42 Km dari Kota Yogyakarta. Candi Mendut adalah tempat untuk pemujaan bagi umat Budha karena di dalamnya terdapat arca Budha Gautama.

Budaya

Yogyakarta juga memiliki persekitaran yang indah. Bangunan-bangunan berarsitektur tradisional masih banyak dijumpai di Yogyakarta. Kehidupan sosial yang selaras dan serasi antara unsur tradisional dan modern membentuk keharmonisan. Upacara-upacara ritual/tradisional masih terpelihara dengan baik hingga kini. Suasana malam di Yogyakarta yang romantik dengan lampu-lampu hiasnya membuat Yogyakarta menjadi daerah yang menarik dikunjungi tidak hanya sekali tetapi juga *ngangeni*

(membuat rindu dan ingin datang kembali). Seni dan budaya tradisional contohnya musik gamelan, tarian tradisional mampu mengingatkan siapapun yang melihatnya akan kehidupan masa lampau. Umumnya objek wisata budaya ini terletak di sekitaran Kraton Yogyakarta. Kraton Yogyakarta merupakan pusat kebudayaan Jawa yang merujuk pada budaya Kerajaan Mataram. Perkembangan kehidupan modern yang ditandai dengan perkembangan teknologi modern yang ada masa sekarang boleh berkembang serasi dengan kehidupan tradisional di Yogyakarta. Hal ini membentuk kehidupan dan perilaku masyarakat Yogyakarta yang santun dan khas. Berbagai macam kesenian adat, upacara, kendaraan, arsitektur tradisional yang masih lestari menjadikan Yogyakarta dapat dianggap sebagai "museum hidup budaya Jawa".

Kerangka Teori Metode *Factor Analysis*

Kajian ini menggunakan salah satu model yang seringkali digunakan bidang Psikologi untuk mengetahui sesuatu faktor yang terbentuk dengan berasaskan pandangan responden yaitu *factor analysis* (FA) atau analisis faktor. Analisis faktor merupakan teknik untuk mengkombinasikan pertanyaan atau variabel yang dapat menciptakan suatu faktor baru dan juga mengkombinasikan sasaran untuk menciptakan kelompok baru secara berurutan. Faktor analisis dibentuk dari teknik *analysis of interdependence* karena menganalisis keterkaitan antar pertanyaan, variabel atau sasaran. Faktor analisis memiliki karakter yang berbeda daripada uji statistik lainnya seperti uji t ataupun ANOVA karena metode ini bukan merupakan uji bagi perbedaan diantara *groups of subjects*.

Analisis faktor menyusun suatu struktur (kerangka) prosedur analisis yang kompleks yang akan digunakan untuk mengenal pasti hubungan diantara kumpulan variabel yang diamati biasanya berjumlah

besar. Selanjutnya, dilakukan pengurangan variabel sehingga menghasilkan kumpulan variabel yang lebih kecil yang disebut dengan dimensi atau faktor yang memiliki karakteristik yang hampir sama (Nunnally dan Bernstein, 1994). Dua jenis analisis faktor yaitu *exploratory* dan *confirmatory*. *Exploratory factor analysis* (EFA) digunakan oleh pengkaji yang tidak memiliki pengetahuan mengenai berapa banyak faktor yang diperlukan untuk menerangkan hubungan diantara kumpulan karakteristik, indikator atau item (Gorsuch, 1993; Pedhazur dan Schmelkin, 1991; Tabachnick dan Fidell, 2001). Oleh karena itu pengkaji menggunakan metode analisis faktor untuk menjelaskan (*explore*) faktor utama yang menjadi perhatian sesuatu model. Sedangkan *confirmatory factor analysis* (CFA) pula digunakan oleh pengkaji yang memiliki pengetahuan mengenai kerangka utama dalam model yang akan dikaji. Kegunaan CFA antara lain digunakan untuk menguji sesuatu teori atau hipotesis dan untuk melakukan perbandingan struktur faktor.

Ada beberapa tahapan asas untuk menghitung *exploratory factor analysis* (EFA). Pertama, mengenal pasti permasalahan dengan membuat pertanyaan yang dapat mewakili variabel-variabel yang akan dipilih dengan dua metode pendekatan yaitu *In Depth Interview* dan *Business Intelligence* dengan *Focus Group Discussion*.

Kedua, mempersiapkan data untuk keperluan perhitungan *correlation matrix* yaitu memilih indikator atau variabel yang layak dimasukkan ke dalam analisis faktor. Pemilihan ini dilakukan oleh analisis faktor melalui proses *data reduction* yaitu pengelompokan sejumlah variabel yang memiliki korelasi yang kuat jika ada suatu variabel yang berkorelasi lemah dengan variabel lainnya maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis faktor. Proses *data*

reduction dilakukan dengan cara melihat besaran angka KMO-MSA dan atau *Barlett's Test*. Prinsip dasar KMO-MSA dan *Barlett's Test* yaitu:

1. Bartlett's Test of Sphericity (Bartlett, 1950) menguji hipotesis nol dimana matrik korelasi adalah berbentuk matrik identitas $\begin{bmatrix} 1 & 0 \\ 0 & 1 \end{bmatrix}$ yang bermakna tidak ada hubungan diantara item. Bartlett's Test of Sphericity dapat dilihat melalui uji Chi-square yang menunjukkan wujudnya distribusi normal (Tabel Z).
2. Kaiser-Meyer-Olkin Test (KMO) merupakan korelasi parsial yang menunjukkan korelasi diantara masing-masing pasangan item. KMO mengukur keperluan sampel yang membandingkan antara besarnya koefisien korelasi dengan besarnya koefisien korelasi parsial.

$$KMO = \frac{\Sigma(\text{korelasi})^2}{\Sigma(\text{korelasi})^2 + \Sigma(\text{korelasiparsial})^2}$$

Aturan besaran KMO menurut Keiser (1974) adalah di atas 0.90 (bagus sekali), 0.80 (bagus), 0.70 (sedang) dan kurang daripada 0.60 (buruk), tetapi biasanya dibawah angka 0.60 masih boleh diterima asal tidak kurang dari 0.50.

3. Ada salah satu instrumen yang biasanya melengkapi KMO yaitu *a measure of sampling adequacy* (MSA) yang boleh dihitung dengan menggunakan koefisien korelasi parsial. Cara perhitungan KMO-MSA adalah mirip dan kedua pengukuran ini tersedia dalam *software* SPSS dan SAS. Nilainya tidak boleh kurang daripada 0.50 tetapi jika kurang daripada angka 0.50 maka item dikeluarkan dari analisis faktor, yang dimulai dari angka terkecil seterusnya sampai tidak ada lagi angka yang kurang dari 0.50.

Ketiga, meringkas variabel sehingga menghasilkan sejumlah variabel yang lebih sedikit (*extracting the initial factors*). Variabel-variabel yang terpilih akan mengelompok pada suatu faktor tertentu. Ada dua pendekatan dalam melakukan proses *extracting the initial factors* yaitu *principal component analysis* (PCA) dan *common factor analysis* (CFA). Kelebihan PCA adalah mudah dipahami dan biasa digunakan untuk proses ekstraksi dalam analisis faktor tetapi PCA juga mempunyai kelemahan karena cenderung *overestimate* terhadap pola hubungan linier diantara kumpulan variabel.

Keempat, memutarakan faktor yang telah dibentuk (*rotating the factor*). Faktor yang telah dibentuk biasanya kurang menggambarkan perbedaan diantara faktor-faktor yang ada karena suatu faktor harus berbeda secara nyata dengan faktor lain. Oleh karena itu dilakukan proses *rotation* untuk memperjelas isi kandungan suatu faktor dan memperjelas apakah faktor yang telah dibentuk sudah signifikan berbeda daripada faktor lain. Dalam proses rotasi terdapat dua jenis rotasi yaitu *orthogonal* dan *oblique* yang masing-masing memiliki asumsi berbeda.

Kelima, *refining the solution*, menyimpulkan solusi yang telah didapat dan mengidentifikasi faktor-faktor yang telah dibentuk *refining factor* mengkaji nilai *loading faktor* yang telah dirotasi. Nilai *loading faktor* ditunjukkan oleh tabel 'rotated component matrix' atau rotated factor structure matrix' yang berisi korelasi antara item dengan faktor. Suatu item dianggap memberikan petunjuk yang jelas dan kuat jika nilai *loading*-nya lebih dari 0.90 tetapi jika kurang dari 0.60 maka item dianggap memberikan petunjuk yang lemah.

LANDASAN TEORI

Sebagian besar diskusi tentang *factor analysis* ini diambil dari sumber Pett et.al

(2003). Ada beberapa studi yang mengaplikasikan *factor analysis*, misalnya Liao dan Wong (2007) mengaplikasikan *exploratory factor analysis* (EFA) dan *confirmatory factor analysis* (CFA) untuk mengetahui pertimbangan utama berkaitan dengan kemampuan menggunakan internet bagi layanan sistem *e-banking* dan faktor yang mempengaruhi interaksi pelanggan dengan pelayanan jasa system *e-banking*. Jong-A-Pin (2006) mengkaji hubungan antara ketidakstabilan politik dan pertumbuhan ekonomi. Sabatini (2005) mengukur modal sosial di Itali dan masih banyak lagi literatur lain yang berkaitan dengan *factor analysis*.

METODOLOGI PENELITIAN

Kajian ini menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Ini bermakna bahwa pengkaji mengeksplorasi secara mandiri variabel-variabel yang akan dipilih. Pengkaji mengadakan *Focus Group Discussion* dengan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan terhadap masalah kajian untuk menyusun variabel yang akan dikaji. *Focus Group Discussion* yang dilakukan menghasilkan 21 item pertanyaan. Dua puluh satu item pertanyaan ini diajukan kepada responden untuk mengetahui persepsi responden terhadap keadaan pariwisata Yogyakarta yang nantinya informasi tersebut digunakan dalam analisis faktor. Semua pertanyaan tersebut memiliki nada positif dan dibuat dalam skala likert 1 hingga 6 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju).

Seterusnya proses *data reduction* dilakukan untuk keperluan perhitungan *correlation matrix*. Ini bagi memilih indikator atau variabel atau pertanyaan yang layak dimasukkan ke dalam analisis faktor dan mengelompokkan sejumlah variabel yang memiliki korelasi yang kuat. Jika suatu variabel berkorelasi lemah dengan variabel lainnya maka variabel tersebut dikeluarkan dari analisis faktor. Semua proses yang

dilakukan dalam kajian ini menggunakan alat bantu software SPSS. Proses *Data reduction* dilakukan dengan cara melihat besaran angka KMO-MSA dan atau *Barlett's Test*.

Seterusnya meringkas variabel sehingga menghasilkan faktor yang lebih sedikit (*extracting the initial factors*). Kajian ini menggunakan pendekatan *Principal Component analysis* (PCA) untuk melakukan proses ekstraksi karena mudah untuk dipahami dan dianggap lebih sesuai dengan tujuan kajian ini. *Principal Component* meringkas informasi yang ada dalam sejumlah variabel ke dalam beberapa faktor, konsep informasi dalam PCA merupakan total informasi yang ada di dalam setiap variabel.

Proses selanjutnya adalah rotasi. Kajian ini menggunakan rotasi *orthogonal* yang mengasumsikan bahwa faktor yang dibentuk adalah tidak saling berkaitan. Pendekatan yang dipilih untuk melakukan rotasi *orthogonal* adalah *varimax*. *Varimax* dapat menyederhanakan kolom *unrotated factor-loading matrix* dengan cara memaksimumkan varian *loading* serta memaksimumkan perbedaan antara *loading* yang tinggi dan *loading* yang rendah. Selain itu *varimax* mudah diterjemahkan dan menyediakan informasi yang jelas mengenai korelasi yang terjadi antara item dengan faktor yang terbentuk.

Tahapan terakhir, menyimpulkan solusi yang didapat dan memberi nama faktor-faktor yang telah terbentuk (*refining the solution*). Kajian ini tidak bertujuan melakukan proses regresi terhadap faktor yang telah terbentuk karena kajian ini hanya ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk tertarik datang melawat Yogyakarta. Pengambilan data dilakukan dengan kuesioner yang dilaksanakan sepanjang bulan November-Desember tahun 2006. Pemilihan responden dibuat secara *random*.

Seramai 194 sampel responden dipilih dari kalangan wisatawan domestik yang berasal dari luar Yogyakarta dan Magelang.

PEMBAHASAN HASIL

Profil Responden

Aspek pendidikan, sebanyak 47% dari total responden (92 orang) mempunyai taraf pendidikan universitas baik tingkatan *Diploma*, *undergraduated*, maupun *graduated*. SMP sebanyak 18%, sedangkan 27% lainnya adalah tingkatan SMA. Sebanyak 66% dari total responden didapati masih berstatus lajang. Rata-rata pendapatan responden adalah Rp 1.300.000 sebulan, ini menunjukkan rata-rata wisatawan yang datang ke Yogyakarta merupakan kalangan berpendapatan menengah.

Pentingnya kunjungan ke Yogyakarta berbanding dengan kunjungan ke kota-kota lain bagi responden turut dikaji dalam kajian ini. Sebanyak 49.5% responden menyatakan bahwa kunjungan ke Yogyakarta sangat penting berbanding kota-kota wisata lainnya.

Sebanyak 42.8% responden menyatakan tempat rekreasi yang sedang dikunjungi adalah sangat penting berbanding tempat rekreasi lainnya di Yogyakarta. Sedangkan 40.7% responden menyatakan sederhana penting. Rata-rata perbelanjaan responden selama melakukan lawatan ke Yogyakarta adalah Rp 1.400.000. Seramai 31.4% dari total responden mengeluarkan uang kurang dari Rp 500.000 dan juga antara Rp 500.001-Rp 1.500.000.

Tabel 3: Pentingnya kunjungan

Items	Frekuensi	%
Pentingnya Yogyakarta berbanding kota-kota wisata lainnya		
sangat penting	96	49.5
Sederhana penting	68	35.1
kurang penting	6	3.1
tidak penting langsung	24	12.4
Total	194	100
Pentingnya tempat rekreasi yang dikunjungi berbanding tempat rekreasi lainnya di Yogyakarta		
sangat penting	83	42.8
Sederhana penting	79	40.7
kurang penting	3	1.5
tidak penting langsung	29	14.9
Total	194	100

Sumber: olahan data

Pandangan Responden Terhadap Kondisi Pariwisata Yogyakarta

Tabel 4: Pandangan responden terhadap kondisi pariwisata Yogyakarta

Item	1		2		3	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%
Mudah dapatkan informasi lengkap mengenai Yogyakarta	0	0.0	31	16	163	84
Mudah dapatkan informasi lengkap mengenai tempat-tempat wisata yang ada di Yogyakarta	9	4.6	107	55.2	78	40.2
Mudah perolehi transportasi antar kota/negara menuju Yogyakarta	36	18.6	73	37.6	85	43.8
Mudah menuju tempat-tempat wisata yang ada di Yogyakarta	81	41.8	51	26.3	62	32
Mudah temukan tempat-tempat yang menyediakan akomodasi di Yogyakarta	0	0.0	32	16.5	162	83.5
Mudah akses tempat-tempat hiburan di Yogyakarta	0	0.0	33	17	161	83
Mudah dapatkan tempat-tempat pelayanan masyarakat umum di Yogyakarta	29	14.9	102	52.6	63	32.5
Mudah temukan tempat-tempat penjualan souvenir khas Yogyakarta	2	1.0	19	9.8	173	89.2
Merasa aman di Yogyakarta	0	0.0	22	11.3	172	88.6
Peduli /prihatin thd gempa bumi 27 Mei 2006 di Yogyakarta	0	0.0	48	24.7	146	75.3
Gempa bumi 27 Mei menyebabkan saya tertarik berkunjung ke Yogyakarta	45	23.2	47	24.2	102	52.6
Nikmati wisata di Yogyakarta tnp rasa takut dan terganggu jika berlaku demo/unjuk rasa mhs Yk	0	0.0	36	18.6	158	81.5
Nikmati wisata di Yogyakarta tnp rasa takut dan terganggu atas keberadaan pedagang asongan	112	57.7	55	28.4	27	13.9
Merasa nyaman gunakan transportasi modern yang ada di Yogyakarta	119	61.4	75	38.7	0	0
Merasa nyaman gunakan transportasi tradisional yang ada di Yogyakarta	41	21.1	80	41.2	73	37.7
Merasa puas dengan pelayanan tempat-tempat wisata di Yogyakarta	67	34.5	59	30.4	68	35.1
Merasa nyaman berada di Yogyakarta	0	0.0	22	11.3	172	88.7
Menyukai karakteristik dan sikap masyarakat Yogyakarta	0	0.0	11	5.7	183	94.4
Banyak pilihan tempat wisata di jogja	0	0.0	5	2.6	189	97.4
Pengalaman wisata di Yogyakarta adalah unik berbanding kota-kota lainnya	0	0.0	5	2.6	189	97.5
Wisata di Yogyakarta relatif murah berbanding Dengan kota-kota lainnya	0	0.0	8	4.1	186	95.8
KETERANGAN						
1. Tidak Setuju; merupakan gabungan skala likert 1&2						
2. Netral (tidak berpendapat); merupakan gabungan skala likert 3&4						
3. Setuju; merupakan gabungan skala likert 5&6						

Sumber: olahan data

Tabel 4 menunjukkan pandangan responden terhadap kondisi pariwisata Yogyakarta. Seramai 163 responden (84%) menyatakan mudah mendapatkan informasi yang lengkap mengenai Yogyakarta. Didapati 78 responden (40.2%) menyatakan setuju bahwa mereka mudah memperoleh informasi yang lengkap tentang tempat-tempat rekreasi di Yogyakarta. Ini bermakna bahwa informasi lengkap mengenai Yogyakarta serta tempat-tempat rekreasi yang ada di Yogyakarta mudah dijumpai baik melalui agensi pariwisata/perjalanan, media cetak, media elektronik, maupun internet.

Pandangan responden terhadap kemudahan transportasi antar kota/negara menuju Yogyakarta ialah 36 orang (18.6%) tidak setuju dan 85 orang (43.8%) menyatakan setuju bahwa transportasi menuju Yogyakarta adalah mudah. Lain halnya dengan pandangan responden terhadap kemudahan pengangkutan ke tempat-tempat rekreasi di Yogyakarta, seramai 41.8% daripada responden menyatakan sukar memperoleh transportasi menuju tempat-tempat rekreasi di Yogyakarta. Mereka perlu menggunakan kendaraan pribadi karena sukar mencari *public transportation* seperti bis untuk menuju ke tempat-tempat rekreasi di Yogyakarta.

Seramai 162 orang (83.5%) menyatakan mereka mudah mendapatkan fasilitas akomodasi di Yogyakarta seperti penginapan, hotel, *inn*, hostel, dan sebagainya di Yogyakarta. Yogyakarta memang memiliki banyak tempat-tempat hiburan yang menarik. Hal ini terlihat dari pandangan 161 responden (83%) yang menyatakan bahwa mereka mudah menjumpai berbagai tempat hiburan di Yogyakarta.

Sedangkan mengenai kondisi ketersediaan tempat-tempat pelayanan umum seperti rumah sakit, kantor polisi terdapat 14.9% dari total responden menyatakan mereka tidak mudah menemukan tempat

pelayanan umum seperti disebutkan di atas dan 63 responden (32.5%) menyatakan setuju dengan pernyataan di atas. Seramai 173 responden (89.2%) setuju bahwa mudah menjumpai tempat-tempat penjualan souvenir di Yogyakarta. Hanya 2 orang yang menjawab tidak setuju dengan pernyataan ini. Kondisi ini menambah daya tarik tersendiri bagi pariwisata Yogyakarta karena Yogyakarta juga terkenal dengan kerajinan tangannya yang bermacam-macam, berkualitas tinggi dan unik.

Gempa bumi yang terjadi pada 27 Mei 2006 di Yogyakarta memunculkan keprihatinan yang besar di kalangan masyarakat tidak hanya Indonesia tetapi juga masyarakat internasional. Seramai 146 responden yang dijumpai (75.3%) menyatakan prihatin dan peduli terhadap gempa bumi yang berlaku di Yogyakarta. Kepedulian masyarakat tidak hanya ditunjukkan dengan membantu dalam bentuk barang/uang. Gempa bumi di Yogyakarta juga boleh menyebabkan ketertarikan masyarakat Indonesia untuk datang berkunjung ke Yogyakarta seperti yang disampaikan oleh 102 responden (52.6%), kedatangan mereka sebagai wisatawan boleh dikatakan dalam rangka membantu membangkitkan kondisi pariwisata Yogyakarta yang sempat terpuruk karena terjadinya gempa bumi. Namun, terdapat 45 orang (23.2%) yang tidak tertarik untuk berkunjung ke Yogyakarta selepas gempa bumi karena masih takut akan berlaku gempa bumi lagi.

Seramai 81.5% dari total responden menyatakan dapat menikmati pariwisata Yogyakarta tanpa rasa takut apabila terjadi unjuk rasa yang sering dilakukan mahasiswa Yogyakarta. Memang Yogyakarta merupakan kota pendidikan dimana banyak mahasiswa datang dari berbagai daerah di Indonesia, mereka seringkali mengadakan unjuk rasa untuk menyampaikan aspirasi yang dimilikinya dengan cara turun ke jalan.

Menurut pendapat 112 responden (57.7%), justru keberadaan pedagang asongan yang dirasakan mengganggu kenyamanan wisatawan. Pedagang asongan seringkali memaksa wisatawan untuk membeli barang yang ditawarkan. Oleh karena itu hendaknya keberadaan pedagang asongan ini perlu lebih ditertibkan agar tidak mengganggu aktivitas pariwisata Yogyakarta. Secara keseluruhan wisatawan merasa aman berada di Yogyakarta seperti yang diungkapkan oleh 172 orang responden (88.6%).

Kondisi transportasi modern (taksi, bus) di Yogyakarta dirasa tidak nyaman oleh 119 responden (61.4%). Mengenai transportasi tradisional (becak, andong) seramai 37.7% daripada responden menyatakan nyaman menggunakan transportasi tradisional di Yogyakarta tetapi 41 orang (21.1%) menyatakan tidak nyaman menggunakan transportasi tradisional di Yogyakarta. Secara keseluruhan wisatawan yang datang berkunjung ke Yogyakarta merasa nyaman berada di Yogyakarta.

Berbagai daya tarik wisata dimiliki oleh Yogyakarta antara lain karakteristik masyarakat Yogyakarta yang ramah dan santun disukai oleh wisatawan. Seramai 183 responden (94.4%) menyatakan hal tersebut bahkan 24 responden menyatakan sangat menyukai karakteristik masyarakat Yogyakarta. Tidak hanya itu Yogyakarta juga memiliki banyak pilihan tempat rekreasi, tempat rekreasi di Yogyakarta lengkap mulai dari rekreasi alam (gunung, pantai, hutan), budaya, sejarah, pendidikan, sampai wisata kuliner. Selain itu 189 responden (97.5%) menyatakan bahwa pengalaman berwisata di Yogyakarta adalah unik dan 95.8% dari total responden menyatakan berwisata ke Yogyakarta relatif lebih murah dibandingkan dengan kota lainnya. Ini bermakna pariwisata Yogyakarta tidak

hanya dapat dinikmati kalangan masyarakat yang mempunyai pendapatan besar saja tetapi juga boleh dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat dengan berbagai tingkat pendapatan.

Hasil Empirikal *Factor Analysis*

Penentuan indikator atau variabel yang dijabarkan ke dalam bentuk pertanyaan dilakukan dengan mengadakan *Focus Group Discussion* dengan beberapa *travel agent*. *Focus Group Discussion* yang dilakukan menghasilkan 21 item pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mengetahui persepsi responden terhadap keadaan pariwisata Yogyakarta. Pada Tabel 5 di bawah ini ditunjukkan item pertanyaan yang digunakan dalam kajian. Semua pertanyaan memiliki nada positif dan persepsi responden ditunjukkan dengan skala likert 1 hingga 6 yaitu:

1. adalah sangat tidak setuju
2. adalah tidak setuju
3. adalah netral (tidak berpendapat)
4. adalah sederhana setuju
5. adalah setuju
6. adalah sangat setuju

Setelah informasi mengenai persepsi responden terhadap kondisi pariwisata Yogyakarta diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses *data reduction*. *Data reduction* dilakukan untuk memilih indikator atau variabel atau pertanyaan yang layak dimasukkan ke dalam analisis faktor berdasarkan korelasi. Jika suatu variabel berkorelasi lemah dengan variabel lainnya maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis faktor. Semua proses yang dilakukan dalam kajian ini menggunakan software SPSS. Proses *data reduction* dilakukan dengan cara melihat besaran angka KMO-MSA dan atau *Barlett's Test*.

Tabel 5: Indikator yang digunakan dalam *factor analysis*

No	Indikator
1	Mudah dapatkan informasi lengkap mengenai Yogyakarta
2	Mudah dapatkan informasi lengkap mengenai tempat-tempat wisata yang ada di Yogyakarta
3	Mudah perolehi transportasi antar kota/negara menuju Yogyakarta
4	Mudah menuju tempat-tempat wisata yang ada di Yogyakarta
5	Mudah temukan tempat-tempat yang menyediakan akomodasi di Yogyakarta
6	Mudah akses tempat-tempat hiburan di Yogyakarta
7	Mudah dapatkan tempat-tempat pelayanan masyarakat umum di Yogyakarta
8	Mudah temukan tempat-tempat penjualan souvenir khas Yogyakarta
9	Merasa aman di Yogyakarta
10	Peduli /prihatin thd gempa bumi 27 Mei 2006 di Yogyakarta
11	Gempa bumi 27 Mei menyebabkan saya tertarik berkunjung ke Yogyakarta
12	Nikmati wisata di Yogyakarta tnp rasa takut dan terganggu jika berlaku demo/unjuk rasa mhs Yk
13	Nikmati wisata di Yogyakarta tnp rasa takut dan terganggu atas keberadaan pedagang asongan
14	Merasa nyaman gunakan transportasi modern yang ada di Yogyakarta
15	Merasa nyaman gunakan transportasi tradisional yang ada di Yogyakarta
16	Merasa puas dengan pelayanan tempat-tempat wisata di Yogyakarta
17	Merasa nyaman berada di Yogyakarta
18	Menyukai karakteristik dan sikap masyarakat Yogyakarta
19	Banyak pilihan tempat wisata di jogja
20	Pengalaman wisata di Yogyakarta adalah unik berbanding kota-kota lainnya
21	Wisata di Yogyakarta relatif murah berbanding dengan kota-kota lainnya

Sumber: olahan data

Tabel 6 di bawah ini menunjukkan besaran angka MSA yang diperoleh dari matrik *anti-image covariance*. Angka MSA merupakan matrik diagonal dan syaratnya tidak boleh kurang dari 0.50. Jika angkanya kurang dari 0.50 maknanya item tersebut mesti keluar dari analisis faktor. Proses mengeluarkan item dilakukan secara satu per satu mulai dari angka terkecil hingga semua nilai MSA lebih dari 0.50. Proses pertama, nilai MSA terkecil adalah item 8, maka item 8 dikeluarkan dari proses analisis faktor. Proses ini berterusan hingga semua nilai MSA lebih dari 0.50. Proses *data reduction* akhirnya menghasilkan 14 item.

Selain mempertimbangkan besaran nilai MSA, besaran nilai KMO-Barlett'test juga perlu dipertimbangkan. Tabel 7 di bawah menunjukkan besaran nilai KMO-Barlett'test bagi setiap proses *data reduction* yang dilakukan. Jika nilai KMO kurang dari 0.50 maka proses *data reduction* tidak boleh dilakukan. Hasil kajian mendapati bahwa nilai KMO daripada delapan proses *data reduction* adalah lebih dari 0.50, ini bermakna delapan proses *data reduction* boleh dilakukan. Selain itu nilai Barlett'test dilihat dari besaran *approximity chi-square* dan nilai kesignifikannya. Hasil empirik menunjukkan bahwa delapan proses *data reduction* adalah signifikan (0.00).

Tabel 6: Nilai MSA

V	1		2		3		4		5		6		7		8	
	MSA	Erti														
1	0.428	*	0.433	*												
2	0.517	**	0.545	**	0.546	**	0.534	**	0.545	**	0.541	**	0.548	**	0.577	**
3	0.472	*	0.475	*	0.489	*	0.507	**	0.498	*						
4	0.448	*	0.446	*	0.443	*										
5	0.496	*	0.503	**	0.5	**	0.492	*	0.503	**	0.495	*	0.524	**	0.528	**
6	0.522	**	0.498	*	0.485	*	0.485	*	0.501	**	0.512	**	0.53	**	0.503	**
7	0.598	**	0.602	**	0.601	**	0.597	**	0.595	**	0.599	**	0.602	**	0.615	**
8	0.418	*														
9	0.44	*	0.45	*	0.477	*	0.496	*	0.505	**	0.501	**	0.523	**	0.587	**
10	0.527	**	0.527	**	0.533	**	0.532	**	0.521	**	0.54	**	0.535	**	0.533	**
11	0.532	**	0.558	**	0.541	**	0.535	**	0.561	**	0.557	**	0.548	**	0.559	**
12	0.534	**	0.544	**	0.545	**	0.564	**	0.558	**	0.556	**	0.545	**	0.502	**
13	0.45	*	0.462	*	0.461	*	0.481	*	0.512	**	0.512	**	0.511	**	0.508	**
14	0.537	**	0.539	**	0.537	**	0.564	**	0.56	**	0.561	**	0.553	**	0.553	**
15	0.512	**	0.51	**	0.504	**	0.499	*	0.499	*	0.486	*				
16	0.516	**	0.511	**	0.56	**	0.571	**	0.58	**	0.577	**	0.574	**	0.57	**
17	0.484	*	0.523	**	0.54	**	0.538	**	0.55	**	0.553	**	0.556	**	0.554	**
18	0.505	**	0.504	**	0.53	**	0.512	**	0.506	**	0.496	*	0.491	*		
19	0.495	*	0.494	*	0.482	*	0.49	*	0.508	**	0.503	**	0.52	**	0.515	**
20	0.569	**	0.565	**	0.559	**	0.566	**	0.574	**	0.582	**	0.564	**	0.572	**
21	0.434	*	0.439	*	0.45	*	0.444	*								

Sumber: olahan data. Kriteria nilai MSA < 0.50 tidak diterima dan nilai MSA > 0.50 adalah diterima

* tidak diterima

** diterima

Tabel 7: Ringkasan proses *data reduction*

	1	2	3	4	5	6	7	8
KMO	0.506	0.513	0.520	0.528	0.538	0.538	0.546	0.550
Barlett's test								
App. Chi-square	387.089	368.867	346.300	309.266	290.741	275.970	231.730	192.751
Df	210	190	171	153	136	120	105	91
Sig	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Sumber: olahan data

Tabel 8: Keterangan keputusan proses *data reduction*

V	Keputusan Proses <i>Data Reduction</i>	
	Nilai MSA	Keterangan
2	0.577	digunakan
5	0.528	digunakan
6	0.503	digunakan
7	0.615	digunakan
9	0.587	digunakan
10	0.533	Digunakan
11	0.559	Digunakan
12	0.502	Digunakan
13	0.508	Digunakan
14	0.553	Digunakan
16	0.57	Digunakan
17	0.554	Digunakan
19	0.515	Digunakan
20	0.572	Digunakan

Sumber: olahan data

Proses *data reduction* menghasilkan 14 item yang akan digunakan dalam proses analisis faktor seterusnya, bermakna ada 7

item yang dikeluarkan atau tidak digunakan dalam proses analisis faktor.

Proses seterusnya adalah meringkas variabel sehingga menghasilkan faktor yang lebih sedikit (*extracting the initial factors*). Kajian ini menggunakan pendekatan *Principal Component analysis* (PCA). Hasil PCA dapat dilihat pada Tabel 9.

Principal Component berisi nilai *initial eigen*, *extraction sum of squared loading*, dan *rotation sum of squared loading* seperti yang nampak pada Tabel 9. Syarat nilai *initial eigen* yang digunakan adalah lebih dari 1, hasilnya dari 14 item hanya 4 item saja yang memiliki nilai *initial eigen* lebih dari 1 bermakna 14 item tersebut mengelompok kedalam 4 faktor. Empat faktor yang terbentuk dari 14 item itu juga memiliki nilai *extraction sum of squared loading*, dan *rotation sum of squared loading* lebih dari 1 hal ini telah memenuhi kriteria pembentukan faktor dalam proses ekstraksi dengan pendekatan *principal component analysis* (PCA).

Tabel 9: Total variance explained

V	Total Variance Explained		
	Initial Eigenvalues	Extraction Sums of Squared Loadings	Rotation Sums of Squared Loadings
1	1.920	1.920	1.687
2	1.637	1.637	1.517
3	1.377	1.377	1.488
4	1.146	1.146	1.387
5	1.094		
6	1.016		
7	.924		
8	.887		
9	.859		
10	.779		
11	.691		
12	.599		
13	.569		
14	.502		

Tabel 10: Nilai proses rotasi

	Component			
	1	2	3	4
x2	-.522	-.041	.012	.103
x5	-.012	-.028	.681	-.227
x6	.360	-.066	.170	.140
x7	.674	.347	-.017	-.086
x9	-.403	-.175	.120	.049
x10	.137	.572	-.063	-.004
x11	-.002	-.057	-.050	.758
x12	.017	.686	.007	.071
x13	-.440	.319	.289	.224
x14	.036	.627	.031	-.308
x16	.043	.183	.703	.158
x17	-.049	.164	-.587	-.124
x19	.023	.031	-.122	-.708
x20	.671	-.044	.193	.167

Sumber: olahan data

Faktor yang telah terbentuk melalui proses ekstraksi dianggap belum dapat memperoleh komponen faktor secara jelas dan biasanya kurang menggambarkan perbedaan diantara faktor-faktor yang ada. Sesuatu faktor harus berbeda secara nyata dengan faktor lain. Oleh karena itu dilakukan proses *rotation* (Tabel 10) untuk memperjelas isi kandungan suatu faktor dan memperjelas apakah faktor yang telah ter-

berbeda dari faktor lain secara signifikan.

Seterusnya, menyimpulkan solusi yang telah didapat dan memberi nama faktor-faktor yang telah terbentuk (*refining the solution*). Ini dilakukan dengan cara mengkaji tabel '*rotated component matrix* atau *rotated factor structure matrix*' yang isinya mengandung korelasi antara item-faktor. Ringkasan hasil *refining the solution* boleh dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 11: Ringkasan *refining the solution*

item	Keterangan
x7	Mudah dapatkan tempat-tempat pelayanan masyarakat umum di Yogyakarta
x20	Pengalaman wisata di Yogyakarta adalah unik berbanding kota-kota lainnya
x12	Nikmati wisata di Yogyakarta tanpa rasa takut dan terganggu jika berlaku demo/unjuk rasa mahasiswa Yogyakarta
x14	Merasa nyaman gunakan transportasi modern yang ada di Yogyakarta
x5	Mudah temukan tempat-tempat yang menyediakan akomodasi di Yogyakarta
x16	Merasa puas dengan pelayanan tempat-tempat wisata di Yogyakarta
x11	Gempa bumi 27 Mei menyebabkan saya tertarik berkunjung ke Yogyakarta
x19	Banyak pilihan tempat wisata di jogja

Sumber: olahan data

Ternyata terlalu banyak variasi item yang masuk dalam faktor yang ditemukan, ini menyebabkan faktor-faktor yang ditemukan menjadi kurang memberi makna. Oleh karena itu faktor yang ditemukan melalui *factor analysis* disusun semula agar dapat memberikan arti.

Faktor pertama adalah ketersediaan akomodasi meliputi tempat-tempat pelayanan umum, hotel, penginapan, serta sarana akomodasi lainnya yang boleh dijumpai dengan mudah di mana-mana tempat di Yogyakarta. Ini penting karena ketersediaan akomodasi merupakan keperluan dasar bagi wisatawan untuk dapat berwisata dengan nyaman. Kedua, faktor kenyamanan selama berada di Yogyakarta dan ketiga adalah banyaknya pilihan tempat wisata unik dan menarik yang boleh memberikan pengalaman unik bagi wisatawan. Semua faktor tersebut apabila didukung dengan pelayanan yang memuaskan akan membuat wisatawan selalu ingin kembali mengunjungi Yogyakarta.

PENUTUP

Berbagai pandangan responden mengenai kondisi pariwisata Yogyakarta dijabarkan dalam kajian ini. Menurut responden yang dijumpai, informasi mengenai pariwisata Yogyakarta sangat mudah diperoleh melalui berbagai cara sehingga memudahkan wisatawan untuk menyusun rencana kunjungannya di Yogyakarta. Wisatawan mudah mendapatkan transportasi menuju Yogyakarta tetapi amat disayangkan sesampainya di Yogyakarta, wisatawan merasa kurang nyaman terhadap

pelayanan transportasi modern yang ada seperti taksi maupun bis. Ketidaknyamanan ini menyebabkan banyak wisatawan menggunakan kendaraan pribadi maupun sewa mobil untuk berwisata. Di sisi lain, transportasi tradisional seperti becak dan andong justru lebih disukai oleh wisatawan karena pelayanannya yang memuaskan dan memberikan pengalaman yang unik selama berada di Yogyakarta.

Ketersediaan akomodasi seperti tempat pelayanan umum, tempat hiburan, hotel, penginapan, tempat penjualan souvenir secara keseluruhan dipandang baik karena lengkap dan mudah dijumpai. Secara umum, wisatawan merasa nyaman berada di Yogyakarta karena aman dan didukung oleh karakteristik masyarakat Yogyakarta yang ramah, santun dan “*welcome*” kepada setiap orang yang datang mengunjungi Yogyakarta. Selain itu responden berpendapat bahwa pariwisata Yogyakarta dapat dijangkau oleh berbagai tingkatan pendapatan karena relatif lebih murah dibandingkan dengan kota wisata lainnya.

Secara keseluruhan pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh tempat rekreasi, namun begitu terdapat beberapa kekurangan dari aspek fasilitas dan keberagaman aktivitas rekreasi. Keadaan ini menyebabkan beberapa pengunjung tidak berpuas hati. Oleh karena itu usaha perbaikan dan pembangunan tempat rekreasi yang memiliki atribut sejarah, budaya dan alam perlu terus dilakukan agar dapat diminati dan dikunjungi oleh wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pariwisata Daerah DIY. (2005). *Statistik pariwisata DIY 2005*. Yogyakarta: Baparda DIY.
- Badan Pariwisata Daerah DIY. (2006). *RIP program DIY 2006*. Yogyakarta: Baparda DIY.
- Badan Pariwisata Daerah Propinsi DIY. (2004). “Analisa kesan wisatawan terhadap Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”. *Research Report*. Badan Pariwisata Daerah Propinsi DIY.

- Badan Pusat Statistik. (2004). *DIY dalam angka 2004*. Yogyakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2006). *Beberapa indikator penting sosial-ekonomi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Child, Dennis. (1970). *The essentials of factor analysis*. Britain: Holt, Rinehart and Winston Ltd.
- Cooper, Chris & etc. (2005). *Tourism principles and practice*. Third Edition. Essex: Pearson Education Limited.
- Dinas Pariwisata Propinsi DIY dan Pusat Studi Pariwisata UGM. (2001). “Analisis pasar wisatawan nusantara: profil pasar wisatawan nusantara Jawa Timur tahun 2001”. *Research Report*. Dinas Pariwisata Propinsi DIY dan Pusat Studi Pariwisata UGM.
- Greene, William H. (1990). *Econometric analysis*. New York: Mcmillan Publishing Company.
- Gujarati, Damodar N. (2003). *Basic econometrics*. Fifth Edition. New York: McGraw Hill.
- Harman, Harry, H. (1976). *Modern factor analysis*. Third Edition Revised. Chicago and London: The Universiti of Chicago Press.
- Hijjawi, Debra S., Wilson, Melvin., & Turkheimer, Erik. (2003). “An exploratory analysis of factor involvement in low-income families”. *Working Paper* No. 03-01-FF: Center for Research on Child Wellbeing University of Virginia.
- Jong-A-Pin, Richard. (2006). *On the measurement of political instability and its impact on the economic growth*. EPCS Annual Meeting, 2006, Turku, Finland.
- Klein, Michael W. (2002). *Mathematical methods for economics*. Second Edition. Addison-Wesley: Pearson Education Inc.
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2005). *Peningkatan daya saing ekonomi Indonesia: studi kasus industri pariwisata*. Disampaikan pada Acara Seminar Hasil-Hasil Pengkajian P2E-LIPI Tahun 2005, pada Tanggal 7-8 Desember 2005.
- Liao, Ziqi & Wong, Wing-Keung. (2007). “The determinants of customer interactions with internet-enabled e-banking services”. *Working Paper* No. 0701: Department of Economics National University of Singapore.
- Mueller, Charles W & Jae-On Kim. (1982). *Introduction to factor analysis: what it is and how to do it*. Beverly Hills: SAGE Publications Inc.
- Mueller, Charles W & Jae-On Kim. (1990). *Factor analysis: statistical methods and practical issues*. California: SAGE Publications Inc.
- Penerbit Andi Bekerjasama dengan Wahana Komputer Semarang. (2004). *Pengolahan data statistik dengan SPSS 12*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pett, Marjorie A, Lackey, Nancy R & Sullivan, John J. (2003). *Making sense of factor analysis: the use of factor analysis for instrument development in health care research*. London: Sage Publication Ltd.

- Sabatini, Fabio. (2005). "Measuring social capital in Italy: an exploratory analysis". *Working Paper 12: Facolta di Economia di Forli-Corso di Laurea in Economia delle Imprese Cooperative e delle ONP*.
- Stabler, Mike & Sinclair, M. Thea. (1997). *The economics of tourism*. New York and London: Routledge.
- Wahab, S. (1996). *Manajemen kepariwisataan*. Alih Bahasa oleh: Drs Gromang F. Jakarta: PT Pradya Paramita.